

## II. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)		-	-
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・日本海側を中心に大荒れの天候が続いていたにもかかわらず、東南アジア客による買物が増加している。ただし、国内観光客については減少と買い控えの動きがみられる。これは日本経済の実態を表している。当地においても観光地はにぎわっているが、一般市民からは諸物価の上昇で生活が大変という声が聞かれる。
		百貨店(売場主任)	・外国人の入込が増える2月まで、景気は上向きで推移することになる。3月以降は日本人客のシェアが増えるため、やや厳しい状況になるとみられる。
		スーパー(店長)	・インバウンド需要、旅行関連需要の増加が続いていることから、春休みの旅行シーズンでの消費拡大が見込まれる。
		スーパー(店長)	・雪解けに伴って商圈が拡大することになる。売上がどこまで伸びるかは課題だが、冬季の現在も来客数が落ち込んでいないことから、景気はやや良くなる。
		スーパー(役員)	・商品の値上げに伴う客単価の上昇が売上増加につながっている。売上増加のスパイラルが起きていることから、景気はやや良くなる。
		衣料品専門店(経営者)	・様々な社会的な状況に対して人々のストレスが高まっており、そのストレスを解消するため、今後、消費行動が強まるとみている。
		衣料品専門店(店長)	・新年度に向けて、企業の動きが活発になっている。これまで抑制されていた人事異動も今年は多いとみられることから、スーツ需要が回復すると期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・決算期を控えて、需要が拡大することになる。ただし、個人需要は若干上向くものの、建設業の倒産件数が増加傾向にあることは懸念材料である。
		乗用車販売店(従業員)	・春先は1年を通して需要の増える時期であることから、今後の景気はやや良くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・景気が回復しつつある状況に客が慣れつつあることから、今後の景気はやや良くなる。販売手法の変化に客が徐々に慣れてきていることもプラスである。
		観光型ホテル(スタッフ)	・冬の恒例イベントがコロナ禍が明けて初めての通常開催となることから、景気が良くなることを大いに期待している。ただし、予約が直前に入る傾向は変わっていないため、3～4月の動きが不透明である。
		旅行代理店(従業員)	・能登半島地震や航空機の衝突事故の影響による需要の落ち込みが回復に向かうことになる。インバウンド需要も増加することが見込まれる。ただし、オーバーツーリズムへの対策が重要になってきており、対策が不十分だった場合、国内需要が減少することも懸念される。
		観光名所(従業員)	・当地における国際定期便の新規就航による入込客の増加、外国人観光客の団体利用から個人利用へのシフトなどで、売上の増加が見込める。また、春先に公開される人気アニメ作品で当地が舞台となることでの盛り上がりも期待している。これらの効果が地域経済に幅広く波及していくことを期待している。
		観光名所(職員)	・物価の上昇が散見される一方で、値下げを打ち出す動きも出てきており、消費者にとっては商品を求めやすい状況になりつつある。需要と供給のバランスが改善傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕(従業員)	・春を迎えて、天候が落ち着くことになり、安定した輸送状況が期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
		商店街(代表者)	・物価の上昇幅を上回るような賃上げが幅広く実現するまでしばらく時間が掛かるとみられることから、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
		商店街（代表者）	・当商店街において、年度末での閉店、移転、売却を予定している店舗が複数ある。買物する店舗が一段と少なくなるため、来街者数が一層減少するとみられる。季節要因を除くと売上アップは望めない。
		商店街（代表者）	・統計的にも1月は国内観光客の少ない時期である。一方、外国人観光客は堅調に推移している。外国人観光客については、団体客よりも個人客が多く、国も多種多様であり、以前は少なかった欧米系の観光客も増えている。欧米系の観光客の比率はまだ少ないことから、今後の伸びにも期待している。中国本土からの観光客はまだ以前ほど多くないが、それ以外の国で好調を維持できていることから、今後にも期待できる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上などの基調が順調に推移していることから、今後も底堅い動きが見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・物価高が続いていることから、売上そのものは増加しているが、決して景気が良くなっているわけではない。こうした状況はしばらく続くことになる。
		スーパー（店長）	・依然としてガソリンなどの生活必需品の支払額が増えているため、客が食費を安く抑えようとする動きがみられる。客がどこの店が1番安いかを話していることを聞く機会も増えている。
		スーパー（店長）	・新年度からポイント制度が大きく変更されるため、今後については未知数な面がある。ただし、新規加入者が増加傾向にあり、それに伴って来客数も微増しているため、現状のままで推移すると期待している。
		スーパー（企画担当）	・売上の増加傾向が続いているものの、商品単価の上昇による客単価上昇が主な要因である。一方、これまでと比べると、買上点数の減少幅が拡大しつつあることから、年が明けて買い控えの動きが出てきているものと警戒している。
		スーパー（企画担当）	・商品単価上昇の動きが落ち着き始めていることで、売上の伸びも鈍化することになる。一方、賃上げにより可処分所得の増加が見込まれることから、全体的には今後も景気は変わらない。
		スーパー（従業員）	・商品単価が高騰しているため、今後に向けての不安がある。
		コンビニ（エリア担当）	・客の金の使い方がよりシビアになっている。ただし、必要な商品を自分の好みの店で買う傾向は続くと思われるため、経営環境は大きく変わらない。来客数、買上点数を維持していくための対策を考え、実行していくことで、今後も景気は変わらないまま推移することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ数か月、商品価格が上がった分、売上も好調だが、来客数と買上点数が減少していることが気掛かりである。現状、この数字が上向いてくるような要因がないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も物価上昇は間違いなく続くと思われるため、企業の給与のベースアップがどれだけ行われるかを注目している。
		コンビニ（エリア担当）	・現状、景気が良くなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（エリア担当）	・今後も景気の回復傾向は続くと思われる。ただし、一般庶民においては、物価の上昇に収入の増加が追い付いていないため、一般量販店では価格競争が激しくなる。そうなると、富裕層は百貨店やブランド専門店に流れてしまうことになり、競合との間で消費者の取り合いになることが見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・今の景気は底に近いところにある。北海道においては、2月から春先需要の最盛期を迎えるため、これから景気が上向くことになる。ただし、前年と比べると景気は良くないため、余り期待できる状況ではない。
		自動車備品販売店（店長）	・今は必需品だけを購入し、ぜいたく品の購入を控える傾向にある。円安や物価高の影響に加えて、当地では暖房代の高騰が家計の負担増になっており、こうした環境を打破する対策がない限り、春まで同様の状況が続くことになる。
		住関連専門店（役員）	・商品単価の上昇と買上点数の減少がみられることから、物価上昇に伴って客の生活防衛意識が強まっていることがうかがえる。

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
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・天候悪化の影響は想定内だが、ここまで客の購買が落ち込むことは珍しいため、今後も厳しいまま変わらない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・今の状況を踏まえると、今後、繁忙期に差し掛かったとしても景気は厳しいものになる。観光客の入込が増えてはいるが、それが商機に結び付いていない。
		高級レストラン（スタッフ）	・原材料価格及び光熱費の高騰による影響が大きく、価格に全てを転嫁できていないことから、収益面で厳しい状況にある。また、こうした物価高の状況では客の消費意欲も落ち込むとみられるため、今後も景気は変わらない。
		スナック（経営者）	・飲食店でも、料理が中心の店は売上が良いとの話を聞いていることから、決して景気が悪いというわけではないが、当店のようスナックやラウンジでは、売上の悪い状態がずっと続いている。今後についても厳しいまま変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・冬季シーズンの集客はインバウンド需要に支えられているものの、春以降の予約状況は国内客もインバウンドも低迷している。
		旅行代理店（従業員）	・コロナ禍で業績不振になった企業が多いため、先行きは不透明である。当地においても、半導体製造企業進出の効果が生じることを願うばかりである。
		タクシー運転手	・例年、雪のある3月までタクシーの利用客が多いことから、しばらくは1月と同様に売上が10%程度のプラスで推移することになる。ただし、暖かくなって雪がなくなるとタクシーの利用は極端に少なくなる。
		タクシー運転手	・天候が悪化した際には、瞬間的にオーダーが増えることから、今後もこうした傾向は変わらない。ただし、天候悪化に伴う交通障害で思うような運行ができないため、結果的に売上は余り変わらない。
		タクシー運転手	・北海道はまだ冬季であり、雪がなくなるゴールデンウィーク手前辺りまでは今の状態が続くことになる。ただし、観光客については、当初の見込みよりも早い回復傾向がみられているため、今後の動きに期待している。
		通信会社（エリア担当）	・販売代理店手数料が減少していることから、今後も厳しいまま変わらない。
		通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの施策によって景気が左右されるため、今後も景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・今後も客の消費意欲が上昇する雰囲気がないこと、客の来店周期が伸びていることから、例年どおりの売上を保つことが難しいとみられる。
		住宅販売会社（経営者）	・客の所得は上昇傾向にあるものの、まだ分譲マンションの販売価格の上昇率に追いついていないことから、今後も景気は変わらない。ただし、分譲マンションの建築コストの上昇率が以前よりも落ち着いていることから、今後、客の所得の伸びが一段と高くなれば、分譲マンション市場も好転することになる。
		住宅販売会社（従業員）	・物価の上昇と金利の引上げに耐えることができるだけの賃金上昇がみられない限り、景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・物価の上昇は今後も続くと思われる。消費を促すような政策が行われない限り、客の消費が上向くことは考えにくい。
		一般小売店（経営者）	・今後に向けての商談が少ないことから、景気は変わらない。現状は暗い話題やフラストレーションのたまるような話題が多く、客の購買意欲を損なっている状況にある。
		スーパー（店長）	・値上げの動きが落ち着かない限り、景気が良くなることはない。
		乗用車販売店（経営者）	・受注量の減少は来年度以降に大きく影響することになる。また、大手自動車メーカーの不正問題がどのように決着するのかも不透明なことから、その影響は長引くことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの3月までの生産割り当てが予想を下回っていたことから、今後も厳しい状況が見込まれる。メーカーの生産状況が好転しない限り、売上の増加はなかなか見込めない。
		高級レストラン（スタッフ）	・物価高の影響で外食需要が落ち込んでいる。特に、格安で飲み頃のospaの良いワインがここ数年で2～3割値上がりしており、グラスワインのお得感が半減している。現状、新型コロナウイルス感染症の影響は少ないものの、夜の会合が増えない要因の1つには、こうした物価高の影響があるとみられる。こうしたことから、今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・2月は冬の恒例イベントがあり、国内観光客に加えて、春節に合わせたインバウンドの増加が期待できる。ただし、3月から4月にかけては異動時期及び観光閑散期になってくるため、ビジネス客、観光客共に動きが少なくなり、需要が低下することになる。
		旅行代理店（従業員）	・コロナ禍明けの販売が好調だったことの反動で、次年度の受注状況が余り良くないため、業績の悪化が見込まれる。
		タクシー運転手	・今後については、冬季需要の落ち着く時期であり、タクシーの稼働も落ち込むことになる。
		通信会社（企画担当）	・新入学や新生活に向けた販売促進が例年よりも控えめであることから、今後の景気はやや悪くなる。現状、地方部の来客数の減少や販売量の落ち込みを回復させるような決定的な方策がないこともマイナスである。
		美容室（経営者）	・従業員の給料も上げなくてはならないため、今後の経営環境はますます厳しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅メーカーや工務店の在庫が一扫されるまで、現在のような厳しい状況が続くことになる。資材価格や人件費などが下がる見通しがほとんどないこともマイナスである。
	x	タクシー運転手	・物価高騰の影響で客の節約行動が強まっている。企業及び消費者の投資や購買意欲の低下は避けられないことから、今後の景気はますます落ち込むことになる。
企業 動向 関連  (北海道)		-	-
		建設業（経営者）	・土木、建築共、受注が本格的に始まることになる。公共工事は補正予算も含めて前年度並みの工事が見込まれる。工事も徐々に始まり、ヒト・モノ・カネが動くことになる。例年、お盆までは人手不足の状況は生じないことから、工事現場の稼働が落ち込まないように好天を期待したい。
		建設業（役員）	・民間建築工事は次年度繰越工事を複数抱えていることから、フル稼働状態が当面続くことになる。公共土木工事についても、来年度予算成立に伴う新規受注が期待できる。
		輸送業（支店長）	・例年3月の決算時期は若干でも物量が増えることから、今後の動向を期待している。春からの輸送見積りの引き合いも出始めていることから、景気は現状よりも良くなる。
		広告代理店（従業員）	・インバウンドの増加により、観光関連業界が活性化し、可処分所得の増加、消費拡大につながることを期待している。
		司法書士	・インボイス制度などの影響が懸念材料ではあるが、例年、春になると受注量が増加することから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業 [ 建設機械レンタル ] ( 総務担当 )	・都心部を中心とした設備投資は引き続き順調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。インバウンドが回復基調で推移していることもプラスである。
		その他サービス業 [ 建設機械リース ] ( 営業担当 )	・世界的にみても、地政学的リスクなどはあるものの、景気が堅調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、今年は世界的に選挙が多く、特に米大統領選挙などの影響を留意する必要がある。
		食料品製造業（従業員）	・今後の価格改定の進み具合で利益が変わってくる可能性もあるが、景気自体は今後も変わらない。
		食料品製造業（従業員）	・今後に向けて、新規の販路開拓、現在の取引条件の見直し、商品の規格見直しなどを検討しているが、すぐに影響が生じるわけではないため、今後も景気は変わらない。
		家具製造業（経営者）	・能登半島地震の影響が懸念される。
		通信業（営業担当）	・国内全般的には企業業績が順調であり、今春のベースアップも期待できるようであるが、道内企業に目を向けると、企業業績が順調な場合でも、多くの企業でベースアップを期待できるような雰囲気ではない。景況感の一層の改善に資する材料が不足していることから、今後も景気は変わらない。
		その他サービス業 [ ソフトウェア開発 ] ( 経営者 )	・仕事量は潤沢であるが、人手不足で受注したくてもできない状態にある。今後、人手不足の状況が変わるとは考えにくいことから、同様の状態がしばらく続く。
	その他非製造業 [ 鋼材卸売 ] ( 従業員 )	・年度末に向けて受注量が増えるとみられるが、新年度の大規模物件などの情報が少ないことから、今後も景気は変わらない。設備や商材の動きが悪くなるとの話もある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		農林水産業（経営者）	・例年、特殊な技術で長期保存したりんごを春から出荷することになるが、今年は既にそのりんごを出荷しているとの情報がある。そのため、春からの国内流通用に販売している当社鮮度保持剤にも大きな影響が生じることが見込まれる。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅の建築確認申請の減少に伴って、今後、数か月先までは当社の受注量も減少したまま推移することになる。円安による資材価格の高止まりや住宅価格の値上がりに加えて、人口減少やカーボンニュートラルの影響もあり、住宅産業自体が衰退していくことが懸念される。
		建設業（従業員）	・今後、施工者不足が加速することが懸念される。新しい人材が増えないため、年々施工者の退職が増えており、予定どおりに施工できない現場が増えている。民間工事が施工できない状況に陥らないように事前対処すべきである。
		輸送業（営業担当）	・前年の猛暑の影響で、農産関連製品が在庫も含めて低調であり、トレーラーの輸送台数にも影響が生じている。また、4月から輸送運賃の値上げが予定されている。このため、輸送量、売上共、厳しい状況での新年度スタートが見込まれる。ただし、今春以降については、生乳の生産抑制が解除されることから、本州向けの輸送量回復を期待している。
		金融業（従業員）	・価格高騰による需要の減少に加えて、原価の高止まりや経費の増加による収益圧迫が懸念されることから、先行き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）	・企業の採用意欲は相変わらず旺盛で、営業系、IT系の求人が増えている。また、最近では人事担当社者の求人の増加が目立っており、売手市場に対応するため、企業が採用窓口を強化している動きがうかがえる。一方、求職者の仕事に対するモチベーション低下が目立つことが気掛かりである。転職先において、自分の意に沿わないことがあれば、すぐに転職してしまうことが懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・転職を希望する人が増えている。人材採用が厳しい環境にあるなか、これから人材獲得に動き出す企業が増えるのではないかと期待している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行してから、飲食店など、サービス業の求人に回復傾向がみられる。週末勤務以外は今一つ回復の動きが鈍いものの、全体としては良い方向に進んでいる。ただし、飲食業界の人手不足は深刻である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現状、景気が良くなるような要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・外国人観光客の入込に勢いを感じる一方で、生活必需品を取り扱う店舗では、客単価が低下しているという話を聞く機会が増えている。このため、全体的には景気は変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・実質賃金が上がらない限り、雇用動向は好転しない。
		職業安定所（職員）	・求職者が増加傾向にあるなか、新規求職者が減少に転じている。また、求人数が減少しているなか、コンスタントに求人を公開している業況堅調な事業所もあれば、人手不足を感じながらも物価の高騰などによる事業環境の悪化を懸念して求人を控えている事業所もみられる。求人数の減少が必ずしも景気の悪化と直結している状況ではないため、今後も同様の状況が続くことになる。
		職業安定所（職員）	・産業や業種によって状況は異なるものの、当地における月間有効求人数は9か月連続で前年を下回っていることから、今後も景気は変わらない。ただし、今後の物価上昇の状況やそれを背景にした経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
		-	-

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
	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）	・インバウンドの消費額が上昇基調にある。
		百貨店（催事担当）	・大型ショッポの改装オープンや前年未開催の人気催事が控えており、来客数、売上の増加が期待できる。
		スーパー（経営者）	・経済の好循環へ、政労使が共に賃上げ方針を打ち出しているため、家計の収入増加への期待感が出てくるとみている。また、商品の価格転嫁は今後も続くが、消費者には広く浸透している。大手企業やサービスでも業績が回復し、株価も上昇していることから、消費に良い影響が出てくることを期待している。
		スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、食品の値上げによって単価は上がっているものの、買上点数はほぼ横ばいである。しかし、新しいNISAも始まり、景況感が上向き、客の購買意欲は上がるとみている。
		コンビニ（経営者）	・良い話を聞かないため経営状態が良くなることはないが、除雪費も掛からなくなり、雪解けとともに客足も多少は戻ってくるため、多少は良くなると期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・新生活に向けて、来客数の増加が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・株価が大きく伸長していることに期待を持っている。
		衣料品専門店（経営者）	・春物が本格始動するため、今よりは売上が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・オーダーストップとなっている商用車が少しずつ販売できるようになるため、好調になるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・降雪量が少なく客足も良いため、メーカー決算も良くなることが期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、この先の受注量は前月、今月よりも増加しているため、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）	・人の動きが活発になっているので、今後の売上増加が期待できる。ただし、スタッフ不足によりユニフォーム自体の必要総数が少なくなっているため、受注量は減少するとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・卒業式、入学式、謝恩会、歓送迎会等での需要に期待している。
		高級レストラン（支配人）	・予約状況から、今後少しずつ景気は上向きになるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・賃上げムードが強くなっていることに期待している。現状のままでは売上増加は難しいが、少し賃金が上がれば、多少は外食の方にも回ってくるのではないかと期待している。
		観光型旅館（スタッフ）	・ゴールデンウィークに突入するため、若干の期待はある。ただし、物価高、値上げラッシュが続くことが懸念材料である。
		都市型ホテル（支配人）	・再開が決定した当地域の旅行支援に関する問合せが多い。春節期間を含むインバウンドツアーも例月より多くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・宿泊販売は好調に推移しており、今後はインバウンド需要の地方移行に伴い更に伸びるとみている。しかし、従業員不足でフル稼働できない宿泊施設が多くあり、人手不足の問題がより大きくなる可能性が高い。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の先行契約が増加している。
		通信会社（経営者）	・年度末に大規模な加入促進キャンペーンとショッピングセンターでのイベントを予定している。1日3000人以上の集客が見込まれるため、インターネットの加入を中心に有料テレビサービスの加入数の増加も期待できる。
		通信会社（営業担当）	・賃金の上昇が見込まれるため、多少消費が増えると思われている。
		通信会社（社会貢献担当）	・春の新生活需要により上向くとみている。

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
		テーマパーク（職員）	・災害発生後は必ず来客数が減少する。今回も能登半島地震の影響を受けているが、春先になれば旅行に出ることが多くなるため期待している。
		観光名所（職員）	・台湾からのチャーター便が1月から運航を開始し、インバウンドの入込が順調である。3月まで運行が予定されているため、見通しも明るい。4月以降は見通せない部分もあるが良くなるとみている。
		遊園地（経営者）	・物価上昇の影響が懸念されるが、賃上げが順調であれば、家計への好影響が期待できる。
		美容室（経営者）	・客が物価上昇に慣れてきていることと、国の賃上げ支援策などにより、1人当たりの消費額が増えつつある。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・トラブル要因がなければ、好調を維持するとみている。給料の増額、設備投資案件の検討が具体的に始まっている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場者数は余り伸びていないが、新規来場率が高くなり、来場者の質が良くなっている。
		商店街（代表者）	・コロナ禍の1月の営業状態は非常に悪かったが、今年の1月も変わらなかった。2月3月も変わらないとみている。
		商店街（代表者）	・物価高が続き、生活必需品以外の買い控えは続くともみている。
		商店街（代表者）	・このまま現状と変わらず推移するとみている。
		商店街（代表者）	・地域柄、冬期間は来客数が減少する。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数は少しずつ増えているが、客単価が低いままである。良くなる要因が見当たらないため、変わらないとみている。
		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により売上の1割近くを抗原検査キットが占めて売上が良かったが、今月の売上も前年比99%で良い結果になっている。必要なものを必要なだけ買う客の動向は変わらないとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・謝恩会等、参加人数が多い宴会が多く開催される時期なので期待しているが、一時的なものであり景気は変わらないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・まだ低迷は続くともみている。
		百貨店（企画担当）	・ライフイベントが続く時期になるが、消費者の購買志向の変化により、大幅な改善は見込めない。
		百貨店（経営者）	・物価上昇は更に続き、モノ消費よりも新年度に向けた旅行、習い事などコト消費にますますシフトしていくと予想しており、販売量も停滞するとみている。
		百貨店（従業員）	・セレモニーの増加や外出マインドが上向きになることによる需要は多くなるが、生活防衛意識はすぐには変わらず、現状維持とみている。
		スーパー（店長）	・大きく環境が変わることはないため、特に変化はないとみている。
		スーパー（店長）	・客の状況は3か月後も変わらず、景気も変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・生活防衛意識は高く、消費行動も積極的ではないため、景気は変わらないとみている。
		スーパー（企画担当）	・今年は暖冬で、除雪作業従事者の賃金が低下している。また、1次産業においては高温障害による出荷減少や品質低下による所得減少などがあり、購買意欲減少の要因になっている。帰省客の多い年末年始は売上につながるが、それ以降は客が減少するため低迷する。人口の減少も一因とみている。
		スーパー（営業担当）	・前年を割っている来客数を伸長させることが大きな鍵になるが、改善の要因が見当たらない。景気は変わらないとみている。
		スーパー（商品担当）	・節約志向がより一層強くなることが予想され、買上点数の改善はしばらく厳しいとみている。
		コンビニ（経営者）	・当店は立地条件が良い。オフィス街にあるが、商店街や官庁にも近く、近隣にホテルもある。週末や催事があるたびにホテルの客が来店し好影響をもたらしている。また、外国からの観光客も若干増えている。今後は気温も上がり、良い状況は変わらないとみている。
		コンビニ（経営者）	・来客数が増えないため、景気は変わらないとみている。

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
		コンビニ（エリア担当）	・現在は来客数の増加がみられるが、物価高に対して現在の実質賃金は厳しいため、春の賃上げがどの程度になるかで、今後の景気は変わってくるとみている。
		コンビニ（店長）	・物価上昇や能登半島地震の影響で、財布のひもは緩まないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・仕入価格の上昇で利益確保に苦慮しており、販売価格の設定が非常に困難な事態になりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・物価高騰が続くと予想されるため、景気は変わらないとみている。
		衣料品専門店（店長）	・行動制限がなくなった前年は礼服の動きが非常に活発だったが、購入者が一巡した今年はそのような追い風はないとみている。少子化も進んでおり、卒業式需要などへの影響が懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・ここ2～3か月の傾向から、今後も入学、卒業用途は安定した需要が続くとみている。ふだん着需要は春の天候をみないと何ともいえない。
		衣料品専門店（店長）	・物価の上昇は落ち着いているが、この先の景気判断は難しい。3月の人の動きが判断ポイントになるとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・最低賃金の引上げ、給与のアップ等、所得が上がっているという話を聞く。しかし、控除額も上がっているため手取りが変わらず、購買意欲は上がらないとみている。
		家電量販店（従業員）	・観光需要の消費が増え、家電製品の売上が落ちる傾向は続くともみている。
		家電量販店（従業員）	・4月になると3月の決算処分セールが終了し、新製品との入替えが始まる。店頭に並ぶ商品のほとんどが新製品になることで商品価格が上がったように感じ、買い控えが増える可能性がある。ただし、故障による買換え需要は現状と大きな変化はないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期に入るため、景気の良い状態は維持できると予想している。
		乗用車販売店（従業員）	・新年度前に車を購入する客の増加や決算時期が続くため、現状と変わらない良い状況が続くとみている。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・良くなる要素が見当たらない。変わらないとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現状から徐々に良い方向に向かうと考えたいが、原価高騰に伴う値上げの可能性もあり、しばらく状況は変わらないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・良くなる要素もなく、暖冬による影響は今後もあるとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・気温は下がっているが、配達灯油の販売量は伸び悩んでいる。他油種も増加は見込めない。
		一般レストラン（経営者）	・客から物価高の話をよく聞くことから、早々に景気が良くなることはなく、変わらないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・新年度が始まり、イベントなどでの消費活動は増えるが、個人の収入が急激に増えるはずはなく、余裕がない状況では必要最小限の動きしかないともみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・株価が上がっている割に身の回りの景気は良くない。景気が良いのは大企業だけである。
		旅行代理店（従業員）	・国内、海外旅行の個人、団体いずれも、先行予約状況は3か月前とほぼ同じ状況であることから、旅行業界の景気に大きな変化はないとみている。
		タクシー運転手	・2～3か月前は気温が暖かくなり、冬期間に比べると利用客は減少するものの、学校関係行事や役所・企業などの利用が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しく、余り良くない状況が続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・売上が増えても、経費も比例して増加する状況は当面変わらないとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・自社所有地での条件分譲で、戸建て住宅の受注予定は引き続きあるものの価格が低く、一般建築物の受注で受注額を何とかならしている。



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
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・世界で起きている紛争やそれに起因する物価高騰、能登半島地震などにより消費者の不安が高まっている。この先も生活防衛意識は高いまま変わらないとみている。
		一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・来客数、売上共に回復する兆しが全くみえない。これといった売れ筋商品もなく、暖冬の影響で冬物セールも厳しい。以前当市で全市民に配布した地域通貨などの起爆剤がなければ消費は戻らないとみている。
		スーパー(店長)	・災害や雪害が増えており、消費者の防衛意識が高まるのではないかと懸念している。
		コンビニ(経営者)	・インフレ、物価高により買上点数が少なくなっている。今後も物価の上昇が続くため、客の財布のひもはますます固くなるとみている。
		コンビニ(経営者)	・暖冬予報が出ており、引き続き除排雪業務の減少が予想されるため、当面は売上改善の見込みはない。
		コンビニ(店長)	・近い将来の明るい話題がない。マインドは低迷しており、この先しばらく客の買い控えは続くともみている。
		乗用車販売店(従業員)	・大手自動車メーカーの不正問題により一部車種の製造が停止している。また、この問題とは関係なく、車種によっては受注停止の車両が増えているため商談ができず、受注が見込めない。
		乗用車販売店(店長)	・大手自動車メーカーや損害保険会社の相次ぐ不祥事によって顧客の目も大分厳しいものになっている。実際に車両の受注キャンセルや保険の他社流出などが発生している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・食品の物価上昇の勢いは落ち着いてきたものの、エネルギー関連などの生活費が上昇している。賃金上昇が実感できないなかで、イベント日と通常日の差が一層広がっている。大みそかと初売りは盛況だったが、通常日となる今後は節約志向が高まる。
		一般レストラン(経営者)	・予約状況が良くない。物価高騰、コロナ禍以降における客の飲み方の変化や団体客の人数減少の影響が大きい。やや悪くなるとみている。
		観光型ホテル(スタッフ)	・単価の上昇や物価高の影響で客足は鈍るとみている。
		観光型旅館(経営者)	・物価や光熱費等の値上がりや増税の話など、良くないニュースばかりで景気好転の要素がない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・1月は年間で最も忙しい月であるため、この先は1案件ごとの人数は少なくなる見込みである。
		タクシー運転手	・日中の人の動きは活発だが、タクシー利用に関しては客単価が低い状況は変わらない。加えて、年度末にかけては買物客の利用が減るとみている。
		通信会社(営業担当)	・今年も値上げラッシュが続き、家計を直撃する。政府の補助金による施策は一時的なものであり、消費税の廃止など思い切った対策を講じない限り、景気は徐々に悪くなるとみている。
		通信会社(営業担当)	・物価高に賃上げが追い付かない。
		設計事務所(経営者)	・設計に係る業務報酬基準が見直され、1月に告示されたことにより、4月以降の官庁発注案件の予算取りや民間が追随することを期待しているが、すぐには変わるとは思えず悪い状況が続くとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕(従業員)	・住宅設備機器は省エネを意識した製品への買換えは増えるともみている。リフォームは補助金制度が活用できるようになるまで高額な工事は控えるともみている。
	×	スーパー(経営者)	・可処分所得が伸びないなか、引き続き3月4月も値上げが続くため、節約志向が更に強まるとみている。
	×	コンビニ(経営者)	・当地域で建設業関係の仕事がかなり減っていることと、農業をやめる人がいることが大きな原因となっており、2～3か月後は悪くなるおそれがある。
	×	コンビニ(経営者)	・年が明けてから来客数が前年を上回る日がほとんどなく、特に週末はひどい状態である。この先上向きは見通せず不安である。
	×	競艇場(職員)	・来場促進イベントの効果で年末年始は人の入りが非常に良かった。しかし、毎年この後の2～3か月は売上が極端に下がる傾向にあることから、景気は悪くなるとみている。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連  (東北)		金属製品製造業（経営者）	・期待を込めてではあるが、前年より良くなると話す人が多い。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・先々の生産見込み情報が出てきており、受注の見込みも増えている。売上は良くなるとみている。
		建設業（従業員）	・官庁発注案件など、年度末の駆け込み契約等による受注が一定量見込まれる。
		金融業（広報担当）	・賃上げの期待を根拠とした一般消費の底上げ、春祭りを目指した経済の動きの活発化が期待できる。
		司法書士	・相続手続の相談が増加している。
		公認会計士	・製造業の業績回復の程度による。部品不足等が解消されて売上が上がってくれば、他の業種はある程度の業績を確保しているため、全体としての景気はやや良くなるとみている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・能登半島地震の影響で宴会を自粛する動きは少なくなるとみている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが落ち着いている。
		農林水産業（従業者）	・今年は暖かい日が多く、雨や雪が少ないことから、栽培が例年より難しくなるとみている。今後の天候や生育に注意が必要である。
		食料品製造業（営業担当）	・販売に苦戦し、販売量の前年割れが続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度初めの仕事の受注が見込める。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・首都圏経済の発展と地方経済の衰退のギャップ拡大が続く。構造的な変革をもたらす政策がなければ、地方経済の景気は変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先の生産計画が増えていない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の半導体製造企業の開発スケジュールから判断して、この先2～3か月の短期間に大きな変化はないとみている。
		建設業（従業員）	・例年、冬期間は完成工事が減少するが、今年は降雪量が少ないため例年よりは良くなる見込みである。
		建設業（従業員）	・建築資材不足や価格高騰が続いている間は状況は変わらない。
		輸送業（経営者）	・景気のプラス要因が少ないなか、運輸業界では4月から2024年問題が始まる。業界としては運賃を上げざるを得ない状況だが、1次産品を始め、多くの生産財・消費財の物流コストが上昇することになり、賃上げもあいまって更に物価が上昇すると予想している。結果、物の動きが悪くなるのではないかと危惧している。
		通信業（営業担当）	・顧客から同業他社への切替えの相談をされることから、当社のメリットを感じてもらえるよう対応していく必要がある。
		広告業協会（役員）	・コロナ禍で実施していた必要最低限の広告出稿計画が定着した企業も多い。当分は広告業界が大きく飛躍することは難しく、横ばいの状況が続く見込みである。
		広告代理店（経営者）	・受注量の先行きが見えない。
		経営コンサルタント	・政治が不安定なことに加え自然災害の頻発等、生活者の意識が前向きになりづらい状況が続いている。
		コピーサービス業（従業員）	・景気回復の施策に有効性がみられない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・景気を左右する情報や見通しがなく、変わらないとみている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・総じて受注量、見積案件の動きは低調であり、この先良くなる動きがみえない。
		農林水産業（従業者）	・肥料価格は前年より下がったものの、依然として高値が続いている。さらに、前年交付された肥料の価格高騰対策の助成金は今年は見込めない。
		食料品製造業（製造担当）	・原料、資材、物流費、人件費等の高騰は続く。販売価格に転嫁しにくく、収益構造を変えていく必要がある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・客先からは状況が良くなるような話は少ない。2～3か月後はやや悪くなるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・物価の上昇が止まらず、受注しても低単価商品であるなど、購買意欲が低くなっている。
	x	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注が減少しているため、厳しい状況が続く。
雇用関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・サービス業やインバウンドなどの需要は底堅く回復している。また、能登半島地震など不透明なリスクはあるものの、復興需要なども見込まれ、緩やかながら景気は上向くと予想している。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後ようやく動きが出てきている。新規事業への取組や新商品の展開などの話題も久々に出てきているため、少しずつ明るいムードになっている。特に当県では海外企業の半導体工場の進出が明らかになって以降、期待感とそれに対応しようとする前向きな雰囲気がある。
		職業安定所（職員）	・物価高は受け入れるしかないため、徐々にインフレ下での個人消費拡大、企業の収益改善、賃上げのスパイラルが生まれてくるとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・大手自動車メーカーの不正問題による出荷停止で、一部取引企業で減産等の影響が出ているが、徐々に緩和するとみている。
		人材派遣会社（経営者）	・コロナ禍は一段落し、価格が高騰している原料の対応も進んでおり、各企業はこの先業績を伸ばすための戦略を実行するフェーズになっている。今後も景気の良い状態が続き、求人も引き続き問合せが増えるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・来期採用計画は各社調整中で、まだ方向性がみえない部分がある。
		人材派遣会社（社員）	・景気が大きく変わる要素は見当たらず、変わらないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束が見えない。能登半島地震が今後の経済にどう影響を与えるのかもみえてこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価や人件費の高騰が続く影響もあり、広告の活況は余り期待できない。
		職業安定所（職員）	・複数の求人事業所から、売上は伸びているがコストの増加が収益を圧迫しているという声が寄せられている。
		人材派遣会社（社員）	・労働者数の減少に伴い、人材会社の売上は減少するとみている。
		アウトソーシング企業（経営者）	・今後ますますA Iが当社の業務分野に入ってくるとみている。
		職業安定所（職員）	・資材価格高騰や人手不足、人件費負担増を訴える企業が増加している。
		職業安定所（職員）	・コロナ禍後の施策により、一部に経済的な回復がみられるが、体力的に疲弊した中小企業の倒産も相次いでいる。原材料や人件費、エネルギーの価格高騰が止まらない状況では、景気はやや悪くなるとみている。
		職業安定所（職員）	・景気が上向く要因が見当たらない。
		学校〔専門学校〕	・現況の改善のためには、世界情勢を踏まえた国主導の対策が必要とみているが、その方向性がみえない。
	x	-	-

### 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）	・乗客数の大幅な増加が続くと、運動して売上の大幅な増加につながる傾向にある。取引先各社もこの状況を見据え、従来以上の集客策、売上策を実行していくと推察している。
		都市型ホテル（総支配人）	・2月中旬から3月以降は、インバウンドや各種スポーツ団体等が動き出し、ある程度の売上や稼働が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・販売量や単価を含め、非常に動きが良い。海外旅行案件もかなり多くなっている。
		百貨店（営業担当）	・食品エリアの好調に伴う乗客数の増加で、ファッション関連の婦人服や化粧品を中心に、買い回りの促進傾向がみられ、売上も回復傾向である。

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
		百貨店（店長）	・売上は前年実績を超えて推移しており、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年比でもマイナス5%未満と、回復傾向にある。
		コンビニ（店長）	・春になってきて、卒入学式等で客が増えてくる。
		衣料品専門店（統括）	・年末年始を過ぎると、客の購買意欲が大分落ちる。また、3～4月にかけて暖かくなると、祭り等も活発に開催され、それにつれて販売量も増えてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、普通車の生産ラインの稼働率が新型コロナウイルス感染症発生前並みのフル稼働になっている。したがって、客から受注が入ってからの納期は1～2か月後までに短縮されている。
		乗用車販売店（従業員）	・受注が多くなり、受注残も増えてきている。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・最近の低迷は季節的なものだが、いまだ新型コロナウイルス感染症の収束以降の回復途中とみられる。イベント等も変更や中止もなく行われている。能登半島地震からの復興とともに景気が回復することを祈念する。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・歓送迎会の時期なので、若干の期待はしている。ただし、現時点での問合せや予約はまだない。
		一般レストラン（経営者）	・春になるとイベントも増え、たとえ不景気だったとしても、街に人が出てくるので、来客数は増えるはずである。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・飲食業だが、前年12月に値上げをし、新しい価格が大体浸透してきて客もそれなりに増えている。このところ各メーカーから、3月頃から各種仕入商材の値下げの話が出ている。大きいものでは、油等が値下げの方向にあるため、当社も原価を抑えることができ、その分客へのサービスができる。売上自体は増えていくだろうし、株価の調子も良いということ、やや良くなる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食部門では、新年度からの新規受託に向けて、営業開拓を進めている。社員食堂の新規受託等は増加が見込まれる。ただし、賃金格差や人材確保難が重しとなり、労働集約型産業にとっては、厳しい状況となっている。
		都市型ホテル（支配人）	・来月からは梅祭り等もあり、宿泊部門の稼働率や単価、宴会部門の歓送迎会、総会等の受注、いずれも前年を上回っている。
		旅行代理店（経営者）	・春先から、コロナ禍明けで少しずつ受注が増え始めたことがプラス要因で、物価高で旅行自体を実施するか否かを考える客が出てきたことがマイナス要因である。プラス、マイナスで考えると少しプラスではないか。
		旅行代理店（所長）	・株価上昇もあり、春に向けて国内旅行者、インバウンド共に増加が期待できる。地元のイベント等も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。
		テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響によるマイナス要因が減少し、少しずつ良くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・天候が良くなるため、ゴルファーは戻ってくる。どこまで持続するかについては心配である。
		美容室（経営者）	・国が新NISAを推進しているが、富裕層が税金を免れ貧富の差がますます開くばかりで、低所得者層への恩恵は薄い。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・イベントや行事が再開されてきているが、にぎわいはそのときだけで、後は少し寂しい感じである。これでは先の見通しが立たない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年から、売上が新型コロナウイルス感染症発生前に匹敵する月が続いており、この傾向は今後も継続するとみている。周辺と同業者も同様の見解である。人手不足と海外情勢の不安定さが、引き続きの懸案事項で、能登半島地震や国内外で起きている航空機関連の事故等も不安要素である。観光のような娯楽にお金を費やすことへの自粛ムードが高まるのではないか。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・当地では今はイベントがないので、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・人流は引き続き拡大するとみられる一方で、慎重な消費行動は継続する。地方都市ではインバウンドや賃上げといった消費拡大に向けた要因はほぼなく、景況は現状維持が見込まれる。

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
		スーパー（総務担当）	・改善される要素が見当たらない。
		スーパー（商品部担当）	・悪い現状を維持するのが精一杯である。仕掛けをし続けているものの、良くなる要素が1つもない。
		コンビニ（経営者）	・店舗前の道路工事は3月で一段落し、少しの休みを経て再開予定である。しばらくは交通量の減少が続くため、来客数が減少し、売上に影響するとみている。
		家電量販店（営業担当）	・能登半島地震の復興支援が1日も早くできることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる話も悪くなる話も聞かない。
		自動車備品販売店（経営者）	・特に、良いも悪いも材料がないので、変わらない。ただし、何か悪いこと、良くないことがあるとデリケートに反応がある。株価が良くても、今は余り良い傾向にはなっていない。ここ数年、何かネガティブな話があったりすると、すぐに失速してしまう。
		住関連専門店（店長）	・値上げの影響で必需品についても買い控えが続いている。1円でも安く買おうという客の姿勢が見受けられる。
		その他専門店（総務担当）	・客からの見積依頼件数が減少している。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる見通しがなく、皆できるだけ節約しながら生活している。賃金が上がらない限りは良くならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今月は新年会等で宴会場の稼働率も良く、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいてきている。年明けから2～3月もコンスタントに受注できている。宿泊はビジネス利用がメインのため、今月中旬までは低調に推移していたが、下旬に入ってから稼働率も戻りつつある。ただし、動き出しが鈍いため、2～3月の予約はまだ芳しくない。コロナ禍では宿泊が下支えしていたが、現在は宴会売上が基盤となって支えている。
		旅行代理店（営業担当）	・春の行楽シーズンを迎えるが、4月以降の値上げの動きを受けて、どのように客の動きが変わるか読めない。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないため、この先も変わらない。
		通信会社（社員）	・業界大手による越境営業が続くことで、今後2～3か月程度で状況は変わらないと思うが、中期的な視点では、特に中小規模の同業者の業績悪化が懸念される。
		通信会社（営業担当）	・賃上げ等の給与所得に関する好材料があれば、景気は良くなる可能性がある。ただし、実施されたとしても大手企業の一部にとどまると思われるため、効果が期待できない。
		通信会社（局長）	・物価高はこのまま高止まりの状態で推移していくが、上昇分に見合う給料の増加はすぐには見込めない。
		競輪場（職員）	・株高が過去にない数値で推移しているが、円安は相変わらずで国内消費が増えない。また、給料や高齢者の年金給付額が物価上昇に追いついていないことは変わらない。
		設計事務所（所長）	・コロナ禍で冷え込んだ景気は少し上昇してきている。ただし、様々な物の価格高騰の影響で、極端に上がることはない。
		商店街（代表者）	・当市では来年度から小学校の統廃合に着手することになり、取引のある小学校が閉校になるため、今後の動きを注視したい。
		コンビニ（店長）	・プレミアム付商品券の使用期限が1月31日までであるため、今月末は商品券の駆け込み利用があった。その影響が先行きにマイナスに出る。
		衣料品専門店（販売担当）	・年度末から年度初めにかけて、春に向かって若干暖かくなってくれば、人の動きが良くなるのではないかという希望的観測はある。ただし、今の状況で購買意欲を上げさせるような雰囲気づくりは難しい。今後は1つずつ、細かいことでも、客と接点ができるような方法を掘り起こしていくしかない。
		住関連専門店（仕入担当）	・これまでは来客数、買上点数の減少を値上げによる単価上昇分でカバーし、売上を維持してきたが、今後はそれも一巡し、厳しさは増してくると予想している。
		都市型ホテル（経営者）	・インフルエンザの流行による外出控えが、外食産業に少なからず影響を及ぼすのではないか。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症も第10波に入ったようで、また、外での飲食控えが増えて、夜が静かになりそうである。

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
		通信会社（総務担当）	・例年3月後半から、販売量が減少する傾向にあるため、やや悪くなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・自動車整備に限定すれば、人手不足が離職につながる悪循環の状況である。当社もここ1年半で、28名から21名に減員となっている。1店舗を休店して、2店舗を何とか支えている。完全予約制を導入し休日を増やす等、更なる離職を防ぐ方針を採り入れている。こうした状態はいずれの職種も同じようで、景気の回復は遠い。
		住宅販売会社（経営者）	・倒産件数が増えるなか、同業者の廃業も目立ってきて、業界自体のイメージが悪くなっている。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・建築費用の高騰により、銀行融資額が足りず、客の希望する内容が実現できないために計画が見送りになるケースが増えつつある。所得の増加が待たれる。
	x	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価高に実質賃金が追い付いていない。客が何を買い控えるかといえば、やはり家電は後回しになってしまう。景気としては悪くなる一方である。
	x	家電量販店（店員）	・春闘で大幅な賃上げが実施され、消費行動に影響が出れば、良くなるのであろうか。
	x	乗用車販売店（経営者）	・勤労意欲が低下したままの状態のため、悪くなる。
	x	通信会社（経営者）	・高齢者が多い地方では、良くて横ばいである。当地の人口減少と同様に顧客も減少していくので、先行きは暗い。物価高の現状では、目先の売上も期待できない。
企業 動向 関連  (北関東)		窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年より天候が良く暖かい日が続くと思うので、商材が早めに出ている。今後もこの傾向は続くともみている。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の生産計画によると、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、世の中が動き始めている。ただし、本格的に動き始めるのは、4月以降ではないかと予想している。今よりも少し良くなるという印象を受けている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量が増加しており、収益の改善が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・当面は、現状維持で推移していくものとみられる。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先の様子も変動があり、いざ注文が入るかと思うと取消しというようなこともある。将来のことは本当に分からず困っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今月の受注額も、目標数値に近い状態で安定している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先全ての業種が低迷しているため、景気は悪いままで変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・中国経済は不動産不況が気になるが、現在では中国向け製品の生産も変わりはなく、影響は特にみられない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月まるで変化がなく、今後についても取引先、競争相手等から良くなるという話は聞いていないため、しばらくは変化のない状況が続く。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・円安等もいまだに続いているため、変わらない。
		輸送業（営業担当）	・新年度を迎えるに当たり、新生活用品、白物家電や生活雑貨、引っ越し依頼等は前年並みの輸送を確保予定である。ただし、2024年のドライバーの労働条件規制等による車両不足が心配される状況である。
		経営コンサルタント	・今春の賃上げの動きが中小企業にも着実に広がることが確認できれば、個人消費が促され、企業の生産活動も良い方向に動き出す。
		社会保険労務士	・インバウンド消費の恩恵が余りないため、しばらくは現状が続くのではないかと。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・2月、3月から計画どおりに減産となる。今のところ、減産の期間や数量に変更はないものの、期間の延長や数量が増える懸念がある。来月からの先行きは、かなり不透明である。
	建設業（総務担当）	・工事が足りない。補正予算に期待するしかない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業担当）	・人件費や材料の価格高騰等で、資金繰りが厳しくなる企業が出てきている。
		不動産業（管理担当）	・人手不足が一層深刻になってきそうだが、時給や賃金を更に引き上げなければ募集をしても応募がなく、対応できる業務が減って売上が減少する懸念がある。
	x	建設業（開発担当）	・今期も残り3か月だが、現状の当社受注額は10%減少と決算が心配である。
雇用 関連  (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・観光地等のホテルや旅館等ではまだ人手不足である。ただし、外国人等も含めた観光地での散策等の人出は増えているので、徐々に求人も動いて伸びていくのではないかと。ガソリン価格も落ち着いているため、行楽需要に伴った衣料品やレジャー用品等も伸びていくとみている。年度末に向けて工事にも活発さが出ると思うので期待したい。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・本校に在籍している留学生の状況からも分かるが、外国人による日本での消費が活発に行われており、今後もその傾向は継続されると考えられる。
		人材派遣会社（社員）	・2～3か月先も今と変わらず、周辺企業や経済の環境は良いとみているが、人口減少や人手不足もあり、当社では引き合いはあっても受注自体が難しい。今後、人材不足は悪化していくと予想するが、それは他の企業も同じ状況だと思うので、そういったところが不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・物価高騰により管理コストが増大している。賃上げ要求をどこまで取引先に理解してもらえるかによって、今後の業績に影響を及ぼす。
		人材派遣会社（管理担当）	・派遣社員の増員と減員の話が少ない状況は、変わらない。
		人材派遣会社（従業員）	・人材派遣の依頼がない状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・主要産業の新規求人数の前年同月比は、医療、福祉分野は増加傾向で推移しているものの、建設業、製造業では減少、増加を繰り返している。
		*	*
	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)		一般小売店〔生花〕（店員）	・3月は卒業式やお彼岸があるため、確実に良くなる。催物があるときは花屋は強いので、期待している。あとは、天候次第である。天候が悪いとやはり売行きが悪くなる。天候が良く、卒業式や退職、入社式などでたくさん利用があると、見通しが明るくなる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・株価上昇による高額品ニーズの高まりに加え、引き続きインバウンドが前年比300%で推移する（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・株価も好調に推移しており、消費者心理はより良い方向性に向くものとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・全く別の活動を始めている。新しい販路も開拓している。
		高級レストラン（役員）	・3か月後はちょうど四半期末の3月を超え、春季でもあり、再度予約や問合せも出てくると期待できる（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・売上増加の兆しが出てきていることから、今後も身の回りの景気は改善するものと推測する（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春に向けて、団体利用等の問合せが相次いでおり、今よりは良くなる見込みである。
		ゴルフ場（経営者）	・4月以降はゴルフ業界にとってハイシーズンとなるため、来場者数の増加が期待される。
		商店街（代表者）	・暖冬傾向が続くので、今続いている良い流れは途切れなない。能登半島地震による一部マインドの冷え込みはあるものの、街自体は被災地とも縁故があるため、被災地を盛り上げていくという別のモチベーションでプラスに働く（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〔文房具〕 (経営者)	・前年1月頃から売上及び来客数が前年と比較して増加傾向にある。インバウンド観光客の来店が増加していることもあり、来月以降も今月以上に売上は伸びるとみている(東京都)。
		一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・米国の株価が上昇しているため、日本の株価上昇も期待できる。米国で大統領選挙があり、景気が良くなると予想できるので、日本もその恩恵を受ける。
		一般小売店〔傘〕(店長)	・新入学の時期になれば需要も増えると期待している。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・新年度向けに販売量の増加が見込まれる(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・国内消費が堅調であること、引き続きインバウンドの拡大が見込まれることから、やや良くなる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・物価上昇による客の消費マインドの厳しさもあるが、春闘での賃上げが多くの業種で行われる見通しもあり、一進一退ではあるものの少しずつ良くなる。
		百貨店(販売促進担当)	・物価上昇にも慣れが出てきて、年末年始商戦も活況であった。春の新生活やお花見商戦においても、人の集まりなどが見込まれ、改善が期待できる(東京都)。
		百貨店(財務担当)	・インバウンド販売量の拡大に加え、物価高の不服感や賃金の上昇により、国内における個人消費の改善が景気を押し上げる(東京都)。
		百貨店(管理担当)	・前年4月はコロナ禍であったが、今回は通常の4月となり、入園入学や外出も増える(東京都)。
		スーパー(経営者)	・インフレに転換して1年以上経過し、消費者も価格上昇に慣れてきた。今後、賃金上昇分を消費に回す余裕が生まれれば、実体経済の上昇も期待できる。
		スーパー(総務担当)	・購買意欲が高まっている。
		スーパー(食品担当)	・消費が活発化している(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・今後、給料アップが見込めそうである(東京都)。
		家電量販店(店長)	・訪日客によるインバウンド需要が衰える要因は見当たらない(東京都)。
		家電量販店(経営企画担当)	・物価高の落ち着き、能登半島地震の復旧復興がみえる。春先の移動マーケットも力強い動きがある。日本銀行の政策転換等の材料がそろえば、景気浮上の可能性はある(東京都)。
		乗用車販売店(総務担当)	・決算月を控え、活動が増え、売上が増加する。
		一般レストラン(経営者)	・2~3か月先は3~4月で暖かくなるので、今よりは景気が良くなる。人の動きも活発になり、売上も少しずつ増えていく。3月はケータリングの予約も結構入っているの、今よりは良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・インバウンドは今後も好調が続く(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・客や他社の動向をみると、やや良くなるような気がする(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・人が動く時期になり、歓送迎会の需要も見込める(東京都)。
		その他飲食〔カフェ〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症が収束し、カフェの新規オープンが前年から続いており、観光地での新規オープンなども多い。海外の客がとて多く、活気がある。その反面、コロナ禍で急速に増えた自家焙煎のコーヒー店は減少傾向にある。コロナ禍に別事業体でオープンしたものの、閉店したカフェなどもある。別業態からカフェを運営する厳しさを感じている(東京都)。
		都市型ホテル(経営者)	・3か月先は年度替わりで歓送迎会等が見込まれている。また、近隣の大型コンベンション施設でのイベントも順調に入ってきているようで、期待している。水道光熱費もやや落ち着いているため、原価の高騰が落ち着けば、回復が更に進むのではないかと。
		タクシー運転手	・2024年度の大規模な賃上げを表明する企業が相次いでいるので、良くなる(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
		タクシー運転手	・いまだに深夜の利用が少ないのが気になるが、前年辺りから昼間の利用は良い状況が続いているので、かなり期待できそうである。終電後まで飲み歩く人は少ないようだが、昼だけ効率良く頑張れば、売上はかなり期待できる。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れて、日常生活が戻りつつある（東京都）。
		通信会社（経営者）	・受注が増加傾向にあるため、機器を順調に納品できれば、この先の景気は良くなっていく（東京都）。
		通信会社（局長）	・当社としては、他社とのコラボも複数増えることから、今までの転居解約者のインターネットサービス継続率が上がるため、その分純増ベースでは上向きとなる（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・中心事業は堅調に動いており、仕掛中の案件も例年より増加している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・販売戦略の見直しなど、大幅な刷新を予定している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・前年、一気にアフターコロナが進んだが、今年に入って少し落ち着きを取り戻したかのように感じる。
		その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・能登半島地震の影響はあるが、中小企業全体にも賃上げの動きが実現されればやや良くなる（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・春先にかけてインバウンドや法人関連の予約は堅調であり、さらに、賃上げにより個人消費も高まる（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・新規案件の話は入ってきており、契約できそうなところまでできている。あとは時期の問題になっている。
		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、観光用に準備しているホテルの業況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ための景気対策をお願いしたい。
		住宅販売会社（従業員）	・今月が悪過ぎるので、今月よりは良くなる。子育て世代への優遇政策、税制によりもう少し販売量が増える。注文住宅の販売量がなかなか回復しないため、建売分譲を増やして販売量の増大を狙っている。
		商店街（代表者）	・最近の商売の傾向に、来客数が若干減少傾向にあること、買物に大変慎重であること、それから現実的で夢がなくなったことがある。着物業界というのは夢を売る商売なので、非常に残念に思っているが、何とか頑張るしかない。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	・人の流れがあり、ギフト商材が新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準で売れるようになっている。また、春に向かって行事の予約注文も順調に入っているため、売上に期待している。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	・賃金アップが盛んにいわれているが、実際問題として中小企業ではなかなか大変である。物価はまだ上昇基調であり、この先3か月で良くなるとは思えない。
		一般小売店 [祭用品]（経営者）	・物価上昇の影響か、客の価値観や金銭感覚が変わり、なかなか消費につながらない。
		一般小売店 [茶]（営業担当）	・今の時期はインフルエンザの流行もあり、まだマスクをしている人が多いようで、なかなか景気が良くなるようには思えない。ノーマスクの状況になれば少しは良くなるのではないかと。社員一同、そこまで頑張っていく（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・原油価格の高騰、海賊の影響による欧州からの荷物の遅延もあり、値上げの加速を実感している。買い控えはないが、必要な物をしっかりと見てから購入している客が多い（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して約1年が経過した。今までは前年比2けたの伸びが当たり前であったが、そろそろ頭打ちになり、今後の伸び率は鈍化するとみている。一方、賃金については、大企業が率先して賃上げ方針を示しており、中小企業も追随する気配を見せていることから、売上は堅調に伸びていくと予想している。反面、人件費、原材料費の上昇を原因とする経費増加が経営に与えるインパクトは大きく、企業倒産の懸念は残る（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
		百貨店（総務担当）	・先行きの不透明感があるなかで数か月が経過し、結果としては、消費という面からの景気は上向いていたといえる。このまま、同じような状況が続くのであれば景気は上向きと判断したいが、実感としての不安要素も多く、判断が難しい（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・既に景気が良い状態が続いており、もう一段加速するとすれば、中国からのインバウンドの本格的な回復か、国内の賃上げが一段上のレベルに達するかどうかである。いずれにせよ、これらの要素は現時点では実現する根拠が不足しているため、変わらない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・モチベーションやイベントなどへの反応は良いが、まだ必要な商品を選んで購入している状況は続いており、消費意欲は高くない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・マスクなしの消費が丸1年は過ぎたため、アフターコロナの生活を想定した品ぞろえの変更などの営業努力も行うことで、現在の微増の状況を維持したい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの好調は継続するものの、一定規模で落ち着くと予測している。他方、能登半島地震の影響からか、国内消費については関西圏の店舗で一時的に鈍化している。足元は少し復調の兆しも出てきているが、依然として物価高など不透明な情勢が多く、国内消費も大きく回復するとは思えない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンド、国内消費共にしばらくは今の傾向が続いていく（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・春の生活需要シーズンを迎えるが、物価高の影響から現状の不調、伸び悩みが続くと予測している。現状ではインバウンドなど一部の領域のみに依存せざるを得ないこともある（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・直近数か月の来客数や売上の動向から、伸びが鈍化している（東京都）。
		百貨店（店長）	・新生活や卒入学等のオケージョンニーズに期待はあるものの、当社商圏においてインバウンド等のインパクトのある与件はない。
		スーパー（経営者）	・比較的安定した良い状態がこのまま続く。前年、前々年と比べて大分商品単価が上がっているため、来客数や買上点数がさほど変わらなくても売上が増加するという構図がまだ続くともみている。今後も同じ状態ではないか。
		スーパー（経営者）	・客の動向が回復しない状態が続くそうである（東京都）。
		スーパー（店長）	・買上単価は上昇しているが、買上点数の落ち込みが続いている。総体的に売上は伸びているものの、値上げのピークが収まる春以降の売上が懸念される。
		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、値上げの影響もあって売上は好調であるものの、販売量自体が増加していないため、上向き基調になるとは考えにくい（東京都）。
		スーパー（店員）	・特に新規客が大幅に増加する見込みもないことから、現状の来客数のまま変化なしと考えれば、良くて今までどおりの売上で推移する（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・来客数並びに販売点数は前年並みで、単価が若干上昇している。この構造は変わらない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・値上げによる物価高で客単価の伸長が継続しているものの、来客数が伸びていないため、今後も大きく変化はしない。可処分所得が増えない限り、景気は良くない。
		コンビニ（経営者）	・特にはないが、他の地区でキャッシュレス決済の25%還元サービスなどが行われると、当地区は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・不安定な要素が多い（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・当店の周りだけの事情かもしれないが、高齢者が多いことと、街道に面しているため客が通り過ぎてしまおうか、立ち寄っても休憩のためでコーヒー1杯だけという状況なので、景気が上向くとはとても思えない。
		コンビニ（エリア担当）	・来店客の増加傾向は継続しており、好調を維持する見込みである。一方で、客単価は値上げの影響が一巡して前年を割り込む傾向になってきたため、トータルで前年並みくらいで推移するのではないかと（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
		コンビニ（商品開発担当）	・能登半島地震の被災地の復興は進んでいるものの、政治も不安定で、好転しそうな明確な要素が今のところ見当たらない（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・物価が高く、1つ1つの価格が上がっている。元よりコンビニの商材はやや高いと感じる客も少なくないはずである。それでもコンビニで物を購入するには、早さや便利さ、近さなど何かしらの価値を感じているからである。春に向けて景気が大きく変わるとは思えない。1～2年前と比べれば景気が良くなっているようにも感じるが、数か月先では特別変わることはなさそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる兆しがない。
		衣料品専門店（店長）	・前年からの物価上昇に伴う消費者の生活防衛が依然として続いていることに加え、1月に発生した能登半島地震の心理的影響より、生活防衛意識が一層高まっている。一方、新型コロナウイルス感染症により自粛していた入学、卒業関係などのイベントが例年同様に開催されていることから、対応次第ではやや良くなる可能性もある（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・諸物価の高騰は衣料品業界に特に影響がある。
		家電量販店（店長）	・物価高に対して収入が追い付いていない現状では、消費活動が活発になるという想像ができない。単価は上がっても、絶対数の減少が上回っているのが現状である。製造業や輸出関連企業は価格転嫁や為替の影響で良くなっても、末端の小売業の流れがすぐには変わるとは思えない。
		家電量販店（店長）	・物価上昇はまだ続くので、現状がしばらく続く。災害などもあり慎重になっている様子も見受けられる。
		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。前年度と比べて2割減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売もサービス部門も例年どおりの売上で推移する。
		乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻や能登半島地震などがあり、先行きの景気としては良い方向にない。物価高が続いているが、4月の春闘で給料が相当に上がれば、消費動向も上向いてくるので景気も良くなるだろうが、現状では厳しい状況が続くとみている（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売量に減少傾向がみられるため、注視が必要である。
		乗用車販売店（営業担当）	・車両本体価格の上昇に対して給料は上がらないので、まだ買い控えがある（東京都）。
		住関連専門店（店員）	・政府からの大きな対策は特になく、物価ばかりが上がっていく（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店もそうだが、周りを見ても景気が良いようにはみえない。じっとしているほかない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・景気が良くなるニュースを実感できるようにならないと購買意欲につながらない。2～3か月という単位では景気は良くならない（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・変わる要因がない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費行動が2極化している印象を受ける。投資活動をしている人は景気が良いが、一般の景気は悪い（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・コロナ禍明けの反動景気が見込めないことから、苦戦を強いられると推測している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・好調が続く予想だが、現在以上に上向くかは、原動力となる個人所得増加の実現可否に掛かっている（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	・当施設は法人の接待需要が多いため、身の回りの景況は企業の業績に左右される。3か月先の今年度の業績公表までは様子をつかがう状況が続くため、変わらない（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を境に、商店でもインターネット環境整備が課題になっている。対応の遅れは集客、売上にかなり影響を与えるのが現状である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・能登半島地震や物価高などいろいろな問題があり、3か月後も景気が良くなる兆しはない。海外から見ても、特に賃金だが、日本は安過ぎるので、その辺りを改善していかないと、海外に追い付いていけないのではないかと。
		旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の発生以来、地震対策や準備をしなければとすることで、ほかにお金を使うことを避けているようなので、なかなか景気が良くならない。
		旅行代理店（従業員）	・ここ数年は新型コロナウイルス感染症に振り回されたが、今年は影響を受けずに活動ができる。その点では、新型コロナウイルス感染症発生前と変わらずに活動できるものと期待している。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行代金の割安感がないため、現状がしばらく継続する（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・年明けからの客との話のなかで、進展は余りみえてこない（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・日本人客が動かないため、変わらない（東京都）。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているものの、客が増えるという感じはしない（東京都）。
		通信会社（社員）	・年度末に大口の特番企画が入ってきて、大幅に採算が改善する見込みが出てきている。ゲーム関連業界の盛り上がりの好影響がこの先も継続することを期待したい（東京都）。
		通信会社（社員）	・株高による景気刺激が続くとは思えず、春先には一旦停滞して、現在のバブル的な消費傾向は落ち着くとみている。夏の旅行予約が始まっており、春から初夏の消費は抑えられるのではないかと（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなる兆しが見えず、一進一退が続く。
		通信会社（経営企画担当）	・現時点ではこの先2～3か月での案件情報が少ない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・仕入価格の高騰は一旦収まったように見える。先行きは、変わらず安定するとみている（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・セット割引などの効果は、購買傾向に対して影響が薄い。
		通信会社（管理担当）	・競合に対する商材力の不足に対して対応を図ってはいるものの、3か月での対応は難しい（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・現状維持で進んでいくのではないかと（東京都）。
		観光名所（職員）	・繁忙期にもかかわらず、来客数の増加がみられない（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・依然として実質賃金は目減りしており、消費意欲は高まっていない。
		競輪場（職員）	・現場対応、業務体制は徐々に改善できているものの、根本的な改善にはつながっていない。組織的な応援がまだ必要な印象を持っている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・能登半島地震の影響で、企業コンペが自粛でキャンセルになった。正直なところ、今後は読みにくい（東京都）。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・悪くなることは想像できるが、街の人の動きを見ると、良くなるきっかけは見当たらない（東京都）。
		その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・今月の来客数の動きを見る限り、今後、短期間で景気が大きく変化する要素はない（東京都）。
		美容室（経営者）	・卒業式、入学式、入社式で幾らか来店頻度が良くなる。
		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）	・売上が増加しない状況がこのまま続く。
		その他サービス [フィットネスクラブ] （エリア統括）	・能登半島地震、航空機事故等の影響によりキャンペーンの出足が悪い（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・良くも悪くも変化の兆しはみえない。業務量、経費率は横ばいが続く見込みである。
		設計事務所（職員）	・社会的な背景が悪い状態のまま、やや停滞しているだけで下向きの傾向だと思う。期待を込めて変わらない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数などは余り変わらないため、変化はない。

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
		住宅販売会社（総務担当）	・コスト上昇分を価格に転嫁できていない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客の年齢層が上がってきており、これから購買力が増すようには見受けられない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客の現在の様子が良いようにはみえないために、やや悪くなるのではないかと。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・年度末予算等、外商においては、大きな案件はそれほど数がないのが不安要因である。又は、あっても単価が低くなっている。100万円以上の大口案件は少ないが、全くないわけではないので、しっかりこなしていかなければいけない。店頭においては、通常品は単価が上がり売れていないが、その分、非常用品などが売れている。ただし、今までの文房具等の分をカバーできるほどではない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・街の中心部にあった大型スーパーが閉店し3か月が経過した。街を歩く人が減り、商圈が狭くなったように感じる。
		百貨店（総務担当）	・改装前の売場面積の縮小から、来客数及び売上の減少が想定される。
		スーパー（経営者）	・今月上旬までは売上はまあまあだったが、中旬以降は買上点数が減少している。この傾向は以前からあったが、更に強まりそうである。可処分所得が増えないことにはかなり厳しい。
		スーパー（仕入担当）	・食品の値上げは一段落してきたが、まだ下がる要素はない。また、円安も続きそうで、輸入品の価格が高く、消費者物価指数は上がっていく。
		スーパー（ネット宅配担当）	・物流の2024年問題などで更に値上がりが予想される。一時的な節約や買い控えなどの影響がある。
		コンビニ（経営者）	・人手不足が深刻で、店を回すのが非常に困難になっている。
		コンビニ（経営者）	・スーパーやドラッグストアで安く売られている飲料や菓子類の販売量が落ちている。この流れはしばらく続きそうである。
		コンビニ（経営者）	・中小零細企業にとっては、物価上昇に追い付くほど賃金を上げることはできない。また、この物価上昇によって原価も上がっていることから利益は減少しており、社員の給料や時給を上げることは厳しい。今後どのようにしていくのか期待はしたい。
		コンビニ（経営者）	・利益が減っているなかで、我々中小企業は値上げへの対応が難しい。同様の中小企業は多い。そのため、倒産、リストラによる景気減速が懸念される。
		コンビニ（店長）	・年末から売上が前月実績を超えなくなっている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・我々繊維関連産業は輸入品が多いが、円安及び続いているガソリン価格高騰の影響で大変困っている。メーカー側も在庫を置かなくなっており、ジレンマがある。こうした状況が解消されない限り、なかなか回復は望めない。
		衣料品専門店（店長）	・配送コストや仕入単価が上昇していく一方で、商品単価に反映させるまでには時間が掛かっており、上昇に追い付かないため、利益を圧迫している。
		衣料品専門店（従業員）	・光熱費や食費などの値上がりが続く、しばらくは洋服等を買う気持ちにはならない状態が続く。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・資材の高騰により、コストが高くなっている（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーから連絡があり、能登半島地震により一部サプライヤーが被災した在庫の活用や、代替品の調査を継続しているものの、根本的な解決につながらず、納期の長期化は避けられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算の反動減は避けられない。
		乗用車販売店（営業）	・車を販売するためにいろいろな活動をしているが、それも余りうまくいっている感じがしない。
		住関連専門店（統括）	・半数以上の方がまだコロナ禍が続くと判断している。したがって、もうしばらく景気は良くなるのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は前年と比べると花粉の飛散量が少ない予想なので、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
		その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・正月明けの3連休を境に、客単価が低下傾向にある。円安で購買意欲の高かった外国人観光客が微減し、国内客の比率が少しずつ高まってきていることが要因の1つである。この傾向はしばらく続く(東京都)。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・能登からの入荷がストップしてしまったので、今後の品ぞろえが不安である(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・能登半島地震の影響、中国経済の低迷、中東情勢、ロシアによるウクライナ侵攻、米国大統領予備選挙等、不確定要素が多く、国内政治も不適切な政治資金疑惑で波乱含みである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・閑散期ということもあるが、1月以降の予約が伸びておらず、特に3月の謝恩会や歓送迎会の動きが鈍い。宿泊も、年末年始は好調だったが失速しており、平日は稼働が落ち込み、週末も満室にならない状況が続いている。
		旅行代理店(従業員)	・暖冬傾向でスキー場のクローズ時期が早まる可能性がある(東京都)。
		タクシー運転手	・年末から正月に掛けて、ふだんよりは出費が多く、今は切詰めるべき時期なので、どうしても今月、来月は客が減るのが毎年の流れである。3~4月に期待したい。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前も同様だったが、2月は客の利用頻度が最も少なくなる。さらに、コロナ禍明けで法人の乗務員が徐々に戻ってきており、稼働台数も増えているため、多少悪くなる(東京都)。
		通信会社(経営企画担当)	・業界に関連した法律が改正されれば、過当競争を助長し、収益に多大な影響を及ぼしかねない(東京都)。
		ゴルフ場(経営者)	・販売価格への転嫁が難しいなかで人件費が上昇し続けており、利益が圧迫されている。
		ゴルフ場(従業員)	・能登半島地震に加えて、大企業の不正、政権の不安定など人災もあり、国内経済の先行きが不安である。米国大統領選挙の結果次第では、日本にも大きな影響があることが懸念される。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・教育費に掛ける費用が徐々に減っている。新年度の4月を迎えるが、やや悪くなるのではないかと。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・季節講習の受講率などが顕著に低くなっている。
		設計事務所(経営者)	・前年秋から年末にかけて、当社の仕事は非常に良かったが、営業面において、1月は全く方向を見失っている。ひとえに政治の問題ではないか。そこに能登半島地震が発生した。よほど内閣がしっかりしていないと、国が方向性を見失ってしまう。
		設計事務所(所長)	・全体的に仕事量がさほど多くないのが現状である。資材高騰等が非常にマイナスに影響している。
		住宅販売会社(従業員)	・現状から大きく景気が良くなる見通しはない。富裕層の投資需要は堅調との話が出ているが、まだ実態と結び付いていない。今後に関しては、何か対策を講じなければ厳しい状況が続く。
		その他住宅〔住宅資材〕(営業)	・一定の建材物件需要はみられるが、大型案件は少なく、見通しは良くない(東京都)。
	×	一般小売店〔家電〕(経営者)	・本当に厳しい状況で、見通しが暗い。どうなっていくか何ともいえないというのが正直なところである(東京都)。
	×	一般小売店〔家具〕(経営者)	・景気の先行きだが、耐久消費財である家具業界はこれから先も非常に厳しくなり、良くなる要素が見当たらないため、現状が続いていく。内装関係の仕事もしていることで何とか維持しているが、物が売れないのが現状である(東京都)。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	・経費の上昇分を価格に反映できない。
	×	一般レストラン(経営者)	・2月は歓送迎会なども特になく、1年で最も売上の悪い月なので、3月に向けてまた何か新しいことを考えていきたい(東京都)。
	×	タクシー(団体役員)	・タクシー乗務員は順調に増加しており、乗客の増加は期待できない。
	×	通信会社(管理担当)	・物価高が続いているため、購買意欲は限定的である。

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	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問題は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12月に一服したものの、1月には再度円安方向に振れていることなどから、今後も物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
企業 動向 関連  (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3～4月は今よりも受注予定がある（東京都）。
		電気機械器具製造業（経営者）	・来月以降の受注残が以前と比べてかなり多い（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・12月決算で、2月に期末賞与も出す。景気は上向きである。
		食料品製造業（経営者）	・いろいろ消費が喚起されそうな計画が出てきているので、期待している（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・コロナ禍で止まっていた新年会や卒業式などの注文が多く入ってきている。
		化学工業（総務担当）	・取引先からの状況聴取では、先々の受注量増加が見込まれている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・このまま予定どおりに増産すれば、やや良くなる。ただし、災害や紛争などといった事態による影響も考えられるため、油断はできない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体大口価格の上昇に加え、新製品開発要求も維持されているため、徐々に社員の景気も良い方向に推移していくと予測している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・客の新車購入時の納期もかなり短縮されている。自動車業界はコロナ禍から順調に回復している。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・春に向けて繁忙期を迎える（東京都）。
		建設業（営業担当）	・年度が替わり、受注量が多少増えることが予想される。
		輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、新型コロナウイルス感染症発生前の生活スタイルに近づいている。若しくは、抑制された生活から解放された感があり、業界によってはイベント開催などが新型コロナウイルス感染症発生前を一部上回っている（東京都）。
		金融業（従業員）	・円安傾向が続くなか、卸売業の一部事業者からは、取扱商材の7割以上が輸入品のために利幅が縮小しており、資金繰りに苦労している、という声が上がっている。ほかにも人手不足など課題は山積しており、中小事業者は依然として厳しい経営環境に置かれている（東京都）。
		税理士	・株価の高止まりに続き、輸出産業の好景気はしばらく続きそうだが、円安傾向も長引きそうである。大手では賃上げが進んでいるが、中小企業はまだ時間が掛かる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・受注が増加している状態が数か月は続く。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・3月末で5か所の赤字物件からの撤退が決まった（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・震災やいろいろな問題が落ち着けば、気持ちも前向きになり、消費も良くなる（東京都）。
	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・取引先の動きから判断している（東京都）。	
	繊維工業（従業員）	・春秋物は低迷していたが、一部の春物については回復傾向がみられる。ただし、全体的には春物の受注減少が懸念されている（東京都）。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・インターネットでの注文件数は増えてきているが、店頭の販売点数や金額は徐々に減っている。時代の流れで販売形態が変わってきていることもあるが、店頭販売が減り、インターネット販売がやや上向きであることから、今後の見通しとしては変わらない（東京都）。	
	化学工業（従業員）	・輸出にやや陰りがみられ、減少する見込みである。国内向けも低調なままだとみている。	

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
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今、政治も非常に混とんとしているし、新年度の予算がすんなり決まるかどうか不明なので、3か月先の景気はまだ良くならない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器に関しては新企画が立ち上がり始めたが、化粧品容器に関しては大きな案件がなかなか起きない。
		金属製品製造業（経営者）	・短期で考えれば受注量は増加傾向だが、中長期の予定はない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・中小製造業は取引先に左右され、震災やいろいろなメーカーの型式認定取消しなど外的要因が多く、不安である。
		建設業（経営者）	・物価は上がっているのに、賃金が上がらないため、なかなか景気は良くならない。
		建設業（経営者）	・予定金額に届かない案件が多く、停滞したままである。
		建設業（従業員）	・物価が上昇していて、一般の生活はかなり厳しい。不適切な会計処理があった場合には、会計責任者だけではなく、政治家も責任を負うべきである。
		輸送業（経営者）	・荷主から新年度に向けての新たな改善策も出されておらず、現況が続く（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は多少増えたものの、輸出はない。今後もこの状況が続く予想である。
		通信業（広報担当）	・2～3か月先では現状とそれほど変わらない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・年が明けて、賃貸も多少の動きが出てきたが、どの会社も苦戦している。各団体の新年会等が開催され、明るい見通しを感じられるものの、まだまだである（東京都）。
		不動産業（経営者）	・仕事場が自宅からオフィスに戻る傾向が進むとみられ、コロナ禍ではタイトであった家族向け賃貸物件の空室、賃料の値下げなどが懸念される。
		不動産業（従業員）	・前月同様に工事費等の価格高騰が続いているが、不動産取引価格も高値を維持している（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・コロナ禍明けの年末年始を迎えたが、店舗テナントの多くは、差はあるものの売上が増えている。この先も賃上げの気運が高まっており、マイナス材料は少ない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・仕事の依頼は増えてきているが、社員不足で対応できずに断っている仕事もあるため、売上の増加は余り見込めない。
		広告代理店（従業員）	・悪い状態からの改善の兆しに乏しく、変わらない見通しである（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・春から夏に向けてイベントなどが増えるものの、来期の大型展開が余り決まっていない（東京都）。
		税理士	・大企業は円安でもうかっていて賃上げなどもできているが、圧倒的に多くを占める中小企業はまだ悪い。原材料高、人手不足に加え、ゼロゼロ融資といわれる無担保無利子融資の返済をしているところが多く、苦戦している。3か月前と比べても変わらない（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	・環境の変化は期待できない。国が、中小企業の賃上げが可能になるように配慮を打ち始めているが、浸透するには数年掛かる（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・原材料の価格高騰等の影響、景気の先行き不透明感が根強くあり、この先もしばらく変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度末に向けた紙媒体の動き出しが鈍い。案件数自体の減少傾向が加速している。
		金属製品製造業（経営者）	・既に出始めている欧州でのインフレ、中国の不動産パブル崩壊懸念などの影響が、今後はより大きくなる。
		金融業（従業員）	・中小企業は人手不足にとっても悩んでいる。大企業では賃上げの風潮があるが、中小企業にはそのような余裕はないからである。従業員は、うちの会社は賃上げしてくれるだろうと勝手に思っているが、経営者としては対応することができないため、離職者も多い。その離職者の穴を埋める新規雇用者は低賃金のために集まらず、人手不足で大変な状況になり、倒産を考えるような企業も今後出てくる。
		金融業（従業員）	・物価の上昇が見込まれる。
		金融業（営業担当）	・ここにきて郊外エリアの不動産にやや販売不振の傾向がみられる。現時点では目に見えて価格の変動はないが、今後地価の下落が始まれば、現在の景気をけん引している不動産業界の業績悪化による景気後退が懸念される。
		経営コンサルタント	・増税等を控え、客の購買心理にはマイナスになる。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	建設業（経営者）	・物価上昇、人手不足、資材不足の影響がある。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社（社員）	・3月期末の入替えによる人材の流動化が起きる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣の時給見直しによる待遇改善が進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・半導体関係のクライアントについては、春先から受注が増える見込みという情報が多い。
		人材派遣会社（支店長）	・自治体からの受託案件が増える予定もあり、新年度からの業績に期待できる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症も明けて、例年のトレンドと同様になっているため、年度末に向けた短期間の求人や、来年度の体制における欠員補充などを含め、求人数は増加する（東京都）。
		求人情報製作会社（経営者）	・災害復興など、復興特需が起きそうではあるが、物価、株価、為替などからくる個人需要の増加等、個人の生活の安定がみえなければ景気としては余り変わらないのではないか（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に景気が悪くなる要素はみられない。株価も上がっているし、余りマイナス要素はない（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度明けの予定、計画をかなりもっているため、希望的観測も含めてやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数について大きな動きはない。
		人材派遣会社（営業担当）	・各メーカーでのエンジニア不足は落ち着きが見えず、今後も派遣ニーズは変わらず多いと見込まれる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・物価上昇が続くなかで賃金がどこまで上がっていくかによる。
		求人情報誌製作会社（営業）	・景気が良くなる要素が特別見当たらない。物価が上がれば物の買い控えなども起きる。人々の給与は果たして上がっているのか。それ以上に物価が上がり、生活がひっ迫しているケースの方が多いのではないかと。景気が良いと実感できるのは、それ相応の理由と、大きな転換期などがあったときである。
		求人情報誌製作会社（所長）	・良くなる兆しを感じる手応えがない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しているものの、伸び幅は縮小している。また、求職者数は微減傾向が続いており、採用者数も大きな増加は見込めない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にはあるものの動きは弱く、不透明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人数及び求職者数、採用者数いずれも以前より少し良くなっているが、これから大幅に上向くということではなく、今の状態が今後もしばらく続く（東京都）。
	人材派遣会社（経営者）	・4月からの2024年問題への対応で、建設業界、物流業界において、特に中小企業で景気後退、業績悪化が起こる可能性が高い。	
	人材派遣会社（社員）	・最も生活に身近な食料品などの物価が上昇し続けている（東京都）。	
	人材派遣会社（社員）	・求職者はより待遇の良い正規雇用を志向しており、派遣事業における求職者の募集は今後も厳しくなっていくことが予想される。3月末での契約更改が多いことから、派遣社員の正社員登用や転職などが前年以上に発生することが見込まれる（東京都）。	
	職業安定所（職員）	・当所における紹介件数は増加しても、就職件数は減少している。求人、求職のミスマッチ拡大が懸念される。	
	職業安定所（職員）	・例年3月は求人数が減少する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	職業安定所（職員）	・一部企業のベースアップ等が報道されているが、ほとんどの会社では賃金上がる実感はない。それに加え、2月からの百数十品目の食料品等の値上げを考えると、悪くなるのではないか。

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)		コンビニ（経営者）	・店舗リニューアルの実施により、良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会に関しては新年会のキャンセルが落ち着き、これ以上のキャンセルはないとみている。客室のキャンセルも一段落し、逆に能登半島地震関連で、保険会社の調査関係者の宿泊予約が入ったりしている。今以上にマイナスになることはない。
		観光名所（職員）	・旅行会社の企画旅行が増えて、新型コロナウイルス感染症発生前に匹敵する設定数になっている。春からの予約や問合せが増えてきている。
		ゴルフ場（経営者）	・企業の資産価値が増えた分を、しっかり給料として分配すれば消費はより活性化すると考える。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月は特に、戒名を付ける依頼が大変多かった。良い僧侶に依頼ができて、2万円で戒名を付けてもらえるため、好評である。
		百貨店（店長）	・今月は能登半島地震の影響もあり、年間最大の売上となる初売りは顧客の来店が少なく、大きく売上を落としてしまっている。2～3か月先には元に戻せるのではないか。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、北陸地方の能登半島地震の影響は気になるものの、募金活動を通じて、店頭で貢献したい。新規注文も増えてきて、前年末から、パートを2人採用した。近所に住んでいる年配の女性で、繁忙時期だけ来てもらえるため、助かっている。配達担当も募集しているところである。
		コンビニ（エリア担当）	・エネルギー 価格は、若干高騰が収まってきたため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・暖冬傾向にあるため、春の商戦前倒しによる来客数の増加が予想される。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・一般的な需要はそれほど増えないと思うが、インバウンドを中心とした高額商材が少し伸びつつある。円安の効果なのかは分からないが、インバウンド向けの宿泊関連の需要が伸びている。これらが中心となり、関東、首都圏の居酒屋、飲食店の売上も伸びているようなので、堅調に推移するのではないか。
		高級レストラン（経営者）	・年度末に向かい、歓送迎会や卒業、入学祝い等で、客足も戻るとみられる。
		一般レストラン（経営者）	・とにかく、新年からいろいろなことがあり過ぎて、1月は人の出入りも少なく、ひどいスタートになってしまった。今後は何事も無いことを祈る。経済は少しずつ回復していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・天災による悪化であるため、徐々に今月よりは良い方向へ進んでいくのではないか。復興とともに景気も回復してほしい。能登半島地震発生前の予約状況は良くも悪くもなかったが、確実に予約は鈍化した。ただし、支援策等が実施されるようなので、良い方向に向かう期待を持てる状況ではある。
		遊園地（職員）	・学校のスケート教室受入れや、パブリシティの獲得、多様なイベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、来園客の増加を期待する。
		住宅販売会社（経営者）	・大きな災害が発生すると、セカンドハウスとしての別荘需要が高まる傾向にあるため、やや良くなる。
	商店街（代表者）	・新しい動きは今のところ全くない。また、既存店でも撤退をするようなところが多い現状のため、上向くとはとても思えない。	
	商店街（代表者）	・給料も幾らか上がっているという話であるが、それ以上に食品の値上げが大きいので、当店のようスポーツ用品店に回ってくるお金は少ないのではないか。	

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)	・賃上げの話がちらほらと聞こえてくるが、それは大手の話で、中小や下請企業に反映されることは少なそうである。物価だけがどんどん値上がりしていくなかで、ますます財布のひもは固くなりそうである。
		百貨店(営業担当)	・世間では賃上げムードになっているが、中小企業も含めた全体が上がるのであれば、良い方向に向かうと思うが、それぞれ個々の会社の事情によって変わらと思うので、全てが上向くかどうかは何ともいえない。
		スーパー(経営者)	・賃上げに期待している。
		スーパー(店長)	・年度初めまでは、賃金関係の変化が出てこないと思うので、購入に関しては、かなり引き締めた状況が続く。
		コンビニ(経営者)	・当店は道路沿いの立地だが、それほど通行量が多くない。地元客が中心のため、なかなか来客数も伸びず、売上の的には変わらない。
		コンビニ(経営者)	・1月は能登半島地震の1日を除けば、前年と同じ動きをしているように見える。前年より気温が高い分、もっと売上が良くてよいはずだが、物価高で客も注意して買物していて、例えば、日配品よりも割安の冷凍食品やカップ麺を選ぶといった動きがある。ただし、それでも買物はしているので、このまま前年と同じ動きで変わらない。
		コンビニ(経営者)	・ここ3か月はそれほど変化がなかったもので、このままの状態で行くのではないかと。ただし、世の中の状況次第では悪くなると思う。
		コンビニ(店長)	・当店は食品が中心で、日常生活に密着している。抑え気味ではあるが、ふだんと変わらない形で推移するのではないかと。
		衣料品専門店(経営者)	・変わらないとしかいいようがない。本当のところは分からない。
		家電量販店(店長)	・景気が良い話を聞かないため、変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・例年、天候の変化が影響をもたらすという意味で、変わらない。特に、景気が上昇しそうな様子はない。
		スナック(経営者)	・1月に入って急に落ち込んでいるが、原因が分からないため、今後がどうなるかも分からない。一時的なものであればと思っている。
		スナック(経営者)	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないように変わらないでほしいという意味である。とにかく楽観は許されない状態で、景気自体は悪い。
		観光型旅館(経営者)	・今年は暖冬で雪が少なく、客の動きが割と良いようである。春も早めに暖かくなりそうで、春休みに合わせた旅行に期待ができるのではないかと。そうはいつても、新型コロナウイルス感染症発生以降、団体客が少ないため、現状維持がやっとだと考えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・1か月前に回答したときと、2~3か月後の予約数に、ほとんど変化がみられない。
		旅行代理店(副支店長)	・物価高や円安の影響に加え、能登半島地震もあり、客足が鈍くなっている。客の旅行意欲も薄れてきている気配があり、来客数も減少している。景気は徐々に下向きになると考える。
		タクシー運転手	・夜の動きがまだまだである。金曜の夜だけは、まずまずの動きをしているが、他の曜日の夜の動きが少ない。また、夜間の乗務員が間に合わないという日がある。
		通信会社(社員)	・サービス提供エリアの新規開局は、まだしばらく時間が掛かりそうである。当面は集合住宅の入替え業務が中心になる。
		通信会社(社員)	・明るい兆しがみえてこない。
		ゴルフ場(副支配人)	・原材料の価格高騰や周辺コースの状況に変化がみられないため、変わらない。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕(経営者)	・来客数はそれほど大きく増えていないが、前年値上げをした影響で、売上は増えている。
		設計事務所(職員)	・仕事の依頼はあるものの、特に多いということはない。
		商店街(代表者)	・過去の災害の教訓から、行動自粛が続くとみている。桜が咲く頃までに回復してくれればと祈るのみである。

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
		百貨店（経理担当）	・しばらくは能登半島地震の影響は少なからずあると思う。ただし、バレンタイン商戦は好調にスタートしている。今後は復興の影響が、百貨店にどう影響してくるか、不安材料が残る。
		乗用車販売店（経営者）	・受注残が解消され、新車の販売台数は減少に転じると予想している。
		スナック（経営者）	・この時期は、天候によって来客数がかなり変動する傾向にある。降雪等により足元が悪かったりすると、一気に来客数が減ったりするので、3月くらいまでは厳しい状況が続く。
	x	-	-
企業 動向 関連  (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復し、良くなる。
		金融業（経営企画担当）	・総合的には賃上げの影響等により、景気は上向くと考えている。
		食料品製造業（営業統括）	・工場見学者数が減少している。諸物価の上昇で、一般消費者の消費意欲が減退しており、しばらく買い控えが続く。
		食料品製造業（総務担当）	・販売先の状況は、余り変わっていない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の展開に期待感がある一方、冬季の観光客減少により、ワークショップ予約数等は減っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新生活に向けた一定の需要は見込まれるものの、耐久消費財への支出が抑えられる傾向は継続する。
		電気機械器具製造業（従業員）	・電線は相変わらず仕入れが困難な状況となっており、部品の納期遅延も続いている。
		建設業（経営者）	・期待していたものの、予想以上に受注が伸びていない。
		金融業（調査担当）	・製造業、非製造業共に現状同様の動きが続くとみられる。今後は能登半島地震の影響が次第に明らかになるとともに、復興需要やそれに伴う人手不足等への影響が予想される。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・依然として、日用品を中心に物価上昇傾向であり、中小企業では賃金はさほど上昇していない。顧客からは節約傾向が強くなりがちで、チラシ出稿企業でも、チラシサイズの縮小や折込枚数の減少がみられる。
		食料品製造業（製造担当）	・今年も最低賃金の上昇の話が出ているが、零細企業にとっては、非常に厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・活気付いた案件が余りなく、電子部品の入荷遅延による生産時期のずれが目立っている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・各種経費が上がっているなか定期昇給の時期を迎えるが、大幅な昇給は難しい。物価上昇中でぜいたく品であるジュエリーの販売はますます難しくなっている。
	x	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）	・購買意欲がないばかりではなく、各個人の将来がみえなくなっているのではないかと。全く進歩がないだろう。
		求人情報製作会社（総務担当）	・1年近く変わらない。
		職業安定所（職員）	・製造業においては、中国などの海外景気の減速やIT関連需要の弱い動きが続いている。また、非製造業ではインバウンドや国内客の増加が期待できるものの、人手不足の影響等が懸念されることから、変わらない。
		職業安定所（職員）	・12月までの数か月は、新規求人及び新規求職者は減少していたものの、有効求人倍率は上昇しており、人手不足感が継続している。
		職業安定所（職員）	・これから労働力の流動期となるが、中長期的に好転すると判断できる要因が見当たらない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・円安が良い方向に向かわないと、輸出産業以外は元気がなくなる。燃料費の価格高騰が消費に大きく影響している。	
		-	-

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
	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)		スーパー（販売担当）	・近くに大きな公園があるため、花見の需要が見込める。
		タクシー運転手	・年度初めの3～4月は、サラリーマンの通勤や異動と行楽シーズンが重なり、稼働が良くなる。
		商店街（代表者）	・景気は順調に回復しており、この先も良い状況が続くと考えるが、その反面、コロナ禍によるダメージが大きく借入金返済できないという人もいるため、急激な好転は望めない。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・全体的に賃上げの方向である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・人の集まる機会は増加傾向にあり、歓送迎会のシーズンでもあるため飲食店の景気が良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は第10波が拡大中であり、収束はいまだみられない。回復はまだ道半ばである。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・大企業を中心に景気は回復しているが、中小企業ではまだ賃上げ等非常に難しい問題がある。
		百貨店（総務担当）	・暖冬により、春物の衣料品や化粧品などの動きが活発化すると想定している。バレンタイン催事も、そのまま売上を大きくけん引すると考えられる。春節ということもありインバウンド需要の増加も引き続き期待できる。今春の企業の賃上げがどこまで消費に回るかに期待している。
		百貨店（企画担当）	・前年以来、景気は上向きに推移している。原材料コストや人的コストの上昇に伴って多くの商品が値上げしているが、消費者には受け入れられており、少し高くても良い物を購入したいという志向がみられる。また、株価の上昇に伴い富裕層顧客の購入の更なる活性化が期待でき、インバウンド増加による消費の拡大も続いており、この傾向はもうしばらく続く。
		スーパー（店員）	・毎月のような値上げが落ち着いても客は安い商品を選択する傾向があるため、当社としては強みがある。
		スーパー（支店長）	・物価上昇に伴い、来期に向けて企業の賃金アップや政府の景気対策に期待したい。個人の収入アップを大前提として施策を講じていかない限り、経済が上向きになることはない。
		スーパー（販売担当）	・いろいろと行事が増えるので、購買意欲が増す。
		コンビニ（企画担当）	・インバウンドは着実に回復しており、この傾向は当面継続するとみる。国内での人の動きは、現状がアフターコロナでの通常であり、大きな変動はないと考える。
		コンビニ（エリア担当）	・春に向かって来客数が増えることで、おにぎりや弁当などのメイン商材の売行きが伸長する。本年は新型コロナウイルス感染症による規制もないため、伸び率は高くなる見通しである。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているようだが、特に売上に影響することはない。気温の上昇とともに売上は順調に回復する見込みである。
		コンビニ（店長）	・4月に入り新生活になることで、環境が変化する。
		コンビニ（店員）	・新年度を迎えるため、新入生や新入社員など新規客の来店が期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・事業拡大や従業員の新規採用により制服を新調する気運が、法人客にはみられる。一般客では、賃上げのため若しくは節約疲れからか、アウトドア用品など趣味商品の購入が増えている。
		衣料品専門店（売場担当）	・年間販売量の主な動きは1～3月で決まる。3月が1番の繁忙期になるため期待できる。ただし、4月に入るとぐっと落ち込む。
		家電量販店（店員）	・高単価商品の見積りを出す機会が多くなってきた。
	家電量販店（営業担当）	・冬物商材が売れない足元よりは、新入学や新生活の需要で動きが出てくる。	
	乗用車販売店（従業員）	・問合せに具体的な内容が多く、家族を巻き込んだ話もあるため発注の確度が高い。それだけで決定的に景気が良くなるとは言いきれないが、見通しは明るい。	

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（営業担当）	・繁忙期を迎え来客数が増えてきたところで大雪に見舞われ、販売だけでなくサービスの客足も一瞬落ちたが、この時期は対象客が多いため、春までは良くなる見通しである。その後については、不透明な要素が多い。
		乗用車販売店（販売担当）	・1月は毎年販売量が少ないため、今後2～3か月先の販売量は増加する見込みである。ただし、現状よりは良くなるが厳しい状態は続く。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、マンション関連は低調だが、リフォームや中小規模の改修工事は多くなっている。商業施設についても改修工事が動き始めている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・賃上げの動向がポイントである。消費マインドの上昇を期待する。
		高級レストラン（経営企画）	・政府の施策等による効果を期待できるが、原料価格の高騰や人件費の上昇に対する価格転嫁をどこまで進められるか、業態や店舗等により格差が生じる。
		一般レストラン（経営者）	・店舗外でのイベント販売は上向きなので、イベント販売に注力していきたい。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ここ数年の停滞感から早く抜け出したい思いが、良い雰囲気につながれば、景気は良くなっていく。
		都市型ホテル（総支配人）	・春の需要拡大に期待する。
		旅行代理店（経営者）	・来客数及び問合せ件数が増えている。
		旅行代理店（経営者）	・もう少し時間がたてば能登半島地震の影響も落ち着き、北陸応援割も始まるため、旅行業界の景気は上向き見込みである。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークの旅行計画が進展中である。インバウンドの影響で国内外共に数日で価格変動する商品もあり、旅行プランを提供する側としては苦慮している。テレビの旅番組やクイズ番組でも海外ロケがようやくスタートし、旅行や海外に関連する番組も増えてきた。台湾方面が人気のようで、問合せも増えている。ただし、天候や能登半島地震の影響も心配であり、依然として新型コロナウイルスの新規感染者数も増えているため、旅行予約が確定しても出発までは心配が続く。旅行需要の安定に向けた十分な配慮が求められる。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなど季節性の感染症の流行がみられるが、旅行需要に大きな影響はみられない。特に団体旅行の計画や、海外旅行も少しずつ回復しており、今年は更に増えていくと推測する。
		通信会社（企画担当）	・自動車製造関連の会社が多い土地柄で、長期的には不透明だが、短期的には上向いていくと予想する。地元の大手自動車メーカーも、コスト第一主義から変わりつつあるようにみえる。
		パチンコ店（経営者）	・良くなると思わないとやっつけいけないが、実際に売上は伸びてきている。プラス思考、ポジティブな考えを発信することで、周囲にも良い影響があることを期待する。
		美容室（経営者）	・徐々に卒業式や入学式などのイベントが増えてくるため、それに合わせて来客数も増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・3月の期末に向けて、上向いていくと予測する。
		商店街（代表者）	・全て順調に進んでいる。
		商店街（代表者）	・若い人の買物の様子をみていると、当分このままの状態が続くとみられる。
		商店街（代表者）	・地域家電専門店の客層は、年金生活者の割合が量販店に比べて高い。新規購入よりも買換え需要が主になるため、付加価値の高い商品よりシンプルで安価な商品の方が好まれる。したがって、現状維持ができればよい程度である。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症によって落ち込んだ消費がそのまま戻っていない。元日に起きた能登半島地震で、消費マインドが更に低下している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇に賃金の上昇が追い付かない限り、足元の傾向は続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。

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
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・新年早々から心穏やかではられない出来事が続いたため、消費の自粛がしばらく継続する。
		百貨店（売場主任）	・メーカーが生産を控えているのか、余り店舗で在庫を持たなくなった。客も、即決ではなく取り置きをする人が増えた。1週間の取り置きに応じているが、1週間たっても再来店がなくキャンセルになることもしばしばある。
		百貨店（経理担当）	・インバウンド消費は拡大が続くが、インバウンド以外の一般消費についてはコロナ禍からの反動消費が一巡することで結果的に相殺となり、景気は現状の水準にとどまる。
		百貨店（営業担当）	・来客数は増加傾向であるが、客の購買意欲が減退しつつあるように見受けられる。
		百貨店（販売促進担当）	・東南アジア全域、特に中国からの訪日を期待し、現状を維持していくと予測している。
		百貨店（販売担当）	・春節でインバウンド需要の期待が高まるが、継続していくかは何ともいえない。
		百貨店（販売担当）	・正月やバレンタインなどイベントに対する購買意欲は高い。自分用の買上が増加している。
		スーパー（経営者）	・来客数は増加していると感じるが、そのまま売上増加にはつながっていない。売上は前年比20%ほどの増加であるが、原価も上がっている。
		スーパー（店長）	・チラシ掲載の売価を安くしたり、ポイントを付与したりして販売促進を強化しても、来客数に回復の兆しがみられない。
		スーパー（店員）	・能登半島地震の影響で、消費者には心理的にぜいたくを控えようという雰囲気が見受けられる。野菜や果物は、地震による大きな影響を受けていないため、このまま推移するとみられる。
		スーパー（店員）	・先の見通しについては、何とも言いようがない。
		スーパー（販売担当）	・足元の来客数減少が能登半島地震の影響による一時的なものであれば、回復は可能である。景気回復には売手側の工夫が必要になってくる。
		コンビニ（店長）	・毎年2月は商品が動かないため、景況感が変わらない。春先から新商品が発売されたり賃上げが具体化すると、景気も良くなるかもしれない。
		コンビニ（本部管理担当）	・売上は、来客数と客単価の掛け算と考えると、小売業界では、来客数は横ばいが続くなか客単価の上昇で売上は増加している。客単価の上昇は物価高によるので、小売業界の経営努力や景気回復が売上を押し上げているかは疑問である。将来の景気に関しては、肌感覚として予断を許さない状況が継続していると考えられる。
		衣料品専門店（経営者）	・ますます既存顧客が中心となる、買える人しか買えない商売になっていく。
		衣料品専門店（売場担当）	・世間では賃上げで盛り上がっているが、実際に恩恵を受ける従業員は、大手企業を含めほんの一握りであり、中小企業を始めとした多くの企業で働く従業員は、賃上げの恩恵を受けるとは考えづらい。こうした点を考慮すると、景気が良い方向に向かうとは考えられない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・メーカーにも新商品の提案を行っているが、反応は今一つで、現状維持に見受けられるメーカーが多い。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・地上デジタル移行から12年がたち、テレビの買換えが堅調である。4Kやネット動画も視聴できるので、買い換えるメリットを訴求して売上につなげたい。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価高のせいで、賃上げされても給料が増えたという実感が無い。
		乗用車販売店（経営者）	・中小企業・事業者での景気浮揚は簡単ではないとみられる。そこが変わってこない、なかなか景気回復の実感は得られない。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの今後の見通しが、現時点では分からない。
		乗用車販売店（従業員）	・年度末を迎えるが、さほど購買意欲が高まるとは考えづらい。これから手取り収入が増える期待が高まれば、財布のひもも多少は緩くなるが、なかなか消費者の気分を高揚させるような施策は難しいと予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・生産は確実に回復してきて、最低でも数が月掛かっていた車種も1か月ほどで入荷してくるようになった。ただし、販売の方が思わしくない。他メーカーで販売停止になった車種が多く比較検討ができないため、しばらく模様眺めの客も多い。なかなかうまくいかない状況が続くとみる。
		一般レストラン（経営者）	・基本給の底上げが検討されているようだが、そこからいくらでも外食費に回ることを期待する。
		一般レストラン（経営者）	・景気が上向いているようなニュースを耳にするが、自分の周りでは目立った動きはない。
		一般レストラン（経営者）	・賃上げと物価高がネックになる。
		一般レストラン（スタッフ）	・能登半島地震が発生した影響で、今後が見通せない。
		一般レストラン（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の発生を境に客の生活スタイルが変わり、家飲みが増えて飲みに出掛ける回数が減った。飲みに行っても1件で帰り、2件目に行くことはほとんどない。帰宅時間も以前と比べて大分早くなり、22時以降はほぼ皆無である。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・市場環境への対応が円滑に進んでいる客先と、そうではない客先があり、差が激しい。淘汰されていくという印象はあるが、販売量は変わらない見通しである。
		観光型ホテル（経営者）	・企業や団体客の動きによって変わる。北陸応援割等の観光支援も始まるため、今よりも悪くなることはないが、団体客の動きは経済状況に大きく左右されるので判断が難しい。前年は全国旅行支援の終了間際に客が殺到したが、今年はそのような後押しする要因がないため、成り行きに任せるしかない。今後悪い材料が出てこなければ、大きくは変わらない見込みである。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
		旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の復興支援により少し需要が見込めるが、まだ不確定である。
		旅行代理店（経営者）	・インバウンドなど外国人を相手にしている店以外は客の取り合いとなる。県内では大都市以外で残っていた百貨店が1月末に閉店し、隣県の百貨店も閉店が決まっている。縮小均衡社会のなかで、景気は変わらず徐々に縮小していく。
		旅行代理店（営業担当）	・交通機関や観光関連施設での人手不足の影響で、人気の観光地については、春シーズンもすぐに受入れ側で飽和状態になると見込まれる。北陸地方の観光支援等に関しては、単純な割引制度ではなく、需要の分散を図る施策を講じてほしい。
		タクシー運転手	・年が明けて多少は客の動きがあるが、2月は余り期待できないため変わらない。
		通信会社（営業担当）	・特に変わらない。
		通信会社（営業担当）	・1年前と比べれば上向きとを感じるが、3か月前という短いスパンでみると現状から良くなるとは考えにくい。
		テーマパーク職員（総務担当）	・1月前半は12月に引き続き入園者が前年と比べて多かったが、後半の伸びはなく、勢いが弱まっている。
		観光名所（案内係）	・春になって値上げや天候不順の影響がどう出てくるか、皆目見当が付かない。
		ゴルフ場（支配人）	・3月の予約数は前年同日を上回っており、今後の天候が平年並みであれば、景気はこのまま変わらず推移する見込みである。今年は開場50周年記念のイベントを順次予定しており、入場者数の増加に拍車が掛かる見通しである。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・観光列車のリニューアルや新規車両導入などを控えているため、客が興味を持って利用につながることを期待している。
		美顔美容室（経営者）	・寒い時期は体調を崩す人が多く、来客数に影響する。
		美容室（経営者）	・春が近づき、客の入り方が良くなることを期待する。
		住宅販売会社（従業員）	・しばらくは横ばいが続く。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・企業の設備投資や個人のリフォーム工事で見積依頼が若干増えているが、数か月先の物件まで確保できる量ではないため、足元と同程度と考える。



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
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期が終わるため、余り期待ができない。
		百貨店（営業担当）	・株価上昇に伴い金融資産としては増えているものの、具体的な消費行動にはつながっておらず、相変わらず財布のひもが固い状況が続く。
		スーパー（店長）	・今後も単価上昇から、買い控えが続くとみられる。
		スーパー（店員）	・担当カテゴリーで値上げを控えている。
		スーパー（営業企画）	・商品価格上昇の影響が徐々に始まっており、今後更に大きくなると予測する。
		スーパー（総務）	・自社でも大幅な経費削減が進んできた。早期退職や売場縮小の可能性など不安材料しかない。
		コンビニ（エリア担当）	・能登半島地震の発災によって、インバウンド消費は激減していく。
		コンビニ（店長）	・前年の度重なる価格変更が一段落したと思いきや、値上げ予定商品の発表がまだまだ続いている。コンビニでは、カップラーメンを200円以下では買えなくなり、いったい何を売ればよいのか悩む現場の状況である。
		コンビニ（商品企画担当）	・値上げによる客単価上昇の効果が一巡し、来客数の増加も見込めないことから、売上はやや厳しくなると予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・人気車種で販売停止が多数あり、客が希望しても商談も販売もできない。今後も納期まで時間が掛かり、改善までの販売停止が続く見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・政治に対する不信感があり、むしろ不信感は今後高まるため、景気は悪くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・2～3月上旬にかけては前年比で予約が少ない。3月下旬以降は予約数がやや多い水準であり、来客数の増加が期待できる。
		理美容室（経営者）	・客からは、物価ばかり上がって給料は上がらないという声を聞く。この状況では景気は悪くなる。
		美容室（経営者）	・円安が解消されない限り、景気は良くならない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・4月に介護報酬の改定があり、レンタル商品の上限価格が見直され、価格を下げざるを得ない状況である。
		設計事務所（職員）	・政治資金の問題は解決まで随分時間が掛かるとみられ、このような状況下では、景気が良くなることはない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・見積り依頼はあるものの、様々な材料の価格高騰でコストがかさみ、施主は二の足を踏んで大半が見送りになっている。物価高騰が落ち着くまで、まだまだ厳しさが続く。
	×	商店街（代表者）	・ウクライナや中東での戦禍が終息をみせないなかで、中国経済停滞の影響や近隣地域での紛争リスクも含めて、更に厳しい状況が続くとみられる。
	×	スーパー（店長）	・継続的に値上げされている。
	×	タクシー運転手	・政治資金の問題で政治への信頼感が揺らいでいる。
	×	設計事務所（経営者）	・先の見込みが全くない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響もある。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・根本的に人口減少が続く限り、上向くということが考えられない。
企業動向関連		*	*
(東海)		食料品製造業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行して初めての春を迎え、購買意欲の高まりに期待したい。
		化学工業（営業担当）	・電材向け需要が底を打って、徐々に回復傾向となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月で年度が替わるため、客先業界で店舗の新たな設備投資に期待を持てる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・社内のほとんどの部門で人員の追加を始めたので、景気は上向いている。
		輸送業（エリア担当）	・取引先の経済活動が活発化している。
		金融業（従業員）	・自動車業界、不動産業界や旅行業界等で一般的に景気が上向いているという声が多い。円安等の不安がある割には、海外旅行へ出掛ける客も実際に増えている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行のゼロ金利政策継続は正しいと考える。円安の長期化は生産の自動化を促進し、より日本が強くなるチャンスである。自社の新製品も順調に売行きを伸ばしている。
		食料品製造業（営業担当）	・景気が回復する要因が見当たらない。

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
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年と比べ今月は好調に推移し、悪い材料も余りないため、このままの状況が続く。
		化学工業（総務秘書）	・4月からアフターコロナでの新しい期が始まる。企業でも一堂に会する行事が5年ぶりに復活する。我が国は国際競争力が低下しているため、著しく好況になると楽観はできないが、新常態が始まるため、景況感が後退するとは考えにくい。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、円安も落ち着いたことで原料価格が安定し、受注量も安定してきたので、しばらくは現状維持の見通しである。
		金属製品製造業（従業員）	・外注費、運送費や様々な資材価格が高騰し、利益の確保が本当に難しくなっている。
		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した。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・国内、海外共に引き合いが少なく、好転する要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・中国の景気悪化は既に織り込まれているため、当面は現状を維持できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が前月比マイナスの案件が多い。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・今の政策では賃金の上げは見込めず、景気が良くなる気がしない。
		建設業（役員）	・不動産物件は資材高騰により販売価格が上昇しているため、客の予算とかい離がある。他社との競争もあり、まだまだ苦戦する見込みである。
		建設業（営業担当）	・当社は委託業務が中心のため、年度末に向けては今受注している案件をこなすだけで基本的には変わらない。他業種の仕事を受けている同業他社からは、余り受注がないという話を聞く一方、能登半島地震関連の作業が入っているという業者もあるため、全体としてはどちらともいえない。
		輸送業（従業員）	・輸送業は経費増加による運賃への価格転嫁がなかなかしづらい弱い立場であり、値上げができるかどうかによる。変わらないというよりも、判断が難しい。
		輸送業（従業員）	・個人消費の好調が企業間物流に直結していない。自動車や建築関連の需要が高まれば、中小企業等にも波及する可能性が高い。
		輸送業（エリア担当）	・物流業者は荷主に運賃値上げを要求し、荷主はその客に、その客はまた取引先へと最終的にはエンドユーザーに価格転嫁を依頼する。エンドユーザーである一般消費者が価格転嫁に感じられないと、企業が負担を強いられる。自身の給料も上がらず、サービスの値上げもできない負のスパイラルに陥っているのが我が国の経済状況であり、これが打開できない限り景気は変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・荷物量が年明けから減っている。能登半島地震の影響か、一般の荷物が減っている。2024年問題もあり撤退する輸送パートナーもあるが、同じ金額では穴埋めが集まらなくなっているため、経費は増加している。
		通信業（法人営業担当）	・物価上昇、賃金横ばい、買い控えにより投資困難な状況下で、企業、個人共に気持ちだけでなく懐も寒い。状況が好転する期待ができない。
		金融業（従業員）	・一時は株価が上昇していたが、近頃は変わらない。年始の能登半島地震等もあり、今後も変わらない。
		金融業（企画担当）	・特に、中小企業において仕入価格の上昇を販売価格に転嫁し従業員の給与アップにつなげることができなければ、当面現状の景気が続く。
		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解消して、外出や遠出をする人は増加していく。売上は増加して前年を上回る状況も継続していく。
		広告代理店（制作担当）	・新規の企画等も単発的な案件が多く、企業側に積極的な動きが余りみられない。

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
		公認会計士	・年末年始の需要が落ち着き、大きく変わることはないとみる。企業の賃上げがどこまで実現するかにより個人消費に大きな影響が予想されるが、恐らく中堅・中小企業はそこまで大きな賃上げは実現できないとみる。人手不足による機会喪失も、サービス業、飲食業、観光業、建設業など様々な業種で顕著になり、景気は余り変わらないと考える。
		会計事務所（職員）	・昇給の時期になり、賃金の上昇圧力が強いので事業主は賃上げを予定している。ただし、給与の上昇に合わせて社会保険料や税金も上がっていくため、手取りではそれほど上がらない。万一のため支出を控える傾向は、変わらないのではないかと。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、数量の減少が見込まれる。
		建設業（経営者）	・政治の体制に問題がある。向かっている方向は良いと思うが、政策の進め方からは、我が国が良くなるようにはみえない。
		輸送業（経営者）	・モノへの消費拡大の気配がみられない。また、物流2024年問題により、4月以降外注費の上昇が見込まれる。
		不動産業（開発担当）	・工事費の上昇が止まらない可能性がある。引き続き上昇すれば、景気は悪くなる。
		行政書士	・物流の方向性が変わっていく。
		会計事務所（職員）	・客単価が下がり以前ほど利益が取れない状況が見られる。経営資金の捻出に固定経費の削減が必要などでは、店舗や設備の削減は難しいため、人員削減に踏み切る予定である。賃上げする体力もなく、経営状況は苦しくなる一方である。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなるような話をする客が全くいない。1～3月に仕事量が増える予定も聞かない。
	×	通信業（総務担当）	・株価は上昇しつつあるが、庶民には無関係である。賃上げが必要である。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・コスト増加に対して、購読料の値上げや夕刊の発行取りやめといった抜本的な対策は何1つ進みそうにない。
雇用 関連 (東海)		-	-
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・年度替わりの時期であり、大規模な人事異動があることにより依頼も増えてくる。時代の流れにそったDX、IT知識を持つ人材の育成にも力を入れていることから、ニーズにそった提供ができるようになることにも期待する。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足に対応し提示年収を上げる企業は多いが、より一層選考目線が高くなっている印象を受けるため、現況より好転するとは考えられない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加要因は多いが、求職者の増加が見込めないため、採用数に大きな変化はないと予想する。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気が良くなりそうなポジティブなニュースが見当たらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・この地域では大手自動車メーカーの不正問題の影響はほぼないため、今後も自動車及び関連部品の生産は安定した推移を予想する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・海外での戦争の長期化、能登半島地震等の要因があり、消費マインドは高くない。インバウンドの好影響も県内では限定的であるため、現状のままと考える。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大手自動車メーカーの不正問題は、関連する製造業へ打撃を与えた。採用にも影響があると考えられる。
		職業安定所（所長）	・企業において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はやや慎重な姿勢となっている。物価高などによる生活苦から求職活動をする高齢者が多く、この状況が続くことを懸念する。
		職業安定所（職員）	・原材料価格やエネルギー価格の高止まりは続く。物価が上昇するたびに商品価格へ転嫁するのは難しいため、利益確保には苦慮するとみる。仕事はあっても人手不足で請け負うことができない状況が続くと考える。
		職業安定所（職員）	・大手運送業での物流2024年問題に絡む事案や大手自動車メーカーの不正問題の影響について、管内企業から今すぐどうという話は聞こえてこないが、今後は影響が見込まれるという声もある。全体的な景気としては、大きく変わらないと予測する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、足元と同程度で推移する見込みである。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・転職希望者の数は、年明けから3月初めぐらいまで右肩上がりと思定されるが、一部大手企業に応募が集中する一方で、中小企業は苦戦を強いられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度も現時点で例年並みの求人資料が届いており、採用予定数や採用試験日程に特に変化はみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・足元では企業等の新卒採用意欲は堅調に推移しているが、2～3か月先に更に良くなる要因は思い当たらない。
		人材派遣業（営業担当）	・政治への不安、物価高、大手自動車メーカーの不正問題等により先行き不透明な部分が多く、景気が上向き要素が見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分、やや悪くなりそうな見込みである。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連業界では、大手自動車メーカーの不正問題の影響が現れる可能性がある。
		職業安定所（職員）	・求職者、求人者の動向に加えて、雇用保険適用事業所数が55か月ぶりに減少するなど、事業継続困難等での廃業等が増加している。
		職業安定所（職員）	・求職者増加の割に、今のところ窓口の混雑度合いは比較的落ち着いているが、中東情勢、ウクライナ情勢の先行き不透明感、円安や物価高などで景気が上向きになる材料は乏しく、求人減少、求職増加の流れはしばらく続くと考えている。
	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)		一般レストラン（統括）	・今後は能登地方の復興支援に関わる業界、業種の動きが盛んになり、それに伴って宿泊業、外食産業も回復し、右肩上がりになると見込んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・北陸応援割が政府より発表され、3月と4月の問合せが増加している。また、3月16日には北陸新幹線の敦賀開業も控えており、良くなると思う。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・文具の需要期に入るため来客数の増加を見込んでいる。
		スーパー（仕入担当）	・能登半島地震の影響は徐々に回復してくると考えるが、この先の予想は困難である。
		コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線の敦賀延伸を機に北陸を観光しようという気運が高まるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・来場者数が回復しつつある。同業他社も含めてイベントが多くなる計画もあり、にぎわいを期待しているため、やや良くなると思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・コロナ禍から1年が経過し日常が戻ってきているなかで、賃上げや北陸新幹線の延伸もあり、人々の往来や動きが活発になることが期待できる。消費の活発化にも期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・能登半島に近い地域のため、地震の影響で受注が伸びない。国が北陸応援割の実施を決めたが、実施されてもまだ早過ぎる。
		タクシー運転手	・今後は復興が進み、夜の街にも人出が戻ってくると考える。
		通信会社（営業担当）	・新入学の時期となり、携帯電話業界は繁忙期に入るため、販売量に変化があると見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・新生活に向けた学生などの携帯電話購入が活発になるとみている。
		通信会社（役員）	・商戦期に入ってくるため、特に通信サービスにおいて契約者数の増加を見込んでいる。
		テーマパーク（役員）	・政府の発表で3月から北陸応援割という復興支援策が予定され、観光客数も回復するものと期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響による修繕が一段落した後は、大規模修繕や建て替え、住み替えが出てくるとみている。耐震リフォームについての問合せも増えており、土地、建物共に知識が求められている。
	商店街（代表者）	・北陸新幹線の延伸や政府の能登半島地震に対する北陸支援策に期待している。	

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）	・暖冬で雪の影響は少ないが、インフルエンザや新型コロナウイルスの感染が広まっており、不安が多い。平穏な状況が続けばよいが、入込客の状況が店舗売上にダイレクトに影響すると考える。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・能登半島地震で客の購買マインドに影響があり、来店を控えているようで、2月の来客数も少なくなりそうである。また、豚肉で良しとってしまう動きはそのまま続くとみられ、牛肉の動きは見込めない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・判断が難しいが、客の動きや今月の売上からこれまでと変わらないか、若干良くなるとみている。
		百貨店（売場主任）	・12月まで毎月過去最高売上を更新し続けていたインバウンド売上が1月はほぼ消失した。春節による外国人観光客の来県も見込めない状況であり、冷え込んでいる消費マインドがいつ回復するのか見通せない。
		百貨店（販売担当）	・近隣県のため、能登半島地震の影響はやや残るとみている。一方で、春にも値上げが予定されている点、客の節約志向を満たす高品質で低価格な商材の確保が困難な点、旅行や食などコロナ禍の反動がまだ続いている点から、当面現状の景気が続くと考え。北陸新幹線延伸による経済効果を期待するが、地元客や富裕層が都会に向かう影響がまず出たため、改善には至らないとみている。
		スーパー（店長）	・全体的に値上げはまだ続く。必要最低限の商品だけ買う傾向になりそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・能登半島地震で損傷したライフラインの復旧の遅れがしばらく続き、売上への影響が続きそうである。
		家電量販店（店長）	・物価高の状況が変わらないため、必要以上に商品を購入する見込みはない。
		家電量販店（店長）	・能登半島地震による防災用品等の需要はあったが、自粛ムードにより来客数、単価共に下がっている。
		乗用車販売店（従業員）	・能登半島地震で当社の建物や設備等にも大きな被害があり、来客数にも影響が出ている。
		乗用車販売店（役員）	・能登地区の復旧には年単位の期間が必要となり、しばらくは低調期が続くとみている。3月の北陸新幹線敦賀延伸による一部地区での盛り上がりには期待はあるが、変わらないと考える。
		住関連専門店（役員）	・働き方改革関連法に基づき、4月1日から物流業界において時間外労働の上限規制が適用される。引き続き政治の不透明さなどもあり、今後の動きが読めない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・能登半島地震で商売ができなくなったという報道も出ているが、当店では地震による被害はなく、通常どおりの営業ができていたため、先行きは変わらないと考える。
		一般レストラン（店長）	・温泉施設でも被災者の受入れをしており、その食事の需要はあるが、中小の飲食店では数量や価格の面で対応できない。また、北陸新幹線の敦賀延伸の期待ムードにも影響が出ると考える。
		スナック（経営者）	・能登半島地震や商品の値上げ、国内外の情勢などの不安材料が多く、心理的なゆとりがなくなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在は復興に伴う需要が多少ある。一方、3月は例年インバウンドや国内観光客が増え始める時期だが、能登観光は厳しいため、北陸への入込客数が減ることを危惧している。宴会の自粛が長引けば地域全体が疲弊してしまう。復興にもつなげるため、過度な自粛はやめてほしい。
		旅行代理店（従業員）	・身近な温泉地が壊滅的な打撃を受けているため、2～3か月では戻らないと考える。
		タクシー運転手	・天候や自然災害とともに政治も安定しないのが問題である。景気回復には政治が最も影響しているため、日本全体に金が回るようにしてほしい。事業者としては金が回るような事業展開と人員確保に努めたい。
		通信会社（職員）	・経済的な閉塞感が続くともみている。
		通信会社（役員）	・良くなる可能性もあるが、賃上げの状況次第であり、現時点では不透明である。
		住宅販売会社（営業）	・良くなる要素は考えられないが、今月の客足動向を見ると春先に向け回復するという期待感を持っている。

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
		百貨店（販売促進担当）	・地震や大雪という高齢者が外出を控える要素が大きく、平日を中心に来客数や売上に影響が出るとみている。余震や大雪等がなければ、今後はバレンタイン企画や物産展といった集客力の強い食品企画を開催するため、客足が戻ると見込んでいる。
		スーパー（総務担当）	・能登半島地震や物価高による影響のため、やや悪くなる。
		スーパー（経営企画）	・能登半島地震の影響が出てくると考える。
		衣料品専門店（経営者）	・ファッションといった趣味趣向に金を使う意識が薄れ、将来に対しての貯蓄や生活に直結した金の使い方をするとみている。
		家電量販店（本部）	・都市部やショッピングモールに人の流れが向いており、郊外型の店舗は厳しい状況が続く。
		自動車備品販売店（役員）	・度重なる大手自動車メーカーの不正問題により、業界への信頼が大きく揺らいでいる。それが需要の減少につながり、新車買換えや自動車保険の募集活動にも支障が出ている。大手自動車メーカーの販売は好調だが、中小の販売店には何も恩恵がない。客も同様に貧富の差が更に拡大しているなかで、景気は厳しい状況である。
		都市型ホテル（役員）	・復興が進むにつれ、少しずつ災害支援の宿泊需要が減っていくと考える。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] （総支配人）	・昇給の原資が確保できないため大変な時期となる。新入社員は確保しているが、売上アップへの道筋がみえてこない。
		美容室（経営者）	・あらゆる業種で人手不足になっているが、美容業界の人手不足も深刻で、大きな不安材料である。
		住宅販売会社（従業員）	・被災地の状況が改善すると一気に作業が増えることが見込まれる。それらの作業への対応がどれだけの負担になるかで、今後の状況は大きく変わるとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・まずは復興に向けて取り組み、住宅計画は延期や保留などが出ると予想している。
	×	商店街（代表者）	・能登半島地震による自粛ムードがすぐに払拭できるとは考えられない。北陸応援割が始まる春以降に期待したい。
	×	スーパー（店舗管理）	・コンビニエンスストアが閉店するなか、食品スーパーの出店こそないが、ドラッグストアの新規出店があるため、流動客化が更に進む。
	×	コンビニ（店長）	・9月以降は前年と比べて売上、来客数共に減少し、1人当たりの販売単価のみ増加している。常連客の1日の来店頻度が徐々に落ちてきており、週刊誌発売日などにふだんは立ち読みがてら何か1品購入していた客が、何も買わず店を出るケースが目立っている。この先の景気が良くなる状況は想像しにくい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・能登半島地震という大きな地震があった後、不安は当分継続し、消費は不安定なままだと考える。
	×	観光型旅館（経理）	・能登半島地震のため悪くなる。
企業 動向 関連  (北陸)			
		食料品製造業（経営企画）	・多少時間は掛かるだろうが、震災によるダメージからの回復を見込んでいる。
		プラスチック製品製造業（広報）	・震災復興による需要の増加、北陸新幹線延伸による経済効果に期待している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・能登半島地震の影響による復興需要等を期待しているが、現状では大きな受注の変化はみられない。一方で、被災した影響もあり現状の受注に対して生産が遅れており、ここ数か月の大きな課題となっている。
		建設業（経営者）	・年度末にかけての公共工事と、能登半島地震による道路や下水管などの損傷を復旧する工事の発注を見込んでおり、受注が増加するとみている。
		通信業（営業）	・現状としては市場に悪い材料がなく、景気的好調も当面継続すると考えるため、今後も期待したい。
		金融業（融資担当）	・能登地区では3か月後をめどにライフラインの復旧に取り組んでいるが、観光地の復旧には時間を要する見通しである。加賀地区は、能登地区に比べて被害は少なく、インバウンドを含めた観光客の戻りは比較的早いとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみて変わらないと考える。

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
		輸送業（管理会計担当）	・足元の荷動きに変化がみられない。
		不動産業（経営者）	・個人客の問合せがほとんどなく、法人からの問合せも少ない。
		司法書士	・北陸新幹線延伸を前に計画されていた様々な事業の多くは継続しているが、温泉地や観光地における能登半島地震の影響を懸念している。
		繊維工業（総括）	・能登半島地震により生産設備に被害を受けた企業が多く、その影響の詳細がまだみえないことから、先行きの不透明感が更に増している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・自動車関連が不調なことが影響すると考える。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状では車載関係のみがある程度順調な傾向にはあるが、大手自動車メーカーの不正問題等で受注が停止中の製品もある。車載自体は悪くはないとみているが、民生用や産業機械での受注回復を見込めず、今後の見通しも悪い方向に進むとみている。
		建設業（役員）	・限られた人員体制に変わりはなく、そのなかで先行きの受注量は減少方向になるとみている。
		輸送業（経理）	・能登半島地震の復興に向けた支援物資の運搬等に伴う依頼はあるが、道路の被害状況などの2次被害を受けているため、容易に仕事を引き受けられない。
		金融業（融資担当）	・能登半島地震により、飲食や小売、インバウンド関連業種で短期的な下振れを懸念している。
		税理士（所長）	・3月から北陸応援割がスタートするため、北陸に来る観光客は増えるが、北陸新幹線の敦賀延伸の影響で、しばらくは当県での途中下車に期待はできない。また、能登半島地震の影響はまだしばらく続くとみている。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		-	-
		新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・県内ではライフラインの復旧も進み、徐々に能登半島地震発生前の生活に戻りつつある。年度末から新年度にかけては卒業生や新入学生を祝う大規模イベントや北陸新幹線の敦賀延伸、2025年新卒の採用活動がスタートするといったトピックが多く、広告掲載やイベント協賛が多く見込める時期となる。
		人材派遣会社 ( 社員 )	・求職者数、求人数の変動はない。派遣先管理者との話では、依然としてアンマッチが続いている。
		職業安定所 ( 職員 )	・求人数は前年同月より僅かではあるが減少が続いている。
		民間職業紹介機関 ( 経営者 )	・コロナ禍以後の行事復活に期待していたが、能登半島地震が発生したため、再び行事の中止や延期などが増えて景気が停滞しないか案じている。景気のためにも震災復興事業を早く進めてもらいたい。
		学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・物価上昇や円安傾向が続き、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 )	・能登半島地震の影響によるマイナス要素と復興特需などのプラス要素の両方があると考えるが、労働者派遣において建設業は禁止業務ということもあり、マイナス要素の方が大きいとみている。
		職業安定所 ( 職員 )	・3月の北陸新幹線敦賀開業に期待が集まっていたが、能登半島地震の発生により不透明感が強まったように見える。
	職業安定所 ( 職員 )	・能登半島地震の影響による被災者や避難者からの休業や転職の相談が増加しており、今後も増えていくと考える。	

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
	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)		百貨店（服飾品担当）	・コロナ禍関連の規制の解除から1年が経過するまでは、現状が続く。また、年末年始に多く訪れた外国人客も引き続き増えるため、売上も伸びることが予想される。また、バレンタイン商戦での自己需要のほか、年始の最初の買物でプライダル品を買うといった、新しい買い方も登場している。消費者の心理がコロナ禍から完全に開放されたと感じるため、気温に左右されない商材の動きは良いと予想される。
		旅行代理店（役員）	・海外旅行は円安の影響で低迷していたが、徐々に需要が増えつつある。かつてよりも価格は高額であるが、今後は更に需要が増えると予想される。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・コロナ禍の収束から時間が経過し、ようやく通常の動きに戻る気配が出てきている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・国内消費は弱いため、中国を始めとする、春節でのインバウンドの増加に期待するしかない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・1月から2月は厳しいが、気候の良くなる3月以降は人の動きも活発になり、商品の動きも良くなると期待している。
		百貨店（売場主任）	・月を追うごとに来客数が増えるなど、客の動きが活発化している。これまでは入店が少ないなかで売上は前年を上回っていたが、入店数も前年比でプラスとなりつつある。
		百貨店（売場主任）	・中東情勢の悪化による原油相場の上昇といった、インフレ懸念はあるものの、大きな情勢の変化がなければ、コロナ禍の収束以降の拡大傾向が続く。
		百貨店（企画担当）	・化粧品の免税売上が伸び、売上全体の増加につながると予想している。
		百貨店（サービス担当）	・コロナ禍関連の規制が緩和されてから、初めての春節を迎える。インバウンド効果による来客数の増加と、売上の拡大に期待している。
		百貨店（外商担当）	・インバウンド売上は、今後更に増加することが予想される。また、全国的な賃上げの実施により、消費者の購入マインドが高まる。
		百貨店（マネージャー）	・あくまでも直近の来客動向の停滞は、能登半島地震の影響と考えられ、一時的な動きにとどまる。インバウンドを始め、旅行客を中心に外出意欲が衰えることはないため、春節などでの客の動きが期待される。
		百貨店（宣伝担当）	・国内客は現状の動きが続くが、今後は春節のほか、大阪・関西万博の開幕まで1年となる。様々な要因で来街者が増えると予想され、それに対応した施策を多数用意していることから、今後は売上の増加が期待される。
		百貨店（売場マネージャー）	・国内客向けの売上では、物価上昇の鈍化傾向もあり、消費の抑制意識が変わると予想される。桜のシーズンを迎えることもあり、インバウンド売上には期待が持てる。
		百貨店（営業推進担当）	・2月の春節以降も、インバウンドの回復が見込まれるほか、新生活関連商材の動きも活発となることから、少し上向くことを予想している。
		百貨店（商品担当）	・大きな出来事が発生しない限り、販売量の動きは好調が続くと予想される。
		スーパー（販売促進担当）	・既存店ベースでの来客数は、僅かながら前年を上回って推移しており、客単価の落ち込みもみられない。
	スーパー（企画）	・大手企業を中心とした賃上げの動きが、中小企業にも波及すると期待が高まっている。年収の壁への対策の効果も出てくると予想される。	
	スーパー（企画）	・春闘による賃金の増加が予想され、物価の上昇への耐性が強まる。	
	コンビニ（経営者）	・2月になれば販売量も増えてくるため、忙しくなることを期待している。	
	コンビニ（経営者）	・気候が暖かくなり、観光シーズンに入るため、来客数は回復する。平均単価を上げるために、新商品の導入や陳列ケースのレイアウトの変更を進める。	



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（店員）	・近隣の住民には高齢者も多く、気温の低下で外出を控えている。観光客は余り変化なく来店しているため、少しずつまた元に戻ると予想される。
		コンビニ（店員）	・近隣のグラウンドの工事が終わって気候も良くなれば、来客数が少し増える。
		衣料品専門店（店員）	・春物商材も少し出てきたため、気温が上がれば売上も増える。
		家電量販店（経営者）	・給湯省エネ2024事業、住宅省エネ2024キャンペーンの効果で、販売量や案件の増加が期待できる。
		乗用車販売店（支店長）	・新N I S Aも始まり、投資機会が増えてお金も回るため、景気が良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・徐々にコロナ禍の話題もなくなり、かつての状況に戻ってきている。客の行動も活発になり、購入の相談も増えているため、先行きに期待している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節が変われば、新生活関連での新規客の来店が見込まれ、期待どおり賃金が増えれば支出も増える。現状も、日用品の新商品の販売に対し、客の敏感な反応がみられる。
		高級レストラン（スタッフ）	・合格祝いや歓送迎会で利用する客が増えると予想される。
		高級レストラン（企画）	・販売単価が徐々にアップしている。インバウンドの利用が堅調に推移しているほか、企業からの宴会の受注も徐々に増えている。
		一般レストラン（店主）	・能登半島地震の復興が早く始まり、インフラ工事や観光関連の動きも進んでほしい。
		観光型ホテル（経営者）	・2月から3月の先行予約状況は、1月よりも堅調である。旧正月休みでのインバウンドの増加もあるが、国内の旅行者の動きも良くなりそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年並みの予約率となっており、団体客の受注も順調に入っている。食堂部門についても満席の日が多く、人手の管理が必要となっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・物価や光熱費の上昇などもあるが、値上がりの動きが少し浸透している。宿泊する当日での客の動きや、新年度の団体客の予約に手応えを感じている。
		都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博のPRやチケット販売などで、開催が現実的なものになるにつれて、宿泊需要は高まってくる一方、飲食の需要回復には至らない。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・客室部門での先行予約の電話が増えているほか、レストランの客のリピート率も上がっており、周りのスタッフからも、以前よりも忙しくなっているとの声が増えている。新型コロナウイルスの感染拡大状況により、また状況は変わると予想されるが、現状は上向きの動きが続いている。
		都市型ホテル（管理担当）	・春に向けた需要はあるため、単価と稼働率の上昇が見込まれる。
		都市型ホテル（客室担当）	・桜のシーズンの予約状況は好調に推移している。ただし、年々桜の開花が早くなっており、4月までに見頃を迎える観光地が多いため、4月以降は不安が残る。
		タクシー運転手	・景気の上向き材料がない。物価の上昇や政治的不安定感、能登半島地震関連の報道で、気持ちの上でも暗い雰囲気となっている。
		通信会社（社員）	・卒業や入学、新生活関連の需要が高まる。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・食料品の値上げに一服感がみられるなか、企業業績も好調で、賃上げ気運も高まりつつある点に期待している。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの好調が続くと予想される。特に中国からのインバウンドの増加に期待したい。国内客については、能登半島地震の影響による外出の減少があるのかどうか、気になるところである。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・今年はオリンピックイヤーであり、日本代表の選考などでスポーツ行事が活発になるため、施設の利用者が増える。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇は続いているが、チラシなどがなくても入会希望者が出てきている。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルでのマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期の方が来客数は増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・客の需要が価格の上昇に追い付いてくれば、市場の動きも正常になると予想される。
		住宅販売会社（総務担当）	・資材価格の値上がりなどを見込み、受注は既に増加傾向にあるが、大阪・関西万博に向けた職人の確保により、今後は人件費の更なる増加が懸念される。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・インバウンドを中心とした消費の拡大に伴い、雇用環境の改善や給与の増加が進めば、住宅市場に好影響が出始める。
		商店街（代表者）	・客の購買意欲が上がってこないと予想される。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・今後賃金の上昇が見込めるようになれば、景気は良くなる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・2か月ほど前は、訪問着や色無地の着物が少し動いたが、今月は卒業式や入学式の間際になっても動きがない。
		百貨店（売場主任）	・コロナ禍の収束に伴い、ライフスタイルが平常に戻るほか、線越し需要の増加効果も一巡するため、今後は国内需要の大きな伸びが期待できない。インバウンド需要には期待できるものの、先行きは不透明である。百貨店は、都心店では需要の拡大や維持は可能である一方、郊外店は客層の高齢化や人口減少も進むなか、苦戦することが予想される。
		百貨店（管理担当）	・商況全体としては堅調な推移が予想されるが、競合の激化による影響はしばらく続く。
		百貨店（外商担当）	・インバウンドの来店が安定しているほか、国内の富裕層の購買動向も順調に推移する見込みである。
		百貨店（販促担当）	・変化が起きる材料は見当たらず、現状の傾向が続くと予想される。長引く物価上昇についても、家計内で対応が調整されており、目立った変化はない。日常では必要な物だけを購入し、ハレの需要にはお金を掛けるため、ハレの日を演出することが重要である。変化の材料が見当たらないため、今後は変化を起こす工夫が鍵となる。
		百貨店（販売推進担当）	・コロナ禍明けの国内客の動きは、来客数が微増で、買上率が微減、客単価が微増となり、売上全体は微増で推移している。この傾向は当面続く見込みである。
		百貨店（マネージャー）	・大きな流れに変化はない。春節を迎えてインバウンド需要は更に増えるほか、価格に左右されない富裕層の需要も、一定の好調を維持する。一方、国内の中間層は、賃上げの効果で収入が増えたとしても、自分にとっての意味のある消費を中心とした、選択消費を続けると予想される。
		百貨店（店長）	・今年の賃上げに対する実感が出てくれば、消費は上向かない。一方、日本人はデフレに慣れているため、消費の2極化や、高所得者と低所得者の消費の格差、ハレの日とふだんの消費の差といった動きには変化がないと予想される。結果として、今後もインバウンドの需要と、高所得者による特選品の購入頼みとなる。
		百貨店（マネージャー）	・月末になり、能登半島地震の発生に伴う自粛ムードはやや緩和したが、来客数の伸びに勢いがいない。また、2月の気温も高めで推移するほか、春節での中国人客の増加も予想したほどの勢いはないため、売上を押し上げる要素は引き続き少ない。
		百貨店（マネージャー）	・春の祝賀関連や新生活関連の需要が、前年よりも活発になると予想され、今月と同様に好調な推移となる。
		スーパー（経営者）	・多方面での値上げの影響で、価格重視の購買の動きが続くと予想される。
		スーパー（店長）	・今以上に上向きとなる要素が見当たらない。
		スーパー（店員）	・まだ新型コロナウイルス感染症も流行しているほか、寒さが続けば客足も減る。値上がりの動きもかなり進むことから、厳しい状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・競合先の変化もないため、現状の動きが続く。
		スーパー（企画担当）	・値上げが続くなか、来客数、買上点数共に減っている。必要な物だけを購入する傾向があるため、客のニーズにあった品ぞろえや販売が重要となる。
		スーパー（経理担当）	・今冬は暖冬のため、冬物商材の動きが鈍かったが、寒気の到来で一気に売れるなど、季節要因の影響が比較的大きい。今後もまずは物価の動向などに左右されるが、季節なりの天候が続けば、消費には好影響となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・長らく続いていた来客数の増加傾向が落ち着き、商品の値上げも以前と比べて減っている。客単価の上昇傾向も一旦収まりそうであるため、売上は今の水準のまま推移しそうである。
		コンビニ（経営者）	・物価が上昇するなかでも、消費の動きが様々な場面で出てくる。
		コンビニ（店長）	・コロナ禍の収束以降、売上は戻っているが、このところは値上げや観光客数の増加もあるものの、売上は横ばいである。特に景気が良くなることも、悪くなることもなく、このまま横ばいで推移すると予想される。
		コンビニ（店員）	・来客数、売上共に現状維持できればよく、景気の改善は期待できない。
		コンビニ（店員）	・近隣に新たな店が複数出店し、客の流れが変わったことで、来客数がかなり減っている。打開策を検討する必要があるが、上司からの指示は、当たり前前の対策や、既に着手している対策ばかりである。
		衣料品専門店（店長）	・ここへきて飲食や物販などの物価上昇が、ポディープローのように効いてきている。当社も糸や裏地など、全般にわたって原価が上昇しており、販売価格に反映せざるを得ない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替の問題が大きく、仕入コストの上昇が止まらない。
		家電量販店（営業担当）	・所得が増えないことには、高額商品の購買意欲は上がらない。
		乗用車販売店（経営者）	・年始の能登半島地震により、消費行動にどのような影響が出るのかは不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの不正問題で商談がキャンセルになったケースは3件に上る。それがなくとも不景気であるため、諦めてはいるが、いつまで悪材料が出続けるのか、先行きが不安である。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や修理の依頼は順調に入ってくるが、新車や中古車の販売が増えない。
		乗用車販売店（経営者）	・能登半島地震や政権政党の政治資金問題だけでなく、大手自動車メーカーの生産停止など、経済的にもダメージのある事件や事故が発生し、消費に関心が向かう気配は余りない。コロナ禍収束後のインバウンド需要をどれだけうまく取り込んでいけるか、人手不足をどう解消していけるかが、今年の景気浮揚の鍵となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界に向けられた疑念がしばらく続きそうで、良くなることは難しい。
		乗用車販売店（販売担当）	・生産台数に合った販売体制がようやく安定してきたことで、先を見据えた活動につながっている。
		住関連専門店（店長）	・この数か月で売上が底を打ったため、これ以上は下がりようがない。ただし、富裕客が増えたとしても僅かにすぎず、短期間での業績回復は難しい。
		その他専門店 [ ガソリンスタンド ]（経理担当）	・今春の賃上げのほか、価格転嫁がどの程度進むのかに左右される。それまでは現状と変わらない水準で推移すると予想される。
		その他専門店 [ 宝飾品 ]（販売担当）	・周囲の様々な物価の上昇により、商品の値上げも見慣れてきたようである。一部の既存客には、気に入った物がタイミングよく見つければ、購入につながるケースもあり、商品力や提案力をどこまで高められるかが問題である。
		その他専門店 [ 医薬品 ]（管理担当）	・年末商戦の反動で、化粧品やカウンセリング化粧品などの売上は減少となったが、食品などの生活必需品に大きな減少はみられない。今後は全体的に大きな増加要因もなく、大幅な上昇は期待できないため、2～3か月後も現状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）	・売上、来客数共に伸びているが、増勢は鈍化傾向にあり、コロナ禍収束後の活発な消費が落ち着いてきた。インバウンドは増加傾向であるが、以前の爆買いのような行動はみられない。能登半島地震や天候不順、芸能スキャンダル、政治資金問題など、暗いニュースが多く、消費意欲を押し上げる材料が少ない。

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
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・制服類を買換える動きが少し増えそうであるが、値上げもあるため、大きくは変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・先の見えない物価の上昇による節約志向により、少しずつお金を使うのではなく、使うところには少々高くても使い、使わなくても済むところにはお金を極力使わないなど、2極化の動きが目立っている。
		一般レストラン（企画）	・消費が減少するなか、円安傾向に変化はみられず、固定金利も上昇傾向にある。今後も個人消費は良くて現状維持であり、更に減少する可能性もある。
		一般レストラン（店員）	・物価が上がっていき、消費者の節約が進むことから、今後も来客数は減少が続く。
		観光型旅館（経営者）	・能登半島地震による影響が今後も続く予想される。
		都市型ホテル（客室担当）	・中国からの客は、今のところ春節の動きも鈍い。ただし、他の地域からのインパウンドも含めた需要は多く、現状と変わらない状況が続くと予想される。
		都市型ホテル（管理担当）	・景気の上向く要因が見当たらない。
		旅行代理店（店長）	・4月以降の問合せは増えているものの、特に海外旅行は客の予想以上の料金となり、申込みにはつながらないケースが多い。
		旅行代理店（支店長）	・国内旅行は、能登半島地震や物価上昇の影響で大きな伸びは期待できないものの、円安が少し落ち着いてきたことで、海外旅行の問合せが少し増えている。また、海外の団体客からの問合せも徐々に増えつつあるなど、全体的にはプラスとマイナスが相殺されている。
		タクシー運転手	・例年と変わらない動きが続く。
		通信会社（役員）	・端末価格の高騰や、オンライン販売の浸透などを主因に、端末の販売が低調となっている。キャリアショップを取り巻く環境は、依然として厳しい。
		通信会社（営業担当）	・3月までは新サービスの販売予定がないため、大きくは変わらない。ケーブルテレビは生活インフラの一部でもあるため、変動は少ないと予想される。
		観光名所（企画担当）	・来場者はコロナ禍の当時と比べて、ほぼ一定の増加率で推移しており、これ以上は伸びない状況となっている。インパウンドは一定の比率で増えているが、能登半島地震が影響しているのか、国内客は少し減少していることが心配である。
		遊園地（経営者）	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない。4月の賃金改定によって、レジャーや余暇消費などの消費が増えるのか、現状は不透明感が拭えない。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上はほぼ横ばいであり、大きな変化はみられない。コロナ禍での売上好調時に比べると、やや陰りはみられるものの、高水準の売上は維持できている。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・人件費や物価の上昇、光熱費の上昇などで、イベントに必要な費用が増えている。それに伴い、費用削減への意識は高まっているが、全体的には利益の減少が避けられない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月は日本代表の強化試合があるほか、4月にはプロ野球の公式戦が予定されているため、多数の来場を見込んでいる。
		美容室（店員）	・基本的には現状と変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・一般客からの問合せは増えているが、建築コストの上昇等で価格や納期の設定が難しく、積極的な営業がかけられない状況にある。
		住宅販売会社（経営者）	・上昇した地価の価格調整がある程度は進まなければ、取引は増えてこない。
		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）	・3か月先の景気に変化はない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・当面は資材価格の高騰による、戸建て住宅の価格上昇が続く。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・好転する材料がなく、2か月先を見通しても、現状のまま変わらないと予想される。

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
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・能登半島地震により、改めて自然の怖さが思い知らされた。1か月が経過しても悲惨な状況が報道され、数年ごとに発生する大きな災害に、他人事ではない感覚が広がっている。復興への協力などに人の気持ちに向かっていているため、景気の改善には程遠い。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・現状が芳しくないことを考慮すると、春先の動きにも期待できない。さらに、物価上昇の影響が、消費者の購買力が落ちている。
		百貨店(売場マネージャー)	・原料価格の上昇による物価の上昇などで、生活防衛意識が強まっている。特に、1月初旬の能登半島地震をきっかけに、シニアの来店が減少傾向となり、買い控え感が広がっている。一方、円安効果によってインバウンド売上は好調に推移している。
		スーパー(店長)	・能登半島地震や物価上昇などの影響で、心理的にも消費は減退傾向になると予想される。
		スーパー(社員)	・前年が比較的好調に推移したこともあり、しばらくはその反動減が予想される。店頭は依然として活況であるため、好調が続いてほしいが、当面は春先の賃金動向に左右されそうである。
		スーパー(開発担当)	・物価の上昇が止まらない一方、賃金が上がらない。
		家電量販店(店員)	・不安な出来事が発生したため、今後は消費者の動きが貯蓄型に変わり、本当に必要最低限の商品だけが動くため、ぜいたく品の購入は減少が予想される。日本全体が助け合い、今のムードを打破しない限り、景気もなかなか向上かない。
		家電量販店(企画担当)	・正月商戦はにぎわったが、1月9日以降は平日の来客数の落ち込みが大きい。回復につながる起爆剤を導入しなければ、非常に厳しい状況である。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・のりは前年に続いて不作となり、業界全体が厳しいため、企業の淘汰が進むと予想される。
		一般レストラン(経営者)	・当店はインボイス制度に対応していないため、宴会や会食が少なくなる。
		観光型旅館(団体役員)	・能登半島地震の復興が進んでいないこともあり、感覚的には旅行を控えようとする。また、政府が発表した北陸心援割の影響で、当地域への来訪客は減少すると予想される。
		通信会社(経営者)	・能登半島地震の影響で原材料が入手困難となるほか、円安による価格の高騰が懸念される。
		テーマパーク(職員)	・景気対策を含めた、適切な対策が採られていないため、景気の回復する要素が見当たらない。
		競輪場(職員)	・前年と同じような動きであるため、今後はやや悪くなる。この予想を覆すだけの材料が見当たらない。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕 (従業員)	・効果的な政策が見当たらず、金利の上昇による影響も出てくる。
	×	衣料品専門店(経営者)	・正規雇用以外で働く人が多く、収入が上向き要素がないため、消費を絞る傾向が強まると予想される。
	×	家電量販店(店員)	・新たな補助金の案内が始まったが、補助が慢性化している影響が、今後も続くという安心感から、年々問合せが減っている。
	×	観光型旅館(経営者)	・旅行の需要は景気に左右されるほか、団体旅行が新型コロナウイルス感染症や能登半島地震の影響で中止になったとの情報もあり、非常に苦しい。
	×	通信会社(社員)	・地域社会での消費低迷は更に厳しくなっている。毎月の固定費の見直しに伴い、サービス価格の低下が加速しており、客単価の大幅なダウンが避けられない。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業(経営者)	・依然として日本銀行は金融緩和策を継続し、円安傾向にも変化がない。輸入業者の立場からみると厳しい状況であるが、そのなかでも受注は増えているため、2~3か月後は更に良い状態となることを期待している。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・2月から4月にかけて、取扱製品が需要期を迎えるため、良くなる。
		広告代理店(営業担当)	・前年から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。
		繊維工業(団体職員)	・需要期に向けて、動きが始まる。
		出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	・余っている予算を年度末に向けて消費する動きが、例年よりも大きくなると感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・足元の在庫調整は一過性であり、今後は回復すると期待している。
		建設業（経営者）	・年度末に向けて、引き合いは増えると予想される。
		輸送業（営業担当）	・運賃を上げる一方、サービスレベルを下げて、時短を進めるなど、職場環境が改善されている。課題であった人手不足は、今後解消されそうである。
		広告代理店（営業担当）	・期末の予算消化などで、広告の発注が更に増えそうな兆しが幾つかみられる。
		食料品製造業（従業員）	・いまだに原材料の値上げが続いているが、製品価格にはなかなか反映できない。製品価格の値上げに動いているものの、原材料の仕入価格の上昇には追いついておらず、薄利の状態からなかなか抜け出せない。
		繊維工業（総務担当）	・薄利多売の状況から、高付加価値化を進めるための物づくりに取り組んでいるが、商品の差別化が難しい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・変化する材料がない。
		化学工業（企画担当）	・食品の原材料価格が高騰するなか、価格転嫁が進んでいるため、利益率が改善している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・受注量は変わらないが、受注後の納期が短くなっている。納期対応は何とか可能であるが、余裕はない。毎日が忙しく、景気が良くなっているような錯覚はあるが、月ごとの数字をみると横ばいである。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・春闘の行方を見守りたい。大手企業を中心に賃上げムードではあるが、物価の上昇を打ち消すほどの賃上げを、中小企業ができるかどうか注目される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・景気が上向き気配はあるが、今後数か月で改善するとは考えられない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・生活必需品や食品の価格上昇に対して、一般消費者の所得の増加はまだ不十分である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気が好転する材料がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・売上が少額の案件は受注できているが、大型案件がない。今後も受注が大きく増えることはない。
		建設業（経営者）	・大阪・関西万博のパビリオン建設が最終段階となり、内装業者等が取り合いになる可能性がある。国家プロジェクトのため、優先的に技能労務者が集められることで、周辺地域に影響が出る心配もある。
		建設業（経営者）	・能登半島地震の影響で、耐震診断の問合せは増えているが、改修工事につながるかどうかは疑問である。
		輸送業（経営者）	・これ以上景気が悪くなれば、政府は何らかの景気対策を行うため、更なる景気の悪化はない。
		輸送業（商品管理担当）	・2月から3月は、1年を通して落ち込む時期であり、景気は良くならない。
		司法書士	・物価の上昇や、様々な感染症の感染拡大、年始の災害といった厳しい状況のなかで、良くなるとは考えられない。
		経営コンサルタント	・コロナ禍が落ち着いてから、消費や設備投資が回復傾向にあるが、新たな消費行動に対する、効率の良い投資方法が見いだせていない。この傾向は今後も続くと予想される。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上がり、材料価格なども上がっているが、値上げができない。
		食料品製造業（営業担当）	・更なる物価上昇により、消費者の購買意欲が低下しているため、少し悪くなる。春闘でベースアップが進めば、また状況は変わる。
		繊維工業（総務担当）	・過去半年間の受注量や販売量を調べると、明らかに減少傾向となっている。さらに、円ドルレートが高止まりの状態にあるなか、いまだに輸入商品の利幅を維持するための値上げができていない。仮に値上げをすれば、更に販売量が減少すると予想される。
		化学工業（管理担当）	・車載用の電子部品の取引先で在庫が増えており、発注量を減らすとの情報がある。
		金属製品製造業（営業担当）	・春の賃上げや、鋼材などの材料コストの上昇が見込まれるが、価格への転嫁が順調に進まず、採算の悪化が予想される。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・紙幣の切替えに伴う設備投資で、各社の資金が紙幣関係の設備に向けられており、他の設備に回ってこない。

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
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・いつまでも続く円安には、なすすべがない。部材を海外から仕入れる業種にとっては、悪夢でしかない。
		輸送業（営業担当）	・来月からのキャンペーンは、家具と関係のない商品が対象のため、余り期待できない。
		通信業（管理担当）	・景気の上向き要素がない。一部では野菜の価格が下がったものの、消費者が毎日購入する大半の食品では物価が下がっていないため、消費が伸びず、やや悪くなると予想される。
		不動産業（営業担当）	・今後もアパレル関連などの物販店舗の撤退が続くことで、景気は悪くなる。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・円安も徐々に落ち着きが出てきており、インバウンド需要も観光地はともかく、駅ナカではやや陰りを見せ始めている。
	x	化学工業（経営者）	・一部で良くなっている業界もあるが、ここへきて急に悪くなっている業界も多い。少なくとも、春先までは厳しい状況となる。
	x	金融業〔投資運用業〕（代表）	・コロナ禍の下でのゼロゼロ融資の返済が滞り、今年から来年にかけて倒産ラッシュが起きる。よほど大胆な対策が実施されない限り、負の連鎖は止まらなると予想される。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（管理担当）	・年度末が近づくとつれて求人は増えるほか、円安の影響で輸出関係の景気は上向き。
		人材派遣会社（管理担当）	・先行きは、世界情勢の不安定化や物価の上昇といった不安要素が多い。ただし、観光業界の活気はまだ続くと思われ、それに伴い、求人数の増加も見込まれる。
		人材派遣会社（役員）	・2年連続でベースアップを実施する企業を含めて、賃上げを行う企業が前年よりも増えるほか、円安や株高傾向もあり、消費者の先行きへの警戒感が少し緩むと予想される。
		職業安定所（職員）	・コロナ禍の影響がなくなり、求人が増えつつあるため、今後は良くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数は、前年比で1割減となる見込みである。ただし、今後は大阪・関西万博関連の工事も立て込んでくるため、人手不足との兼ね合いもあるが、求人自体は増えると思われ。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・3月の就活解禁日までに、学生のエントリーが更に増えると思われ。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的に求人、求職者共に増えるため、現状と比べれば良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍の収束に伴い、医療職の採用意欲が高まっており、求人依頼が前年度と比べて1割程度伸びている。
		人材派遣会社（支店長）	・良い話が余らないため、しばらくは今の状況が続くと予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博関連の需要がどの程度出るかは不透明であるが、今後に期待したい。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業側で業務の効率化や、生産性の向上などが進まなければ、人件費が更に増える。利益が圧迫されるため、給与の上昇にはつながらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・百貨店を中心とした、地元企業による新聞広告の出稿などのプロモーション予算に大きな変化はなく、前年並みを見込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価上昇の影響で国内消費は沈んでおり、インバウンドの増加以外は景気が良くなる要素が見当たらない。ただし、インバウンドもある程度の水準に達しているため、これ以上増える見込みは薄い。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年比で増えるなか、54歳以下は減少となった一方、55歳以上が2割以上の増加となっている。
		職業安定所（職員）	・大手自動車メーカーの生産再開のめどが立たず、不安定である。
	職業安定所（職員）	・年度初めて人の動きが多い時期は、求人数や充足数がある程度は増えるが、それ以外に景気を大きく左右する要素もないため、状況は変わらない。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・文系、理系を問わず、求人が更に増えるとの予測もあり、学生にとって有利な状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他雇用の動向を把握できる者	・11月から12月にかけて行ったヒアリングでは、現在の景況感、業種、企業規模を問わず改善がみられた。その一方、3か月先の見通しについては、業種、企業規模に関係なく悪化している。また、人手不足感が高止まりしているほか、価格転嫁の状況は、転嫁率が50%未満との回答が60%を占めた。さらに、中国経済の減速による影響も多くみられる。先行きの景況感や、価格転嫁が困難な状況、中国経済の減速の影響等を勘案すると、求人数は減少することが予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・国民は物価の上昇に苦しんでおり、富裕層だけが幸せな世の中になりそうである。仮にB to B関連の企業を中心に、人員の確保が進まなかった場合、GDPの減少につながることを心配される。
	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)		百貨店（広報担当）	・身の回りでは旅行や外出へのモチベーションが高い様子なので、ゴールデンウィークの入出は多くなる。
		バー（経営者）	・今が最悪である。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・3月以降の予約数は客室単価及び販売室数において高水準となっている。
		都市型ホテル（企画担当）	・現在が閑散期なので、2～3か月先の予約状況は好転している。
		商店街（理事）	・卒業や入学のシーズンを迎え、人々の気分が明るくなることから、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・1月1日の能登半島地震、2日の飛行機事故による客の気分の落ち込みが和らげば、景気は徐々に良くなる。
		商店街（代表者）	・観光業全体の動きが活発になっていけば、一般小売業の景気もそれに伴い上昇していくとみられる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新たなスタートを切る人が多くなる時期である。
		百貨店（売場担当）	・当市が大手米国紙の世界で行くべき場所として選出された。この春より国内外から多くの観光客が見込まれ、状況は好転する。そのための受皿を早急に用意する必要がある。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・インバウンド、観光客を含め、春先からの来客数に期待できる。客単価の下落を来客数の増加でカバーしていくために、カウンターフーズなどの商品の販売を狙っていく。
		衣料品専門店（経営者）	・経済自体は前向きと捉えている。
		乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給体制が徐々に良くなっている。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーや大手中古車販売店の不正問題解決、納期問題解決のめどが立てば上向く。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・集客数は少しずつ増えていく。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・1～2月は消費が抑えられる時期であるが、これから新生活用品の需要が増加し、人の動きも活発になってくる。商品の値上げ基調はあるものの、極端に客の財布のひもが固くなることはない。
		一般レストラン（店長）	・企業関連の予約やサラリーマンの来店が増加傾向にあり、インバウンド需要も前年を上回るペースで入っている。この状況が続けば、景気はある程度上向くと考えられる。
	観光型ホテル（営業担当）	・春先に向けて景気上昇に期待したいが、若干、先行予約数が乏しい。	
	観光型ホテル（副支配人）	・桜の季節になると観光客は増えてくる。現在、宴会の予約も少しずつ入ってきている。	
	都市型ホテル（総支配人）	・1月の初めは宿泊予約ペースがとて遅かったが、中盤から回復し、2月は前年を3%ほど超える見込みである。3月の予約数も前年を5%前後上回っている。4月については毎年安定した稼働で、今年についても同様とみている。	
	都市型ホテル（総支配人）	・4月以降の先行予約は例年並みに推移している。また、地域内でMICEの開催予定があり、人の動きが活性化することが期待できる。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。今1番不安なことは、円安の影響で客が遠方の旅行を控えていることである。
		タクシー運転手	・この度、大手米国紙で当市が行くべき場所として紹介された効果で、国内外から注目され、活気が出ると期待している。また、行政もこの機会を捉え、いろいろとイベント等を企画すれば、その効果も期待できる。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気はやや良くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・先の予約状況が例年より良いペースで推移しているため、このまま順調にいけば景気は良くなる。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後の3月中旬にG2レースが開催されるため、売上が十分見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震により、建築需要が高まると考えられる。
		商店街（代表者）	・販売価格の上げが難しく、従業員の給料に響いてくる。
		商店街（代表者）	・物価上昇のなか、客の買い控えから来店頻度が下がっている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・1～2月は地元の人たちは冬休みのように静かである。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これから1番寒い時期に入るため、来客数は増加しない。
		百貨店（広報担当）	・2023年3月にマスク着用が任意となり、人流等が新型コロナウイルス感染症発生以前に戻り始め、来客数や売上に回復傾向がみられたが、2024年に景気がどこまで伸長するかは不透明である。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、メーカーが提供する商品が増加しないため、売上は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・現状、来客数や売上は前年と比べ微増ではあるが、価値観の変化や物価高などによる節約志向により、景気は劇的な回復はしないとみられる。
		百貨店（営業担当）	・特に景気が変動する要因はない。
		百貨店（外商担当）	・直近、株価が高値更新し、景況感は悪くないと考えるが、客の購買意欲は大きく改善されていない。物価高騰等、まだ不安材料の方が大きく、景気回復には程遠いとみられる。
		百貨店（売場担当）	・現状が新年度を迎えるまで続くともみられる。新年度に賃金が上がってくれば、消費に跳ね返ってくると考えられる。
		スーパー（店長）	・3か月後も社会情勢や競争環境が変わらないため、景気は現状のまま推移する。
		スーパー（店長）	・客の買い控えによる販売点数の減少で、売上は前年を維持するのが精一杯となる。
		スーパー（店長）	・高齢者が増加し、賃金が上昇している実感がない状況では、景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・現状、景気が良くなる要因がない。外出機会が増えると同時に客が外食へ向く傾向がみられる。春闘の結果は小売業へ影響する。
		スーパー（店長）	・大きな景気対策がなく、値上げも続くなか、今以上に来客数が増える要素がない。相変わらず客の財布のひもは固い。
		スーパー（総務担当）	・競合店も来客数が少ない様子で、上向き感がみられない。
		スーパー（業務開発担当）	・例年春先から売上が伸びるが、価格が高くなったとの客の声が多いため、販売数量の伸びは望めない。
		スーパー（営業システム担当）	・値上げが続く傾向にあるため、買上点数は下がり、客単価の上昇は厳しいとみられる。一方、小麦粉やミックス粉が値下げとなっているので、パレンティンや新生活の需要に応えたい。
		スーパー（販売担当）	・値上げが継続しており、消費が上向き要因が余りみられず、前年並みで推移している。
		スーパー（販売担当）	・この地域はまだインフレ傾向にないとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症や道路工事の影響で、1年以上厳しい状況が続いたが、来客数は回復している。今後は前年よりも多少良い状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・景気にプラスに働く要因がないため、今後もこのまま推移していく。
		衣料品専門店（経営者）	・廃業する問屋もあり、良い商品が供給できなくなっているため、厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（代表）	・物価高が続き、自粛ムードを覆す景気対策が採られていない。
		家電量販店（店長）	・物価高の影響で買換え需要の低下が続くため、しばらくは厳しい状況になる。
		家電量販店（販売担当）	・新生活関連需要や決算に期待するが、来客数が戻るとは考えられない。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要因が特にないため、変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の余波を懸念している。客の不信感は残り、業界全体へ影響する状況が続くそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・現在の景気は低迷しているが、ここからの景気回復を願うばかりである。
		自動車備品販売店（経営者）	・円安、金融緩和策が続く限り値上げは続き、販売量は減少していく。確かに金融緩和が終わると運転資金や債務などの金利も上がるが、小売業にとって売上件数とそれに伴う利益がないと支払がしんどくなる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・復興の道筋がみえるまでは景気は良くならない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・土産物や地域産品を扱う店としては、個人や団体の観光需要が伸びないと現状維持が精一杯である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・株高、賃金上昇などのプラス要素はあるが、一方で実質賃金の連続マイナスや人手不足などのマイナス要素もあり、景気は大きくは変わらない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・特に大きな話題がなく、能登半島地震の影響も今のところこちらの地域にはない。
		一般レストラン（経営者）	・晴れの日の売上が増加する時期が来る。新年度を迎え、アルバイトスタッフの交代時期となるが、時給競争が激しくなっている現状では、スタッフの確保や育成が例年よりも困難になり、営業面で厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・寒波で人の動きが低下する。
		旅行代理店（支店長）	・為替、物価、賃金など、社会環境次第で状況は変わっていくが、現状では有効な施策も打たれていないため、状況は変わらない。
		タクシー運転手	・日中の人出は少なく、夜もかなり少ない。景気は足踏み状態が続いている。
		タクシー運転手	・運転手不足になっているため、先行きが不透明である。
		通信会社（企画担当）	・年明けに能登半島地震や大規模事故等が続いたが、それによる先行き不安から購買を控える話は余り聞かない。消費に前向きな基調であるとうかがえる。
		通信会社（営業担当）	・何ら景気浮揚の要素はないが、悪化の要因も見当たらない。
		テーマパーク（営業担当）	・閑散期であり、来客数の増減が少ないとみられる。
		テーマパーク（業務担当）	・ガソリンの価格高騰など物価が上昇しているため、景気はまだ大きく変わらない。
		美容室（経営者）	・今後どうなるか予測できないが、客が新型コロナウイルス感染症やインフルエンザに感染することを心配し、出歩くことを恐れているようなので、様子見の状態が続く。
		美容室（経営者）	・前年からの物価高で、客の節約傾向が続いており、2～3か月後に客の生活スタイルが変化するわけではないため、景気は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・建築業界は人手不足が続くなか、4月から働き方改革の業種に加わる。このため、建築費の上昇は収まらず、現状が続くとみられる。
		住宅販売会社（営業担当）	・景気に変化する特段の要因がないため、現況が続くと考える。
		住宅販売会社（営業所長）	・商品や販売戦略等の変革が必要になっている。
		商店街（代表者）	・客は良い商品があっても購入せず、バーゲンセールまで待とうとするため、厳しい状況が続く。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・能登半島地震の影響で消費マインドが低下しているのか、年が明けてから売上が落ちている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（財務担当）	・年末年始は人流の増加により売上も順調であったが、年始後は客に節約傾向が見受けられるため、売上が減少する。	
		コンビニ（支店長）	・中小企業の質上げが厳しい状況にある。	
		家電量販店（副店長）	・家電に革新的な商品が出ておらず、需要が改善する見込みがない。大型商品を中心に需要が低迷するとみられる。	
		乗用車販売店（リース担当）	・客が点検をしない選択をしていることから、景気は良い方向に向かっていない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・能登半島地震の発生による部品調達の問題や大手自動車メーカーの不正問題で生産に影響が出ており、売上は良くならない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・大手中古車販売店の不正問題、大手自動車メーカーの不正問題、大規模リコール、能登半島地震発生による部品供給の遅れなど、自動車業界全体が厳しい状況にある。客からの問合せも多く、購入を見送る客がいる。	
		乗用車販売店（業務担当）	・生産台数が減少し、景気に影響してくる。	
		通信会社（総務担当）	・今年度までは新サービスを拡張しているため、新規顧客の加入が見込めたが、来年度からは現状維持になることが予想される。	
		通信会社（広報担当）	・価格上昇のあおりを受けて、このまま買い控え傾向が続く見通しである。	
		放送通信サービス（総務経理担当）	・延滞回収率を長期スパンでみると、回復傾向ではない。	
		美容室（経営者）	・消費傾向が変わった。物価高と増税で社会の金の回り方が鈍くなっている。生活費を抑えて投資や将来への貯蓄などが増えてくると考えられる。特に若い世代の消費の傾向は鈍化していく。	
		設計事務所（経営者）	・客の所得が伸び、予算の改善がみられるようになるまでしばらく掛かる。	
		×	自動車備品販売店（経営者）	・国産製品より安価なアジア商品を求める客が増加し、ますます我が国の製造業は厳しくなる。その代わりアジアの諸外国が経済発展する。
		×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が増えない。
	×	一般レストラン（経営者）	・2月は寒さのため人出が少なくなり、1年で1番景気が悪くなる時期なので、消費が減少する。	
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・地元自動車メーカーの生産が落ち着いてきているが、春には忙しくなるようなので、景気は良くなる。	
		食料品製造業（経営者）	・春夏商品の商談中であるが、値上げもあり、少量で買いやすい価格帯の検討をすることになっている。徐々にではあるが、商品の動向も良くなっている。	
		鉄鋼業（総務担当）	・受注予測では、力は弱いながらも少しずつ回復していく見通しになっている。	
		輸送業	・受注が増えている。	
		輸送業（営業担当）	・年度末に向けて新規案件の引き合いが多く、3月に向け受注増加が見込まれる。	
		金融業（経済産業調査担当）	・緩やかなインフレ鈍化と前年を超える水準の値上げ提示により、消費マインドが改善に向かうと考えられる。	
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期であり、良くなるとみられる。	
		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）	・物価上昇が続くなか、給与支給額の上昇が見受けられる。	
		木材木製品製造業（経理担当）	・円安が続き、消費財の値上げもあり、景気の回復はなく、今後2～3か月も低迷状態が続く。	
		化学工業（総務担当）	・前年度は、仕入れ、販売共に値上げが中心だったが、一部では値下げの傾向もあるため、先行き不透明感がある。当面は様子見の状況である。	
		化学工業（総務担当）	・自然災害や戦争など、景気が上向き要因がない。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要の急速な回復が見込めず、現在の生産水準が続く見込みである。	
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の声がよく聞かれ、大きな需要変化はないとみられる。	
		非鉄金属製造業（業務担当）	・金属価格に大きな変動要素はみられないため、景況感は変わらない。	
		一般機械器具製造業（管理担当）	・人件費や原材料費が高止まりしているなかで、大きな改善、変化が見込める状況にないと判断している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業	・賃上げにより基本給自体は増加するが、賃上げ率よりも物価上昇率が高いようである。
		建設業（経営者）	・中小企業は賃上げに対応するが、満足できないと考える。
		建設業（総務担当）	・資材価格や納期等は比較的落ち着いている様子であるが、天災や地政学リスクがあり、急変する恐れはある。
		輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きはないため、状況は大きく変わらない。
		通信業（企画担当）	・電気や半導体関連の価格高騰の可能性が低く、企業の投資意欲も最近の状況と変化がないと考える。
		会計事務所（経営者）	・物価上昇のなか、値上げ効果に期待がある一方、業種によって受託業務量は伸び悩む。
		金属製品製造業（総務担当）	・鉄の原材料が4月から値上げになることが決まっており、下降が続いていた電気料金の燃料調整費も上昇すると見込んでいる。工作機械業界の回復は2024年後半からとの予測であるため、採算面で上期は厳しいと想定している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くなるらない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
		金融業（支店長）	・大手企業の工場撤退が通知されており、時期は不明であるが、関連企業の業績に影響があると考えられる。
		x	電気機械器具製造業（総務担当）
雇用 関連  (中国)		-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	・依然として求職者数よりも求人数の方が多く状況が継続している。
		人材派遣会社（副支店長）	・4月開始を希望する求職者の動きが活発になる。
		人材派遣会社（事業部長）	・人手不足の長期化に加えて、派遣社員の定着率悪化や自社の正社員のベースアップなど複数の要因により、派遣社員の賃上げを了承する企業が増加してきた。
		民間職業紹介機関（職員）	・新卒初任給のベースアップを計画している企業が増えつつあり、既存社員の収入も増加する。物価上昇分を吸収できれば、消費の増加へ向かっていくとみられる。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・4月までは転職市場が活発になるため、求人数及び求職者数も伸びる傾向にある。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2025年3月卒業予定者を対象とした求人依頼が増えている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・物価が高騰しているものの、企業の人材が不足していることや社会的に賃金を増加させたい状況になっていることなどを背景に、今後、賃金が上昇することから、景気は徐々に回復傾向になると考えられる。
		人材派遣会社（社員）	・雇用環境が変動する話題はないため、景気は平行線の状況であり、引き続きマッチングに苦慮する状況が続く。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用や30代前半の中途採用で慢性的な人手不足となっている企業が多い。今後、少子化が進展することもあり、採用に金を掛けようと考えている企業が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方の中小企業の賃上げが実施されない限り、今年前半の状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・製造関係を中心に今後が見通せない状況が続いている。雇用調整助成金の相談が増加している。
		職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率は依然として高水準で推移しているものの、物価高を背景とする消費の鈍化が改善される要因がない。賃上げ気運も都市部ほどの高まりはない。
	*	*	

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	-	-

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)		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・例年、花見の時期が近づくにつれて景気が良くなっていくため、今後は良くなっていくとみられる。
		タクシー運転手	・今年ほうほう年であり、お遍路さんにとっては逆打ちの年であり、大手旅行者もそれなりに客を集めている。気温が暖かくなってくると今よりはお遍路さんが増える見込みだが、4月から納経代が値上がりするため、どのような影響が出てくるかは不明である。街の様子も今よりは活発になるため、景気は良くなるとみられる。
		商店街（常務理事）	・海外から地元空港への就航便も増え続けており、一層のインバウンド効果が期待されている。また、今春の鉄道駅ビル増床オープンを皮切りに、目玉となる施設がここ数年かけて次々と完成するなど港湾地区の開発が進んでいく予定であり、商店街への回遊効果も期待できる。
		商店街（代表者）	・少しずつではあるが現状の値上げや原料価格高騰に対応ができており、経費節約等の企業努力で乗り越えられている。まだ円安や原料価格高騰等の不安材料はあるが、多少経済が活発に動いてきており株価高騰の好材料もある。後は中小企業等の質上げが進んでくれば、少しずつ良くなっていくと予想される。
		商店街（代表者）	・春先の様々なイベントがゴールデンウィークにかけて準備されている。週末中心にインバウンドを含めた観光客など、多くの人々が動くと思われる。
		スーパー（企画担当）	・年が明けても、商品値上げの情報があるため、単価上昇による売上増加が続くと予想される。
		通信会社（支店長）	・新生活シーズンに伴う需要の活性化に伴い、来客数は増加すると想定される。
		観光遊園地（主幹）	・令和6年3月から、約4年ぶりに松山～台北線の定期便が再開されることが決定し、インバウンドの増加が見込まれる。
		美容室（経営者）	・3～4月は卒業入学シーズンになるため、また客が動き出すとみられる。
		美容室（経営者）	・春が来て暖かくなれば、少し良くなるとみられる。
		一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・例年であると、年度末にかけて品物の動きは活発になるが、今年は動きが鈍く、分かりにくい。年度末まで商品の動きはずれ込むとみられ、サービス業にとっては先が見えず、4月以降も心配である。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・春の祝い商品の予約が順調に入ってきているが、市場の入荷量が減ってきているため、仕入価格が高騰すると予想される。
		百貨店（販売促進）	・物価上昇が続く、先行きが不透明である。
		スーパー（企画担当）	・食品は変わらず堅調に推移しているが、気温の影響もあり衣料・住居関連品が苦戦している。総合スーパーとしては、全体として良くも悪くもなっていない。
		コンビニ（商品担当）	・インバウンド需要がない地方には経済の活性化がなく、来客数の増加や客単価の上昇は難しいとみられる。
		コンビニ（総務）	・1日に発生した能登半島地震の影響や気温の低下なども間接的に消費に影響している。
		衣料品専門店（経営者）	・例年、2月から1番厳しい時期に入るが、今年は寒波の影響により、更に業況が厳しく、売上が増加することが見込めないため、良くて前年並みに推移するとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・今後、人口が少ない地方では、インバウンド需要でもない限り、景気は良くならないとみられる。また、商店街の空き物件もかなり増えている。
		衣料品専門店（営業責任者）	・値上げは一段落しているが、その分来客数が減少している。今後消費が改善していくイメージがなかなか湧かない。
		家電量販店（店員）	・商品価格自体が上がっており、ついで買いや衝動買いが減っている。
	家電量販店（副店長）	・数か月間、来客数が前年比91%と低迷しており、しばらくは来客数の増加は見込めないとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		乗用車販売業（営業担当）	・受注停止の車が多く、受注再開する見込みもない。	
		乗用車販売店（従業員）	・客に販売できる車種が少なく、長納期化が解消されない限り良くはならない。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・全国旅行支援の終了や能登半島地震の影響などにより、これまで続いたアフターコロナの回復基調が一服し、当面横ばいが続く想定される。	
		観光型旅館（経営者）	・インバウンド需要の拡大と能登半島地震による旅行マインドの低下、物価高騰の影響継続が綱引きの状態になるとみられる。	
		都市型ホテル（経営者）	・天災や政権政党の失態などからやや気持ちが悪りがちになっている。	
		旅行代理店（部長）	・物価高騰や金利動向により、景況感是不透明である。	
		通信会社（営業担当）	・季節変動はあるものの景気が上向き要素が少なく、大きな変化はないとみられる。	
		競輪競馬（マネージャー）	・物価はまだ少しずつ上昇しているが、遊興への消費マインドを引き下げるほどではなく、現状が続くとみられる。	
		設計事務所（所長）	・様々な物価高騰により、交際費が以前よりも増加している。建設業界では2024年問題に対する不安があり、先行きが不透明である。	
		商店街（代表者）	・今後世界は冷戦の時代に逆戻りするのではないかとみられ、我が国も当面、安定した国会運営は期待できない。国がどういう方向に進むかは地方都市においても決して無関係とは考えられないが、混迷状況から抜け出せる方策が見当たらない。	
		スーパー（店長）	・客単価が前年止まりであり、来客数の回復も見込めない。	
		スーパー（統括担当）	・大手企業を中心に賃上げの努力をするとみられるが、全体としては物価上昇に追い付かない状況が続くとみられる。	
		スーパー（財務担当）	・ある程度の賃上げがあったとしても、実質賃金の減少は続くため、節約志向は強まるとみられる。	
		コンビニ（店長）	・物価上昇により価格を気にすることなく買物できる客層が増加するとは考えられないため、少しずつ来客数が減少していくとみられる。	
		乗用車販売店（従業員）	・新車受注台数の減少傾向は続いており、諸物価上昇するなかではこの状況がしばらく続くとみられる。	
		一般レストラン（経営者）	・2月や3月は、卒業や転勤などで外食需要が増し、少し良くなるものだが、前年末の客の動きが悪かったため、期待ができない。	
		タクシー運転手	・夜の飲食店の場合、前年から発生しているスナックやクラブ等の廃業により、客が外食する頻度が減っており、タクシーの稼働率は当市内は50%である。コミュニティバスを10年で倍増する計画、デマンドタクシーの導入や4月以降のライドシェア導入にも不安がある。また、タクシー料金の2月からの値上げにより、業況は悪くなるとみられる。	
		通信会社（社員）	・当社のサービスはケーブルテレビであるが、若年層の人々はテレビ離れの傾向がある。	
		×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・能登半島地震や政治の不安定化による先行きの不安により、最小限度の消費にとどまるだろう。
		×	コンビニ（店長）	・今後、進学・就職シーズンに入ってくるが、物価上昇に収入が追い付く事はなく、消費を控えるのではないかと懸念している。
×		衣料品専門店（経営者）	・物価高による買い控えがあり、業況は厳しい。	
企業動向関連		食料品製造業（商品統括）	・ベースアップが4%を超えるとみられ、労働者も我が国が金利のある世界に復帰することを確信しつつある。商品の値上げのハードルも低くなっており、給与アップにつながる要素が大きくなっている。	
(四国)		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・12月は年末の掃除用にウェットクリーナーを購入する人が増え、売上が増加したが、その反動で1月は売行きが悪くなる。また、キッチンペーパーの原紙をすく当社機械の改修が長引いているため、キッチンペーパーの供給が減少しており、売上が減少しているが、今後は改善され今月より良くなるとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・竹資源開発をしており、肥料や農薬を作っているが、商品が少しずつ売れる道筋がついたため、景気は上向くと予想される。
		通信業（企画・売上管理）	・株価の好調に連動した、年度末の駆け込み需要に期待している。
		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が若干増加していることや、今後気候が温暖になれば、インフルエンザや新型コロナウイルスといった感染症の流行も落ち着くと想定され、少しずつ人の移動が活発になると想定される。
		税理士事務所	・株価が高値を更新しているため大企業の業績向上が見込める。
		農林水産業（職員）	・物価高により消費者の生活防衛意識は強まっており、食費を落とすことが手っ取り早い動きとなっている。
		食料品製造業（経営者）	・為替の変動がないと推測され、海外仕入商品、原材料価格の高止まりが続くとみられる。
		繊維工業（経営者）	・購買意欲は社会情勢が反映されるとみられるが、地方の中小企業の先行き不安、物価高騰と賃金上昇の兼ね合い、また、金利上昇など様々な先行きの不安があり、今後、消費者心理の大きな改善は望めないとみられる。
		鉄鋼業（総務部長）	・変動要因が見つからない。
		電気機械器具製造業（経理）	・景気は株価高で良化傾向にみえるものの、実態は原動費及び物価高の高水準の継続、一時的に円高基調になるもまた円安基調となっている点からも、今後の景気回復の動きは不透明だとみられる。
		建設業（経営者）	・公共工事発注待ちだが、民間工事も含めて全く先が読めない。
		建設業（経営者）	・良くなっていく要素がない。
		金融業（副支店長）	・引き続き建設業等の受注状況は好調であることや観光業及び飲食業の客足も好調であることから景気は回復基調と考えるが、一方、能登半島地震や人材不足の影響を受けている企業もあり、景気は現状程度で推移していくとみられる。
		広告代理店（経営者）	・人手不足による採用関係の仕事は増えているが、多くの客先の販売促進計画は依然として削減傾向が予想されており、全体としては大きく変わらない見込みである。
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの販売状況は、販売価格をアップしたことにより低水準で推移しているため、この状況はしばらく継続する見込みである。そこに2024年問題で配送コストの増加が見込まれ、更に状況は悪化していくと予想される。賃金アップを行い、この問題に対応していく政府指針であるが、価格アップに賃金が追いつかない状況が想定される。
	輸送業（経営者）	・政治も含めて、雰囲気が悪く、頑張りうという雰囲気ではない。	
	x	*	*
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（役員）	・これから年度末に近づき、人事の動きが激しくなる。雇用形態・雇用条件を見直すことなどの企業努力の影響が、来年度の人員体制の優劣に出てくるとみられる。また、進学や転職などによる準備等で消費者ニーズの高まりが景気を良くする勢いとなるとみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り、求人数の増加が予想される。
		職業安定所（求人開発）	・年度末の人事異動などで、人々の動きが活発化し、それに伴う産業が堅調に景気を下支えするとみられる。
		求人情報誌（営業）	・地方中小企業においては、中途・新卒とも採用難が継続しており、大きな解決策がないため人員確保に苦戦する状況が続くとみられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・3月以降の求人の状況を見てからの判断になるとみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今後の中小企業におけるペースアップの状況が不透明である。
		人材派遣会社（営業担当）	・工場等の大きな求人募集は少なく、派遣の登録も少ないため、先行きの景気は厳しいとみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が良くなる理由がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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  (九州)		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・2月はイベントなど行事がないが、3月は卒業や退職、異動等の需要があり忙しくなっていくと考える。しかし、資材や花代など仕入れが高騰しており、それを考慮しながら営業をしていかなければ利益が出ないことになり営業方針を考えていかなければいけない。
		商店街(代表者)	・今年は暖冬という予報でもあるため、2月は多くの来街者が商店街に足を運ぶことを期待している。
		商店街(代表者)	・季節も暖かくなり、賃上げ等の状況が好転すれば、能登半島地震の影響は少なくなると予想され、商店街への買物客も増加してくる。
		商店街(代表者)	・接客をしていると、客の動きや感じ方が前向きとなっている。春に向けて動き出すことにより、人の動きにつれて景気は良くなっていくと考える。
		商店街(代表者)	・年度末は、オリジナルグッズ関連が動き出すと予想している。
		商店街(代表者)	・値上がりが続く話題は地方でも出ており、特に地方では季節の影響により買物が左右される。必需品の買物が増える時期でもあり、少し景気が良くなっていくと考える。
		百貨店(経理担当)	・消費マインドが若干ではあるが良くなっている。今後も来客数の伸びが期待され、食料品や婦人衣料等をメインに売上も良くなると予想される。
		百貨店(営業企画担当)	・春先のイベントなどで盛り返してくると想定している。また、インバウンド需要の高まりにも期待している。
		スーパー(企画担当)	・給与昇給の報道がされており、消費意欲は今後も高まっていくと考える。
		コンビニ(経営者)	・春の行楽シーズンはインバウンド効果が更に上昇し、前年までのコロナ禍の反動で来客数や売上は伸びると予想される。
		コンビニ(経営者)	・余り悪い話は耳にしないようになってきている。周りの飲食店では、客は入っているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き始めた前年を超えるかは、これから正念場を迎えるかと予想している。
		コンビニ(エリア担当)	・各社の賃上げによる消費喚起に期待している。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・今後の気温にもよるが、寒いと出足は鈍ってくるが、暖かくなるにつれ売上が回復すると予想される。それに伴い、プラス1品の需要も増加してくると予想される。
		家電量販店(従業員)	・新学期に向け、家電の需要が増えるため売上も増加する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・通常、繁忙期である12月の翌月である1月の売上は減少するが、新規の客の増加により来客数は増加していき、売上も伸びており、景気は改善されていくと考える。
		高級レストラン(経営者)	・旅行者も増え、受験シーズンも終わって県内客の動きも多くなるため、景気は徐々に良くなる。
		スナック(経営者)	・年末から今月にかけて来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻り、客単価が上昇している。インバウンドも若干増加し、今後の売上増加が見込める。
		観光型ホテル(支配人)	・宿泊部門では前年並みを見込んでおり、宴会婚礼部門では歓送迎会等の予約が好調となっており、売上増加を見込んでいる。しかし、物価高騰によるコストの削減が課題である。
	都市型ホテル(スタッフ)	・今後はインバウンドの需要や花見、コンサートなどイベントの影響で、景気向上の流れができると予想される。しかし、高単価による販売は継続されるため、大幅な売上増加は見込めない。	
	旅行代理店(職員)	・春の九州内バス旅行の需要は増加している。同時に桜の時期のインバウンド増加も想定している。	
	タクシー運転手	・春に向けてのイベントが多く、タクシーの予約状況も良くなり、景気も上昇していくと考える。	
	通信会社(社員)	・これから3月にかけて最も忙しい時期となり、加えて、販売手数料も改善され景気は良くなっていくと考える。	



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）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていると感じることが多い。
		観光名所（職員）	・景気が良くなることに期待をしているが、バス運転手等の人材不足の問題が懸念される。
		競馬場（職員）	・賃上げの動きが継続しており、株高なども販売量にプラスの影響を与えている。このままインフレ率を上回る賃上げが実現すれば、より状況が良くなることが期待できる。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は春になるため、衣服が明るく薄物になり、おしゃれの仕方も変わるため景気は回復傾向になる。今後、景気対策も施行されるとより一層景気は上昇していくと考える。
		理容室（経営者）	・理美容関係の業界では、年間で1～2月は閑散期となるが、3月になると卒業や入学など行事があり客の動きが多くなる。そのため、景気はやや良くなる傾向にあると予想している。
		美容室（店長）	・暖かくなると、季節的にも気分的にも外出の機会が増え、来客数も増加し、若干景気は良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・年度末に向け、客の動向に期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・子育て世帯に関し、子育てエコホーム支援事業に加え、住宅ローン控除の拡充等により、引き続き動きがあると予測される。
		商店街（代表者）	・旅行や外食の需要は伸びているが、客は物の購入を控えており、今後もやや悪い商況が続くと予想される。
		商店街（代表者）	・価格高騰に伴う給付金等が支給されるが、将来への不安が拭えない限り景気が上向くことは難しい。
		商店街（代表者）	・物価上昇は、確実に進行しており、特に日々の買い回り品の値上がりが目立っている。政府は賃金上昇を働きかけているが、中小企業や小規模小売業の売上は厳しい状況であるため、賃上げが難しくなっている。そのため、消費を抑えるしかなく、景気上昇には至っていないのが現状である。
		商店街（代表者）	・卒園や卒業、入学など家庭の負担が大きくなり、経済的に大変な時期であるため、商店街としても体制を整え協力していきたい。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・卒業や入学時期となるため、少しでも魚の需要があるとよいが、好材料が見当たらず期待できない。魚が少ないため売上が減少しており、店頭では活気がなくなっている。何とか希望が持てる状況になるように対策をとってほしい。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・通常、高齢者の来店が多いが、若年層にも日本茶が体に良いなど魅力を分かってもらえると売上も伸びていくと考えられる。若年層にも来店してもらえるような店作りをしたいが、惹きつける商品がなく、現状では先行き不透明である。
		百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークに向けて人出は増加すると予想しているが、観光客などの土産需要が中心になると考えられる。
		百貨店（企画担当）	・売上における国内客やインバウンドの売上シェアに多少の変化はあると見込まれるが、新生活準備などの季節の変わり目の支出機会や、行楽時期となることも鑑みて、3か月後の状況も今と変わらない水準を維持していると想定される。
		百貨店（営業担当）	・バレンタインはギフトに加え、少しぜいたくな商材が好調である。紳士衣料雑貨や婦人衣料の動きも回復し、リビング商品やし好性の高いブランド品・舶来雑貨需要は依然堅調である。価格上昇の懸念はあるが、クレジット利用の促進で客単価や商品単価の上昇はあるものの、自家需要とギフト需要の増加が見込める。また、国内外からの観光やクルーズ船の寄港も増加し、街のにぎわいが回復しており、土産需要や美術工芸品需要が見込める。スポーツ大会の復活もあり、関連需要も増加傾向である。本店やサテライト店舗でも来客数の増加が見込める。
		百貨店（業務担当）	・条件を満たす人への緊急支援給付金が始まっており、月末の寒波やインフルエンザ、新型コロナウイルス感染症の第10波などで外出をためらう人が増えている。また、株の上昇など動きがあり、自分たちの生活状況と報道のギャップが大きくなっているのを感じている客も多く、地方では、賃金の上昇をほとんど聞いたことがないとこぼす客もいる。

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（経営企画担当）	・食品関係は好調であるが、一方で特選ブランド関係や衣料品においては売上が伸び悩んでおり、物価高騰の影響を受けているとみられる。
		スーパー（店長）	・物価上昇率は相変わらず高い数値となり、消費者の消費金額が大きく伸長するとは考えにくい。今後大きく景気が良くなるという見込みはできない。企業としては賃金ベースアップ幅が高く、その他経費上昇率が懸念材料となっており、2024年度は厳しい状況になると予測している。
		スーパー（総務担当）	・食品の値上げは一巡し、ある程度消費者も受け入れざるを得ない状況であるが、物価高騰に見合うだけの所得が上がっていない状況では一部のディスカウント業態に集客を奪われる日が続くことが懸念される。最近、特にそのような事態をおおるようなテレビ番組が増え心配している。
		スーパー（経理担当）	・単価上昇の影響は残っており、買上点数を減らしながら支出を調整する傾向は今後も続くと考えられる。
		コンビニ（経営者）	・現状の景気はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前まで回復しているが、今後更に向上するための好材料は、今のところ見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・3か月後も物価上昇が続くと予想され、来客数減少に不安を感じている。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、売上が伸びると予想していたが、物価上昇が人々の財布のひもを固くしている。
		衣料品専門店（取締役）	・2月には大量の品目の値上げが予定されている。景気が良くなるような好材料はなく、金は新入社員の採用強化へ動いていき、物を購入するということは難しい状況である。
		家電量販店（店長）	・商品の価格改定が継続しており、景気上昇に向かう要素が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・家電業界が非常に冷え込んでおり、来客数や売上は前年比で約10%低下している。気温低下と新生活需要により若干伸びてくると予想されるが、一時的である。
		乗用車販売店（従業員）	・1～3月まで決算期のため販売台数は増加しており、4月は新生活で車の需要が高まると予想している。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車生産が順調に進むことが予想される。自動車販売店にとっては大変良い状態が続いており、3月末決算は目標どおりの黒字を見込む。
		乗用車販売店（役員）	・客の自動車業界への厳しい反応が心配である。
		乗用車販売店（代表）	・景気が変わるような要因が見当たらない。
		乗用車販売店（役員）	・大手自動車メーカーの不正問題による信用失墜が影を落としている。生産から販売の混乱もあり、回復に向かうまで時間が掛かると予測している。
		住関連専門店（経営者）	・株価は高値となり、バブル前の水準と報道されており、観光についてもインバウンドを含め、活発な経済活動がみられる。一方、置き家具に関しては、荷動きが悪くメーカーや輸入業者の話でも景気の回復感がない。
		住関連専門店（従業員）	・大きな催事の予定はなく、プレミアム付商品券等の復調を期待できる外部要因も特にない。春物の需要では期待はできるが、大きく景気に左右するとは考えられない。
		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〕（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行されてから初となる入学・卒業や春休み、ゴールデンウィークが2～3か月後に控えており、気候の状況にもよるが消費は活発になると期待している。物価の上昇や、各種エネルギー費用の状況次第では、更なる悪化も覚悟はしている。また、円安やインバウンドの話題もあるものの、現在の部署や拠点では直接的な影響は薄いとみている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・中小零細企業まで賃上げ上昇が波及することが見通せない。
		一般レストラン（スタッフ）	・新しい景気対策はなく、国民の消費動向を刺激するものがない。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・賃金が増えれば、景気は良くなっていく。給与引上げは企業業績次第でもある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・自然災害や物価高の不安な年明けではあるが、国内外の旅行客の増加など上向きの部分もあり、現状は維持できると推測される。
		通信会社（企画担当）	・時期的に年度末の駆け込みは多くなると予想されるが、景気は肌で感じるほどではない。
		通信会社（企画担当）	・販売方法の工夫で需要の掘り起こしをしているが、まだ手応えを感じない。
		通信会社（役員）	・生活必需品の値上げが続いているが、地域での賃金は据置きの状態であるため、このまま低価格プランの安定状態が続くと予想される。
		観光名所（従業員）	・学生の冬休み等で来客数は多少増加するが、販売数は大きく変動しないと予想される。
		ゴルフ場（従業員）	・しばらくは、地元や国内外の堅調な予約状況は続く。
		美容室（経営者）	・物価が高く、災害も発生し、商況が深刻な状況となっており、近隣では閉店した店舗もある。営業が持続できるように政府でも対策を採ってほしい。
		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）	・単価下落は当面継続することが想定され、その他業界の景気回復により人材確保が厳しさを増しており、引き続き困難な経営環境となっている。
		設計事務所（所長）	・仕事の結果が2～3か月先に出るため、今月のやや悪い状態が3か月後に結果として現れる。
		設計事務所（所長）	・建築における材料や製品単価はまだ上昇傾向であり、生活必需品価格も高止まりと考えられる。今後仕事の対価が上昇するかは不明である。
		設計事務所（代表）	・住宅ローンの金利が上昇に転じる可能性があるため、景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・可処分所得の減少が続いており、好転する兆しが見受けられないため、景況感は悪化傾向にあると考えている。
		家電量販店（店員）	・来客数が減少傾向となっており、商品購入の理由でも故障が原因による切羽詰まった状態で買換えをする客が圧倒的に多い。商品の購入には慎重な姿勢がうかがえ、経済が落ち込んでいると実感している。
		家電量販店（店員）	・売上が増加するような好材料がないため、景気が良くなる見通しは立てられない。一層財布のひもは固くなりそうである。
		高級レストラン（経営者）	・2月の予約状況を見る限り、まだまだ余裕がある状況である。これから閑散期に入るため、厳しい月になる。
		観光型ホテル（専務）	・先行きが全く分からないため、懸念している。団体旅行が以前のように多くなることを願っている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の増加により、フィットネスクラブの利用者数は減少傾向である。
	住宅販売会社（従業員）	・新年が明けてから災害等が発生しているが、復旧に携わる工事現場の作業員が少ないことや、人件費の単価が上昇していることに加えて、大阪・関西万博などの工事が人手不足のため工事が進まず、予算が低いなど様々な問題がある。対策を考えていかなければ景気は良くならない。	
	住宅販売会社（代表）	・住宅に関しては、着工棟数が減少しているため、しばらくこの状態が続くと予想される。金利や補助金給付など状況によって変化があると予測している。	
	x	衣料品専門店（店長）	・年末はある程度売上が良かったが、今年になり暗いニュースが多く、期待を持ってそうにない。
企業 動向 関連  (九州)		-	-
		繊維工業（営業担当）	・取引先の工場の対応が次第に良くなっており、安定している企業が多くなっていることが考えられる。
		家具製造業（従業員）	・業界では、年度末に向けて繁忙期を迎えるため、必然的に受注数は増えると予想している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の供給が徐々に回復していると考えられる。取引先からの発注や動きがあり、当社の受注量が増加傾向である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・人材確保のための賃金上昇傾向にどのように対応するかが大きなポイントになる。
	建設業（従業員）	・公共工事案件の発表があり、売上増加のためにも受注に向け全力を尽くしていきたい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（社員）	・第4回建設工事等発注が予定どおりであれば景気は良くなると考えられるが、景気の左右は発注次第になる。技術者や作業員共に若干不足気味ではあるが、今のところ十分な受注体制を取っており、多くの工事を受注していきたい。
		輸送業（総務担当）	・物価高や地価高騰の反面、物流に関する価格転嫁がなかなか進んでいなかったが、この状況にある程度めどがつくと、物流に関する攻めの営業活動ができるため、相乗効果により景気も好転すると期待している。
		通信業（経理担当）	・年度当初は見込んでいなかった案件が複数あり、成約に至れば前年度並みの収益を確保できると予想している。
		金融業（従業員）	・自動車の販売が回復傾向を示しているほか、百貨店やスーパーマーケットの売上も増加している。また、設備投資や公共工事は高水準で推移しており、旅行関係の売上も伸長状態である。労働需給や所得環境は、人手不足を背景に緩やかながら改善している。
		金融業（営業）	・賃金上昇が期待できると予想している。底堅い消費マインドが更に上昇する可能性がある。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・新聞広告について、新規問合せが出ている。
		経営コンサルタント（社員）	・買物のための外出が増えている。
		経営コンサルタント（社員）	・3か月後には決算や申告が終わり、営業活動が活発になることが考えられる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、以前の環境に戻ってきており、業種によっては新型コロナウイルス感染症発生前より上向いているところもある。しかし、今後順調に回復していくと考えるかは不透明である。
		農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザの被害にもよるが、2月は若干厳しい状態であるかもしれない一方、年度末の特需や4月の異動、行楽を考えると、需要はかなり期待できる。しかし、今年の後半には、人手不足や2024年問題の物流改革など経営負担になる要素が大きく、手放しでは喜べない環境である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後は取引先からの受注量が増えてくる予想である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・この好調な受注が続くと考えられる。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・このまま悪い状態が数か月続くと予想され、先行き不透明で懸念される。
		輸送業（従業員）	・春闘はこれからであるが、物価高騰並の賃上げが可能になればそれなりに消費も回復すると考えられる。しかし、現状では消費の落ち込みを補える要因が見当たらない。
		通信業（職員）	・電気工事は大幅に受注量が増えているが、情報通信工事に関しては横ばいが続いており、部門としての年度目標額に届かない見込みである。
		金融業（調査担当）	・県内企業の景気の見通しは横ばいが大勢を占めており、終わりのみえない物価高に対する不安も根強い。
		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の増減率が四半期前と比較してプラス9%と、大きく変わらない。
		金融業（営業担当）	・2～3か月先も物価高騰や金利上昇があり、加えて2024年問題や人件費増加で、中小企業の事業者には不安材料が多く、のしかかるため、活発な営業活動や設備投資は現状期待できない。
		広告代理店（従業員）	・受注量については、新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつあることなど外的要因による影響を余り受けなくなっている。当社の新規業務などへの業態の転換が急務と考えられるが、人員の確保等課題が山積しており、当面この流れが続くと予想される。
		広告代理店（役員）	・堅調に推移していくと予想されるが、良くなるとは言いきれない不安定な状況である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
		その他サービス業〔物リース〕（職員）	・持続的な賃上げや金利動向などを受け、大きく上昇するとは言いがたく、横ばいで推移すると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今年度の業務の発注は、次年度に繰り越される傾向にあるため、新規の受注は難しい状況にある。また、今年度は福祉関係の調査・計画策定の業務の発注が多かったが、新たに受け入れる余地が少ない状況である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末の3月納期で、受託案件が多く控えている。
		化学工業（総務担当）	・損益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。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注が減少しており、人件費も高騰している。加えて、求人を出しても応募が少なく、パートの高齢化が進み、生産には結び付かないような状態である。機械化も検討しているが、補助金申請は通らなかったため、新製品を開発し、高い付加価値のある商品を作っていかなければいけない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の予算計画を考慮すると、景気はやや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・売上の1割を占める顧客の稼働停止の影響が出る。再開が見通せないため、危惧している。
		不動産業（経営者）	・金融機関からの情報では、中小企業の景気は余り良くない。
	x	-	-
雇用 関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	・各所で人手不足による依頼が増えており、その分の案件が増加している。
		人材派遣会社（社員）	・時間給の向上が見込まれるため、時給が低い人が時給の高い求人へ移行していくと考えられ、求職者からも問合せが増加している。新年度に向かい求人数は活況になっていくと考える。
		人材派遣会社（社員）	・新年度を迎えるに当たり、転職をする求職者数が活発になる時期である。募集費を3割程度増やし、新しい求人媒体を使用する計画を立てている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・春先の需要が活発にならなければ、この先の日本経済は低迷が続くことになる。現在、当地の経済はインバウンド需要に支えられているようにしか思えないが、今後の人の動向に期待をしたい。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・能登半島地震の発生は被災地域の経済活動に悪影響を与えているが、既に一部の企業が生産活動を再開するなど復旧に向けた動きも見られ、低迷の長期化は避けられる見込みである。日本経済では内需主導で緩やかに回復する見通しであり、好調な企業収益が物価高を上回る賃上げや将来を見据えた設備投資の拡大などの前向きな支出につながると予想され、また、高水準の企業収益を支えに、企業の設備投資は増加すると考えられる。人手不足の深刻化を背景に省力化などに向けたデジタル投資が活発化するほか、生産拠点の国内回帰も進展し、企業の採用意欲の底堅さは今後もしばらく続くのではないかと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は増える気配があるが、求職者の新規登録数は例年と比べ減少傾向で苦戦しており、景気上昇感は余りない。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・物価高の現状に慣れてきたように思われる。そのため、景気は現状維持で推移すると考えているが、今後、景気高騰により深刻な状況になるのではないかと懸念している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍による制限が緩和されたが、年明けから天災や人災も相次ぎ、値上げや増税が追い打ちを掛けている。賃上げや給付金などさまざまな対策が出ているが、効果は限定的でプラス要素は少ないと考えられる。
		職業安定所（職員）	・求職件数が増加しない状況で、事業所からは、まだまだ人手不足という声が多くであることから、今後の景気は横ばいが予想される。
		職業安定所（職員）	・地域の高齢化や人口減少が進んでおり、都市部のような観光産業によるメリットも限定的である。国際情勢が不安定であるため、エネルギーの高騰も続く。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後の情勢において、景気に影響を与える好材料が見当たらない。初任給のベースアップは多くの企業で実施されているが、物価の上昇は依然続くとして予測される。

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
		職業安定所（職員）	・大手自動車メーカーの生産停止に伴う営業不振を懸念している。関連の製造業だけでなく、中古販売店を含めた小売店のダメージが今後発生してくると想定される。
		民間職業紹介機関（職員）	・学生の就活方法が多様化しており、学生を集めるために経費が掛かる状況である。その分、利益を押し下げることになり、売上が増加しても利益減少のおそれがあるため、やや悪くなると予測している。
	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  (沖縄)		一般小売店〔酒〕（店長）	・能登半島地震の影響が落ち着けば、県外の観光客も増えて安定するとみている。
		コンビニ（店長）	・前年11月頃から落ち着いていた来客数も今月中旬頃から前年を超える推移をみせているため、現状からみると2～3か月先は景気が良くなっているのではないかと予測している。
		商店街（代表者）	・コロナ禍の時期と比べて来客数は多少増えているようであるが、今度はインフルエンザが流行り、来客数が多少減っている店もあるようである。一方で、来客数が増えている店も出てきているとみている。早めにインフルエンザの流行が収まることに期待したい。
		百貨店（経営担当）	・バレンタインやホワイトデー、返礼ギフトの需要などが増加する。
		スーパー（企画担当）	・2～3か月先は、入学式、始業式や清明祭といった人が集まる機会が多く、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行していることもあり、需要が高まると考えると、景気はやや良くなると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月前から徐々に良くなっているため、この先も良くなるとみている。
		コンビニ（経営企画担当）	・国内観光客が継続して好調であること、賃金上昇への期待や電気料金の値引きが2024年6月請求分まで延長されたことで、今後2～3か月の家計に与える明るい材料がみえてきている。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	・3月になり暖かくなり始め、春休みが始まればまた観光客は増えていくと考えられる。そうすると陶器の売上も上がる。
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊部門はプロ野球キャンプや団体旅行もあり2月以降予約が増えている。料飲部門はまだ動きが出ていない。
		コンビニ（副店長）	・今後もインバウンド特需は続くともっており、30年ぶりの賃金上がる傾向は良いことだが、人件費を含めた固定費、生活費などの物価上昇に追いついていないとみられる。また、4月末でガソリン税補助が切れる等の解決しないといけない問題よりも、国内の本来話し合わなくて良い件でのゴタゴタで、日々生活する国民の疲弊が進むとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は年始のセールに期待していたが、思うようには売上アップにはつながっていない状態である。季節物商品を、これから時間を掛けて消化していく、という状態である。景気はまだ良くなる気配はみえていない。
		衣料品専門店（経営者）	・このままだと余り変わらないのかとみている。
		家電量販店（営業担当）	・世の中の全体的な価格上昇のなか、単価の高い耐久消費財は、消費で後回しにされている。故障時以外の買換えが少ない傾向である。
		乗用車販売店（経理担当）	・大手自動車メーカーの不正問題による消費者への今後の影響が気になる。
		一般レストラン（代表者）	・2月まではゆっくりなペースだとみている。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・観光客は安定しているが、平日の地元客の落ち込みは戻らないとみている。特にアルコールチェックが義務付けられてからは、平日9時以降の入客が止まっている。	
	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は前年並みで推移しており、国内客は若干入りが良くないが、その分をインバウンド需要で補っている。	

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
		住宅販売会社（代表取締役）	・客の住宅建築に対する意欲が上向きには、実質賃金の上昇を実感できることが必要だとみられる。
		住宅販売会社（役員）	・今後、更なる建築費の上昇が懸念されることから住宅販売の状況は一進一退ではないかとみている。
		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの1月の販売室数は前年比12%減少なのに対し、1月末時点での4月の予約室数は前年比19%減少とマイナス幅が大きくなっている。
		旅行代理店（マネージャー）	・全国旅行支援など補助事業も終わり旅費も高騰しているなか、同じような感覚で問合せがあるが、旅行代金が倍になっていると諦める客も結構多い。
	x	-	-
企業 動向 関連  (沖縄)		輸送業（経営企画室）	・物流倉庫の建設、県外大手企業の製造工場の建設による工場内従業員や物流業務従事者の雇用創出などにより景気が良くなっていくと期待したい。
		食料品製造業（役員）	・これからプロ野球、サッカーのキャンプインシーズンなどにより更に観光客の増加が見込まれる。
		窯業土石業（取締役）	・見積り依頼、受注、生産は横ばいで推移しており、当面の間、現状維持を見込んでいる。
		建設業（経営者）	・見込みの高い客の来店が止まったままである。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進活動をみると、人件費高騰や人材不足などの影響もあり、拡大していく見込みは薄いとみられる。
		会計事務所（所長）	・国民の可処分所得が増える見込みや期待感がまだ弱いとみられるため、現時点では予測も難しい。
	x	-	-
雇用 関連  (沖縄)		-	-
		*	*
		求人情報誌製作会社（営業）	・求人数は、2月は前月の増加の反動で多少の減少を予測しているが、3～4月は年度末に当たり、求人活動が活性化し、増加すると予測している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・3月1日の就職活動解禁に向け、多くの企業から説明会依頼や募集要項が届いている。
		人材派遣会社（総務担当）	・人手不足や物価高などで、なかなか景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・今後、求人数は減少に転じると予測している。
	x	-	-
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高が収まり、生活にゆとりが出なければ変わらないとみている。
	x	-	-