

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)	・この1年の動きから、今後の景気は良くなる。景気は気からといわれるが、旅行意欲が高まっているなか、春を迎えて暖かくなることで、旅行客が増えると期待している。
		観光名所(従業員)	・当地に新規就航した国際定期便が安定運航していること、豪華客船の寄港が前年以上になる見込みであることから、これまで以上のにぎわいが期待できる。外国人観光客の購買力はとて力強いいため、波及効果にも期待できる。
		商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症の5類移行から約1年が経過することになるため、管外及び道外からの入込客が増加することになる。区域住民の消費行動は現在と同程度で推移するとみられるものの、入込客の増加に伴う売上アップが期待できる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・観光地ということもあって景気は上向きであり、今後も観光客が増加することが見込まれることから、景気はやや良くなる。ただし、地域全体としては、物価上昇や人手不足の影響もあって、活気がみられない。客からは、給料アップは期待薄であり、日経平均株価の最高値更新もどこの国の話なのかという声が聞こえてくる。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・観光客の入込が好調に推移しており、今後、一層の増加が期待できることから、景気はやや良くなる。
		スーパー(店長)	・学校行事関連商材の出足が良いことから、今後、春の新生活に向けて需要が高まることを期待している。
		スーパー(店長)	・春を迎えて、客の移動範囲が広まり、それに伴って商圏も広がる。来客数の増加が見込めるため、今後の景気はやや良くなる。
		衣料品専門店(エリア担当)	・天候の影響もあって、冬物商材は大きく低迷したが、春物商材、特に新生活関連商材の動きが好調なことから、今後の景気はやや良くなる。
		家電量販店(経営者)	・エアコンなどの空調機器の販売量増加を今後も引き続き期待できることから、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・今年は例年よりも雪解けが早くなりそうなことから、春先需要も例年よりも早く始まることになる。新型車効果も多少は期待できるため、受注量が伸びることになる。そのため、今後の景気は上向くことになる。
		高級レストラン(スタッフ)	・全体的に景気が良くなっていることから、販売施策の推進方法を見直すことで業績が改善すると期待している。
		旅行代理店(従業員)	・例年よりも雪解けが早く進むことで、桜などの花観光がゴールデンウィーク前から動き出すことが見込まれる。また、半導体工場の工事がこれから本格化することで、初夏から夏場にかけてビジネス需要が伸びることも期待できる。
		旅行代理店(従業員)	・コロナ禍が長く続いていたことから、コロナ禍での買い控えの反動やリベンジ消費などは一過性のもではなく、次年度以降も継続するとみられる。また、春闘において、各産業でペースアップなどがみられることから、物価上昇に連動して景気も上向くことを期待している。
		タクシー運転手	・日中の利用客が少しずつ増えている。春のイベント関連での来客にも期待できることから、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)	・インバウンド需要が伸びていることから、今後にも期待している。	
	住宅販売会社(経営者)	・日経平均株価が史上最高値を更新していることから、消費意欲が刺激されることを期待している。それに伴って、建売住宅の在庫も減り、景気が上向くことになる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・国内の景気については、株価の動きが良いものの、期待しているような売上とはなっていないことから、景気の悪い状態であり、今後も良くなるとは考え難い。ウクライナ情勢の解決にまだ時間が掛かるとみられることもマイナスである。
		商店街（代表者）	・外国人観光客は好調を維持していることから、今後も景気は変わらない。ただし、冬のイベント期間中にホテルが大幅な単価上昇を設定したことで、国内観光客が大幅に減少したことが気掛かりである。現状、高単価を負担できるのは円安効果のある外国人観光客が中心であり、今後のことを考えると、行き過ぎた高単価は将来に不安を残すことになる。
		一般小売店（経営者）	・株価が上昇していることで恩恵を受ける可能性もあるが、一時的な影響と考えられるため、今後も景気は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・国内客の消費にプラスとなるような要因が余りないため、景気は横ばいで推移することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・今後も一般消費者の購買意欲はなかなか上向いてこないとみられる。
		スーパー（店長）	・足元の動きとして、客の節約志向が変わっておらず、より価格の安い店舗を買い回る動きがみられる。今後もこうした傾向は変わらないとみられる。
		スーパー（企画担当）	・人件費や物流コストの上昇に伴う、商品単価の上昇は避けられないため、今後3か月は来客数、客単価が同様の傾向で推移することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・アフターコロナのなか、旅行客が増加しているが、現在の経済状況を考えると、インバウンドを除いた旅行客が前年から大きく増加するとは考え難い。
		コンビニ（店長）	・商品の価格が上がっている割に客単価が伸びていない状況から、今後も景気は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・物価高やその原因となっている円安に対して効果的な対策が行われない限り、今後も景気は変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・今の客層の仕事着への購買意欲が高まるまで、まだ時間が掛かることになる。株価は上昇しているものの、景気が回復している実感はなく、危機感ばかりが先行している状況にある。
		家電量販店（店員）	・今後も引き続きエアコンの売上増加が見込まれる。ただし、それがいつまで続くかは分からない。
		乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの不正問題が解決しない限り、自動車業界は厳しい経営状態が続くことになる。
		乗用車販売店（経営者）	・株価が上昇しているが、その恩恵を受ける人は僅かである。物価上昇が続くなか、多くの人は実質賃金が上がっていないことから、消費行動を抑制する動きは今後も続くことになる。景気は悪い意味で変わらないまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響で、市場に対する印象が悪くなっている。その印象が消えるまで、景気が良い方向に転じることはないとみられる。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	・今後も客の消費動向の回復は厳しいとみられる。不良在庫が経営を圧迫する前に、適正在庫となるよう見直しを行うことが先決である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	・今後の景気は、燃料油価格激変緩和対策事業の動向により変化することになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後も景気は変わらない。外食の割高感が拭えず、料理内容をサービスしても、その良さが伝わりにくく、来客数増加につながらない。夕方のテレビ番組ではコストパフォーマンスの高い店や格安ランチなどを紹介しているが、当店は到底かなわない。日経平均株価が最高値を記録したが、当店の客層や売上に影響は全く生じていない。
		高級レストラン（スタッフ）	・商品の値上げに加えて、光熱費の高騰などもあって、消費マインドが上向いてこない。来客数も鈍化傾向にある。コロナ禍が一段落したとはいえ、今後も売上の伸びない状況が続くことになる。
		旅行代理店（従業員）	・ホテルや交通などにおいて、オーバーツーリズムによる需要過多が危惧されることから、内需は今後も変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・例年タクシー利用は雪のある3月までは多いが、暖かくなる4月以降は急減することになる。ただし、前年末より若い世代の新規ドライバーの採用が増えていることから、今後も2月並みの前年比プラス20%の売上が続くことを期待している。
		タクシー運転手	・人手不足による稼働率の低下が改善しない限り、景気の上昇局面は見込めない。
		タクシー運転手	・コロナ禍以前と同程度の利用者に回復するまで、しばらく時間が掛かることになる。夏場に向けて、観光客などが増えてくるとみられるが、どの程度まで回復するか分からない。
		観光名所（職員）	・社会情勢が停滞しており、景気が変化するような要素もないため、今後の景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・季節要因による多少の売上増加はあるとしても、前年を大きく上回るような売上は期待できない。そのような要因も見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンションの価格上昇に客の所得増加が追い付いていないことから、分譲マンション市場は停滞気味である。この春の賃上げで客の所得がどれだけ伸びるのかを期待しているところである。
		住宅販売会社（従業員）	・高額物件については比較的客の反応が良いが、一般価格帯の物件については客の動きが鈍い。
		商店街（代表者）	・物価高を上回るような賃金上昇が行われな限り、景気が上向くことにはならない。
		スーパー（店長）	・支出が増えているため、生活費、特に食費を抑えようとする客が多い。価格の安い店を選ぶ客も増えていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・今後、個人の収入がどの程度増えるかにもよるが、節約志向は続くと思われる。
		スーパー（企画担当）	・値上げする商品の点数が減少傾向にあり、値上げ幅も小さく、値上げまでのスピードも長くなっているものの、物価の上昇に賃金の上昇が追い付いていない。実質賃金がマイナスになっていると連日報道されていることもあって、消費の先行きは、賃上げが地方にも及ぶかどうかが大きな要素になるとみられる。
		スーパー（役員）	・物流の2024年問題の影響で運賃が値上げラッシュとなっていることから、これからも商品の値上げが続くことになる。今後、消費者の節約志向はますます強まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・商品の値上げが続いているなか、今後、小売店では店舗ごとに販売促進策を行うようになるとみられる。そのため、店舗の利益が減ることが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍が明けたにもかかわらず、来客数が前年を下回る状況が続いている。来客数が増えないと売上が回復してこないため、現状からは売上が回復する見込みがない。
		乗用車販売店（従業員）	・今年度の新車登録台数が大きく減少することが見込まれ、期末ボーナスも見込めない状況にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・これまでは納車遅れの解消が進むことで、受注残が売上確保につながっていたが、受注残がなくなっている。ここ数か月、新車受注が低調だったことから、この先の売上が見通せなくなっている。
		その他専門店[造花]（店長）	・現状、景気が良くなるような要因が特に見当たらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後については、予約数が伸び悩んでいる。例年、人の移動が増える時期ではあるが、ゴールデンウィークまでは苦戦が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・円安やそれに伴う海外旅行の費用上昇、燃油サーチャージの高騰は今後も変わらないとみられる。当地における給与上昇も期待できないため、今後の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・日経平均株価が最高値を更新したが、実態を伴っていないため、消費も上向いていない。消費行動に支えられるタクシー業界においては、今後も厳しさが続くことになる。
		通信会社（企画担当）	・若年層への販売で競合他社に負けており、春商戦において、それをばん回するような施策も準備できていないことから、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
		美容室（経営者）	・必要な物とそうではない物について、客の選別がかなり厳しくなっている。関連商品の需要をスーパーやディスカウント店に奪われている傾向もみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
	x	観光型ホテル（経営者）	・3月以降の集客にかなり苦戦している。今年は全国旅行支援のような需要喚起策もないため、先々の予約状況は厳しい状況となる。
	x	美容室（経営者）	・景気が良くなるような兆しが全く感じられない。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		建設業（経営者）	・今後については、新規受注案件の着工が順次始まり、稼働量が増えてくることになる。秋口までは人手や機械の手配にも制約が少ないため、出来高も見込める。街中の景気はコロナ禍前の状態に戻っており、これから賃上げの効果が徐々に出てくることにも期待している。ただし、建設業界において、半導体製造工場の進出により、どの程度の影響が生じるのか分からないことは気掛かりである。
		建設業（役員）	・公共土木工事については、新年度分の入札が続いており、新規受注につながっている。次年度繰越しの民間建築工事や北海道新幹線関連の工事もあって、新年度前半はフル稼働状態が見込める。
		輸送業（支店長）	・輸出入貨物については、円安や中国の日本産水産物輸入禁止措置の影響もあって、明るい話がまだまだ出てきていないことから、今後も変わらないまま推移する。一方、国内移出入貨物については、春需要で動きが活発になることが見込まれる。これらのことから、今後の景気は現況よりは良くなる。
		通信業（営業担当）	・生活必需品の値上げが進行しているなか、周辺企業からは、今春の賃上げに前向きな話を聞くことが多い。そのため、春以降、個人消費について、購買意欲の上昇と購買額の増加が期待できる。
		広告代理店（従業員）	・株価の上昇、企業業績の向上、設備投資の増加、賃金の上昇といった経済の循環がみられるようになってきている。ようやく消費拡大につながるような傾向が出てきたことから、今後の景気はやや良くなる。
		司法書士	・不動産の売買や新築物件に関する引き合いが増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・次年度の受注単価について、これまでよりも高い値上げ幅で契約できたことから、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）	・道央圏を中心に再開発事業が引き続き活発なことから、今後の景気はやや良くなる。海外直行便の再開などで、インバウンドの伸びが続くとみられ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）	・前年後半の実質GDPがやや落ち込むなど、留意すべき点もあるものの、国内全体的に建設投資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。
		農林水産業（経営者）	・果物の凶作の影響が今後も続くことになる。
		食料品製造業（従業員）	・新規販路開拓や販売方法の見直しについて検討を続けているが、3か月後に状況が劇的に変わるとは考え難いため、今後も景気は変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅着工戸数が増えるような要素がないため、今後も景気は変わらない。
		建設業（従業員）	・今後、半導体関連など、国策による案件が増えると思込めるため、予定どおりに着工できない案件が増えることが考えられる。ただし、実際に影響が出てくるのは来年度後半から再来年度とみられるため、今後数か月は影響が小さいものとみられる。
		食料品製造業（従業員）	・価格改定を実施しているため、今後の受注量が減ることが見込まれる。
		金融業（従業員）	・賃上げによる人件費の増加や人手不足、燃料油価格激変緩和対策事業の終了によるコスト増加に加えて、物流の2024年問題が追い打ちとなり、企業収益の減少に拍車がかかることが懸念される。
		司法書士	・収入が増えたとしても、税負担が重くなるばかりであり、こうした状況が改善されない限り、景気が上向くことはない。また、地方都市においては、人口減少に伴う経済の衰退も進行している。

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
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・大型工事案件について、軒並み延期や見送り、縮小といった動きがみられる。このため、しばらくは少ない案件の取り合いとなり、仕事のある会社とそうでない会社の2極化が進むことになる。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
		*	*
(北海道)		人材派遣会社（社員）	・国内景気の改善ムードが企業経営者に刺激を与えていることから、求人数は今後も増加傾向で推移する。人材をなかなか採用できない企業は、給与の条件を見直したり、採用判断となるスキルを引き下げるなどして、人材獲得に向けて動くことになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・食品などの物価上昇に対して、給与や収入の増加が追いついていない状況にある。今後、中小企業においては、人件費の上昇圧力が懸念されることもあって、求人控えたり、様子見する動きが強まることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・株価の上昇やインバウンド需要の拡大などの明るい動きがみられるものの、まだ肌感覚として実感がないのが現状である。今後の景気が上向くかどうかは、中小企業の賃上げ状況に左右されることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・円安や物価高の状況が変わらない限り、景気が良くなることはない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・客先から話を聞いても、景気が上向くような気配が余り感じられない。
		職業安定所（職員）	・様々な商材の価格高騰に、実質賃金の伸びが追いついていないため、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求職者数が増加傾向にあるものの、新規求職者数はほとんど変わっていない。求人については、安定的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価格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。求人数は減少しているが、それが必ずしも景気の悪化と結び付いているとはいえない状況にある。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は10か月連続で前年を下回っているもの、業種によってその度合いは異なっている。ただし、今後の物価上昇の動向、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。
		-	-
	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		観光型旅館（スタッフ）	・桜の季節及びゴールデンウィーク期間となるため、宿泊者数が更に増加するとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・卒業式、歓送迎会、入学式などのイベントがある。
(東北)		テーマパーク（職員）	・春からは行楽シーズンが本格的に始まるため、ファミリーや団体客等の来館も増える。
		商店街（代表者）	・歓送迎会シーズンになる。また、春物需要が見込まれる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・暖かくなると客足は増える。売出し等もあるため、良くなるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・気候も良くなるため、インバウンドを含めた観光客の増加に期待している。気温上昇とともに消費マインドも上がってくるとみている。
		百貨店（経営者）	・賃金上昇の動きが拡大しており、消費マインドの更なる向上に期待し、コンテンツを充実させていく会社が増えていくと予想している。
		百貨店（催事担当）	・春の改装オープンを控えており、ファッション関連において改装効果が期待できる。
		スーパー（店長）	・台湾からの観光客による観光パスの台数が以前より増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・株価は上がっているが、地方の場合は人口が減っているため客の数も減っており、マイナスの要素しかない。少しでもいいから景気が良くなることを期待している。
		コンビニ（経営者）	・冬が終わり多少は売上が戻るが、様々な経費の増加により、経営は非常に厳しい状況が続くとみている。業界内では辞めるオーナーも増えている。今のシステムでは限界がきているのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・暖かくなれば、消費者の購買行動が更に活発化することが見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・株価上昇の影響は少なからず出てくるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・春夏物が動く時期なので期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・5月には、オーダーストップとなっている商用車の多くの車種が販売を再開する。
		乗用車販売店（従業員）	・新卒者に向けて即納が可能な車種も増加しているため、社員のモチベーションも上がり商談がスムーズに進んでいる。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・株価も上がっており、景気が良くなって購買量が増えることを期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・前年の夏のように暑くなることが予想され、夏物は早くから動くとみている。ただし、在庫の問題もあり、早い者勝ちという流れになるとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・入学式、謝恩会、歓送迎会等での需要に期待している。
		一般レストラン（経営者）	・これ以上悪くなることは想像しづらい。株価も上がっており、気候も良くなるため、今よりは良くなることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・暖かくなり人出が多くなるため、やや良くなるとみている。ただし、コロナ禍後、飲み方のスタイルが変わり、まとまった人数で飲むことが少なくなっている。
		一般レストラン（経営者）	・少し前までは物価上昇という言葉をよく聞いたが、最近は株価上昇や賃上げなどの言葉を多く聞くようになってきている。人の気持ちも上向きになってくるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・新年度も始まり、ゴールデンウィークもある。何よりも受験シーズンが終わるため、歓送迎会が増えると予想している。現状よりは良くなる見込みである。
		都市型ホテル（支配人）	・インバウンドの予約が増えている。桜シーズンを皮切りに春の行楽シーズンの先行予約も好調である。
		旅行代理店（従業員）	・好決算となる企業を中心に需要は増えてくると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・現在、2024年度第1四半期の県内の契約旅館、ホテルの販売額は前年比136%となっている。
		通信会社（経営者）	・物価高の影響で格安商品を中心に販売数を伸ばしている。販売価格を下げたメニューを用意した加入促進キャンペーンの実施を予定しており、新規加入者数の増加を見込んでいる。また、番組改編等もあるため、中年層の放送サービスへの加入も期待できる。
		通信会社（営業担当）	・株価の上昇に伴い国内消費等は増えるとみている。
		競艇場（職員）	・天候に左右されるため、これから気温が暖かくなると売上は伸びる。売上は多少良くなるとみている。
		美容室（経営者）	・大企業の大幅なベースアップ等が宣伝効果となって、市場での消費額の増加が期待できる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・人流も完全回復しており、3月の予約も好調である。ようやくコロナ禍から抜け出したと実感している。
		設計事務所（経営者）	・新年度の業務開始に向け問合せが増えている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、エアコンの問合せが前倒しで増えるともみている。リフォームは、屋外工事の問合せが増えるともみている。
		商店街（代表者）	・物価上昇分を賃上げでカバーできていない。また、年金受給者も物価高で生活費を切詰める傾向にある。賃上げできる企業は大企業を中心とした一部の企業だけである。
		商店街（代表者）	・新年度の需要が見込めない。
		商店街（代表者）	・景気に頭打ち感がある。株高と生活実感にかい離がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・物価上昇が続いている状況が消費者に苦痛を与えている。この悪い状態は変わらないとみている。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・商品が動かず低迷した状況は続くともみている。
		百貨店(企画担当)	・1品単価は大きく伸びているが、買上客数が大幅に減っているため売上が落ちている。この傾向は変わらないとみている。
		百貨店(従業員)	・新生活や観光シーズンが始まるが、物価が安定する見通しが立たないため、今あるものに買い足しをするなど生活防衛意識は継続し、購買意欲も現状維持と予測している。
		スーパー(経営者)	・商品・製品原価高の価格転嫁は進んでいる。株価が高値で推移しており、新年度の始まりに向けて景気が上向き期待はある。しかし、企業間で賃上げの格差があり、投資などの個人の金融資産にも格差があるため、収入格差が広がることを懸念している。消費の傾向は実質可処分所得が増えていないため変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・来客数と販売点数が伸び悩んでいる状況から大きな変化はないとみている。
		スーパー(企画担当)	・食品小売業に関しては、商品価格の値上げは続いているが、客もそれについてきており、来客数と販売量は前年並みをキープしている。単価が上がった分、売上は好調に推移している。
		スーパー(企画担当)	・異常気象の影響で収入が減った農家や、暖冬で除排雪による副業収入が減少したことなどが、購買行動にどのように影響するか注視する必要がある。また、除排雪に使わずに済んだ金も貯蓄に回すことが予想されるため、景気は変わらないとみている。
		スーパー(営業担当)	・大きな変化は期待できないが、今後の賃上げの状況次第で景気が多少良くなることはあり得る。
		スーパー(商品担当)	・必要最低限の買物しかしない等の節約志向は、今後も続くともみている。
		コンビニ(経営者)	・売上、来客数、客単価はアップしているが、買上点数は横ばいで推移している。この先これ以上の伸びはないとみている。
		コンビニ(経営者)	・暖冬により除雪の仕事が減り、建設関係者の来店が極端に減っている。当面は現状と変わらないとみている。
		コンビニ(経営者)	・人の動きは良くなっており、週末は県外ナンバーの車も増えているが、来客数が増えない状況は変わらないとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・雪が少ないため、除雪作業従事者の仕事が減り、収入が減少することが懸念される。好調な景気も春には消費が落ち込む可能性がある。
		衣料品専門店(経営者)	・依然として利益の減少が続いており苦慮している。全力で客に値上げ交渉をしており、少しずつ理解してもらっている。
		衣料品専門店(店長)	・旅行需要など目的がはっきりしている需要は上向きになるとみている。しかし、ふだん着の需要については暦どおりに気温が推移していない現状では予想しづらい。
		衣料品専門店(店長)	・買物に対して慎重な行動は変わっていない。ビジネス需要は前年並みで推移しているが、入学式・入社式需要は3月にならないと分らない。
		衣料品専門店(総務担当)	・物価高は継続し、家計を圧迫している。政府は所得増を進めるといっているが、どれだけの企業が対応できるか疑問である。
		家電量販店(従業員)	・観光需要に消費を取られ、家電製品の売上が伸びない状況は続くともみている。
		家電量販店(従業員)	・新入学、新社会人は新生活に必要な家電をそろえる等、多少のニーズはあるが、家電店以外でも新生活セールを実施しているため、売上の極端な伸びはないとみている。少子化の影響も多少あり、現状と変わらないとみている。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・3～4月の異動シーズンに売上が回復することを期待している。しかし、先行きの見通しが立たないなか、マスコミによる2024年問題等に関する悲観的な報道のため、一般消費者の心理が冷え込んでいるとみている。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・食品や衣料品の価格高騰の波が落ち着きつつあるなかで、冬物セール商戦では暖冬の影響もあり顧客の消費動向は鈍い。好調業種は限定的であり給与所得の上昇が見通せないなか、2～3か月先も消費者の節約志向は続くともみている。
		高級レストラン（支配人）	・4月以降の販売量は横ばいになるとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・企業の業績は上がっているが、身の回りに影響はないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・景気回復に良い影響を及ぼすような施策等の予定がない。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降の宿泊販売が低調である。インバウンドへの期待も大きいですが、中国本土からの来訪者数が伸びていない。今後の動向を注視していく。
		通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しく、変化は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・賃上げが中小企業まで波及すれば景気は上向くが、現実には厳しいとみている。
		通信会社（営業担当）	・物価高を上回る賃上げはないとみている。
		遊園地（経営者）	・今後の家計動向は、企業の賃上げと物価上昇の綱引き次第である。
		美容室（経営者）	・今月より更に良くなるかの判断はまだできないが、今月並みには推移するとみている。
		美容室（経営者）	・常連客のみで新規客が来ないため変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・しばらくは自社所有地の条件分譲にて受注の拡大を進める。また、少数ではあるが、後継者のいない高齢者の他地域移住に伴う、新地の仲介と不動産の買取り仲介が出てきている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・円安の影響で今後もいろいろな商品の値上がり予見される。消費者は食料品を購入せざるを得ない分、他の支出を減らして対応している。一部のスーパーやドラッグストアの売上は伸びているが、商店街の小さな店舗は売上の伸びを期待できる状況ではない。
		スーパー（店長）	・暖冬の影響やインバウンドの増加で観光客が増えているが、地域の消費増加には寄与していない。暖冬による特産品への悪影響が懸念される。
		スーパー（店長）	・原材料価格と燃料価格の値上がりにより、商品の売価が上がっているため、客の生活防衛意識が強まっている。
		コンビニ（経営者）	・人手不足のため近隣商店の時間給が上がっている。当店も負けずに上げているが、ますます経費が増え利益が少なくなっていく。
		コンビニ（店長）	・2024年問題で配送コストが上がるため、商品が値上がり傾向にある。それに対して、所得の伸びが期待できないためか買い控えが顕著になっている。また、ウクライナ情勢も不透明であり、先行きは全体的に暗い。
		コンビニ（店長）	・暖冬による雪不足の影響で、マイナスの方向に向かうことを懸念している。
		衣料品専門店（経営者）	・インフレにより生活防衛意識が高まっている。今後も支出を抑える意識は強くなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・ビジネスマンのリベンジ消費需要が沈静化すると厳しくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・安定した配車がいつまで続くか分からない。また、受注停止中の車種が多く、受注量が前年より少ない。
		乗用車販売店（従業員）	・例年販売量が低下する時期になる。
		乗用車販売店（従業員）	・繁忙期が落ち着いたため、やや悪くなるとみている。
		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不正問題が相次ぎ、現場は問合せや車両キャンセルなどの対応に日々追われている。現場の徒労感は計りしれない。
		自動車備品販売店（経営者）	・暖冬の影響で除排雪用の建設機械の稼働がほぼなかったため、補修整備等に係る取引が減るとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後、運送コスト等が増加するものの、販売価格に転嫁することは難しく、業界の景気は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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・長期予報でも暖かい日が多いようなので、配達灯油もそれほど伸びは期待できない。
		一般レストラン（スタッフ）	・平日夜9時頃からの遅い時間帯の来客数が減少している。このままの状況が続けば、景気はやや悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・賃上げはある程度進むが、負担増加の要因が多すぎて、家計は引締め傾向になるとみている。
		タクシー運転手	・2～3か月後は天候が良くなるため、タクシーを利用する客は少なくなるとみている。ただし、4月は学校関係行事や企業の歓迎会などで利用者が若干出てくるとみている。
		通信会社（営業担当）	・株価は上昇しているが、景気が上向くことはないともみている。物価の上昇が続いており、景気は今より少しずつ悪くなるとみている。
		観光名所（職員）	・当県空港への国際チャーター便が運航されるなど、インバウンドが景気を下支えしている。しかし、この先のインバウンド対策が不透明であることに加え、国内旅行者が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っていないことから、現状の好景気を維持するのは厳しいとみている。
	×	商店街（代表者）	・首都圏と違い、地方ではこれから零細企業の倒産が増えてくるため、消費は更に冷え込む。当店でも予約数が極端に少なくなっている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナや中東情勢に収束がみえず、更に拡大する可能性もある。当面は物価高騰に歯止めがかからず、消費は手控えられるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・当地域では物価高を上回る賃上げは難しい。
	×	コンビニ（経営者）	・観光客の来店が少なくなっていることに加え、競合店が今月オープンするため今後の見通しは悪い。
×	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており2～3か月後の販売量は今月よりも悪くなるのが分かっている。	
企業 動向 関連 (東北)		建設業（従業員）	・現在交渉中の民間大型案件の契約が見込める。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体デバイスの供給過多が収まりつつある。顧客の開発動向もやや上向いており、今後2～3か月は更に活発になるとみている。また、生成AIが非常に盛り上がっていることから、AIデバイス関連事業への積極的な設備投資も期待される。
		金融業（広報担当）	・当地の春祭りはブランド効果が高く、開催により例年同様地域経済に好影響を与えると予想される。ただし、気候変動の影響で桜の見頃時期が不透明な点が懸念材料である。
		司法書士	・不動産の流通が増加傾向にある。
		公認会計士	・サービス業、小売業、建設業関係は一定の業績を確保している。製造業の部品不足等が解消して業績が回復すれば、全体としての景気は今よりも良くなるとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・引き続き、外食向けが出荷をけん引するとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・宿泊施設への問合せやゴールデンウィークの予約数が前年より多くなっている。旅館等の営業も活発化しており、周辺の景気浮揚に期待が持てる。
		食料品製造業（製造担当）	・インバウンド需要だけに焦点を当てた商売では、いずれ停滞すると予想されるため、新たな層を取り込む施策が必要とみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰の影響を懸念している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種柄、新たな事業展開を図らない限り、景気の回復は見込めない。その他の業種についても、地方の経済環境から、劇的な回復は見込めない。株価の最高値更新の恩恵など何もない。
		金属製品製造業（経営者）	・やや悪い現状のままで推移するとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2024年度の客先の予算が今年度の実績と変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の取引先の動きが良くなる見込みがあり、それに伴い当社加工製品の受注売上の伸びも期待できる。
	建設業（従業員）	・資材価格の高騰が続いている間は状況は変わらない。	

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	
		輸送業（経営者）	・運輸業界は2024年問題もあるが、1番の問題は賃金をどのくらい引き上げるかである。賃上げをしないと人材が確保できない。労働集約型産業のため、人材を確保できなければ売上が減少する。結果、事業を縮小せざるを得なくなる。しかし、賃上げの原資を出せるほど運賃の値上げが浸透できていない。このような状況では、景気は良くならない。	
		通信業（営業担当）	・顧客の反応が冷え込んだ状況はしばらく続くともみている。何らかの策を講じていく必要がある。	
		広告業協会（役員）	・当面、広告業界業績上昇の起爆剤となる新施設の開業や大型イベントの開催等の予定がない。現状維持の状況が続くとみている。	
		経営コンサルタント	・年度末から新年度にかけての消費拡大に期待している。	
		コピーサービス業（従業員）	・国際情勢や国内政治が不安定な状態が続いているため、先行きが見通せない。	
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・業種、業態により温度差はあるが、総じてある程度は安定するとみている。	
		農林水産業（従業者）	・気温が高く、果樹の生育に悪影響が生じる可能性がある。	
		食料品製造業（経営者）	・1ドル150円台が続いており、原料や資材の価格に影響が出てくるとみている。	
		食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しても落ち込み分をカバーできていない。販売量が好転する要因が少ない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・現段階で取引先からの明るい話は少ない。	
		建設業（従業員）	・春先以降の仕事が少ない。営業を強化して対応している。	
		通信業（営業担当）	・4月から新年度が始まる取引先が多いが、今後も続く物価高騰などにより年度の利益の見通しが立たず、買い控えの傾向がみられる。	
		×	農林水産業（従業者）	・暖冬の影響による春先の水不足が農作物の生育に悪影響を及ぼすことを懸念している。
		×	窯業・土石製品製造業（職員）	・新年度に期待したいが、官需、民需の受注量の減少により、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)		-	-	
		人材派遣会社（社員）	・来期採用計画は今よりも前向きな話が多い。	
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・これまでとは異なる業種から広告などの問合せが増加傾向にある。新しい動きが出てきていると感じることが多くなっている。	
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンドに期待している。	
		職業安定所（職員）	・前年以上の賃上げが実現すれば、個人消費が拡大し企業の生産活動も上向きになり、景気は良くなるとみている。	
		人材派遣会社（経営者）	・景気の見通しは悪くないが、採用が追い付かず思い切った事業展開ができないため、業界によっては人が足りず仕事を断るケースも出てきている。この状況は変わらないとみている。	
		人材派遣会社（社員）	・求人の動きはまだ様子見状態である。全国の求人数は踊り場に来ている。製造業の求人に増加の動きはみられず、この動向次第で今後の景況感が変わるとみている。	
		人材派遣会社（社員）	・求人数は季節要因から増加する予測ではあるが、前年比で見ると横ばいかプラス幅が少ないとみている。	
		職業安定所（職員）	・企業の売上は伸びていないが労働力不足は継続しており、求人活動は旺盛である。当面この傾向は続くともみている。	
		職業安定所（職員）	・事業主都合による離職者が増加傾向にある。一方で人手不足に悩む企業も多くあり、有効求人倍率は一定の高い水準が続くとみている。	
		職業安定所（職員）	・物価高騰が継続しており、プラスの要因が見当たらない。	
		民間職業紹介機関（職員）	・自動車関連部品工場、前月から引き続き減産等が行われており、休業はないものの残業時間が減っている。	
		学校〔専門学校〕	・経済指標からみるほど景気回復の実感はなく、経済活動が活性化するような改善がみられない。	
	人材派遣会社（社員）	・県内の事業所が東京などに集約され、人員も削減されている。特に東京に本社がある企業ではDXやアウトソーシングによる効率化が進んでいる。一方、県内ではアウトソーシングを取り入れている企業は少なく、他県に比べて遅れている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		アウトソーシング企業（経営者）	・新規の提案を考えているが、2～3か月では状況は変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・資金繰りが悪化した中小企業の倒産や企業整備が相次いでおり、職場の若返りを含め、中高年齢者を対象とした希望退職の募集が開始されている。加えて、製造業事業所の雇用調整助成金が頻りに利用されている。各種部材、原材料や人件費、エネルギー価格の高騰が改善しないことから、景気の状態はやや悪くなるとみている。
	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）	・景気動向、客の動きなどから、来客数の増加は今後も続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・2月は1番悪い時期なので、4月頃からはやや良くなっていくのではないかとみている。
		スーパー（総務担当）	・寒暖差のあるなかでも、来客数が増えている。
		コンビニ（店長）	・株価も上がってきたので、これから景気は良くなっていく。
		衣料品専門店（統括）	・当店の扱う商材では、祭礼用品、特に、みこし関係を多く扱っている。これから夏から秋にかけての祭りに向けて、5月頃から商材の販売量が増えていく。
		家電量販店（営業担当）	・官公庁関連のパソコン導入等で、一部カテゴリーでは前年比200%以上の動きがある。一方、季節商材は特に悪く、前年比72%と苦戦している。今後に関しては、夏のイベントに期待し、映像関連に注力していく。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年末年始が好調だったように、年度末、年度始めといった節目に需要が集中する傾向が予想される。株価高騰など明るいニュースが増えていることもプラス要因となる。
		一般レストラン（経営者）	・少しずつ動きが出てきている。ランチが好調なので、ディナーにつながるようにすれば良くなる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年度替わりや春の行事等、飲み会の機会が増えてくると思うので、期待している。
		一般レストラン（経営者）	・春になり、イベントが増えることで、例年どおり来客数は増えると思うが、客単価がどうなるかが心配である。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・日経平均株価も3万9000円を突破し、いまだかつてないくらい活況をみせている。そうしたことから、利益増加の企業が増えて、春闘も賃上げ方向にあり、業績見通しも良くなるとみている。
		都市型ホテル（経営者）	・若干客入りが戻ってきている。数字として実績が出ている。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は梅祭りやスポーツ団体の予約で稼働率は確保できている。宴会部門も4月の歓送迎会や5月以降の総会等を順調に受注できている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会共に、年度末の駆け込み利用で3月以降も堅調に推移している。新型コロナウイルス感染症の5類移行後初めてのゴールデンウィークとなるため、旅行先が海外に向かないかが懸念材料ではある。調理部門の人手不足で、来年度も当面の間はレストランのディナー営業をクローズする。引き続き人材確保が喫緊の課題である。
		旅行代理店（経営者）	・5月頃から本格的な旅行シーズンが始まるため、やや良くなる。
	旅行代理店（所長）	・域内で予定されている社寺等の行事は、これまで何らかの制限下で実施してきたものが今度は通常開催を予定している。鉄道のダイヤ改正により新型車両の運行便数が増える予定もあり、季節が進むことで、東京まで来ているインバウンドの当地訪問に期待ができる。	
	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前のように、卒業旅行等の学生グループの動きが活発になり、暖かい日を中心に入出が期待できそうである。	
	ゴルフ場（従業員）	・ゴルフのハイシーズンになることに加え、株高によるプラスの影響を期待している。	

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
		競輪場（職員）	・前年末から業界全体の売上が増加傾向にあり、引き続き、売上が好調を維持すると考えられる。
		美容室（経営者）	・1月からようやく同業者が一斉に値上げに踏み切った。業界全体に回るお金が増えるのは、歓迎すべきことである。
		商店街（代表者）	・春から夏にかけて、中心商店街で恒例のイベントが開催予定であるため、個店への客の流れにも期待したい。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・このところ天候不順で、夏のような日が来たり冬に戻ったりと大変だが、花が咲く季節も間近になっているため、明るさが戻ってくることを期待している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前年から、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に匹敵する月が続いており、この傾向は今後も維持する見込みで、周辺の同業者も同様の見解である。懸案事項としては、人手不足と海外情勢の不安定さ、能登半島地震に伴う自粛ムードがあげられる。
		百貨店（営業担当）	・春のオケージョンニーズが始まっているが、大きな回復には至っていない。足元では人流の拡大等、復調の兆しがあるものの、依然として物価高など、先行き不透明な部分も多く、今後数か月は現状維持が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・食品の一部や化粧品、婦人服の一部等で力強い動きも見られるものの、天候不順や安定しない世界情勢等が見通せないといった不安が払拭できない部分もあり、良くなるのか悪くなるのか、正直先が読みづらい難しい状況である。
		スーパー（商品部担当）	・現状を維持するのがやっとで、良くなる見通しが立たない。近隣に新たな出店予定もあり、更なる困難が待っている。
		コンビニ（経営者）	・店舗前の道路工事は今年夏くらいまで続く予定である。交通規制が解除になるまでは、今の状態が続く。
		コンビニ（店長）	・プレミアム付商品券の使用が1月で終了したため、現在は来客数が多少落ち込んでいる。今後も同じような状況が続く。
		衣料品専門店（販売担当）	・季節商材を扱っているが、客は外出しないスタイルが、身体に染みついている。いろいろと来店してもらおうような手は打っているが、それでもなかなか動かない。こうした状況がずっと変わらないのであれば、春の温かさで街に出てきてくれることを期待するしかない。
		乗用車販売店（経営者）	・産業界の活気は落ちているものの、当地域にある国内有数の大規模小売店が大きく増床し、3月にオープンする。地域活性化の原動力になるのではないかと期待されている。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる材料は分からないが、急に悪くなる材料も同様に分からない。
		自動車備品販売店（経営者）	・株高や大企業の実績は良いものの、身の回りでは特に大きな変化がなく、良くも悪くもない。3か月後も大きくは変わらない。
		住関連専門店（店長）	・打開策はなく、不透明な状況が予想される。
		住関連専門店（仕入担当）	・インバウンドによる影響がほとんどない地域では、個人消費が底上げされる要因は見当たらない。節約志向への対応やコストの削減等で当面は対応する。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新年度4月からの新規受託は順調に確保できている。ただし、入札に異業種や異業態からの参入がある等、新たな動きがみられる。また、大手の賃上げが波及して、賃金格差が広がり、1番の課題である人材確保が更に厳しくなることも懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィーク以外は落ち着くと予想している。
		旅行代理店（従業員）	・案件が増加しても物価高の影響で単価は下がる可能性がある。
		旅行代理店（営業担当）	・仮に賃上げが実現されたとしても、その効果はまずは生活必需品へ波及し、レジャー産業への恩恵はその後になるため、変わらない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前のようにはない。時代が変わったと思っている。
		タクシー（経営者）	・昼の動きは良いものの、夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（社員）	・2～3か月先は現在と変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・株価上昇やインバウンド需要の良さは、高所得者や関係事業には好影響だが、ボリュームゾーンである中間層は恩恵を受けていないため、変わらない。
		ゴルフ練習場（経営者）	・依然として、消費より貯蓄にお金回っている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・来店客の個人事業主や中小規模事業者の景況感は、四苦八苦を語るのみで改善の兆しはない。地方と中央では大違いである。
		住宅販売会社（経営者）	・人件費を上げる動きが活発化しているものの、中小企業には厳しい状況で、売上や収益が上がらない限り、実現できない。全体的な不動産取引の動きは、鈍い状況が続く予想である。
		住宅販売会社（経営者）	・いまだに売り物件が増えている。店舗等閉鎖の看板もかなり目立ってきている。人の流れもこのところ余り芳しくない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・建築資材の高止まりは続く。所得の向上が進まないと同様な案件が前に進まないとみている。
		その他専門店（総務担当）	・見積り件数が減少しており、やや悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・販売価格の上昇と新商品発売前の買い控えから、販売低迷が予想される。
		通信会社（局長）	・物価の上昇も高止まりしているように見えるが、今の円安等が更に進めば、再び物価が上がる可能性もある。
		美容室（経営者）	・確定申告の時期だが、政治資金問題は国民不在の政治を露呈した感がある。国民は生活をどうするかで毎日苦慮している。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・実質賃金の下がり続けるなか、賃上げという話がよく出ているが、その恩恵を受けられるのは一部の大企業並びに公務員だけだとみている。一般消費者には全く関係のない増税ばかりが待っている状況では、物も売れない。
	×	家電量販店（店員）	・賃金の上昇等があれば、購買マインドも上昇するかもしれない。
	×	乗用車販売店（経営者）	・物価ばかりがやたらと上がり続けているため、悪くなる。
	×	通信会社（経営者）	・日経平均株価は史上最高値で盛り上がっているが、实体经济はかなり悪い。円安で仕入価格高騰が続き、大手メーカーのように2度3度と値上げはできない。利益率は悪くなる上に、販売量が激減している。当地は高齢の客が多いため、物価高騰による先行き不安から、財布のひもはかなり固い。ここ最近、都市部と地方の景気のギャップが、どんどん開いているように思える。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		一般機械器具製造業（経営者）	・品質問題や労災問題で止まっていた自動車組立ラインは、本格稼働が見込まれており、現状よりは上向き見込みである。ロボット関連の仕事量の回復はまだしばらく先になりそうである。
		金融業（営業担当）	・人材確保や人件費の高騰への対応もあるが、一部業種を除き、事業活動が活発化している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数、受注残高いずれも増加傾向にあり、マインドが良くなっている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・引き続き、年度内は順調に推移する。
		金属製品製造業（経営者）	・親会社から受注単価を上げてもらった会社は良いが、上げてもらえないところの経営はますます厳しく大変になる。
		金属製品製造業（経営者）	・受注元の生産計画からみて先行きは変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先50社中の3～4社に明るい兆しがみえてきたが、全体的な売上等を考えると、変わらず厳しいままではないか。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新年度で、かなり良い計画が出てくると思っていたが、全く芳しくなく、ずるずると変わらない感じである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の製品の来期計画をみると、ほぼ横ばいで推移するため、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
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先や機械工具の様子も余り良くない。軒並み受注量、販売量等が増えているというような話は余り聞かない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況なども、いまだに続いているためである。
		輸送業（営業担当）	・新年度、新生活、年度替わりを前に、白物家電、生活雑貨、寝具や引っ越し依頼等は、前年並みの仕事量を確保する予定である。ただし、関東以外の長距離便や月末、年度替わりによる荷物の集中により車両不足が発生し、手配に苦勞しそうである。
		経営コンサルタント	・今春の大手企業の賃上げが大きければ、中小企業にも賃上げの動きが波及するだろうが、このことが中小企業の存廃の引き金になる。株価の順調な上昇により、消費経済は雰囲気的に上向くものの、様子見で勢いは強くないとみている。
		司法書士	・今月並みの少し良いくらいで推移していくのではないかと。
		社会保険労務士	・春に賃上げがあっても物価上昇の後追いなので、消費がそれほど盛り上がるとは思わない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・元々、2月から4月は減産の予定ではあったものの、別の理由で主要取引先が生産を見合わせているため、従業員を休ませて調整している。稼働停止日の受注分の生産予定はないとのことで、予定していた減産による収益減少よりも更に収益が悪化する恐れがある。
	x	建設業（開発担当）	・受注額が10%減少しており、決算が心配である。
	x	建設業（総務担当）	・工事がとにかかく足りておらず、先行きは不安である。このままでは厳しい。
	x	不動産業（管理担当）	・事務所ビルのテナントの退去が決まっており、空室への入居予定もないため、賃貸収入が減少する。従業員給与のベースアップを検討しており、物品の価格高騰も含めて経費の増加が今後も続く。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・小学校、中学校、高校、大学の卒業、入学を控えて、衣料品、その他学用品、記念品、贈答品等で購買の動きが出てくる頃である。天候次第で変わってくるのは、住宅関連である。半導体関連はテレビ等での報道もあり、動きは出てくる。自動車関連は新車の生産が増えてくるとみている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・求人数が多くなっていることや株価が大きく上昇していることを考えると、今後しばらくは景気が上向きに進んでいくとみられる。
		人材派遣会社（社員）	・繁忙期に入り、求人依頼数と求職者数共に、増加が見込まれる。特段例年と大きな変化はないが、物価高騰による料金改定について、中小企業の顧客の反応は厳しい結果となっている。
		人材派遣会社（管理担当）	・サービス関連の派遣は増えているが、製造関連の派遣は減っているため、全体的には変わらない。
		人材派遣会社（従業員）	・人材の派遣依頼がない状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・主な産業の新規求人数の前年同月比について、医療、福祉分野は増加傾向で推移しているものの、建設業や製造業では、減少と増加を繰り返しているため、変わらない。
	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）	・とにかくひどかった2月よりは良くなる。5～6月もなかなか厳しいが、2月のこの厳しさからは脱出して、何とか4～6月で頑張りたい（東京都）。
		スーパー（ネット宅配担当）	・販売点数の増加傾向が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・新たな販路を見つけて現在活動中である。また、季節の変わり目が最も物が動くので、必ず良くなる。
		高級レストラン（仕入担当）	・大手企業の利用頻度が高く、株価の影響もあっても、利用マインドは悪くない。景気が上向いている印象である（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）	・3月は歓送迎会や卒業式などがあり、予約数が今月よりも多く入っているため、かなり良くなる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンド比率がこのまま上がれば、インバウンド向けメニューを用意することで客単価も上がり、結果的に売上も伸びる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンは、個人、団体共に取り込みが順調である。
		ゴルフ場（経営者）	・暖かくなり、集客も自然に増えることが予測される。
		商店街（代表者）	・国内客の消費は完全に戻っている。恐らく、これから暖かくなってきたら、国内客の海外旅行需要が円安の影響で国内に向いていることとあいまって、当地域周辺に国内組、海外組共に旅行者枠が増えていく様子が旅行会社筋から聞こえてくる。観光の変容が当地域にも影響を及ぼすのではないかと（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・暖かくなり、祭事も増えるため、若干でも消費が増える。
		一般小売店〔文具〕（経営者）	・2月上旬より、新学期に向けて筆箱や鉛筆などの学童用品の動きがとて良くなっている。また、学童用品を取り扱う小規模文具専門店が少なくなっていることから、週末や祝日には近隣住民ではない、やや遠方からの客が学童文具を求めて来店する様子が多く見受けられる。3～4月にかけては客のこのような傾向がより一層強くなるとみられ、まとめ買いなどで客単価が上がり、売上が向上するのではないかと（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・社員の賃上げ次第で、景気の良しあしが決まる。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・今年は前年に引き続き猛暑の予報が出ていることから、日傘、晴雨兼用傘の需要が増えるとみられるため、期待している。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭では、単価が高くても購入する客も多くいるが、そうではない大多数の客の数は余り増えていない。外商では、4月以降に官公庁の案件や民間大企業のスチール家具などの物件の数が結構出ると見込まれる（東京都）。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度向けの販売増加がしばらくは見込まれる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・株価の上昇や春闘での賃上げが多くの業種で進むことで、消費への気運が更に高まれば、少しずつ良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・物価が上昇するなかでのライフスタイルが徐々に定着化し、ゴールデンウィークや母の日ギフト等のハレの日の商機に大きく伸ばせる見込みである（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・インバウンドの更なる増加に加え、物価高の衣服、賃金の上昇が国内需要を押し上げると想定している（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・株価の動きも高止まりするなかで、消費者心理が良い方向に向かっている。
		百貨店（管理担当）	・株価が上昇し、新年度を迎え様々な活動が活発化する。気温が上がり、旅行や外出なども増えてくる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・例年になく賃金上昇が続いているため、いずれ消費に反映されることを期待している。
		スーパー（店員）	・4月以降の賃上げと株価高騰により少しは良くなると期待している（東京都）。
		スーパー（食品担当）	・国内旅行や海外からの旅行者の増加により消費が活性化していく。株価も上がり、企業の投資も増えていく（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・1～2月よりも気温が上昇し、春、夏に向けて来客数も増加するので、売上も伸びる。
		コンビニ（経営者）	・少し客が動き出している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・季節的にも暖かくなっていくため、今月と比べれば来客数、売上共に良くなっていくが、前年と比べると同等若しくは来客数自体は減少する。商材の価格は上がっているのに売上が同じであれば、単純に来客数が落ちているということになる。コンビニに来店するような人々にとっては、景気はまだまだ良くなっていないのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・例年どおりであれば、日が伸びるに連れて来客数が増える。気温が高い時期の方が飲料等の売上も期待できる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・周りで新たに開店する店が多い（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・株価が上がり、国全体に景気上昇の気運が高まってきているため、天候さえ安定すれば、売上増加が期待できる（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・4月は花見、5月はゴールデンウィークで出掛ける人も増えるため、ふだんに比べて少し来客数や販売量は増えていくかもしれない。天候などによっても販売量は大きく変わるため、天候が良いことを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・株価の上昇を受けて、富裕層の財布のひもが緩みつつある。加えて、インバウンドの購買が徐々に増えつつある（東京都）。
		家電量販店（店長）	・株価は上昇しているものの、景気が良くなった様子はみられない。物価の上昇が落ち着いてくれば、徐々に良くなる。
		家電量販店（店長）	・今月のインバウンドの客数は前年比で大幅に増加している。来月も継続して増加する見込みであり、市況のマイナス材料は見当たらない（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・物価上昇も緩やかになり、物価高を上回る賃金上昇に期待が持てる。能登半島地震からの復旧復興が数字になってしっかりとみえてくると、心理的な安心につながる（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	・インバウンドが相当増えている。春闘でも一部の企業で6%を超える回答をしているところが出ており、全体的に賃金を上げざるを得ない状況である。したがって、4～5月以降については景気は若干良くなるのではないかと（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・都内の販売店であるが、大企業に勤めている客が多いので、春闘で良い回答が出ると、販売に影響する。したがって、今回は販売台数が伸びる見込みである（東京都）。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	・物価の上昇を受け、マクロ経済的に良くなる（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・3～4月は春のイベントシーズンであり、オケーショナルに利用機会が増えるため、売上増加を期待できる（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	・3か月後の4～5月は、新たな事業年度のスタート時期で、新組織や新体制での懇親会などの集まりが期待できるため、宴会需要は上向き（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業にとって2月は最も暇な時期である。来客数が少なく、売上も年間で最も低迷する。それと比べると、2～3か月先は良くなる。どのくらい良くなるかは分からないが、20%程度は伸びるとみている。
		その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・海外からの観光客も増えており、今後も来客数が増えることが見込まれる（東京都）。
		その他飲食 [カフェ]（経営者）	・コーヒー業界自体はとても良い。自家焙煎コーヒー店、カフェのオープンが増えている反面、廃業の増加も続いている（東京都）。
		その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	・材料費の値上げ影響はマイナス面としてあるが、4月からは契約の切替月でもあるほか、取引先でも新しい展開がスタートする時期でもあり、若干期待できる部分もある（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・東証の株価が最高値を記録し、世間的にはかなり景気が回復しているものの、余り実感はない。新型コロナウイルス感染症発生前の85%程度には戻っているが、まだ完全な回復には至っていない。税金、特に、固定資産税や事業所税等の軽減などを考えてもらわないと、本格的な回復にはつながらない。
		旅行代理店（経営者）	・問合せ等は多少増えてきているので、天候が落ち着けば客の財布のひもも緩んでくるのではないかと。桜も咲き始めていることなどから、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドマーケットが回復しており、全体として伸長傾向にある（東京都）。
		タクシー運転手	・物価高が続いているが、今年の春闘の賃上げ率は前年を上回るようなので、多少はほっとできる。景気はやや良くなる（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	・飲食店からのオーダーが少し減っている。酔っ払いに絡まれることが減り、少しほっとしている。無線配車、アプリ配車、駅出しで十分利用がある。終電後近くになると、乗り越した客がいて、運が良ければロングの客に当たることもある。
		タクシー運転手	・これから春を迎え、特に桜のシーズンになると客の動きが活発になってくる。今心配なのは、タクシー業界の抱えるライドシェア問題である。昨夏と違って法人タクシーの乗務員数も増え、稼働台数もかなり増えてくるが、それ以上にライドシェアを導入することになれば、確実に供給過多になってしまう。その場合は、我々にかかなり大きく影響し、悪くなってくる（東京都）。
		タクシー運転手	・例年、2月はやや売上が落ちるが、3月以降は客が少し増えて、動きが良くなる。しかし、景気が良くなるとはいえない。また、都内のタクシーの需給バランスは適正である。従来どおり、降雨日など何か特別なことがあるとタクシーが不足することもあるが、それ以外では需給バランスは取れている（東京都）。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、今まで控えていた分、消費が戻ってくる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・現状が続いていけば、2～3か月先も景気はやや良くなる（東京都）。
		通信会社（社員）	・景気が上向く一方で、構造の変化かもしれず、不振となった客の契約見直しの案件も出ている。新しい市場に目を向けていく必要があるが、幸い、新規客との関係も出てきており、見通しは明るい（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・年度末に向けて良くなる気配があるので、期待している（東京都）。
		通信会社（局長）	・全体の景気が安定するまでもう少し時間が掛かりそうである。
		通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスなどの感染症の大きな感染拡大の影響もなく、原材料の価格高騰などの不安要素はあるものの、おおむね緩やかな回復傾向が続く（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・今後の株価の情勢がまだ不透明である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客の節約志向の高まりにより、単価は下がるものの販売量の増加を見込める（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・今年の冬は、余り寒くなりすぎない傾向なので、春先に向けて動き出す気配がする。客と話をするなかで、投資をしている人も増えているように感じる。株価の最高値更新も後押しをしている。
		ゴルフ場（経営者）	・天候の影響がない日は来場者数、客単価共に改善しているため、3月以降は若干上向くとみている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・何もなければゴールデンウィークまでは順調に行きそうである。問題はその先、猛暑となるか、冷夏となるかである（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・当社は12月から1月が大変好調であった。そのときに感じたのは、やはり社員数が少ないということである。働いてくれる人がなかなか見つからなかったり、見つかったもすぐに辞めてしまう。したがって、やはり社員の確保が重要である。全体の営業面では、非常にプラス思考に向いている。社員一丸となり何とか良い方向に乗り切りたい。
		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、インバウンド向けに観光用ホテルを造ったが、ホテル業界も良くなりつつある。ただし、中小企業はまだ厳しい環境にあり、なかなか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。
		商店街（代表者）	・商店街の雰囲気は余り好ましくない。何となく景気が良くなることを期待してやらないといけないことは間違いないが、現実はまだなかなか思うようになっていない。頑張っても景気を少しずつでも持ち上げていかなければならない。
		一般小売店 [家電] （経理担当）	・補助金関係はもうしばらく続くだろうし、インターネットなどからの電気工事の依頼も小さいながらも。

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〔家具〕 (経営者)	・この先の景気も変わらない。耐久消費財を扱う店として、やはり厳しい現状が続くとみている。株価が大分上がっているが、一般消費者はなかなか恩恵を受けられないため、景気が良くなる、悪くなるというよりも、現状が続いていくのではないかと(東京都)。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・当店は印章業、はんこ屋だが、捺印自体が非常に少なくなっている。パソコンが普及し、ほとんどが印鑑を使わなくても処理できてしまうからである。これからますます印鑑の使用頻度は少なくなるのではないかと。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・業界的には節約志向のところもあるので、客の収入が上がれば変わるのではないかと。今のところ現状維持と予想している(東京都)。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・春闘で賃金が少しは上がればよいが、当社では期待できない。社員一同今はひたすら耐えて頑張っている。販売も何とか現状を維持し、新茶の時期に期待をしている。商売なので、売れないことにはどうしようもない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・卒入園の時期を迎え、謝恩会などの集まり、祝い事などが増えることで、祝い膳、お礼の品等の引き合いが増えると思込んでいるものの、前年と余り変わりのない件数で推移するとみている(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行から約1年が経過し、以前ほどの伸びは期待できないことは予想していたものの、株価上昇や賃上げの話題が多くなっているにもかかわらず、物価自体が上がっているため、大きな伸びは期待できない。急激な悪化はないとみているが、当面は一進一退を繰り返す(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・売上全体は伸びており、景気の上向き感はあるものの、内訳としては外的要因が大きい。今後も同様の伸びが確実かどうかは不透明であり、先行きの見通し判断は難しい(東京都)。
		百貨店(広報担当)	・高水準のまま予想しているが、既にかなり良い状態に達しているため、ここから更に一段上がるとは考えにくい。一方で、よほど急激な円高に見舞われたりしない限り、インバウンドも堅調に推移すると予想されるため、景気の下振れリスクもないとみている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・物価高対策は4月で打ち切れ終了する予定である。それにより人件費や物流コストの増加など、物価上昇が更に続くと予想される。家計の節約志向が強まり、個人消費の低迷が続く懸念がある(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・ゴールデンウィークには、今年も地方の割引制度などで都内を離れる客が多くなることが見込まれ、商売的には決して良くはない状況ではないかとみている。コロナ禍以降のモノよりコトという消費傾向は変わらず強まりつつある(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・円安傾向は変わらないものと想定され、引き続きインバウンドは堅調に推移する(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・特選ラグジュアリーブランドと食品に偏った実績内訳は、店舗全体の約80%である。インバウンドや旅行者、出張者による購買に大きく偏った構図はしばらく続くと予測しているが、今までのような増加率は期待しにくい。対照的にファッション関連は、物価上昇に伴う生活防衛意識の高まりによる影響を受け、今後は前年比で減少する可能性がある。過去の株価暴落やリーマンショックの際はファッションが大きく打撃を受けた(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・インバウンドは増加傾向が続いており、国内消費も堅調であることから、現状がしばらく続く(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・直近の傾向から変わらない(東京都)。
		百貨店(店長)	・身の回りにおいて高揚感や上向き感はなく、株価等の状況とは連動していない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・今後2～3か月先も現状が続くと思うので、変わらない。この冬は比較的天候に恵まれていることも大きい。2月後半からやや天候が崩れて多少落ちてきてはいるが、2月は何とか良い状態でいく。また、これは当店だけの要因だと思うが、少し離れた競合店が1店閉店したことも追い風になっている。是非このチャンスを生かして、このまま伸ばしていきたい。
		スーパー（経営者）	・現状、来客数が伸びないことと、1人1人の買上点数が増えないことが大きな原因である（東京都）。
		スーパー（店長）	・商圏外ではあるが、ディスカウント色の強い店舗がリニューアルオープンし、周辺の店舗が価格競争の様相を見せている。当店周辺にはまだ影響は出ていないが、値上げの影響が一巡したなかで、商材によっては価格の見直しが必要になると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、物価高の影響で食費に対してより一層シビアになるなかでは、当面同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・物価の上昇が止まらない。
		スーパー（営業担当）	・単価の上昇傾向はまだまだ続く。来客数、販売点数については、厳しさは変わらないと思うが、トータルでは相殺されて変わらないという状況が続くのではないかと（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・値上がりは落ち着いてきてはいるが、まだまだ賃金は上がらないため、消費が伸びていかない。
		スーパー（販売担当）	・上向きになる明るい材料が見当たらない。春闘で多少改善しても、消費の現場への反映には時間が掛かる。
		コンビニ（経営者）	・スタッフに聞いても、景気が良くなっているという実感がないという意見が多い。
		コンビニ（経営者）	・店の周りの道路が拡張され、工事中は職人が大勢いるが、店に買いに来ることはない。少し前は工事関係者などが買物に来ていたが、それがなくなったということは、やはり使えるお金が少なくなっているのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の動向は変わらずに推移する見込みである。商品単価も高止まりしているため、全体の売上は維持される（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の仕入価格はインフレ傾向だが、競争激化で販売価格はデフレ傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	・株価の動きから、景気は上向き傾向にはあるが、円が安いことで輸入品が高いことから、良い面と悪い面の両方があるため、しばらくはこのまま進むのではないかと。
		衣料品専門店（統括）	・2～3か月先については、前年同期はアフターコロナのリベンジ消費で来客数が非常に増えていたが、現状からそれを上回って増えるとは考えにくい。
		衣料品専門店（役員）	・やはり物価上昇のしわ寄せが衣料品需要にきている気がする。
		衣料品専門店（従業員）	・物価の上昇などにより、購買意欲は減退する傾向にある。
		家電量販店（店長）	・実質賃金がGDPを超える水準にならなければ、景気が良くなったという実感はない。
		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前年並みで推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・状況は変わっていない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の出荷状況が不安定である。
		乗用車販売店（営業）	・販売車種自体が増えていない。価格も上がっている。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業において、国策補助金事業である住宅省エネ2024キャンペーンへの関心、認知度が高まっており、省エネリフォームの引き合いや受注につながるものと期待している（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量の動きが落ちている。当然ながら客足も減るため、景気は控えめになる。

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
		その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・前年3月頃から徐々に増え始めた外国人観光客による購買も、ここ数か月は横ばい傾向が続いており、踊り場に入っている(東京都)。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・株価が上がっているなどといわれているが、実際の消費動向とは連動しない(東京都)。
		高級レストラン(営業担当)	・2023年度はある程度、コロナ禍からの回復景気があったと考えるが、2024年度はその反動もあり、より厳しくなると推測している(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・ここ数か月で、高齢化、後継者不足等の理由で3店舗が閉店した。しかし、すぐに新規出店があり、商店街が大きく変化している(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・3か月後も今と変わらない。景気が良くなるという報道もあるが、実際に賃金が上がらないことには、景気の回復を肌で感じることはないような気がする。税金の負担も大きいため、税金を軽減して賃金を増やせば、消費につながる。
		一般レストラン(経営者)	・能登半島地震の影響で、1月の売上は期待していたほど伸びなかった。2月も前年と比べると低いか余り変わらない売上になる。前年同月は新型コロナウイルス感染症の5類移行が決まり、一気に混み始めたため、予想以上に売上があった。助成金の使い切れない分を交際費に回した会社もあったりして伸びたのではないかと推測している。
		都市型ホテル(スタッフ)	・米国の大統領選挙の結果や中国の景気動向、戦争の終結等、不確定要素が多いため、見通せないというのが正直なところである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・先々の予約も順調に入ってきており、4月は年度始めて社内イベントも多く好調である。例年、一息つく5月も問合せが増えており、このまま維持できれば現状並みの売上を見込める。
		旅行代理店(従業員)	・北陸応援割が3月中旬から始まる予定のため、北陸方面の案件が増える可能性がある。
		旅行代理店(従業員)	・生活用品の値上がりにより節約意識があるが、円安や宿泊費等の地上費の高騰により、旅行代金も以前と比べて高額になっている(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・しばらく申込件数は横ばいとみている(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・大きな動きが今は特に見えてこない(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・インバウンドが増えると思うが、円安が回避されないと景気回復にはつながらない(東京都)。
		タクシー運転手	・物価の上昇が所得を上回っているという人がたくさんおり、やはりまだまだ厳しい。これから新年度が始まるとうしているが、物価の上昇が落ち着かないのはかなり厳しいという話を多く聞いている。
		タクシー(団体役員)	・景気が良くなる要素がない。
		通信会社(社員)	・株高の影響が消費者や従業員に還元されておらず、現在の高揚感が長続きするとは考えにくい。とはいえ、急激な暗転材料もなく、当面は現状の社会ムードが維持される(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・物価の上昇が続いており、節約傾向がしばらく続く。
		通信会社(局長)	・大きな景気刺激策や当社サービスの大きな転換もないため、恐らく現状がこのまま春先まで続く(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・客の動きに余り変化はみられないので、当面は変わらない(東京都)。
		通信会社(経理担当)	・通信インフラは急に変化する要素がないが、事業を継続して選んでもらえるよう顧客対応を続けていく。
		通信会社(経営企画担当)	・株価はうなぎ上りの様相だが、足元の販売は綱渡り状態で、一寸先は闇といった感覚である(東京都)。
		パチンコ店(経営者)	・日経平均株価が市場最高値を更新するも実体経済にはつながっていない。景気に好影響を与えるにはまだ時間が掛かる。
		競輪場(職員)	・登録を目的とした細かい戦略変更をしないと難しいとみている。実際に来場する客よりも、インターネット戦略の方が先である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [ボウリング場] (従業員)	・変化をもたらす要因が思い当たらない(東京都)。
		その他レジャー施設 [映画] (営業担当)	・企業業績もおおむね良く、株高ではあるものの、実感として景気が良くなっていくというイメージは湧かない(東京都)。
		その他レジャー施設 [総合] (経営企画担当)	・インバウンドにより現状の景気が当面維持されるが、国内客は物価上昇に付いてこられない場面も見受けられるため、景気の更なる上昇には懐疑的である(東京都)。
		その他サービス[立体 駐車場] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻るまで、景気は良くならない。
		その他サービス[保険 代理店] (経営者)	・このまま様子見で推移していく。年度替わりで単価が少し変化しそうである。
		その他サービス [フィットネスクラ ブ] (エリア統括)	・来客状況に変化はない。株価のみ上昇しているなか、景気が上向いているとは見受けられない(東京都)。
		設計事務所(経営者)	・新年度の予測は難しい面もあるが、周りの状況を見ても大きな変化はないとみている。
		設計事務所(所長)	・施工単価の高騰が続く。業務報酬についても、まだまだ厳しい状況が続く。設計業は基本的に人件費であるため、材料単価の値上げとは意味合いが異なり、建築主の理解を得られるように努力をしているものの、難しい状況である(東京都)。
		住宅販売会社(従業員)	・自社商材を見直したり、価格を下げたりしなければ、販売増加にはつながらない。たださえ客が少なくなっているのに、より価格の安い他社に競合負けしており、販売増加の要因が見当たらず、厳しい。
		住宅販売会社(従業員)	・来場者数その他が増えていないため、契約数も変わらない。
		住宅販売会社(総務担当)	・資材価格上昇分の価格転嫁が進まず、更なる税制優遇の拡充により、消費を刺激する施策が必要である。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・実質賃金が低下しているなかで、消費の拡大は見込めない。
		百貨店(総務担当)	・店舗の環境変化から来客数の減少が見込まれ、売上に関しても苦戦が予想される。
		百貨店(販売促進担当)	・特選ブランドは変わらず好調に推移すると予測するものの、ファッションゾーンの縮小といった全館の改装などを控え、全体の売上としてはやや厳しくなる(東京都)。
		スーパー(経営者)	・株価が上昇し、賃上げ情報が飛び交っているが、当社には全く関係ない。過疎地域にあるが、競合が厳しくなり、販売量が減少している。1品単価が上がり、1人当たりの買上点数が減っている。可処分所得が増えないと、この傾向は変わらない。何とか円高にして、インフレ脱却の方向に進んでもらいたい。
		コンビニ(経営者)	・今後も近隣で出店ラッシュが続き、売上の大幅ダウンが確実である。
		コンビニ(経営者)	・大企業では株価上昇の恩恵もあり、賃金アップを望めるが、中小企業に勤める人の多い当店近辺では望めないため、景気向上を見込むことは難しい。
		乗用車販売店(営業担当)	・主力車種のフルモデルチェンジがあるため、不安がある。
		乗用車販売店(総務担当)	・需要の減少が予想される。
		住関連専門店(統括)	・コロナ禍が終息したようだが、売上が伸びず、まだ景気は良くならない。
		その他専門店[ドラッグ ストア] (経営者)	・4月から春の値上げがあるため、財布のひもがますます固くなる。
		その他専門店[貴金 属] (統括)	・販売量が減少傾向にあることから、現在よりも悪くなる(東京都)。
		その他小売[ショッピ ングセンター] (統 括)	・物価高に可処分所得の増加が追いつかず、格差が拡大している(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・現在、消費物価と株価の動向を見極めているところだが、それによってはまた変化する(東京都)。
		観光名所(職員)	・団体客が減少している。新規予約も少ない(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・集客期の客の動きなどが、悪かった前年と同等价、それ以下の状態である。
		設計事務所（所長）	・仕事量が十分にあるわけではないので、単価がなかなか上向いていかない。
		設計事務所（職員）	・株価の好調は全く反映されていない。この傾向は変わらないとみている（東京都）。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材に関して大型物件もあるが、ベースとなる需要そのものが低迷している感が否めない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・商材の価格が上がっており、客が無駄な物は買わなくなっている。一方で、一部の高齢者はお金を持っているが、使い道を探しているようである。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・生活用品、消耗品等は低価格での競争が続くため、利益確保が難しい。
	×	衣料品専門店（店長）	・物流コストの上昇幅が賃金上昇を上回り、コスト吸収が限界にきている。一方で、消費者の価格に対する反応はよりシビアになっている。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的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、価格転嫁も難しく、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には終わりがみえず、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。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・学習塾業界は相変わらず教育費の伸び悩みで、かえって目減りしているようである。今後も春期講習を含めて人数が少なくなっているため、良い方向には向かわない。
企業 動向 関連 (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3月以降は今月よりも受注量が増える見込みのため、今よりは良くなる（東京都）。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらく現状の受注が多い状態が続く見込みである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・月額単価の交渉も進み、上昇傾向である。
		食料品製造業（経営者）	・一進一退だが、量、金額共に動き出しているとみている（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・新規客からの大量購入の引き合いが増えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月の株式会社設立の注文数や、接客の際の法人関係取引先の話などから、4～5月にかけて子会社や新会社の設立が見込まれる（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・製品の受注量が増加し、売上が前年を上回ってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規の取引が予定されているため、やや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注残が増えている（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品、特に半導体価格が上昇しており、今後徐々に身の回りの景気を良い方向に導くと予想される。製品開発も、計画どおりに進んでおり、安定している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車販売は依然として好調であり、今後も高水準の生産が続くとみている。下請の業績も好調のまま推移する見込みである。
		建設業（経営者）	・行政の新年度予算が発表され、建設投資額がやや増え、物件数が前年より増えている。
		建設業（従業員）	・飽くまでも希望でやや良くなってほしい。現実問題としては、物価の上昇を抑えられない。毎月、身近な全ての物が値上がりしており、先行きの景気が心配である。国はもう少し全力で国民のことを考えてもらいたい。
		金融業（従業員）	・原材料価格や人件費の高騰の影響は続いているが、事業者からは「値上げをした分はこれまで以上に丁寧な接客でカバーできるよう努めている」、「自社サイトを改良し販路拡大を図っている」などの声も聞いており、事業継続に向けてそれぞれが知恵を絞っているようである（東京都）。
		金融業（従業員）	・賃金が増えることにより、消費活動が良化する。
	広告代理店（従業員）	・新年度に向けて、見積りの問合せが増えてきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・すぐには反映されないだろうが、株価上昇の影響で、消費の増加と企業の体質強化に期待できる（東京都）。
		税理士	・近くの繁華街に行くと、インバウンドの中国人や韓国人、台湾人で結構にぎわっている。人手不足や材料高など、中小企業においてはまだまだ厳しいところがあるが、徐々に戻っていくような気がしているので、少し良くなる（東京都）。
		税理士	・株価はこのまま高値で安定する模様であり、大企業の賃上げも確実になっている。公務員や団体職員の賃金が上がると、中小企業や個人事業主の所得も上がるのではないかと、日本の安定した経済力を示したい。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・少しずつではあるが、既存契約の値上げや赤字物件の解約が進み始めている（東京都）。
		その他非製造業〔会社〕（従業員）	・会社の業績から、やや良くなる（東京都）。
		繊維工業（従業員）	・4月以降の状況は読めないが、受注については大きな変化はないとみている（東京都）。
		化学工業（従業員）	・原材料や輸送費の値上げが続いている。受注量の増減もなく、変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後は新年度に入るため、動き出せば良くなるとみているが、今の円安の状況等を考えると、大きく良くなるとは考えられない。
		金属製品製造業（経営者）	・中長期の案件はあるものの、全体的な力強さはまだない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・3か月先の受注動向は特に不透明で、どちらに振れるか分からない。特に、大手自動車メーカーの不正問題等による生産ストップに対して補償などがされないため、不安要素が大きい。半導体産業はゼロ発注から少しずつ受注がみられる。
		建設業（経営者）	・物価が上がっても、賃金が上がっていないため、現状が続く。
		建設業（営業担当）	・現在の建築案件の情報量から推測して、現状と変わらない状況が続く。
		輸送業（経営者）	・状況が変化する要因が今は見当たらない。2～3か月は現状が続く（東京都）。
		輸送業（経営者）	・まず値上げなしには先に進まない（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・繁忙期のため荷主の国内出荷量は増えているが、輸出は全くない。今後も現状が続く予想である。
		金融業（従業員）	・法改正の影響などにより、人手不足の深刻化はより厳しさを増す。実際に募集をしても人が集まらず、中小企業にとって人件費の増額負担にどこまで耐えられるかが課題となっている。設備投資もなかなかできず、厳しい状況は依然として変わらない。
		金融業（総務担当）	・まだ商材の値上げが続き、燃料の価格高騰も続く。賃金の引上げは期待できそうではあるが、あらゆる物価の上昇分を消化することはできない。インバウンドの影響はある程度はあるが、取引先の中小企業にはほとんど恩恵がない。今後も消費は減退していく可能性があり、景気は余り変わらない（東京都）。
		金融業（営業担当）	・株価上昇等による大手企業の堅調な業績推移は当面続く模様であり、その下請、孫請となる中小企業において、急激な受注減少等の悪化要因は見当たらない。これ以上の原価高騰や急激な為替変動、株価や不動産の下落等の突発的な要因がなければ、当面は現状並みの推移となるのではないかと。
		不動産業（経営者）	・繁忙期にもかかわらず、賃貸の営業が少ない。古くなった木造ワンルームがたくさん空いている。2部屋の物件も築30年を過ぎるとなかなか決まらない。壊して建て替えれば問題ないが、入居者の退室が難航し、思うようにはいかない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・住宅販売価格の高騰により買い控えの傾向が続き、取引件数の悪化が懸念される。
		不動産業（総務担当）	・人件費、資材等の価格が高騰し、オフィスの保守管理費や修繕費がかなり上がっているものの、賃貸料への価格転嫁は容易ではない。しばらくは現状維持が続く（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・悪い状態がずっと続いている現状に至った経緯や事情を振り返って考えると、なかなか好転しない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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	・学年の切替わりで、子どもの習い事も変化のある時期でもあるが、習い事でも週3～4回ではなく、週2回程度に抑えるなど、回数や科目を少なくする傾向があり、財布のひもは固い。実質賃金の伸びが期待できないため、この傾向が続く。
		経営コンサルタント	・中小企業にとって、取引先の大手が値上げ要請に応じる様子はまだない。政府が少し動き出したようだが、個々の中小企業にとってはまだまだ高い壁となっており、仕入れやコストの上昇分について取引先との価格交渉が進まず、利益を圧迫している。人件費の上昇がじわじわと押し寄せつつある(東京都)。
		その他サービス業[廃棄物処理](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が、値上げ実施の影響がこれから出てくるため、不透明感が強い。
		その他サービス業[ソフト開発](経営者)	・良い要素と悪い要素がきつ抗しており、今後の見通しが立たない(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業(所長)	・この時期に3月の動きが大体決まるが、前年と比べても非常に案件が少ない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・医療品容器の受注は何とか最低ラインをキープしているが、化粧品容器に関しては回復傾向が全くみられない。
		その他製造業[化粧品](営業担当)	・値上げや先行き不安感からか、サロン業界の景気は良くない(東京都)。
		建設業(経営者)	・政治が不安定である。
		輸送業(経営者)	・受注単価の下落が止まらない。完全に不景気の兆候である(東京都)。
		通信業(広報担当)	・中小企業の経営環境は徐々に厳しくなっている(東京都)。
		x	-
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社(営業担当)	・4月の募集が前期より大幅に増加している(東京都)。
		職業安定所(職員)	・春闘でのベースアップ満額回答や株価の最高値更新という報道もあり、先行きは良くなる。
		人材派遣会社(社員)	・春頃から増員を考えている製造業の取引先が多い。
		人材派遣会社(社員)	・求人数の増加に対して契約数の伸びは3か月前比で同水準と、人材募集に苦戦しているが、今後も回復していくとみている(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・プライシングの失敗というネガティブな理由や、リスキングというポジティブな目的があいまって、一時的な人材循環が発生する(東京都)。
		求人情報製作会社(経営者)	・日経平均株価の上昇や、企業の賃金増額回答など、消費熱の高まりがある。それに伴う新規事業の着手などにより新たな雇用枠が生まれることに期待している(東京都)。
		新聞社[求人広告](担当者)	・年度が替わった後になるが、現段階で予約やいろいろな計画ももらっているため、かなり良くなる見込みである。
		人材派遣会社(経営者)	・潤うのは大企業のみで、下請に徹する中小零細企業においては景気の恩恵を受けにくく、労働者への還元もできない。
		人材派遣会社(社員)	・現状、景気が変わるような対策がない(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・派遣ニーズの観点ではまだ顕著な動きは見えていないものの、若干弱含みな情報も入ってきているため、今後の動向に注視が必要である(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・物価高に賃金が追い付いている会社とそうでない会社とに2極化している気がする。全体の景気底上げにはつながっていないため、変わらないとみている。
		求人情報誌製作会社(広報担当)	・株価が上がって、景気の良い会社が多く、売上や利益が増える企業も多くなるのではないかと(東京都)。
		求人情報誌製作会社(所長)	・求職者や企業から変化の兆しがみられない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の伸びが鈍化している。新規求職者数は微増の状況ではあるが、求職者は転職先を吟味し、転職期間が長期化する傾向が強くなっている。このため、労働市場の動きは鈍化するものとみている(東京都)。
	職業安定所(職員)	・前年同月比の新規求人倍率、有効求人倍率は5か月連続で低下しているが、今年度の新規求人倍率、有効求人倍率は増減を繰り返している。	

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
		職業安定所（職員）	・令和6年1月以降、新規求人が低調であり、先行きも不透明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・ここ1年くらい求人数は比較的多く、職種の幅も広がっているが、条件に合う適当な求職者がなかなか見当たらず困っている（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなるきっかけがない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・会社の業績や周囲の消費動向のあまり良くない状況が今後も続く（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼のなかで増員枠としての依頼が少なく、社員や派遣社員退職による後任枠の受注が多い傾向となっており、景気が良くなっていくという実感が湧かない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・新年度になればある程度落ち着く。派遣求人は、新卒、中途採用の入社などにより入れ替わる時期であるため、3月末の契約更新にて入替えが多く発生する見込みである（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・求人数や採用者数はやはり2～3月に多くなるため、4月はやや減る傾向にある。5月は連休明けに求人が集中する可能性もあるので、4月は特に落ち込む時期ともいえる。ここ最近では求人数も採用者数もやや高位安定している。ただし、横ばいの時期も長く、これ以上景気が良くなるとは考えにくい。あるとしたら企業内の努力や成功といった個別の要因になり、景気が良くなったことでの伸びとは異なるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・求職者から、新型コロナウイルス感染症による生活様式の変化と、円安等による物価高の影響で倒産や廃業に至ったとの情報が続いている。
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)		衣料品専門店（経営者）	・春先なので、催事等で盛り上げて良くなると信じていたい。
		高級レストラン（経営者）	・年度末を迎え、歓送迎会等で景気は良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2月は1年のなかで最悪の月である。3月になると、イベントがかなりある。日本酒イベントや大型施設でのコンサートなど、毎週末イベントが入っている。また、歓送迎会等で県内、県外問わず、かなり客足が増えてくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・旅行会社からの注文が多数入っている。イベント等、催しが多くあるようなので、ホテルの稼働率は良くなりそうである。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月対応した方はほぼ全員永代供養墓に合葬される。今は、子供が少なかったり、いなくなったりしているため、自分で行く末を考えなければならない時代になっている。
		商店街（代表者）	・3月の北陸新幹線延伸や、北陸4県への観光を中心とした支援策が良い方向に向かうとみている。
		百貨店（経理担当）	・当県も能登半島地震の影響を受けたが、2月から前年のペースまで戻っている。今後は少しずつだが、消費マインドが回復してくる。
		スーパー（経営者）	・暖かくなれば、人の動きも活発になり、イベントも増えるため良くなる。当地区ではインバウンドも全く関係ないが、先日、久しぶりに電車でターミナル駅に行ったら、外国人観光客が多くて驚いた。
		コンビニ（経営者）	・徐々に暖かい日が増えてくると、来客数も少し伸びてくる。冷たい商材が売れると金額的に伸びるため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークの観光客増加が予想される。
		コンビニ（経営者）	・暖かい季節になってくれば、飲料等の売上も増えるため客単価も上がってくる。
		コンビニ（エリア担当）	・水道光熱費が落ち着いてきている。前々年と比べて高止まりはしているものの、前年との比較では10万円以上減少している。

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
		その他専門店〔酒〕 (店長)	・この先、皆の給料が上がって、景気的好循環がこのまま進めばよいし、実際、景気は良くなっているとみている。ただし、世界情勢や政治等が絡むと、非常に脆弱な部分もあり、予断を許さない場面もある。現状のまま推移すれば、景気は緩やかに伸びていくのではないかと期待している。
		一般レストラン(経営者)	・期待感も含め、天候の回復により例年どおりの来客数が見込めるのではないかと。
		都市型ホテル(スタッフ)	・北陸応援割の時期や内容が発表になったことで、少しずつだが動きがみられるようになっている。また、近隣企業や個人客についても、能登半島地震後1か月くらいから利用が増加し、先の予約も顕著に増加しているため、良い方向へ進んでいる。
		観光名所(職員)	・数か月先の団体予約が、比較的好調に入ってきている。
		遊園地(職員)	・修学旅行団体の受入れや、パブリシティの獲得、多様なイベントの開催等、積極的に集客施策を実施し、情報発信も行うことで、多くの客の来園を期待する。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕(経営者)	・物価上昇や能登半島地震の影響はあるものの、年度末で人の動きが活発になるため、客足にも良い影響が出るとみている。
		住宅販売会社(経営者)	・1月の能登半島地震やその後の各地沿岸部で発生している地震を契機に、内陸部の別荘が見直されている。そうした引き合いも散見される。
		商店街(代表者)	・特に変わったことはなく、現状の景気は、株高になっているものの、一般的にはまだ株価上昇の恩恵を受けていない。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・新年度や新生活に向けて、多少の売上増加や商材の動きを期待したいところだが、活気がみえてこない。新型コロナウイルスの感染拡大時の我慢生活が身に付いているのか、消費意欲がなくなってしまったのか、何かをすぐに購入するケースが少なくなっている。厳しい状況がしばらくは続く。
		百貨店(営業担当)	・大企業では賃上げムードがかなり出ているようだが、中小零細では、なかなか思うような賃上げにはならないであろうし、物価が上昇しているため、実質賃金が増えるともなかなか想像できない。
		百貨店(店長)	・ここ数か月、本当に売上の変動がなく、前年実績前後かやや弱い数字が続いている。今後上がっていく要素も見当たらない。また、ここに来て客の節約志向が強くなっているとみている。
		スーパー(経営者)	・賃上げが物価上昇に追い付くかどうか。生活防衛意識が強まる可能性もある。
		スーパー(店長)	・客の購入動向に変化はみられない。
		スーパー(副店長)	・長年にわたり、景気が良くなったと実感したことがなく、この先も変わらない。
		コンビニ(店長)	・かなり給料が上がってきている状況のようだが、物価はそれ以上に上がっている。当店の商材は消耗品中心なのでそれほど変動はなく、その辺りは有り難いが、客の反応がなかなか出にくいので、余り変わっていかないのではないかと。
		家電量販店(店長)	・景気の低迷は続く。物価は高騰しているが、賃金のベースアップが追い付いていない。
		自動車備品販売店(従業員)	・新車等の買換えが少ない分、車検シーズンに入り、メンテナンス需要は好調である。ただし、カーナビ等を中心に、高価格商材は不調だとみられる。
		一般レストラン(経営者)	・賃上げに対応する企業が増えている反面、物価上昇は収まらないため、景気回復はそれほど望めない。
		スナック(経営者)	・新規開店が増え、客が分散しているような気がする。景気自体は悪くないのかもしれないが、当店には少し厳しい。
		スナック(経営者)	・変わらないを選択したが、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。努力だけではもう無理だと、本当に困っている。何とか良い方法があればと思う。
		スナック(経営者)	・企業の歓送迎会シーズンに入るが、会社等で朝のアルコールチェックを始めたことで、客の帰る時間が本当に早くなってしまっている。歓送迎会があっても、ふだんと余り変わらない程度の来客数しか見込めないとみている。

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
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、いまだに団体客の動きが鈍く、現在の予約状況から推察すると、今月と同様に例年の77%程度になりそうである。コロナ禍以降、旅行の形態が大きく変化しているようである。
		タクシー運転手	・客の数はやや増えている状態だが、これからは、従業員である運転手が高齢化してくるため、心配である。
		通信会社（社員）	・入居の入替え時期のため、月単位では多少の変動はあるものの、四半期ベースで見ると大きな変動はない。
		通信会社（社員）	・上向きになる要素がないため、変わらない。
		ゴルフ場（副支配人）	・4～5月の予約状況は前年よりは良いものの、今後の平日予約の伸びに不安がある。
		設計事務所（職員）	・幾つかの物件を同時進行するため、仕事量は多くなっていく。
		商店街（代表者）	・上向き要因は全くない。
		コンビニ（経営者）	・2月は天候が良くても、給料日後でも売上が悪い。どんなに悪いときでも週末には人が動いていたが、2月に入ってから毎週のように1割減少となっており、どうしたのかと驚くほど暇である。好天の日は公園だけが芋洗い状態で混んでおり、客は先の危機意識に駆られている。
		コンビニ（経営者）	・政治が不安定なことの影響もあり、やや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・足元の受注の伸びは鈍ってきており、年度末に受注残の解消が進むと、2～3か月後の新車販売は減少に向かう。
		旅行代理店（副支店長）	・春先まで燃料や物価高、為替相場の不安定さが続くと、客足が足踏み状態になる。物価高騰も深刻で、特に海外旅行は直接売価に転嫁されるため、説明時に、一旦客の腰が引けている状況である。
		ゴルフ場（経営者）	・働き方改革による人手不足、人件費高騰、給料アップにもかかわらず、配偶者特別控除枠が拡大されていないため、余計に人手不足になっている。物価高騰、インボイス制度、消費税増税等、株価上昇の恩恵が受けにくい中小零細事業者にとっては、負担だけが重くのし掛かっている。国の指標がどうあるととも、身の回りからは厳しい声が聞こえてくる。
	x	-	-
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体が回復し、良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・入荷が遅延していた部品が動き始めれば、生産も波に乗っていく。それまでの間の人員過剰が、会社にどう影響してくるか不安ではある。
		建設業（経営者）	・季節的にも、人々の往来が活発化する。
		食料品製造業（営業統括）	・国産ワイン業界の数社が欧州で試飲会を開き、好評を博したそうだが、販売結果が出るまでには時間が掛かりそうである。
		食料品製造業（総務担当）	・店頭での販売実績が大きく伸びていないので変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後2～3か月で、身の回りの景気が良くなるとは考えられない。ただし、当社も人員不足で、営業が大変苦労している。受け持つ担当先が多過ぎて、目一杯の状態が続いている。求人しても応募してもらえない状況が続いている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状の受注は一時的な物で、今後の予想はできない。当社新商品が地域のふるさと納税の返礼品に選定されたため、期待感はある。
		その他製造業【宝石・貴金属】（経営者）	・金の価格高騰により製品価格が上がっているため、新製品は小売の売れ筋価格帯を大幅に上回るようになってきている。3～4月用のセール商材の問合せはあるものの、セール価格に見合う商品作りができていないため、売上の回復は期待薄である。
		金融業（調査担当）	・製造業は現状が続くとみられる。非製造業は賃上げの動きが中小企業に広がり、消費の押し上げにつながるかどうか、注目している。
		金融業（経営企画担当）	・物価の上昇は鈍化するが、賃金上昇も限定的であることが予想され、景気は変わらない。
		新聞販売店【広告】（総務担当）	・企業の宣伝費は微増だが、インターネット広告への移行が進んでいる。用紙、インク代等の高騰で、紙類の出稿は前年比90%を切るなど、大きく減少している。

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
		食料品製造業（製造担当）	・商材の卸価格を値上げしたところだが、追いかけるようにまた資材の値上げ案内がきている。本当にいつまでこの状態が続いていくのか、非常に不安である。
		電気機械器具製造業（従業員）	・2024年問題による物流コストの上昇と、それに伴う物資の値上げが心配である。また、商材の入手が困難になりそうで、その辺りが気掛かりである。
	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)		-	-
		職業安定所（職員）	・食料品製造業では、外食産業やホテル等の大手の需要増加で業務用の伸びが期待されること、半導体不足の改善により関連する製造業で受注の増加が期待されること、今後もインバウンドを中心とした観光需要や消費拡大が期待されることから、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・人材不足解消のため、物価上昇に見合う賃上げが緩やかに浸透する。また、物価高に対する消費控への傾向が徐々に緩和すると考えられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・地方の企業ではベースアップの話は少なく、小売店は店舗数減少等、マイナス要因のみである。
		求人情報製作会社（総務担当）	・変わる要素が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・前年同月比で1月の有効求人数は減少し、有効求職者数は増加しているものの、引き続き人手不足感が強い。
		-	-
	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)		コンビニ（店長）	・4月に入れば人の動きが活性化し、必然的に来客数は増える。ただし、生活必需品、家電製品や引っ越しサービス等は伸長するが、小売系の物販はそれほど良い影響を受けない可能性もある。
		旅行代理店（経営者）	・来客数及び問合せが増えているため、良くなると予測する。
		旅行代理店（営業担当）	・北陸応援割や地域の集客施策が実施されるため、更に旅行を促す起爆剤となり得る。卒業旅行や春の行楽シーズンに突入するため、ますます旅行需要は増していくと予想する。
		美容室（経営者）	・これから気候が良くなってくるため、来客数も増えて売上も上がる。
		商店街（代表者）	・これから寒さも和らぎ、外出意欲や消費マインドが高まることに伴って景気は上向きになる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・春の暖かい時期になれば、商店街にも来客が増える予想する。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・株高の影響がそろそろ出てくると予測する。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・株価の上昇が気持ちを豊かにする。
		百貨店（売場主任）	・今年に入ってインバウンドが増加しており、爆買いする客は少ないが、来客数、売上共に伸びている。東京などから出張のついでに靴を購入する客も増えており、少しずつ売上は上がっている。高級商品は余り出ないが、カジュアルシューズの販売が好調である。
		百貨店（企画担当）	・株価の上昇に伴い富裕層の購買意欲が高まっており、高額品は非常に好調な推移である。インバウンドも徐々に増えてきており、免税売上を伸ばしている。ただし、中間層をターゲットとしたブランド品や店舗の伸びはみられない。
		百貨店（営業担当）	・株価の上昇による消費マインドの向上を期待する。
		スーパー（店員）	・値上げへの抵抗感がなくなり、販売量も前年を超えているなかで、会社として新たな取組に挑戦するため、期待を持てる。
		スーパー（販売担当）	・近隣競合店の閉店が追い風になる。
	スーパー（販売担当）	・気候が良くなるのに伴って外出したい気持ちが高まるため、来客数が増えることを期待する。	

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
		スーパー（販売担当）	・売価の上昇は続く傾向にあるが、それ以上に客の購買意欲が高まっている。ただし、売手の努力が業績を大きく左右するという状況は変わらない。
		スーパー（支店長）	・今年に入ってから、株価の高値更新に伴い雰囲気は良くなっている。実体経済が改善している実感がないが、今後の春闘による賃金上昇や消費者の購買意欲の拡大に期待したい。
		コンビニ（店長）	・2月としては雨の日が多かったが売上は前年を上回っており、今後も売上の回復が期待できる。
		コンビニ（本部管理担当）	・今後は、気候も良くなり株価の好調も受けて景気回復が期待できる。ただし、売上に対して経費を抑え一定の利益率を保つことが必要であり、経費の高騰が課題となっている。人件費や水道光熱費等の経費が想定以上となった場合、景気が上向きになったとしても、利益捻出に苦しむ可能性がある。
		衣料品専門店（店長）	・所得が増加傾向にあり消費への影響も高まっている。自店では前年比105%であり、これからも続く見込みである。
		乗用車販売店（経営者）	・株価高騰の影響で、客にも活気があるように見受けられる。この状況が続けば、しばらくは景気が浮揚すると見込む。
		乗用車販売店（経営者）	・株式市場の活況や給与水準の上昇圧力など、景気に明るい兆しがみえる。生産現場も半導体不足などのマイナス要因が消えて、スムーズに商品が届くようになった。
		乗用車販売店（従業員）	・この先の給料が幾らになるか期待できる時期となる。客の話にも、もう少し生活に余裕が生まれたらという言葉が多い。少しでも希望を持てる環境になれば、市場ももう少し明るくなると期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・問合せの件数が伸びている。全体的にみても、余り悲観的になる要素はない。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから決算期を迎え車検の入庫量や販売量もそれなりにあるため、閑散期の1～2月よりは良くなる見込みである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・賃上げ次第だが、引き続き物価が高騰すれば消費への影響もあるため、向にらみが続く状況は変わらない。
		一般レストラン（従業員）	・3～4月は何かと人が動く時期なので、忙しくなってほしい。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ペースアップが徐々に浸透しているため、少しずつ良くなる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断する。
		都市型ホテル（営業担当）	・現状を維持する見込みである。悪くなる要素が足元では見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の発生から2か月が経過し、3月から北陸応援割が始まれば、旅行業界にとっても現地の復興にとっても、良い方向に向かう。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行から1年近くとなり、海外旅行の需要が高まっているが、円安の影響と各国の物価上昇が非常に厳しい。新型コロナウイルス感染症発生前の価格では到底販売できず、インバウンドの拡大期には価格が変動するため、予約時期によって信じ難いほど高騰している。かつてのように気軽に海外旅行という感覚ではなくなっており、販売も厳しいが、新年度を迎えるため期待はしている。
		タクシー運転手	・プロ野球の試合やイベントが増えるため、稼働は良くなる。
		テーマパーク（職員）	・インバウンドが増えつつある。
		観光名所（案内係）	・街を訪れる客層は変わったが、昔から営業している店が活気付き始めている。このまま進めばタクシー業界も含めて良くなる。
		パチンコ店（経営者）	・良くなってほしい願望も含めて、上向きと見込む。
		美顔美容室（経営者）	・美容商品のキャンペーンを5月末まで予定しており、4月には別商品のキャンペーンも始まるため、良くなる見込みである。
		設計事務所（経営者）	・小さな案件が2～3件あり、若干良くなる期待はしている。

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
		住宅販売会社（従業員）	・少しずつではあるが、上向き傾向がみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・期末であることに加えて世の中では株高の影響もあり、即効性はないが思考は明るくなっている。住宅購入者が増えると予想する。
		商店街（代表者）	・客単価が上昇する要因が見当たらない。ただし、来客数が安定しているため、景気に変化はない見込みである。
		商店街（代表者）	・良くなる要素も悪くなる要素も同程度ある。
		商店街（代表者）	・ライフスタイルの変化で、家庭電化商品の使い方は家電というより個電になりつつある。多種多様な商品の使い方があるため顧客ニーズを的確に捉える必要があるが、販売方法は従来の方法しかなく、街の電気店としては現状維持が精一杯である。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・株価の動きが良いため、景気もそれに追随する。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・酒類の値上げが予定されている。来客数に増加の見込みがない酒類中心の店からは、閉店の相談が来ている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・まだまだ足元の状況は続く。株価は上がっても、景気が回復した実感は全くない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・物価高が進み、個人客はよく考え余り買わなくなっている。法人客は、収益が良くなっているため購入は増えている。この2つがバランスして良くも悪くもない状況を作り出しており、3か月先も今の状況から変わらない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		百貨店（総務担当）	・寒暖の差が激しく、なかなか春物衣料や雑貨の動きが鈍い。引き続き物価高による買い控えが見込まれるなか、春闘などの賃上げがどの程度消費に回るのか分からない。社会保険料率のアップも想定され、節約志向は厳しさを増してくると想定する。
		百貨店（経理担当）	・富裕層においては、株高の恩恵を受けて旺盛な消費が持続するが、中間所得層では、消費が更に拡大するほどの賃上げ効果は見込めず、全体としての景気は、現状維持程度で推移する。
		百貨店（営業担当）	・しばらくは現状のまま続くムードがある。
		百貨店（営業担当）	・ここしばらくは現状の良い動きが続く見込みである。
		百貨店（販売促進担当）	・国内消費もインバウンド需要も堅調に推移しており、この流れが止まる要因は見当たらない。当面は、今の景況感が継続すると予測する。
		百貨店（販売担当）	・インバウンドや購入マインドの高まりが続けばよいが、大きな変化はみられないと見込む。
		百貨店（営業企画担当）	・前年の新型コロナウイルス感染症の収束を受けてプラス傾向と考えたいが、当地域の景気回復は伸び悩んでいる印象を受ける。
		百貨店（販売担当）	・週末の来客数はかなり増えたが、買物の傾向からはまだまだ引き締めている様子が見える。
		スーパー（店長）	・商圈内に競合店が増えオーバーストア状態となっている。人口が増えないなかでは、現状と景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・客の購買動向から判断した。
		コンビニ（企画担当）	・インバウンドは今後も増加が予想され、好調な状況を維持していく。
		コンビニ（エリア担当）	・今冬の勢いのまま、春以降も好調な売行きを継続できそうな見通しである。
		コンビニ（エリア担当）	・商品値上げの効果がなくなってきた。また、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による恩恵もなくなってきた。
		コンビニ（店長）	・株価が史上最高値を更新した影響がどのように出てくるかは不明だが、景気が良くなるという確信は持てない。
		衣料品専門店（経営者）	・メーカーが新製品の数量を抑えているため、客にアプローチを掛けづらい。
		衣料品専門店（売場担当）	・2～3月は厳しいといわれながらも目標をクリアしていたが、5～7月にかけてはやはり例年どおり厳しくなる。

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
		衣料品専門店（売場担当）	・物価高騰の勢いが収束しつつあるとはいえ、生活水準が向上しているわけではない。3か月先には春闘も終わり賃上げ結果が出ているが、労働組合のない企業や中小企業など多くの企業では、物価高騰を上回る賃上げが行われるとは考えられない。
		家電量販店（営業担当）	・季節も変わり新生活が始まる時期となる。冬季と違い春先は季節商材の変動は少なく生活家電も売れる見込みであるが、景気については、大きくは変わらないと考える。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は完全になくなり、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ったとみるが、物価高が続かなかで景気は良くなっていない。春闘で賃上げが実現すれば、良くなる可能性はある。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月後に生産が再開しているかどうかは不明である。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・社会情勢が改善されない限り、景気の改善は見込めない。
		一般レストラン（経営者）	・客には賃金が上がっている様子はなく、大手企業以外はこの先も上がる期待ができないため、変わらない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価上昇に対して、今のうちに必要かつ大きな消費は済ませておこうという声が聞こえる一方で、株高やベースアップに浮かれてはいけないといった反応もある。景況感は悪くないものの、劇的に変わることはなさそうである。
		都市型ホテル（総支配人）	・良くなってほしいが、リネン業者はこの2年で3回目の値上げを求めてきており、仕入コストの増加は全く売値に反映できない。人材も取り合いの状況で、今後収益の減少を危惧する。
		旅行代理店（経営者）	・消費はモノの購入からコト消費に変化している。コト消費を支える人材不足は今後決定的になり、かつ、2極化していくため、消費は増えも減りもしない。
		旅行代理店（営業担当）	・人気のある行き先では春の旅行シーズン中は既に貸切バスや宿泊施設が満車、満館となっているケースが多く、受入れ側が飽和状態であることを実感している。
		タクシー運転手	・年始から客の動きが低迷しているように思えて仕方がない。3月から急に客の動きが良くなっていくとは考えられない。
		通信会社（営業担当）	・特に変わらない。
		通信会社（営業担当）	・やや上向きになっているとみていたが、客には状況を様子見しているような動きがあるため、2～3か月での改善はないとみられる。
		テーマパーク職員（総務担当）	・能登半島地震の影響もあり、客の動向が様子見となっている。この先3か月程度はこの状態が続くと予想する。
		ゴルフ場（支配人）	・4月の入場者予約数は、今のところ各ゴルフ場とも不調である。2～3か月先はゴルフシーズンに入るため、予約数もこれから伸びると予想するが、現状の予約数からは景気が変わらないと判断する。
		美容室（経営者）	・景気の良さを実感して消費につなげている人は、現時点では多くない。まだ現状のままが続く見込みである。
		美容室（経営者）	・生活をしていく上で必要なガソリン代や光熱費が落ち着かない限り、景気も変わらない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・住宅のリフォーム工事が増えてきており、引き続き問合せや見積依頼を受けている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・悪いままで変わらない。固定費などの支出の上昇にもかかわらず収入が減少しているため、スタグフレーションの可能性を感じずにはいられない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期が終わり客の動きが落ち着くため、売上の増加は見込めない。
		スーパー（経営者）	・例年、ゴールデンウィーク明けから6月にかけては、来客数が減少する。
		スーパー（店長）	・値上げ要請がまだあり、商品の値上げが継続される。
		スーパー（店員）	・売上の主力であるみかんの入荷時期が終わり、これに代わる果物がいないのが心配である。3月も暖かい気候が続くと予想されるため、鍋物商材の売行きも鈍る見込みである。
		スーパー（店員）	・新規店の開店や競合店の値引き対応に客足が流れ、当分の間は戻らない見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務）	・企業の早期退職募集に関する話題が自社も含めてあちらこちらで聞かれ、経営不振が危惧される。
		スーパー（営業企画）	・原料価格高騰による各種値上げが進んだことに加え、4月以降は電気代引上げの影響が出始める。
		コンビニ（店長）	・2月になって急に売行きが悪くなっている。能登半島地震の影響は余りないようであるが、景気浮上感がみられなくなっている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・前もっての購入が少なくなり必要なだけを買うという具合で、客の財布のひもが固くなったと感じる。
		家電量販店（店員）	・新生活の下見客はあるが、例年と比べるとなるべく安く済ませようという傾向がある。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・家電製品の値上げは前年から始まっていたが、ここに来て買い控えが顕著になっている。食品等の値上げもあり、高価格な家電製品が買い控えの対象になっていくのではないかと。
		乗用車販売店（従業員）	・生産が停止している車種が多数あり、販売再開が未定の車種も多くある。販売台数は徐々に減少しており、今後も減少が続く見込みである。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況は余り良くない。需要喚起策等がないため、株価とは無関係に国内経済は停滞気味である。賃上げへの圧力が強く経営者の意識はそちらに向くため、宿泊や飲食等の緊急性の低い支出は控えているのかもしれない。今後の動向に注目したい。
		旅行代理店（経営者）	・北陸応援割が発表されたが、地元の旅行会社だけが恩恵を受けるような仕組みで、他府県の旅行会社には恩恵が少ない。
		通信会社（企画担当）	・3月は人が動く時期であるが、政治への不信任など先行き不安から、日常の支出は抑える傾向が続く見通しである。
		理美容室（経営者）	・客からは、株価が上がっても生活が豊かになる実感がないという声を聞く。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・世の中とは逆行し、福祉用品の単価は抑え込まれている。
		設計事務所（職員）	・政権を担う政党が今のような状態では、景気が良くなることは望めない。
		住宅販売会社（経営者）	・建築資材の値上がりで利益が出ない。所得が増えても生活費が圧迫するため、売上の増加は見込めない。売行きも悪く、先行きが不安である。
		住宅販売会社（従業員）	・建売業者が用地を購入してから、建売住宅を分譲し資金回収ができるまでにはタイムラグがある。その間に金融状況が変わらなければよいが、現状では分からない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・古民家を購入した人からリフォームの相談を受けているが、建築資材の高騰で何度打合せをしても話が前に進まず、施主も困惑している。この先景気が良くなるような見込みはない。
	×	コンビニ（店長）	・コーヒーの値上げがつい発表された。僅か10円の値上げではあるが、客の心理に影響があると推察する。コーヒーのドリップパックを購入してコンビニを利用しない人が1人でも増えれば、店舗にとってはボディブローのような打撃を受ける。
	×	乗用車販売店（従業員）	・国民の感じる様々な不安から、今後はかなりの不景気になるのではないかと考える。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・現在、生産オーダーの受付がストップしており、4月以降は入荷の見込みが立たない。入荷のめどがはっきりしない車種を受注するのは、非常に困難である。株価だけは上昇しているが、先が全くみえない。
	×	タクシー運転手	・大手自動車メーカーの工場が停止したことに影響を受ける。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		化学工業（営業担当）	・需要は徐々に回復傾向であり、若干良くなる見込みである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車の販売自体は回復してきたので、設備投資も回復すると予想している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界は3月決算が多いため、4月以降は新年度予算として設備投資がある程度期待できる。
		輸送業（エリア担当）	・ネットショッピングの継続的な増加や法人客の受注状況から、3か月後は現在よりも良くなるかと考える。

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
		通信業（総務担当）	・大企業で始まった賃上げが中小企業へと広がる。また、手形サイト短縮化の法案など現金が早く回収されて従業員へ回る循環が整うことで、消費者の懐が潤うことに期待している。
		金融業（従業員）	・今後も、物価は上昇しつつも旅行や行楽に出掛け、仕事についても足元と同様に生産量が増加する見込みである。
		不動産業（開発担当）	・株価の上昇に期待を込めて、やや良くなると判断する。
		会計事務所（職員）	・顧問先では、これまで決算ボーナスを出すことは余りなかったが、決算ボーナスを出すところが散見される。金額を見ても、定例のボーナス並みかそれ以上のところが多い。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・約30年前のバブル崩壊は、金利の上昇がきっかけであった。しかし、現在は株価としては最高値だが、まだ我が国の物価は世界のなかでは安い。過去と同じ過ちを繰り返さないよう適切な処置を望む。この先2年程度は、このままの金利であってほしい。
		食料品製造業（経営企画担当）	・株価上昇など楽しみなニュースも多い一方で、個人所得の増加は道半ばであり、早期の需要拡大は難しいとみる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現状の景気はやや悪いが、2～3か月先も期待できる材料はなく、このまま変わらない。
		化学工業（総務秘書）	・景気が悪くなる特段の理由がない。株価は過去最高水準に戻ったが、米国ではこの間に株価が14倍上がったという記事を見て、我が国の長期低迷を再認識した。景気が悪くなる理由はないが、良い理由も分からない。また、このまま続く確信もない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・同業他社の廃業や生産停止により既存製品の引き合いが多くなっているが、製造困難で手作りに近い製品が多い。その割に低価格であり、簡単には受注できない。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量の確保はある程度みえているが、この利益水準では苦しい。価格交渉の行方が仕事量などにも影響してくるのが不安である。
		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。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・景気浮揚への期待感はあるが、思ったほどの実績は上がっていないため、当面は現実維持の想定で計画が進んでいる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新製品の効果は一時的なもので、長期的には余り変わらないと考える。
		電気機械器具製造業（経営者）	・横ばいが数か月続いている。客先の受注見込みを聞いたところ、この先も半年以上横ばいである。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・受注量は増えたが、価格は余り変わっていない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・賃上げされるのか不透明な上、天引きされる金額は増える一方で、自身で使える金は増える気がしない。
		建設業（役員）	・住宅業界は、2024年問題の対策が4月より必須となる。週2日の休日取得で施工のリードタイムが伸び、コストアップが懸念事項である。ますます住宅建築費の上昇につながる。
		建設業（営業担当）	・年度末までの仕事があるが、新たな施策等はないため4月以降はまた一からのスタートとなる。契約から始めるため実際の作業に至るまでは時間が掛かり、それまでは仕事ができない。仕事がない状態では、景気が上がることはない。
		輸送業（従業員）	・燃料費や人件費など輸送コストの増加を運賃に反映できない状況で、運送業界にはますます厳しい将来が待ち受けている。
		輸送業（従業員）	・世間での賃上げの話に加え物流業界は2024年問題もある。価格交渉はそれほど困らないとみるが、問題は人手不足である。仕事があっても対応できない状況になりそうで不安である。
		輸送業（エリア担当）	・景気は停滞し切っている。運送業界では全体として客に届けるための手段が手薄になっており、荷物を運ぶことができない。人口減少に伴い物量も減っていくが、それさえ運べないような状態になりつつある。注文した物が届かないなら注文もしなくなる。このような状況では消費意欲も高まることはなく、景気は低迷したままである。

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
		通信業（法人営業担当）	・前年同期と比べると受注量は減少傾向にある。円安の影響や株価の動きも心配である。消費者感覚としては、物価が2～3割上がったまま下がらないことで、財布のひもは固くなっている。
		金融業（従業員）	・春になり新生活が始まる人も多いが、景気が良くなる要素はなく、このままの状況が続くのではないかと。
		金融業（企画担当）	・大企業のみならず、中小企業においても、原価上昇を価格に転嫁できるようにならないと適正な利益を確保できず、従業員の賃上げができない。給料が上がらない限り個人消費も増えず、景気は良くならない。
		不動産業（経営者）	・今後も外出や遠出をする人は増加していく。売上も増加していき、前年を上回る状況は継続する。
		広告代理店（制作担当）	・賃上げも一部の企業に限られているため、まだまだ続く値上げが生活に大きく響いている。特に、高齢者には厳しくなっていく。
		会計事務所（職員）	・仕入価格の高騰や競合他社との価格競争で利益が減少し、依然として厳しい状況がみられる。最近では顧客が商品の購入決定に至るまでの期間が長くなっており、値段や品質に一層シビアになっている様子が見える。
		食料品製造業（営業担当）	・受注量、受注価格共に落ちている。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少している。原材料価格の下落に合わせて、販売価格も下降傾向である。
		建設業（経営者）	・総理のリーダーシップと決断力に懸かっている。政策の向かっている方向は悪くはないが、なかなか進捗がみられず国民は不安になるので、何とかしてほしい。
		輸送業（経営者）	・2024年問題への対応のため、外注業者への支払増加が続いている。荷主が値上げを了承するまでのタイムラグに耐えられるかが課題である。
		輸送業（エリア担当）	・2024年問題への対策は進んでおらず、配送便数の増加による対応がやむを得ない状況になり、コスト増加となる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が減少するなか、大手自動車メーカーの不正問題等で自動車の折込チラシが入らないなどの影響が続いている。
		公認会計士	・人手不足の企業が増加傾向にある。従来の賃金単価では採用が厳しい状況にあり、求人時の賃金を引き上げて募集しているが、なかなか人材が確保できていない。仮に採用できても、賃金の上昇分を売価に転嫁できず、この先も厳しくなる傾向にある。また、利上げを予想している経営者もあり、設備投資が鈍化する可能性も高いとみている。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。見積量が通常より10～15%ほど落ちている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先各社で生産減少が続き、在庫が消化できるのは秋口と予測する。それ以後の動向が見えるのはお盆過ぎ頃である。
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・年度替わりに伴う求人数の増加のため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・歓送迎会での派遣予約の状況が良いため、景気も良くなる見込みである。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・現時点で法人からの求人募集件数は、コロナ禍が明けた前年と同程度である。低学年を含むインターンシップ募集も同時に増えてきている。
		人材派遣会社（社員）	・賃上げに対応できない中小企業が多く、その割に選考目線は非常に高いため、雇用のミスマッチが生じている。
		人材派遣会社（営業担当）	・一部メーカーでは来年度の採用計画にのっとり例年よりも早く3月からキャリア採用に動き出すという話もあり、人材投資の面で活況が続くとみられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・春に向けて春闘や賃上げのニュースも目にするが、全体的にみると、物価の上昇分を補えるほどではないと考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・4月の採用が落ち着くと、求人数が減少する見込みである。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・前年秋頃の自動車生産は好調だったが、中国に進出した日系メーカーの販売不振を受け、1～3月期の車両生産計画は下方修正となり、新年度以降も不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・今月は決算期前の一時的な活発さとする。景気上昇の材料が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・当県内は首都圏等と違いインパウンドなどの好材料もないため、現状のままで推移すると予想する。
		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ず、新規雇用には慎重姿勢になる傾向は続く見込みである。また、生活費の補填に求職活動を行う高齢者が多い状況は続き、個人消費は伸びないと考える。
		職業安定所(職員)	・前年末から年明けにかけて大手自動車メーカーの不正問題が相次ぎ、また、能登半島地震の影響もあり、管内企業においては製造業、非製造業にかかわらずこれから徐々に影響が出てくるのではないかと声を聞く。少し上向きかけたようにみえた景気であったが、これらのことから当面は変わらないと考える。
		職業安定所(職員)	・求人数や求人倍率等からは、労働市場が好転するとはみられない。
		職業安定所(職員)	・全体では依然として物価高などが雇用に与える影響が続いている。求人数は、自動車関連や半導体関連など一部の業種では改善もみられるが、緩やかな減少傾向から良くなる状況ではない。
		職業安定所(雇用開発担当)	・1月以降、産業別求人数は前年比で減少傾向が続いている。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・年度末に向けて、活動意欲の高い求職者の動きは徐々に減退傾向となり、企業側も次年度の組織配置に向けた要員計画を進めていく段階にあるため、採用数は一定程度減退すると予想する。
		民間職業紹介機関(窓口担当)	・足元での繁忙は例年のことであり、年度明けからは一定の求人数に落ち着く見込みである。
		学校〔大学〕(就職担当)	・求人数において、今後2～3か月で大きな変化はないと予測する。
		人材派遣業(営業担当)	・国政の運営が正常な状態に戻れば、国民は前を向いて生活できるのではないかと。マスコミやニュースが総じて政治への不信感をあらわにしている現状では回復の兆しはなく、絶望感が漂っている。
		職業安定所(職員)	・原材料やエネルギーの価格高騰が影響して引き続き求人数が減少する可能性がある。ロシア・ウクライナ情勢を受けて輸出ができず、生産量が低調に推移する可能性もある。商品の在庫が増加し受注減少により生産性が上がらないことが予想される。
		職業安定所(職員)	・企業整備が多数報告されている。雇用保険適用事業所数も前年同月比で減少している。
	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)		観光型旅館(経営者)	・3月16日の北陸新幹線敦賀開業に伴う予約増加に期待したい。
		旅行代理店(従業員)	・団体旅行の受注状況から、今よりは良くなると見込んでいる。
		商店街(代表者)	・北陸応援割が延期されたこともあり、復興需要が先延ばしされている。城の石垣崩落など震災の爪痕はまだ残っている。美術館の全面オープンが6月下旬と発表され、夏場の閑散期を考えると本格的な復興需要は秋以降になるとみている。
		百貨店(販売担当)	・3月の北陸新幹線延伸による旅行者や見物客の増加、開業イベントの増加による経済効果で、5～6月頃まではやや回復するとみている。県民の北陸新幹線を利用した旅行需要の拡大も旅行商材の購入に拍車を掛け、伸長すると予測している。しかし、周囲に飲食店を中心に競争が多数できるため競争の激化による苦戦と、客の県外流出によるマイナスも予測され、大幅には回復しないと考える。
		スーパー(仕入担当)	・徐々に断水が回復し、平時に戻ってくると考える。
		コンビニ(店舗管理)	・北陸新幹線の延伸に期待している。

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
		衣料品専門店（経営者）	・現状は能登半島地震の影響で厳しいが、北陸応援割などの施策に期待が高まっている。
		衣料品専門店（経営者）	・社会情勢が安定し、国内外の状況が活発化することで、景気が後押しされ则认为。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・能登半島地震の影響による消費マインドの低下がみられたものの、3月16日の北陸新幹線の敦賀開業や復興支援などにより消費マインドが上向きになることを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・北陸応援割で恩恵を受けるのはホテルや旅行代理店であり、レストランは引き続き能登半島地震の影響で厳しい状態が続くと考える。
		一般レストラン（店長）	・能登半島地震による風評も薄れ、北陸新幹線の延伸効果にも期待できる。
		一般レストラン（統括）	・景気にプラスとなる要素としては、株高の高値継続、北陸応援割の開始といった復興支援活動、北陸新幹線の敦賀延伸などが挙げられる。一方で景気にマイナスとなる要素には、物価上昇の継続、現状では観光客が激減していることから北陸観光需要の伸び悩みが挙げられる。以上をプラスマイナスで考えると、若干景気は上向きになるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線の敦賀延伸による効果を期待している。しかし、能登半島地震で修学旅行がキャンセルになって戻らない。インバウンドはアジア圏は堅調だが、欧米からは減少している。
		通信会社（役員）	・賃上げの状況次第だが、景気が少し上向き可能性はあるとみている。
		テーマパーク（役員）	・能登半島地震による影響はあるものの、北陸新幹線の延伸や北陸応援割の開始により、来客数の増加を期待している。
		美容室（経営者）	・今後、消費者に賃金の伸びや株高の好影響が徐々に出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響で、中古住宅のリフォーム物件の希望や、被災地からの移住による新築の問合せが多いが、状況はまだ不透明である。リフォーム物件は、入居者の震災対応に追われておりメンテナンスが中心業務となっているが、これもまだ先行きは分からない。一方で、人手不足が問題となっている。
		商店街（代表者）	・様々な負の部分の回復度合いがはっきりしないため、気を緩めることができない。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新生活に必要なものをそろえ終わり、落ち着く時期になると考える。
		百貨店（売場主任）	・能登半島地震により消費マインドが冷え込んでいて、来客数は前年を割っているが、富裕層を中心に高単価商材の売上が好調で、全体をカバーしている。この先2～3か月後に消費マインドが回復しているか現時点では見通せない。
		百貨店（販売促進担当）	・期間限定やお取り寄せといった食品と、値上げ前の駆け込みによる化粧品での好調は続いている。セレモニーや旅行といったシーンで売れていたアパレルの苦戦が続き、春物商材の確保が困難である。4月中に夏物商材へ切り替えるなど、早めの仕掛けが必要と考える。
		スーパー（店長）	・値上げのなかでも給与は思うほど上がっているわけではない。これからその辺が改善されてくると変わるかもしれないが、現状から変化はないと考える。
		スーパー（総務担当）	・能登半島地震により修繕費用が掛かるため、買い控えが発生する。
		家電量販店（店長）	・テレビの販売量はパリオリンピックの目前まではまだ伸び悩みそうである。
		家電量販店（店長）	・能登半島地震以降の客単価が下がっており、自粛ムードが継続している。
		家電量販店（本部）	・政策の後押しが必要である。補助金なしに景気が回復することはないとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・都市部では賃上げのニュースもあるようだが、地方都市ではまだそのような状況が期待できないため、しばらくは景気も変わらないと考える。
		乗用車販売店（従業員）	・能登半島地震のため、景気が良くなる要因がない。
		乗用車販売店（役員）	・来年度は新型車の発売が少なく、現状と変わらないペースで受注が推移すると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
×		自動車備品販売店（役員）	・各種値上げやガソリン価格高騰が続くなかで震災もあり、消費マインドが下がっている。新しいNISA等への投資にシフトして将来に備えているという声も多く聞いている。
		住関連専門店（役員）	・能登半島地震の影響を受け、消費の落ち込みがうかがえる。回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・3月には北陸新幹線の延伸があるため、少し景気が良くなることを期待しているが、実際にはそこまで景気は良くなるとみている。
		都市型ホテル（役員）	・災害支援関係者の宿泊利用で高稼働が続くなか、北陸応援割による観光需要をどう取り込むかコントロールが難しい。
		タクシー運転手	・能登の復興には時間が掛かるため、タクシーの需要はまだ続くと考ええる。
		タクシー運転手	・3月はまだ動かないとみているが、4月以降人の動きが活発になっていけば景気にもプラスの影響が出てくる。
		通信会社（職員）	・回復する要素が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・新入学の時期は期間限定で販売量に大きな変化がみられるが、この先の2か月後以降は、大きく変化する要因が見当たらない。
		通信会社（役員）	・商戦期を終える時期であり特段イベントもなく、契約者数は前年と同レベルで推移するものとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震による被害があるなかで、経済力のある人は新築や耐震リフォームを考えている。新築も耐震等級を上げることや免震構造を併用するなど、安全性を高めることに費用を掛けようとする客が増えており、住宅価格が高まる傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震により応急仮設住宅を優先することで、客への影響が出てくると予想している。
		住宅販売会社（営業）	・能登半島地震の影響による新規来場者数の増加は一定程度あるものの、家づくりにおいて前向きとなる要素はなく、景気の浮揚にはつながらないとみている。
		商店街（代表者）	・北陸新幹線の延伸で観光客の増加が見込まれているが、波及効果はどれほどのものか不透明である。関西や中京方面からは直通列車がなくなり、不便になることの影響も懸念している。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・3～4月も多品目の値上がりがあり、良くなる要素がないため、これまで以上に厳しくなると考える。
		スーパー（店舗管理）	・人口に対して明らかなオーバーストア状態と、高齢者世帯の増加が続いている。価値のある物を少量欲しいと言われるが、その客層だけで売上が上がるわけではない。
		スナック（経営者）	・内外共にマイナスの変化が多く、明るい兆しがみられない。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・撤退した競合施設の大人会員の受入れと、春の子供水泳教室での利用者拡大を目指していく。しかし、自社撤退店舗分の売上ダウンをカバーできるとは考えていない。
		コンビニ（店長）	・近隣にドラッグストアができて半年が経過した。本来コンビニエンスストアとドラッグストアは競合しないが、値上げとともに、酒類を筆頭に買いためする客が多く、ドラッグストアでの購入にかなり流れている。売上の減少が止まらず、前年比の80%を維持できていないことから、この先も悪くなると考える。
企業 動向 関連 (北陸)		通信業（営業）	・株価が上向きで企業の業績も良いため、当面は好調に推移すると考える。
		金融業（融資担当）	・加賀地区を中心に製造業の生産が正常化し、観光業ではインバウンドを含めて観光客が戻り、飲食業では地元客を含めて利用が回復するとみている。国や県主導の景気回復支援の実施や北陸新幹線の敦賀開業もあり、良くなると考える。
		食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれ、売上も徐々に回復する見込みである。
		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大きな需要の増減はないが、産業機械向けの部品の受注は堅調に推移しており、生産対応が最優先事項となっている。自動車関連は、中国向けが想定より上向きになっており、依然として生産余力はあるため漏れなく受注対応していく。
		建設業（経営者）	・4月の賃金改定で賃上げする企業が増えるかとみている。

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
		金融業（融資担当）	・製造業やIT関連の受注は比較的堅調である。観光関連はインパウンドの増加、震災復興、北陸新幹線の延伸による売上の増加を見込んでいる。
		税理士（所長）	・3月からスタートする北陸応援割の反響が大きいことや、県や市の復興予算など、明るい材料が多い。また、復興支援に関連して、レンタカー業や構造計算を行う設計事務所の繁忙はしばらく続くとみている。
		プラスチック製品製造業（広報）	・材料費高騰による価格転嫁も一段落した雰囲気であり、今後の大きな伸びは余り期待できない。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合を見て、変わらないと考える。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・前年から徐々に売上が落ちてきている。また、新卒採用が年々難しくなっており、多様な就職活動への対応と活動の長期化により、採用活動に関わるコストがかさんでいる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・自動車関連は、横ばいから若干増加傾向にあるが、産業機器関係や、民生関係部品での回復基調が全く認められない状況である。
		建設業（役員）	・株価上昇、賃上げ基調ではあるが、実際の受注量については、人員の制限もあり、先行きが現状より良くなるとは想定しにくい。
		輸送業（管理会計担当）	・足元の物量の動きに変化がない。
		不動産業（経営者）	・法人客からの問合せが全くない状態と、建築資材関係が余りにも高騰しているため、家を建てる客が少ないという話ばかりである。
		司法書士	・新築住宅や駅周辺のマンションの売行きは良さそうだが、材料の価格高騰で販売価格が上がっているため、今後もこの状態が続くかは不明である。
		繊維工業（総括）	・主要な企業では今のところ能登半島地震による影響は限定的であるが、引き続き海外向けスポーツ・アウトドア分野で調整局面が続いている。さらに、自動車用途が大手自動車メーカーの不正問題の発覚による生産停止の影響を受けていることや、暖冬による冬物衣料の販売量の鈍化により、先行きに不透明感が増している。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(北陸)		-	-
		人材派遣会社（役員）	・株価は上がっているが、全く実感が無い。右肩上がりが続くことはないと思われ、やや悪くすると考える。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内においては、能登半島地震の影響は一旦落ち着いている。年度末にはピークとなる就職活動イベントのほか、市街地のにぎわい創出イベントの実施、それに伴う広告掲載などトピックがあるものの、新年度以降については不透明な部分が多い。
		職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回って推移している。しかし、求人数は前年同月より僅かではあるが減少が続いており、足踏み感がある。
		職業安定所（職員）	・能登半島地震により、避難者や休業者の問合せや雇用保険の手続きが多くあるが、この先は落ち着いてくると考える。
		民間職業紹介機関（経営者）	・賃金や物価の上昇により、採用が最小限の人数に抑制されている。一方、人手不足を見越して新卒学生に向けての採用意欲は活発である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響、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（社員）	・派遣先企業からの契約終了及び求職者数が増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	・北陸新幹線の敦賀開業に向けた動きについて、やや盛り上がり欠けるように見える。

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)		一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・冷戦時代のように、世界情勢が東西で分裂状態となっている。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・国全体で賃上げを進める姿勢が強まっているため、周囲もそれに乗っていく雰囲気になりつつある。この動きが続けば、景気は回復に向かう。
		百貨店(服飾品担当)	・バレンタイン関連のイベントでの集客が過去最高となっている。モチベーション需要の大きなイベントでは、客の来店動機がかなり大きくなる傾向にあり、春の買換え需要やゴールデンウィーク等は更なる来店が見込まれる。この動きは今後も続くと思われ。
		スーパー(企画)	・賃上げが幅広く実施されることで、ある程度の値上げが許容される環境となる。
		高級レストラン(企画)	・企業による宴会開催の動きが出てきている。インバウンドの宿泊需要も堅調であり、特に価格面では、まだ高止まりする様子はみられない。
		旅行代理店(役員)	・賃金のベースアップや福利厚生の見直しが進むことで、海外旅行の動きも更に加速すると予想される。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・花見の季節に入ってくるため、インバウンドの需要が見込まれるほか、国内客の予約注文が入ってきている。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・3月になれば、気候が良くなって人の動きも活発になるため、ぜいたく品やし好品の販売量も増えることが期待される。
		百貨店(売場主任)	・コロナ禍による落ち込みからの回復は止まることなく、消費者の購買意欲も高い状態が続いている。
		百貨店(売場主任)	・コロナ禍が収束し、客の購買行動がほぼ通常に戻ったとみている。円安の影響もあり、インバウンド需要も大きく回復したことで、特に都心店の売上は絶好調である。消費マインドの回復も顕著となっている。
		百貨店(サービス担当)	・今後も、レストランや食品を中心とした新たな店舗のオープンによって来客数が増加し、売上の拡大が期待される。
		百貨店(外商担当)	・インバウンド売上の更なる増加に加え、国内でも株高が続く見込みであり、消費者の購買意欲が高まると予想される。
		百貨店(マネージャー)	・前月は能登半島地震の影響で、インバウンドを中心に来街者が減っていたが、直近は徐々に回復傾向にあり、来街者や来店客の増加が見られる。それに伴い、購買客数、購買額共に増加している。
		百貨店(宣伝担当)	・大阪・関西万博の開催を1年後に控え、ますます来街者が増えると思われほか、賃上げが国内の消費意欲の回復につながることを期待している。それに備えて商品の準備や人手を増やしており、売上の増加が見込まれる。
		百貨店(売場マネージャー)	・花見による観光客の増加や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初めてのゴールデンウィークとなるなど、景気を後押しする材料は多い。
		百貨店(外商担当)	・消費に関するマイナス材料は少なく、国内外からの来客数や客単価などは、3月以降も強気の見通しが続く。
		百貨店(マネージャー)	・ゴールデンウィークに向けた旅行需要は、前年以上に伸びると期待している。また、コロナ禍に伴う閉店で空いていたレストランも、新店舗がオープンする予定であるなど、外食需要を取り込めそうである。
		スーパー(店員)	・暖かくなれば、来店する客も増える。特に、いちごの値段が下がれば販売量が増えるため、今後に期待したい。
	スーパー(企画)	・株価の上昇や賃上げへの期待により、やや良くなる。	
	コンビニ(経営者)	・季節が暖かくなり、外出規制もないため、前年よりも外出が増えて、飲食店が忙しくなると予想される。	
	コンビニ(経営者)	・例年よりも気温が高くなり、来客数が10%ほど増える見込みのため、セルフレジを導入し、接客をスピードアップする。	
	コンビニ(店員)	・気候が良くなり、旅行者やビジネス客も活発に動くと思われため、来客数、売上共に上向く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店員）	・例年、暖かくなれば乗客数が増える。
		衣料品専門店（店員）	・繁忙期の5月は、最も景気が良くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・まだアパレル関連では影響がみられないが、今後は株価の上昇で良い方向に進むと期待している。
		家電量販店（経営者）	・住宅省エネ2024キャンペーンが正式に始まり、給湯器や水回りのリフォーム案件の増加が期待される。
		家電量販店（企画担当）	・冷蔵庫や洗濯機、電子レンジなどの新生活商品の販売が増える時期となる。また、住宅省エネ2024キャンペーンによる後押しもあり、換気機能のある高機能エアコンの販売も期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・決算期を迎えるため、新車の購入予約は増えているが、車検の予約は少ない。
		乗用車販売店（支店長）	・まだまだ株価は上昇すると予想される。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・一時と比べると物価の上昇ペースが落ちているため、この調子でいけば景気はやや良くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・4月は賃上げがあるほか、季節の変わり目を迎える。新たなテナントの進出により、老若男女の新規客の増加が期待される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログの発刊や、送料の無料キャンペーンも始まるため、売上は増えると予想される。
		高級レストラン（スタッフ）	・春は異動や引っ越しが増えるほか、合格や卒業、入学祝いなどで予約が増えるため、期待したい。
		一般レストラン（店主）	・外出しやすい天候になれば、客も増えてくる。
		一般レストラン（店員）	・春になれば、卒業式や入学式などのイベントが増えるため、外食の機会が増える。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・全国的にインバウンドが増えている。全体的な値上げが進んでいるにもかかわらず、宿泊や購入の動きがみられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室単価は低下気味であるが、順調に予約が伸びている。レストランでの会合も予約が入るなど、客足は好調である。
		都市型ホテル（客室担当）	・春節もあり、活発な動きがみられる。
		都市型ホテル（総務担当）	・インフルエンザや新型コロナウイルスの感染状況も収まるのが予想され、気候も良くなってくる。旅行や外出の機会が増えることで、収益も向上する見込みである。
		都市型ホテル（客室担当）	・花見のシーズンと重なり、新規予約は順調に推移している。国内外からの個人旅行、団体旅行共に、目標を上回る売上となりそうである。
		都市型ホテル（客室担当）	・物価上昇の影響はあるが、客室単価の上昇に客が少しずつ慣れてきた。4月以降の予約も順調に推移しており、団体客の問合せも増えている。
		タクシー運転手	・年度末で多少は世間が動くため、景気も少し回復するが、新年度以降は不透明である。
		タクシー運転手	・3月は新学期に向けた入学準備や、新生活関連の動きが出てくる。暖かくなるため、人の動きも良くなる。
		通信会社（役員）	・来年度からは、キャリアの営業方針や代理店手数料に改善の兆しがある。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況を見ると、早期の予約が好調に推移しており、今後もその傾向が続くと予想される。客単価が上昇すれば更に良くなる。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・株価の上昇による消費マインドの改善や、春の賃上げ効果に期待している。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価上昇の落ち着きや、株高を背景に、景気回復への期待感が強まる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドが引き続き好調に推移すると予想される。
		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るため、ますますスポーツ熱が高まる。日本代表選手が活躍すれば、更にスポーツを楽しむ人が増える。

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
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・着々と体験入会の問合せが入っているほか、受講する教料を増やす生徒も増えつつある。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年度末の繁忙期を迎えて仕事量は増えるため、暇になることはないが、大きく好転する材料も特に見当たらない。春の賃上げがどの程度の金額となるのか、楽しみよりも不安がある。
		商店街（代表者）	・インバウンドの恩恵が少ない立地であり、大きく改善することはない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・5月のゴールデンウィークに向けても明るい要素はなく、近隣の大型商業施設にも閉店となっているテナントが多くみられる。一方、電気代や暖房費を節約するために、大型商業施設での滞在時間が家よりも長い人もいるなど、収入の格差が拡大している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・気候が不安定であり、春物衣料の動きが悪い。春から夏への移行期に、どこまで消費が動くかは期待できない。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物の販売を行っているが、生活に直接必要ではなく、心のゆとりに関する商品である。このところ、着物を着て外出したいという人が少し増えている。
		百貨店（売場主任）	・株価の上昇や賃金の増加といった景気が良くなる要素はあるが、恩恵を受けるのは一部であり、すぐに大きな消費につながることは考えにくい。都心部にはまだ明るさがある一方、地方店は人口の減少や顧客の高齢化、有力ブランド店の撤退といった問題もあり、厳しい状況が続くそうである。
		百貨店（企画担当）	・インバウンドが好調な一方、外商売上がやや厳しいという状況は、しばらく続くと予想される。
		百貨店（営業推進担当）	・インバウンドの更なる増加に加え、国内消費の活性化で、今後も売上の微増が続く。
		百貨店（商品担当）	・株高などの影響で、富裕層の購買意欲は高まるが、中間層の動きは不透明である。
		百貨店（管理担当）	・インバウンド需要等に期待したいが、更なる拡大が続くかどうかは不透明である。
		百貨店（販促担当）	・株価は上昇しているが、高額品の動きに目立った変化はない。物価の上昇と、給与の増加によるバランスが重要で、多少の収入アップでは、消費マインドは堅実なままと予想される。モチベーション需要などに合わせて、プチゼいたくなどを提案しつつ、特徴的な商品をそろえることで、全体の底上げを図っていく。
		百貨店（販売推進担当）	・物価の上昇で購入単価は上がっているが、購買率は下がる傾向が続いている。当面はこの傾向が続くと予想される。
		百貨店（マネージャー）	・海外情勢の変化や、株価の上昇、賃上げによる影響は少しあるが、小売全体では、国内現金客の選択消費に加え、インバウンドや富裕層による付加価値消費が続く構図は、大きく変わらない。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初めての春の観光シーズンとなる。客が増える期待はあるものの、一過性の面は否めず、地元客の消費が上向き要素は全く見当たらない。2024年問題に伴うコストの増加予想から、取引先も投資に慎重な姿勢であるなど、景気が良くなる見通しが立たない。
		百貨店（売場マネージャー）	・インバウンド売上は増加しているが、国内需要は厳しい状況にある。また、食料品関係は堅調な動きである一方、ファッション関係は円安などによる値上げや価格の改定により、特に地方店や郊外店は厳しい状況となる。
		スーパー（店長）	・この春に給料が上がらなければ、今の状況は変わらない。
		スーパー（店長）	・物価の上昇や円安傾向といった状況から、景気が上向きことは考えにくい。
		スーパー（企画担当）	・競合先の出退店の予定もないため、今の状態が続くと予想される。
		スーパー（経理担当）	・賃金のベースアップのニュースが相次ぎ、株価も史上最高値を更新するなど、消費マインドに好影響を与える情報が増えている。実感として、物価の上昇を上回る収入の増加や、生活水準の改善が進んでくれば、本格的な景気の回復が進み、消費も伸びていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（販売促進担当）	・株価の上昇もあり、景況感は上向き可能性はあるが、可処分所得の増加は見込めないため、売上も全体的に微増で推移すると予想される。
		スーパー（企画）	・昨秋の最低賃金の引上げを受け、一部の企業では今春から最低賃金を上げる方向であるが、景気を回復させるほどの影響はない。一方、運輸業界の2024年問題による物流費の高騰で、企業の負担が増え、更に価格転嫁が進むと予想される。
		スーパー（社員）	・春に向けて賃上げの報道が増えているほか、株高の影響がスーパーにも出てくることを期待しているが、依然として商品価格の上昇は続いているため、客の消費はしばらく抑制気味となる。
		コンビニ（経営者）	・来客数はほぼ横ばいが予想され、商品の値上げラッシュも少し落ち着いてきたため、来客数、客単価共に現状維持が予想される。
		コンビニ（経営者）	・コロナ禍の収束で、消費する場所が変わっただけだとみている。
		コンビニ（店長）	・値上げに対して、客が慣れてきたのではないかとみている。そろそろ限界はくると予想されるが、まだその気配はない。
		コンビニ（店員）	・当店は常連客が多く、来客数が増えないため、現状維持が予想される。
		コンビニ（店員）	・近隣にできたスーパーやホームセンター、コンビニの影響はまだ続くとみられる一方、当店による積極的な対策は採られていない。今は仕方がないと諦めてしまっている。
		衣料品専門店（店長）	・物価の上昇による影響が、客との会話でも活気がない。世の中全体では賃上げや株高のニュースが多いが、財布のひもが固くなりつつあることは明らかである。
		家電量販店（店員）	・株価が上がり、景気は上向いているようにみえる一方、家電量販店では業況が改善する見込みは薄い。大型家電の冷蔵庫や洗濯機は売行きが悪く、特にエアコンは材料費の上昇で価格が上がっており、故障以外での購入には慎重となる客が多い。前年比でもかなり低迷しており、苦戦を強いられている。
		家電量販店（人事担当）	・コロナ禍当時と比較すると、県外への進学や就職が増えている。ただし、最低限の家具だけを買ひ、必要な物は後で買ひ足していく意識が強いため、新生活関連の商品の動きが鈍いと感じる。
		乗用車販売店（経営者）	・特別なイベントもないため、新年度に伴う若干の販売はあっても、それ以上の売上は見込めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・この数か月で大きく変わることはない。特に、物価自体が上がっているため、車両価格も非常に高くなっており、今後は販売台数の減少が懸念される。
		乗用車販売店（営業担当）	・価格が総額表示となった影響などで、購入の検討が慎重になっているほか、相見積りの増加による検討の長期化もみられる。こうした動きは、自動車業界に向けられている不自信も原因とみられる。
		乗用車販売店（販売担当）	・メーカーの生産状況による影響は続いているが、全体としては落ち着いている。
		その他専門店 [食品]（経営者）	・インフレに対する有効な対策がみられないなか、全体の所得水準を上げるためには、個人や企業の手元に資金を残す対策を、国が考えるべき時期にきている。今のところは景気が上向き対策は見当たらない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・今春の賃上げと価格転嫁の状況により、景況感は左右される。ガソリン価格は補助金が夏まで延長される見通しであり、今のところは大きな変動要因が見当たらない。
		その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・投資家にとっては好景気かもしれないが、日々の消費においては何も変わらず、業界の好材料は特に見当たらない。
		その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・医薬品やカウンセリング化粧品の動きが順調なほか、今後の花粉症の流行や春物商材へ切替えによる売上の増加が期待される。一方、食品などの生活必需品は横ばいが続き、来客数の増加にはつながっていない。客単価は上がっているが、売上全体の増加要因は乏しい状況であるため、今後の大幅な改善は期待できない。2～3か月後も今月と同様の推移が続く。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・インバウンドは増加が予想される一方、国内消費は伸びが見込めない。物価の上昇に対して所得は変わらないという状況が続くため、株価は上がっているものの、景気が上向き雰囲気はない。
		一般レストラン（経営者）	・株価が史上最高値となるなど、景気が良くなるような話はあるが、日常生活への好影響はまだ先である。物価の上昇や、なかなか浸透しない賃上げに対し、節約の動きや消費を控える動きなど、生活の守りに入る傾向がある。飲食店を気軽に利用してもらうまでには、まだ時間が掛かる。
		一般レストラン（企画）	・春闘では、大手企業は満額回答のケースが多い一方、中小企業がどこまで賃上げできるかは不透明である。物価の上昇はやや落ち着きをみせているが、消費支出が回復するとは考えられない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・株価が上がるなど、景気は良いように見えるが、生活レベルは下がっている。
		観光型ホテル（経営者）	・3月も引き続き、先行予約の動きが活発であるが、4月以降の動きはまだみられない。前年の4月にみられた団体の参拝旅行が今年はないため、4月はやや苦戦する可能性がある。
		観光型旅館（経営者）	・旅行ムードが高まるような状況とならない限り、大きな変化はない。
		都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド需要の回復は限定的であり、花見シーズンの後は現状維持が続くと予想される。
		旅行代理店（店長）	・海外旅行の問合せも一定数みられるが、旅行代金の高騰もあり、受注につながるのは安価なアジア旅行が多い。高額の欧州旅行は、かつての水準に戻っていない。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークに向けて客の相談件数は増えているが、国内旅行は近場や日帰りの動きはあるが、長距離の旅行はなかなか売れない。
		通信会社（社員）	・最繁忙期の3月や新生活の需要が増える4月には、販売数も伸びることが期待される。前年は、5月まで増加傾向が続く形となっている。
		観光名所（企画担当）	・前月と傾向は変わらず、前年と比較しての伸びは、ほぼ止まっている。
		遊園地（経営者）	・一定の賃上げを行う企業が増える予想されるため、今後もレジャー消費は底堅い推移が続く。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の開幕試合や公式戦の人気カードのほか、日本代表の強化試合も予定されている。その他にも多くのコンサートや家族向けのイベントが開催されるため、多数の来場者を予想している。
		美容室（店員）	・髪の毛を手入れすることが増えるため、単価に大きな変化はない。
		住宅販売会社（経営者）	・株価も高水準を維持しているため、しばらくはこの状態が続く。
		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）	・実際に景気がどうなるかは分からないが、少しずつ悪くなると予想される。今も景気が良いという実感はない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築単価の上昇等による消費者の購入マインドの低下傾向は、当面続くと予想される。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・都心部の物件や高価格帯の物件は販売好調で、郊外物件や低価格帯物件は不調という2極化が、更に進む見込みである。全体としては、好不調が大きく入り混じる状態が続くと予想される。
		百貨店（企画担当）	・商品の値上げが続いており、売上は維持できているように見えるが、購入量は落ちている。高額商材にもやや陰りがみられるなど、株高と景気の間には全く関係がない。
		スーパー（経営者）	・当地域は例年、今の時期はスキー客で週末などはにぎわうが、今年は暖冬でスキー場も集客が進まず、各方面に影響が出ている。関連業界では給料も減っているため、消費への影響はシーズン後もしばらく続くと予想される。
		スーパー（開発担当）	・株価は上昇しているが、一般市民には好況の兆しが何もみえない。景気対策もうまく進んでおらず、景気が良くなるとは考えられない。

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
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替の変動による影響が大きく、まずは円安傾向が収まらなければ良くならない。また、輸送コストの上昇による影響も大きいと予想される。
		家電量販店（店員）	・物価の上昇が様々な分野で報じられるなか、消費マインドはなかなか上がってこない。今後も必要最低限の商品の購入で終わるような気がする。
		乗用車販売店（経営者）	・客の財布のひもが固くなってきたと感じる。株高の恩恵はごく一部のみに偏っている。
		住関連専門店（店長）	・富裕客が増えているが、その分商談や接客に要するコストも上がるため、これまでよりも利益が増えるわけではない。
		一般レストラン（経営者）	・花見の季節が今年は早まると予想され、余り期待できない。また、3月は物価の上昇が見込まれ、消費者の財布のひもが固くなるため、外食は減少する。
		通信会社（経営者）	・円安に伴い、燃料代や原材料費が高騰している。
		通信会社（営業担当）	・3月の引っ越しシーズンを迎えるため、解約が増加する。過疎地域であるため、転出する人口の方が転入よりも多い。
		競輪場（職員）	・前年と同じような傾向が予想される。最近、株価の上昇が報じられているが、消費者は好景気の恩恵を実感していない。
		住宅販売会社（経営者）	・建築コストの上昇分につき、価格転嫁はできているが、客が値上げについて行けなくなっている。
		住宅販売会社（総務担当）	・物価の上昇に、賃金の増加が追い付いていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・株価は好調を維持する一方で、個人消費は低調となっている。働き方改革に伴う労働時間の減少で、非正規雇用を中心に、所得が低下していることが原因である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・仕入単価が前年よりも上がっている。今までと同じ単価であれば、仕入品の見た目や品質が落ちる。今後は商品が安く入ってこなければ売れないため、販売面で厳しくなる。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連での補助金が決定したが、前年と同様に補助金頼みの需要にとどまる。スタートは順調のようにみえるが、前回の申込みに関わなかった客の再検討分もあるため、年後半には需要の冷え込みが予想される。また、全体的に購買意欲はみられるものの、販売価格が上がっているため、需要は下降していく。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・現在は円安の局面であるが、3月からは徐々に円高の傾向が進むと予想している。業界は需要期を過ぎ、新たな需要を掘り起こす必要があるが、円高の進行と、新規需要への期待を込めて、景気は良くなると予想している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月は取扱商品の需要期となるが、十数年前の慌ただしさには程遠い。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・来年度の案件に対する問合せも多く、引き続き受注量の増加を見込んでいる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今のやや好調な動きは、今後も続くという情報がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大きな引き合いもあるため、期待としては上向いてほしい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最近では、半導体関連での好業績の恩恵を受けていると実感している。ただし、過去には日本が半導体分野で失敗したこともあるため、楽観はできない。
		輸送業（経営者）	・ようやく運賃の値上げ交渉ができる雰囲気になってきた。まだ値上げは進んでいないが、取引先は当社の提案を検討すると聞いている。
		輸送業（営業担当）	・業界では小規模の倉庫等から、中規模の施設へのシフトが進み始めた。うまく稼働させることで、人手不足の打開が進む。
		輸送業（商品管理担当）	・3月から4月は家具の需要期であるため、少しずつ売上は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・前年以降、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
		食料品製造業（従業員）	・値上げを行った商品は多少の利益を生んでいるが、依然として値上げの進まない商品もあり、しばらくは現状維持の状態が続く。
			繊維工業（総務担当）

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
		繊維工業（総務担当）	・為替レートが再び円安の方向に動き始め、輸入品のコストアップや原料費、電気料金などの経費の上昇により、利益率の低下が徐々に進んでいる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大半の取引先から増産の情報は聞かれない。
		化学工業（経営者）	・好調な業界と厳しい業界が入り混じっており、しばらくは今の状況が続くと予想される。
		化学工業（企画担当）	・食品に対する、インバウンドや国内客の需要が堅調に推移している。
		化学工業（管理担当）	・取引先による在庫調整に時間が掛かるとの情報がある。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・企業業績は堅調で、株価も順調に推移しているが、好景気の実感は乏しい。物価の上昇を上回る賃上げの動きが、中小企業を含め、どこまで浸透するかを見守りたい。
		金属製品製造業（経営者）	・中国、欧州向けの電気自動車部品の動きに陰りがみられる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・個人消費の改善は見込めない状態が続いている。春の賃上げしか期待材料がない状況では厳しい。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行きは不透明である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・5月以降の受注が全く増えていない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・インフレ傾向による買い控えは、今後も続くと予想される。
		建設業（経営者）	・今後はいかに付加価値を高めて販売するかが重要になる。その点を含めて考えると、業況に大きな変化はない。
		建設業（経営者）	・一部の建設資材や技能労働者の不足が深刻なほか、監理技術者の不足も慢性化している。今後は大阪・関西万博の突貫での建設工事に建設資材や技能労働者が吸い寄せられ、不足が深刻化する不安が大きい。
		建設業（経営者）	・4月の賃上げに期待しているが、様々な物価が上がっていくなかで、一気に消費意欲が上向くとは考えられない。
		建設業（営業担当）	・取引先の設備投資計画は継続しており、物価の上昇にも理解を得られるケースが増えている。一方、4月からの2024年問題により、現場の人手や労務コストにどのように影響が出るのかは分からない。
		輸送業（営業担当）	・子供の数が減っており、学習机が売れなくなっている。
		金融業（営業担当）	・大手自動車メーカーの不正問題に伴い、取引先はかなり厳しい状況となっている。
		金融業（副支店長）	・取引先に受注状況を確認しても、変わらないとの回答が多い。
		司法書士	・変動要因がないため、現状維持となる。
		経営コンサルタント	・観光客の集客力が落ちている商店街も、積極的に観光客を誘致する動きは少ないため、上向き見込みは乏しい。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価は上がっているが、それに賃金の上昇が追いついていない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・インバウンド効果が薄れると予想していたが、今後も大阪・関西万博を前に一定の効果が期待できる。一方、国内消費に目を向けると、相変わらずの物価の上昇で、生活用品の消費は停滞すると予想される。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・大手企業になるほど、値上げを認めてもらえるまでの時間が長い。夏まで値上げをさせてもらえないため、非常に苦しい。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・良くなる要素が非常に少ないと実感している。思い切った政策の実施が期待される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・材料価格の高騰でやや悪くなる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・株価が過去最高値となって喜ぶ金融関係者もみられるが、恩恵を享受できる人は多くない。労働者の7割は中小企業に属しており、株価の変動とはほぼ無関係とみられる。
		広告代理店（営業担当）	・例年、年度初めは広告出稿が控え気味になる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・市況が低迷するなか、鋼材の値上げや賃上げが予定されているため、採算が更に悪化する見通しである。
	×	通信業（管理担当）	・物価の上昇が続くなか、株価の上昇に反して所得は上がらないため、消費者の生活は改善が進まない。

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	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済構造を変えるため、まず産業構造を変えていく必要がある。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（役員）	・4月の賃金のベースアップは、前年以上の動きになると予想され、前年は実施を見送った企業でも、今年は賃上げが増える可能性は高い。ただし、米国大統領選挙や世界の経済情勢、各地での紛争の状況次第で、一気に国内経済が冷え込む可能性もあり、樂觀はできない。
		人材派遣会社（営業担当）	・今頼れるのはインバウンド需要であり、景気の改善につながってほしい。また、ゴールデンウィークでの観光産業の盛り上がりや、旅行の支援策などにも期待したい。
		人材派遣会社（管理担当）	・求人数は増加しているが、求人単価は伸び悩み、求職者数も不足している。この傾向はしばらく続くことが予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・物価の上昇による影響が続くなか、時給の改定が進んでいる企業は少なく、景気がすぐに良くなるとは考えられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価は過去最高を更新しているが、関西の地元企業に特に大きな影響はみられない。今後も新聞広告の出稿は、現状並みの推移を見込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気の良さや生活レベルの向上が比例していない。生活レベルについては、今後2～3か月で大きく変わることはない。
		職業安定所（職員）	・悪条件、好条件共に見当たらないため、しばらくは今の状態が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増加となっている。ただし、有効求職者数を年齢別でみると、19歳以下が6か月連続で減少している。
		職業安定所（職員）	・人手不足を訴える事業所が多い反面、事業主都合離職者が増加している。
		職業安定所（職員）	・2024年問題の話題はほとんど出てこない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用の広報が前倒し傾向にあるため、今後は動きが停滞すると予測される。一方、次の2026年卒向けの広報が始まるため、全体ではプラスマイナスゼロになる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費の動きは賃上げの結果次第となる。周囲には年金生活者が多く、多少は株価の上昇で潤っているが、やはり物価上昇の沈静化が望まれる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の新卒採用に向けた強い意欲がみられ、2～3か月先の状況が変化する要素は見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費者の生活は悪くなるが、株価が堅調に推移すれば、いずれはその恩恵が広がってくる。企業の体力が上向けば、採用にもますます積極的になると予想される。
		その他雇用の動向を把握できる者	・業種を問わず人手不足の声が多い一方、製造業を中心に、価格転嫁の動きは限界にきている。また、為替動向や中国経済の減速など、海外情勢の悪化による影響を懸念する声も多い。これらの状況は大きく変化するとは考えにくく、求人の減少傾向もしばらく続くことが予想される。今後は、大阪・関西万博の準備が本格化していくなかで、求人の増加に期待したい。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月に出てくる求人が落ち着けば、身の回りの景気はやや悪くなる。	
	x	人材派遣会社（支店長）	・3月末で契約が終了する人も多く、しばらくは我慢の状況が続くと予想される。

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		コンビニ（エリア担当）	・片側交互通行の工事が落ち着き、乗客数が増加しているため、景気は良くなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・春の観光シーズンを迎え、予約状況が好調である。歓送迎会を主として、レストラン利用、宴会利用も増加する。
		商店街（代表者）	・行政補助事業である地域限定の電子マネーポイント配布が始まり、それを目当てに買い控えていた客が増えることが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づきつつあるため、景気はやや良くなる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新年度を迎えるため期待している。
		百貨店（広報担当）	・インバウンドが増加しており、国内需要もあるため、ゴールデンウィークの盛り上がり期待できる。
		百貨店（売場担当）	・人流が活性化すると近隣の都市圏エリアへの流出が増える地域であるが、大手米国紙で2024年に行くべき52か所に選ばれたこともあり、観光客の流入がかなり期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・整備入庫の客をきっかけとして、車両販売も商談数が増える。
		乗用車販売店（店長）	・景気は今が1番底であり、これから徐々に上向いていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・今年に入り多少景気が良くなりつつあったが、2月は予想を超えてきている。喜ばしい状況ではあり、このまま上向きの状況を維持していくことを期待している。
		自動車備品販売店（経営者）	・株価が好調なので期待感がある。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が悪くなる要素が今のところ見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・この春は賃上げ基調で株価も上向きである。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・暖かくなり人出が増えると考えられる。
		一般レストラン（経営者）	・ニュースではバブル以上といわれているが、一部にすぎず、全く変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・株価が上昇するなど明るいニュースもあるため、景気はやや良くなる。
		一般レストラン（店長）	・4月はインバウンドの増える時期で、予約も既に前年を上回る数が入ってきており、期待が持てる。一般の客も新型コロナウイルス感染症に関する制限解除から1年がたち、元の生活に戻ってきているため、前年よりも伸びるとみられる。
		観光型ホテル（副支配人）	・春になれば、今まで新型コロナウイルス感染症で中止になっていた地域イベントが今年はいろいろと開催されることから、来客数は増えてくる。
		観光型ホテル（営業担当）	・気候が良くなり、景気も良くなってほしい。
		都市型ホテル（総支配人）	・企業の賃上げや休日の増加などが加速すると予想されるが、物価上昇により実質賃金は低迷し、国内需要は伸び悩むと推測される。一方で、インバウンドの地方分散化に期待する。
		旅行代理店（経営者）	・各業界の賃上げが確定していけば、国内旅行のように、海外旅行も増えることが期待できる。
		タクシー運転手	・3～4月は人の動きが出てきて、夜の飲み会も増えるため、多少、利用客が増加する。
		タクシー運転手	・インバウンドに対応するイベントや特別な運行が計画されており、それが国内や地元客にも刺激となり、活性化するかもしれない。
		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。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が実質終息し、春以降、人の動きが活発になる。また、賃金上昇の効果が消費に好影響を与える期待がある。
		テーマパーク（営業担当）	・天候と気温の条件がそろえば、繁忙期に向かって入園者数増加の期待が持てる。
		ゴルフ場（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けての予約状況は、前年と変わらず好調をキープしている。天候に左右されるが、3か月先の状況も変わらず良いと判断している。
		商店街（理事）	・3か月後はゴールデンウィークで人が動き、消費にも動きが出てくる。特に商店街にとっては、ゴールデンウィークは非日常性という意味で需要が増加しないと困る。
		商店街（代表者）	・客の購入意欲が非常に低く、購入まで時間が掛かり、非常に厳しい状況である。
		商店街（代表者）	・販売価格を引き上げたため、販売数量が減少し始めている。

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〔食品〕	・顧客の節約志向が続いているため、景気に変化はない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・周辺の経済はこのまま低調な状況が続く。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これから休日が増え、外出する客も増加するが、売上はさほど伸びない。
		百貨店（広報担当）	・株高や賃上げの動きはあるものの、値上げが高止まりの状態、実際の所得増にどこまでつながるか、先行き不透明感が拭えない。
		百貨店（営業担当）	・気温とともに春物商材が動き始めるが、物価の上昇などにより衣料品への客の購買意欲は上がらない。外出・旅行需要や食に対しての支出が多くなれば、その分、衣料品への支出を節約すると考える。
		百貨店（営業担当）	・特に景気の変動につながる要因はない。
		百貨店（営業担当）	・日々の売上対策では前年を上回るのが精一杯で、大きな催事を開催しないと、まとまった数字を上げることができない。
		百貨店（売場担当）	・非食品の売上は衣料を中心に安定しているが、食品の売上が伸び悩んでおり、足元の景気が上向いてくる実感はまだない。
		百貨店（外商担当）	・株価の上昇以外に景気が回復する要素がないため、現状が続く。
		スーパー（店長）	・原材料価格が高騰している状況が、ディスカウントスーパーの追い風となっているため、3か月後も現在の良い状況が続く。
		スーパー（店長）	・値上げ等により単価が上昇しているが、来客数が減少しつつあるため、売上は少しずつ厳しくなる。
		スーパー（店長）	・単価の高い商品や嗜好性の高い商品の動きが鈍い。
		スーパー（店長）	・現状では、今後景気が良くなる材料や環境はない。今後の価格競争や競合他社との兼ね合いもあり、厳しくなる一方であることは間違いない。
		スーパー（店長）	・今後も客がイベントや外食に流れる傾向にあることが予想され、大きな景気回復は期待できない。
		スーパー（総務担当）	・景気が上向く要因が見つからず、現状維持も難しい状態である。
		スーパー（販売担当）	・インフレ傾向のため、買上点数が伸び悩むと考えられる。
		スーパー（営業システム担当）	・物流問題や工場の人手不足、原料価格高騰での値上げが止まらない。買上点数の上昇は見込めず、更に減少するおそれがある。それに伴い値上げによる売上のカバーも厳しいものとみられる。
		スーパー（販売担当）	・株価最高値というニュースによる客のマインドの変化を期待するが、店頭では実感がない。期待したインバウンド需要も購買動向が変化しており、買物消費は消極的である。
		コンビニ（エリア担当）	・一部企業の春闘での賃上げで満額回答はあったものの、先行きは不透明であるため節約志向になるのではないかと考えられる。そのため、今後も大きな変化はない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・物価上昇が一回りしていること、たばこなどの高単価商品の伸長が期待できないことがあるため、更なる来客数増加のための集客施策が必要である。
		コンビニ（支店長）	・株高に対し、来客数や販売数量増加といった好景気を感じることができない。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業に勤めている客から景気の良くなる話を聞かない。
		衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍に借りた金を返済できず、閉店する店が出てきている。
		衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・売上が増加するような商品がないため、景気は良くならない。
		家電量販店（販売担当）	・特需がない限り大きな変化は期待できない。
		乗用車販売店（統括）	・受注は多いが、メーカーの供給が少ない。
		乗用車販売店（業務担当）	・現状はすぐには解決しない。
		乗用車販売店（営業担当）	・大きく商品が変わるわけでもなく、景気が良くなる要素がない。

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
		乗用車販売店（営業担当）	・客の来店は多くも少なくもないが、販売量は前年と比べ20%落ち込んでいる。物価上昇により節約志向の客が多く、任意保険も安い通販型への切替えが数件見受けられる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べ、この時期の観光バスが増えていないため、当分の間は下のラインを維持していくのがやっとである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・時期的な変動があるため、客と売上の増加は考えられるが、客の懐事情が変わっているわけではなく、例年並みの動きとなる。
		一般レストラン（経営者）	・客の収入の減少や可処分所得における外食費の割合の低下が心配である。毎食提供の物販業の商品との競争が激しくなり、特にディナータイムの先行きが不安である。また、輸入食材価格の上昇や品薄により、値上げやメニューの変更を余儀なくされていることも不安材料の1つである。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・桜の花見シーズンやゴールデンウィークなど、レジャーの好調に期待が持てるが、ビジネスの動向は変化がないものと予測している。
		都市型ホテル（総支配人）	・一般宴会と婚礼は、3か月先の状況に改善がみえない。
		旅行代理店（支店長）	・引き続き円安傾向であり、数値をけん引する海外旅行需要の回復が見込めない。先行予約状況も想定より悪く、前年比90%であり、需要喚起のプロモーションが不可欠である。
		タクシー運転手	・ベースアップの影響が余り出ていない。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転したり、暗転したりするなど、振れが出る要因が現時点では見当たらない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・利用料金の延滞から判断すると、家計の可処分支出はほぼ横ばいとみられる。
		テーマパーク（業務担当）	・2～3か月先の予約状況が前年を下回っており、事前の予約が少ない。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後は売上が減少するが、3か月後は全国発売のG2レースが開催されるため、十分な売上が見込まれる。
		美容室（経営者）	・前年からの物価上昇で、現状の生活スタイルを維持する客が多くなっているため、景気は変わらない。
		設計事務所	・新規相談件数は変わっていないが、決定に時間が掛かっているため、年度末の今はどちらに振れるか読めない。
		設計事務所（経営者）	・建築物価の上昇や人手不足など、建築業界を取り巻く環境は現在より悪化することが見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・目立った景気対策がなく、客が税制優遇や低金利に慣れてしまっているため、景気はしばらくは変わらない。
		住宅販売会社（営業担当）	・景気の変化する大きな要因がないため、変わらないとみられる。
		住宅販売会社（営業所長）	・4月の賃上げ等の経済状況により購買意欲が上がることを期待したい。今後、金利上昇がポイントになるのではないかと不安が残る。
		スーパー（財務担当）	・あらゆる商品の値上げにより、消費者の節約志向が強まっており、買い回りによる1人当たり買上点数が減少する。
		スーパー（業務開発担当）	・食品に対する節約志向は以前とは比べられないくらい厳しくなっている。内食用材料は調理に光熱費、調味料、端材、時間などが掛かるため、すぐ食べられる総菜で済ます人が多くなり、結果として食品の節約につながっている。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる理由が特にないため、変わらないかやや悪くなる。電気料金に対する補助がいつまで続くかも景気に影響を与える。
		家電量販店（副店長）	・販売数量、販売単価共に低下傾向で、景気は悪化している。
		自動車備品販売店（経営者）	・給料が上がっても生活費へ回るため、自動車業界への需要はなかなか伸びない。
		観光名所（観光振興担当）	・4月から値上げをするため、客が減ることを想定している。
		美容室（経営者）	・物価上昇、最低賃金の引上げ、社会保険料や各税金関係の増加が懸念される。
		美容室（経営者）	・インフルエンザや新型コロナウイルスの感染者が周囲に多く、感染を警戒する人が出てきたので、景気の先行きが不安である。

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
		設計事務所（経営者）	・客の収入が上昇し、価格の上昇を容認するようになるまでにはしばらく時間が掛かる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・仕入価格の値上げを業者から伝えられているが、価格転嫁すると更に来客数の減少につながる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・この1年間で来客数の増加が見込めない。
	×	通信会社（広報担当）	・価格高騰のあおりを受けて、通信業界は政府から価格値下げの要請を受けており、価格転嫁できない業界である。原材料価格や電気料金の高騰を受けて商品への価格転嫁ができる業界とできない業界で景気の見方は変わる。
企業 動向 関連 (中国)		-	-
		鉄鋼業（総務担当）	・受注動向はやや改善傾向にある。
		輸送業	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	・4月以降の新規引き合いが多く、受注量は上向いている。
		通信業（企画担当）	・ウクライナやガザ地区のイスラエル戦争などがこう着状態のため、影響はないと考えられる。AI関連の投資も増え、ますますデータセンターの需要の増加が見込まれるため、現在よりも景気が良くなる。
		金融業（経済産業調査担当）	・前年からの企業の賃上げ気運が維持されており、春闘回答が消費マインドの改善につながると予想する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		繊維工業（財務担当）	・労働力不足が懸念され、働く人の確保が必要となる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・年度末に向けて景気は上昇傾向にあるが、円安の状態がこのまま続けば、輸入材料のコスト上昇により、利益が横ばいとなるため、景気は変わらない。
		化学工業（総務担当）	・売上は増加しているが、自動車業界の動向もあり、受注量や販売量は減少が継続していることから、状況としては変わらない。当面は様子見の状況である。
		化学工業（総務担当）	・紛争による世界情勢の不安や円安が影響する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産量が増加するような受注が見込めない。設備補修工事による前倒し生産もあるが、その後は一定期間生産が止まるため対応に苦慮している。
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の影響等が今後も続くと思われる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料部品関係の受注量に大きな変化みられない。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・給与の上昇など明るい話題が出てはいるが、値上げなどもあり、個人消費が改善するほどではないとみられる。
		建設業	・給与は上昇するが、物価高が続いているため、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・賃上げが浸透しているが、物価も上がっており、中小企業は投資により慎重にならざるを得ないと考えられる。
		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がないため、状況は大きく変わらない。
		会計事務所（経営者）	・賃金増加の効果と人手不足によるマイナスの影響が併存する。
		食料品製造業（経営者）	・客が高齢化し、販売量が減少し、売上も低迷している。社員の給料を上げたいが、経営が厳しいため難しい。
		金属製品製造業（総務担当）	・4月以降、例年以上に受注が増えるとの情報は今のところ入っていない。また、例年以上の賃上げをする必要があることに加え、原材料価格や運送費の値上げ要請も確認されていることから、採算面の悪化は必至である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の設備需要の減少や、中国においても現地経済の減速に伴い、電子部品実装需要が調整局面に入っている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の内示が上向いていない。
		建設業（総務担当）	・資機材の価格上昇や給与の上昇等を価格転嫁するのにも限度がある。
		金融業（支店長）	・主要営業エリアである当市の大手プラント工場の一部プラント撤退により、関連企業の受注量減少が発生しており、先行き景気がやや悪くなると判断する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期であり、来月まではやや良くなると予測するが、2～3か月後は悪くなる。
		×	一般機械器具製造業（総務担当）
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (中国)		人材派遣会社(社員)	・求人数や派遣料金が増加傾向である。求職者数も増えてきている。
		人材派遣会社(副支店長)	・4月からの勤務開始を希望する求職者が増え始める。
		人材派遣会社(経営企画担当)	・例年4月は医療系人材紹介、教育研修など一部の事業で売上の最盛期となる。
		人材派遣会社(事業部長)	・好決算が見込まれる大手企業を中心として賃上げの気運が高まっており、本年4月以降は多くの取引先での派遣料金の上昇を見込んでいる。
		新聞社[求人広告](担当者)	・企業の好業績によって労働分配が進み、緩やかな金利上昇等が作用すれば、賃金上昇にも反映して景気も上向く可能性がある。
		職業安定所(職員)	・大手自動車メーカーの生産再開が確実に製造業にプラスの影響をもたらす。
		職業安定所(事業所担当)	・求人者からの話で賃上げ気運が大企業のみならず中小企業まで浸透してきたとみられること、物価上昇も落ち着き感があること、また、株価の上昇状況等から景気好転がうかがえる。
		民間職業紹介機関(職員)	・大企業を中心に、多くの企業でベースアップや定期昇給が期待され、また、行楽シーズンとも重なることから、個人消費の拡大が見込まれる。
		民間職業紹介機関(人材紹介・派遣担当)	・年度末での退職者や、5月以降は第二新卒等の動きも出てくるため、求職者数も増加するとみられる。
		学校[短期大学](進路指導担当)	・企業の求人依頼が増加傾向にあることと合わせ、学生の就職活動意識も高い。
		その他雇用の動向を把握できる者	・賃金の増加が加速化している状況であり、株価も高値を保持している。しかし、中小企業の賃金がどこまで反映されるかや政治に対する不信感が懸念される。
		求人情報誌製作会社(広告担当)	・企業が採用に掛ける費用はここ2年上昇している。これまでと同じ手法では採用できなくなっているため、ホームページのリニューアル、Web広告、SNSなどWebを中心とした手法を積極的に取り入れる企業が増加したことが大きな理由である。また、テレビCMの影響か、自社広告を写真ではなくアニメで表現する会社も増えている。
		求人情報誌製作会社(大卒就職支援担当)	・景気が好転する要素が現時点では見当たらない。
		*	*
	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)	・酒類業界は1~2月は相当暇だが、3~5月にかけて花見の影響により、売上が増加するとみられる。
		商店街(常務理事)	・インバウンドが地方都市であっても年間を通して多く訪れるようになっており、今後も海外からの地元空港への増便や就航が予定されている。それらの影響により、中心市街地は人通りも増え、にぎわいが出ているため、何とかこの環境を売上に結び付けていきたい。
		スーパー(店長)	・今後、徐々に観光客需要が回復してくると予測される。
		コンビニ(商品担当)	・株価上昇に加えて、円安が少し収まれば景気が回復するとみられる。
		観光型旅館(経営者)	・春先からのインバウンド需要の増加を従来のゴールデンルートで吸収し切れないなか、地方のインバウンド需要が増加してくるとみられる。
		タクシー運転手	・今年は四国遍路が逆打ちの年であり、来月からは仕事が入ってきている。新型コロナウイルス感染症も規制がなくなっているため、来月は花見などによりタクシーの乗車数が増えとみられる。
		タクシー運転手	・毎年4月や5月は入学、入社などの人の移動により、飲食の利用客が増えるが、昼間の状態は余り変わりがみられる。
	通信会社(支店長)	・新生活シーズンになるため、来客・需要は拡大すると想定される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光遊園地（主幹）	・3月から松山～台湾の定期便が再開されるとみられる。
		美容室（経営者）	・来客数が増えてきている。
		商店街（代表者）	・新年度になり新たな生活等が始まり、企業も個人も物価高騰への対応等が多少落ち着きを見せ、行動が活発になってくるとみられる。厳しい状況が続いているが前年並みにはなっているとみられる。
		商店街（代表者）	・様々な物価上昇に加えて、賃金アップの報道がかなりあるため、商店街等の中小零細企業の店主にとっては大変厳しいマインド状況である。消費者マインドもなかなか上がらないとみられる。
		商店街（代表者）	・政局の不安定、日本銀行の金融政策など当面の課題はあるが、バブルではない企業業績の裏付けを伴った株式市場の右肩上がり期待したい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・春の送別用商品の予約は順調に入ってきているが、来店をお願いしないと引渡しへの対応が難しくなっている。また、時間指定や急な注文の配達には難しい状態になっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・地方の景気は良くなる要素が何もなく、今後も変わらないとみられる。
		百貨店（販売促進）	・株価が過去最高に高騰しているが、その恩恵効果が出るには時間が掛かる。また、恩恵効果がある業種も限られており一般消費には結び付かないとみられる。
		スーパー（企画担当）	・商品の値上げが続く限り売上は伸びていくとみられるが、来客数を増加させるための販売促進手段を考えていく必要がある。
		スーパー（企画担当）	・来客数は前年比ではある程度落ち着きを見せてきたが、単価上昇の継続により、売上については前年を超える見込みである。来期以降は、一巡してくるためまだまだ先行きは不透明である。
		コンビニ（店長）	・買上点数の増加や客単価の上昇がみられない。
		コンビニ（総務）	・消費者は実質賃金が上がらないなかで家計をやり繰りしており、新型コロナウイルス感染症発生前と比較してもライフスタイルが変化しているようにみられる。いろいろな店舗を利用することで少しでもお買い得に買物ができるように消費者は売手側以上にいろいろなことを考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・本来3月は異動連絡や入学試験が終わるため、精神的に楽になり開放的になる良いシーズンであるが、今の状況では今後良くなるための要素が足りないとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・所得が上がらない上に物価は全てにおいて上がっている。今後半年くらいは景気は良くなるとみられる。
		家電量販店（店員）	・商品価格も更に上がってきており、今以上に買物に対し慎重になっていくとみられる。
		家電量販店（副店長）	・4月以降、大手企業は賃上げなどができているが、企業の多くを占める中小企業の賃上げができないと景気は回復しないとみられる。
		乗用車販売業（営業担当）	・約半数がオーダーストップの車のため苦戦が続くとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・長納期の車種が多く、客に提案できない。
		都市型ホテル（経営者）	・天候不順や災害、交通障害などにより宿泊予約があってもいろいろな要因でどうなるか分からない。状況が良化するものもあれば悪化するものもあり、余り変わらないとみられる。
		旅行代理店（部長）	・株価高騰や円安等を背景とした好材料も多いが、全ての消費者への還元には至っていない。
		通信会社（営業担当）	・今より良くなる要素が見受けられない。
		競輪競馬（マネージャー）	・物価は今後も少しずつ上昇するとみられるが、まだまだ生活が豊かになる感じはない。しかし遊興へのマインドは、変わらず推移すると予想される。
		美容室（経営者）	・今後はそれほど変わらないとみられる。
		設計事務所（所長）	・建築費に関して、原材料費はやや頭打ちだが、燃料費や運搬費が上がっているため更に上昇するとみられる。しかし、好調の企業については投資をしなくてはいけない状況にあると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・各社年度末であり、今年度の予算を使い切る関係上、受注量は例年と同程度だとみられるが、受注内容は商品が多様化しており変化している。4月は大きく売上が減少するとみられ、心配である。
		スーパー(店長)	・買上点数が戻らず客単価の伸びがなくなっている。
		スーパー(統括担当)	・物価高の落ち着きが見えない。
		スーパー(財務担当)	・株高による資産効果が一部見込まれる。また、大企業を中心に賃上げが進むが、中小企業を含む全体としては実質賃金の上昇には至らないとみられる。
		衣料品専門店(経営者)	・物価高の継続がみられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(総務部担当部長)	・これまでは、全国旅行支援等によりコロナ禍からの回復がかさ上げされてきたと捉えており、今後、当該利用分の落ち込みが発生すると想定される。
		一般レストラン(経営者)	・景気はやや悪くなると予想されるが、入学、卒業、就職、転職等、食事会の需要が増す季節であり、前年並みとはいかないまでも、1月や2月よりは客足が増えるのではないかとみられる。
		通信会社(社員)	・当社の販売サービスはケーブルテレビサービスであり、若年層がターゲットではないため、やや悪くなるとみられる。
	×	コンビニ(店長)	・入学、進学シーズンに入るため、人の動きが活発になるが、現状から判断して、しばらく悪化していくのではないかとみられる。
	×	乗用車販売店(従業員)	・エンジンの生産停止が続くなかでは、厳しい状況が続くとみられる。
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業(商品統括)	・マスコミにより春闘・賃上げを期待する情報が大量に流されている。食品価格の値上げについての抵抗は、特に業務上では相当減ってきている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経理)	・キッチンペーパーの原紙をすく機械を改造したため、生産数が上がり受注に対応できるため売上は上がるとみられる。ウェットクリーナーの売行きは供給の方が多く、余り良くない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・株高の影響によりマインドが高まっているため案件が決まってくるとみられる。
		通信業(総務担当)	・状況を見ていく必要があるが、ボランティア活動等の社外イベントの参加者数が前年から増加していることや、今後気候が温暖になれば、新型コロナウイルス感染症といった感染症の流行も落ち着くと想定され、更に人の移動が増加すると想定される。
		食料品製造業(経営者)	・外食ルートへの販売が強くなっており、この状況は続くかと推測している。
		繊維工業(経営者)	・中国の景気減速の関係で中国国内の繊維業者が厳しい状況のため、我が国の宿泊関係の業務用タオルの受注を積極的に行っており、我が国の業務用タオル製造メーカーの受注が減っている。また、円安の影響で染、染色の加工賃が更に値上がりしていることに加え、人手不足と賃金上昇もあり、地域の製造業者の採算はますます厳しくなっている。
		木材木製品製造業(営業部長)	・大手ハウスメーカーの受注契約者数が回復しておらず、今後もこの状態が継続される見込みである。
		鉄鋼業(総務部長)	・特に変動要因は見つからない。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・世界経済全体としては、長期化するロシア・ウクライナ問題やイスラエル・パレスチナ情勢等の地政学リスクの高まりに加え、米国はじめ各国で総選挙が予定されるなど、より一層先行きの不透明感が増している。
		電気機械器具製造業(経理)	・株価が最高値となるものの、実態は原動費及び物価高の高水準が継続しており、併せて継続的な円安傾向となっている点からも、今後の景気回復の兆しは不透明だとみられる。
		建設業(経営者)	・来年度の予算次第である。
		建設業(経営者)	・現状が大きく変わることは、今の業界を取り巻く状況からして考えにくい。
		輸送業(経営者)	・先が見えにくく、マイナス要因も多いため、良くなることはないとみられる。
		通信業(企画・売上管理)	・新年度から大きく増減するレベルのトピックスは現状耳に入っていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・多くの客先の来期販売促進広告費は現状維持あるいは削減傾向が予想されているが、観光関連や人手不足に伴う採用関係は多少増加が見込まれる。したがって、大きくは変わらないと予想される。
		建設業（総務）	・資材調達が困難な状態が継続している。また、資材価格の上昇により案件に不調が生じており、改善の見通しがみられない。
		金融業（副支店長）	・人材不足や資材価格の上昇に加え、賃上げや日本銀行のゼロ金利政策解除となった場合にそれに伴う金利上昇懸念等があり、一時的に景気は後退するとみられる。
		税理士事務所	・まだ、人件費高騰や物価高騰に対応できているとは考えられない。
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（役員）	・新年度に向けて人や環境が変化する季節柄、新しい生活を迎えるための消費ニーズが高まると考える。関連して、公共交通、流通経済にも良い影響が出る傾向だが、一方で人材不足による業務の縮小、サービスの低下が課題になりそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業側の正規雇用が抑えられており、非正規雇用の需要が増えると考えられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・人手不足が進行しており、ますます求人の動きが活発になりそうである。
		求人情報誌（営業）	・人材不足の状況が大きく変わる要素が少ないため変わらないとみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期が落ち着き求人数の減少が見込まれる。
		職業安定所（求人開発）	・求人数が8か月連続で伸び悩んでいることに加えて、物価高による様々なものへの価格転嫁や値上げが相変わらず散発的に起きている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感が変わらないとみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来期の契約更新については、横ばいであろう業態の広告もほぼ全体的に縮小又は微減での契約更新となっており、明るい材料が乏しいとみられる。
		x	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから2～3か月は繁忙期となり、花の消費時期となる。卒業式や入学式、母の日など需要がある行事が多くなる。年々猛暑となり、切り花が保たないため夏が心配であるが、目の前の販売方法から考えていきたい。
		百貨店（営業担当）	・人気の物産催事や学生服採寸、子供催事があり来店促進につながっている。また、クルーズ船の寄港予定も増え、国内外の観光客で街がにぎわいをみせており、土産需要や美術工芸品需要の増加も見込まれる。加えて、店頭では食品に加え、紳士用品や雑貨・婦人用品・化粧品・インポートブランド・舶来雑貨需要が好調で、新生活開始のためのリビング用品需要も期待ができる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3か月先の宿泊は学会やイベントのシーズンを迎えるため、景気としては上向きと捉えている。
		観光名所（従業員）	・春には学生の休みなどがあり、来客数や販売数が増加する見込みがある。
		競馬場（職員）	・株高や賃上げにより、販売量がこのまま増加傾向で継続していくと期待している。そのため、今後の不安要素は見受けられない。
		商店街（代表者）	・当店の客は年金受給者の割合が多いため、年金額が下がると売上は落ちていき、景気は良くない。しかし、給与上昇という期待感もあり、若干景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・現在ノベルティの案件が増えており、4月まで続くと考えられ景気は若干良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・暖かくなると人の移動も多くなり、消費につながっていくことに期待している。
		商店街（代表者）	・今月と変わらず、やや良くなるように顧客対策を進めていく。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・そこそこ寒さも緩んでおり、人の流れも良くなってくる。当地特産のギフトが始まり、ポンカンのギフトは順調に売上がある。柑橘系果物のギフトも前年と比べ売上が増加することを期待している。
		百貨店（営業企画担当）	・卒入学や異動、行楽で人流が活発化することに伴い、その用途に合わせた需要が増加すると想定している。
		スーパー（企画担当）	・春闘を迎え、賃金上昇の情報が流れており、消費意欲も少しずつ高まってくると予想される。
		コンビニ（経営者）	・社会全般の景気は上向きで推移しており、大手企業の賃上げ幅も高く、一般消費も活発になると予想される。
		コンビニ（経営者）	・新年度に向けての賃上げ等、景気の良い話もあるが、身近な中小企業の従業員までには及んでいない。しかし、全体では賃金増加の傾向になると考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・株価が賃金に影響し、景気が上向きに期待している。
		家電量販店（従業員）	・新生活に向けて、家電の需要が増えると予想している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・気候が良くなってくると外出も多くなっていくため、2～3か月先の売上は上昇すると予想される。また、海外の大型企業の進出に伴い、海外からの来客数が増加しているため、今後の売上増加も見込まれる。
		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）	・外国人による消費や単価の上昇ではなく、内需による押し上げがみえてこない限り経済力は測れない。
		高級レストラン（経営者）	・周辺では会合が増えており、また、3～5月まではイベントが重なるため、景気が落ちる心配はないと考えている。
		一般レストラン（スタッフ）	・季節的なこともあり2月の売上は減少するが、3月後半からの人の動きに期待している。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・国内消費及びインバウンド需要共に増加している実感はあるが、物価上昇と給与所得の比較では、物価上昇が先行しており、個人での景気の良さは実感できない。
		旅行代理店（職員）	・ゴールデンウィークや夏に向けての旅行需要が高まる。
		タクシー運転手	・賃上げに対する期待感やイベントが多くなる時期で、景気の上向きが期待できる。
		通信会社（社員）	・業界全体で需要が増える時期である。
		観光名所（職員）	・来客数が増加している一方で、タクシー会社の運転者不足が大きな問題である。客がタクシーを待っても来ない、予約が取れないなど苦情が多発している。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は、暖かくなるため業界では動きが出てくる。商品値上げの要因も多くなっているため、値上げを客から受け入れてもらえるようになり、景気は徐々に横ばいから上向きになっていく。
		理容室（経営者）	・3月以降は人事異動や卒業、就職などが始まり、人の移動で景気も良くなっていく。
		美容室（店長）	・卒業式の着付けの予約が入るようになり、徐々に景気は良くなると予想している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・米国が港湾サイバー対策を強化しており、大統領令発布に伴い重要顧客の株価が急激に回復している。更なる受注量の増加が期待され、当社にもその好影響が期待され、先行きは明るい。
		住宅販売会社（従業員）	・大手3行の10年固定金利が引き上げられ、資金計画の面からも客の動きが徐々に活発化してくる。
		住宅販売会社（従業員）	・円安や物価高騰の問題もあるが、株価も上昇し、インバウンド効果で一部の業界は景気が上向いている。加えて、賃上げも行われていけば、懸念材料があるものの景気は良くなっていく。
		商店街（代表者）	・株価は上がり戦後最高値の報道であるが、商店街の実態では景気上向きを実感できない。また、賃金を上げようにも、商品の売上が増えないため昇給が難しい。売上が若干増加しても、仕入価格が上がっており、利益が減少している商店もあるのではないかと考えられる。

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
		商店街（代表者）	・最近では商店街の若手役員が、客の集客のため商店街のイベントやお買い得情報を発信しており、若手の後押しをして頑張っていきたい。
		商店街（代表者）	・物価高の影響で消費が余り伸びていない。今後も商店街は来街者数や売上が厳しい状態が続くと考えられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・よほど漁獲量が増えなければ好転しないと考えている。一般小売では売行きが悪いため、飲食店向けに力を入れているが、コロナ禍が落ち着いても飲食店は回復が難しい状況である。また、その他の食品も価格高騰しており、給料などの収入が増えなければ、魚業界はかなり厳しい。
		百貨店（企画担当）	・例年、3か月後の春から初夏にかけては景気の横ばいが続くとして予測している。株価と天候の変動によっては、どちらもマイナスになる可能性がある。
		百貨店（経理担当）	・来客数は増加傾向にあるため、今後も食料品や飲食の売上は好調に推移すると考えている。紳士・婦人衣料等では、前年並みの売上を見込んでいるが、一般的に消費マインドが依然として弱い。
		百貨店（経営企画担当）	・春物の需要が多くなる時期であるが、現状ではやや動きが鈍くなっており、食品催事も動向に若干陰りがみえている。
		百貨店（業務担当）	・インバウンドの売上は増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。今後の減税分の支給などへの期待感から購買につながることを期待しているが、多くの客は、この物価上昇により、今までと同じ買物をして出費が増加していると嘆いている。
		スーパー（店長）	・今後、減税施策や児童手当拡充等控えているが、余り景気には影響しないのではないかと判断している。今後も現状のトレンドで推移すると予測している。
		スーパー（総務担当）	・消費者の生活は物価高に対する消費の引締めとなって表れており、実質の所得がなかなか増加しない状況では、景気が良くなる要素が乏しい。
		コンビニ（経営者）	・コロナ禍には少なかった異動や引越しが、この春に再び増加しており、商圏の人口は増える見込みである。
		コンビニ（経営者）	・3か月後は、物価上昇と賃上げ状況によって、大きく売上が変化すると予測される。
		コンビニ（店長）	・株は上昇しており金融機関や投資家にとっては好影響であるが、コンビニエンスストアの利用者の懐具合は変わっていない。
		衣料品専門店（店長）	・天候の変化が激しいことが懸念だが、今後、景気が回復に向かってほしい。
		衣料品専門店（取締役）	・5月は気候が温暖になり、人の動きが出てくるが、このことは季節要因であり、大きな要因としては商品の値上げの影響で、客の購買意欲は必要以上には喚起できないのが現状である。
		家電量販店（店長）	・携帯電話の前倒し需要の影響もあり、浮上する材料が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・全体的に家電業界が冷え込んでいる。来客数や売上共に大幅に減少しており、現状では回復する要素が見つからない。
		乗用車販売店（総務担当）	・半導体不足に加え大手自動車メーカーの不正問題などの影響で新車生産が増えない。今後、2～3か月で解決するような案件ではないため、当面は現況が続く。
		乗用車販売店（役員）	・当分は現状の混乱が回復できる見通しが立たない。また、生産体制が回復しても販売現場の正常化には時間が掛かると予想される。
		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）	・客の自動車業界への厳しい反応が心配である。
		住関連専門店（経営者）	・円安による原材料の値上げがまだ続いており、客の購入は慎重で購入までに時間が掛かっている。置き家具に関しては、まだ景気回復感がない。
		住関連専門店（従業員）	・当社ではネット販売などをしていないため、これから気候が温暖になり、人通りも多くなることから店舗への来客数増加を見込んでいる。また、大学の入学式など新生活需要の高まりを期待しているが、消費者の儉約思考が当面続くことを見越し、景気は変わらないと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・ 来月の予約状況は、余り良い出足ではない。2月同様に3月の予約が増加していけば安心できるが、景気が不透明であるため予測ができない。当店の繁華街でも余り人通りがなく、3～4月は歓送迎会などのイベントで、客が増加し忙しくなることに期待している。
		スナック（経営者）	・ 2月に入り来客数が減少している。同業者や仕入先でも景気は良くない状況である。物価高が響き、外食機会が減っていると考えられる。しかし、インバウンド客の来店が増加しており、売上の減少に歯止めを掛けてくれている。
		観光型ホテル（専務）	・ 旅行需要が安定しており、先行きに期待できる。
		観光型ホテル（支配人）	・ 売上は、宿泊の減少分を好調な宴会やブライダルで補うところにとどまりそうである。
		都市型ホテル（販売担当）	・ 宴席件数は7割上昇しているが、コロナ禍を経て様々な会が解散しており、余り変わらない状況である。
		タクシー運転手	・ 景気は良くなっているといわれているが、消費者には実感が無い。
		通信会社（企画担当）	・ 獲得する見込み客や引き合いがやや鈍化しているが、販売見込みを下げるほどではない。
		通信会社（企画担当）	・ 引越シーズンに起因する販売件数の増加は見込めるが、その想定以上の増加を期待できる要因がみえない。
		通信会社（役員）	・ 今年に入っても物価上昇が続いているが、一部企業を除き地元の賃金は、据置き状態が継続している。
		ゴルフ場（従業員）	・ 入場者は順調に推移しているが、各種物価高騰が続いているため、景気が良くなっているとは考えられない。
		ゴルフ場（営業）	・ ゴルフ場の予約数に大きな変動がない。
		設計事務所（所長）	・ 引き続き材料や製品単価の上昇が続く見込みであるが、仕事に対する対価の上昇は期待が薄いと考えられ、特に地方の個人や中小企業では懸念される。
		設計事務所（所長）	・ 当社の結果は2～3か月先になり、現況が変わらないため、先行きは変わらない。
		設計事務所（代表）	・ 金利の上昇もあり、景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・ 現役世代は給与の引上げがあるが、地方では高齢者の年金生活者が多く、購買には慎重である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・ 人手が足りず需要に応えられないため、景気はやや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ 物価は高騰しており、その影響を受け小売店への客足は伸び悩んでいる。例年では繁忙期であるが、数年前から売上は減少傾向にあり、日本茶の今後は厳しい状況である。
		百貨店（企画担当）	・ ゴールデンウィークが終わると、ファッション関連の動きが鈍くなると予想される。
		スーパー（店長）	・ 大手企業を中心に賃上げの傾向であるが、それ以上に家計を圧迫する状況が続くと予想され、景気が浮揚するとは考えにくい。
		スーパー（経理担当）	・ 近隣地区の景気の厳しい状況を受け、当地区に影響が出るおそれがある。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・ 商品単価の上昇に伴い、買い控えが発生している。来客数の伸び悩みから脱出できず、暖かくなっても来客数が戻る気配がないため、この状態がしばらく継続すると予想される。
		衣料品専門店（店員）	・ コロナ禍が落ち着き、前年のような特需がなくなり、購買意欲も下がるのではないかと心配している。
		家電量販店（店員）	・ 特に冷蔵庫やエアコンなど単価が上がってしまった商品ほど売れにくくなっており、売上が前年を割っている状態が続いている。要因としては、中小企業の賃上げ状況が悪く買い控えが発生していることが挙げられる。故障しなければ買換えず、加えて単価の低い商品を購入するため、中小企業の賃上げがあれば先行きは良くなっていくが、現状では厳しい。
		家電量販店（店員）	・ 株価好調や円安効果で、一部の企業では業績を伸ばしているが、多くの企業ではその恩恵にあずかれない。従業員に還元できない状態では、毎月の物価高に不満が出てくるのではないかと懸念される。
		乗用車販売店（従業員）	・ 物価上昇の影響で、購入意欲が下がると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他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）	・キャッシュレスキャンペーンの反動が確実に訪れる想定をしている。当ショッピングセンターでは、前年同期に別棟で電気店が開業した時期と重なり、電気店による特需により、前年は高水準で全館売上が推移していた。このため、前年と比較すると苦しい商況がゴールデンウィークまで続くと思込んでいる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・4月からの報酬改定で、在宅介護サービスの中核を担う訪問介護事業がマイナス改定となり、多くの在宅サービス介護事業者が減収になることが想定される。
	x	商店街（代表者）	・株価に動きがあり、若干景気が落ち込むと予想している。
企業 動向 関連 (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先からも増産対応の要請を受けている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・前年の11月から人の動きが活発になっていることを実感しており、当面は順調に動いていく。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月納期の案件が控えており、ある程度の売上が見込める。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・産地全体や当社にしても、商品の値上げの影響で最も荷動きが悪い。これ以上悪くなることはないと考えており、2～3か月先の荷動きは増加すると期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社ではI C関係の動きに左右されるが、各メーカーではI C関係の供給が良くなっていると考えられる。それに伴い、当社の受注量も少しずつ増加していくことが予想される。
		電気機械器具製造業（取締役）	・製造・製作スペースと人員の確保次第ではあるが、仕事は途切れない状況にある。
		通信業（経理担当）	・期末に向けて順調に受注が増加している。来期も引き続き客の投資意欲が続くと見込んでいる。
		金融業（従業員）	・自動車の販売がやや鈍化しているものの、百貨店やスーパーマーケットの売上は増加している。また、設備投資や公共工事は高水準で推移し、旅行や観光関連業種の売上も増加している。そのため、労働需給や所得環境が人手不足を背景に緩やかに改善している。
		金融業（営業担当）	・これから入学式や卒業式で新年度を迎えるに当たり消費は増え、小売業の売上は増加すると考えている。賃上げ等によっては、中小企業の動きは前向きに転じると予想しているが、2～3か月先は若干良くなる程度で、全体的には変わらない。
		金融業（営業）	・株価が史上最高値を記録したことにより、心理的な景況感が良くなると考えている。また、4月以降に賃上げも期待され、現在個人消費は底堅く、今後上向き要素は多い。
		不動産業（経営者）	・周囲の動向や意見交換で、景気が徐々に良くなっていることを実感している。
		経営コンサルタント（社員）	・確定申告の時期を終えると、積極的に外部に働きかけるようになるため状況は良くなる。何か新しい取組も考えているところである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webや資料請求サイトのアクセス数や問合せ件数が増加しており、状況はやや良くなっていく。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・設備投資の需要が高まる年度末を迎え、今月よりも一層動きが活発化すると予想される。
		繊維工業（営業担当）	・人手不足の状態が落ち着かないため、景気の安定が難しい。
		家具製造業（従業員）	・4月までの当面は繁忙期のため、業界全体としての景気は上向きになる。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・ラインの増設や新機種の生産を開始する企業もあれば受注量が落ち減産する企業もあり、難しい状況であるが、自動車向けの景気は比較的好調である。
		建設業（従業員）	・公共工事の公示がされないため、特に変化はないと考えている。
		輸送業（従業員）	・好転する要因が特にない。
		輸送業（総務担当）	・ドライバーの労働規制施行により、倉庫業者及び運送会社にとって大打撃を受けることは間違いない。荷主は、配送料金の値上げには理解を示しているが、人件費の上昇に関しては厳しい姿勢である。景気自体に影響は及ぼさないが、物流会社にとっては利益の減少が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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いる。そのため、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）	・長引く物価高や混とんとした国際情勢に大きな変化はなく、当面は現状維持が見込まれる。
		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、四半期前と比較すると13%減少となっているが、大きくは変わらない水準であるため、2～3か月先の景気に余り変化はない。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・当社の業績面では、効率化が進んだことにより減収増益の基調が続いており、今後もその傾向が続いていく。
		広告代理店（役員）	・一部の産業で活気が出ているが、現状の評価としては変わらない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・令和6年度業務の発注のためのプロポーザルが始まっており、企画提案書の提出が3月末の自治体が多い。プロポーザルの企画提案書の作成は、手間が掛かるため、募集をしても参加業者が少なく、自治体から入札参加依頼の電話が掛かってくる。2月に受注しても、支払は来年度末であるため、景気自体には影響がなく、景気は変わらないと予想される。
		農林水産業（経営者）	・原料となる鶏に関しては、農林水産省の指導による早期出荷によって4～5月は減少する。加えて、原料価格等も内需の要請でコストが上がるのが予想され、原料不足により工場の稼働が悪くなっていくことが最も苦しいところである。今のところ販売は順調に推移しているが、4月以降は2024年問題の物流改革や人件費の上昇など厳しい状況が予想される。また、製品の値上げにも限界があり、生産にも限界がきている。今年度の好調とは裏腹に来期は厳しい年度になりそうである。
		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。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの受注の見込みが少ない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両の生産調整による数量減少や、一部の稼働停止による数量減少など、当社の売上主力2社が減産傾向にあるため、若干景気が悪くなっていく。
	建設業（社員）	・手持ち工事や未着工工事もあり、現状であれば景気は悪くはないが、ゼロ債や補正分が早期に発注されなければ景気は悪くなると考えられる。今の段階で民間工事の引き合いが全くないため危惧している。	
	x	-	-
雇用 関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	・イベントや宴会、展示会などの引き合いが増えている。
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークに向けた派遣求人数が、前年を上回るペースで入っている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・日本経済は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ている。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見通しとなっている。加えて、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する見込みであり、企業の採用意欲の底堅さは今後もしばらく続くと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・年度末の注文が、現時点で例年よりも減少している。派遣に依頼しなくても、自社内で対応できており、求人数が伸び悩んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数や求職者数が伸びるとよいが、直接雇用の案件も人選に苦戦している状況であるため、景況感としては余り変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、4月までは求人数が活発であるが、ゴールデンウィーク後は落ち着いてくる。当地の経済も何とかインバウンドに支えられているが、やはり、諸物価の上昇が生活を圧迫しており、先行き不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (社員)	・就職や転職、入学など生活が変化する新年度を控え、その環境に備えた消費行動が期待できるが、物価高により景気は現状維持だと考える。
		職業安定所(職員)	・新規求職者数が増加傾向に推移しているため、転職活動が活発になってきたものと推測している。しかし、就職件数は増加しておらず、人手不足が続いていることから、今後の景気は横ばいが予想される。
		職業安定所(職員)	・2月に大企業の賃上げ決定のニュースがあったが、管内は小規模な事業所が多く、賃上げが物価上昇のスピードに追い付いていないことなど、景気が好転する理由が見当たらない。
		民間職業紹介機関(職員)	・人材不足が継続しており、求人数が多い状況は継続しているが、一方で学生数は限られ、需給のバランスで考えるとしばらくこの状況が続く。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・今後の景気に変化をもたらず要素が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・ITや輸出など一部業界の株高により金融関係の良い情報は入ってくるが、災害や増税などもあり、その他の業種ではほとんど恩恵がなく、社会生活全般への景気回復は程遠い。引き続き景気は変わらないか悪くなると予想される。
	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)	・株価も上がり、不安要素がない。
		商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症も収束しつつあるが、その代わりにまたインフルエンザ感染者が多くなって、商売によって来客数がまちまちになっている。一概に景気が良くなるとはいえないが、部分的には良くなっているため、そこに期待したい。
		百貨店(経営担当)	・新生活や返礼ギフトなどの需要が高まることが予想される。
		コンビニ(経営者)	・近くのスーパーが閉店したので、日用品などの売上が伸びてきている。
		コンビニ(経営企画担当)	・気温が高く、雨が降らない日が多いため、引き続き県内の人の動きは活発になると見込んでいる。また、国内観光客も継続して来県が見込まれることや、中国からの観光客に関する明るい材料が増えてきているため、少しずつ増加傾向になることが期待できる。
		その他専門店〔陶器〕(製造)	・コロナ禍で休止していた様々なイベントが本格的に始動しており、国内外問わず観光産業が良くなっていくと期待も込めている。
		一般レストラン(代表者)	・歓送迎会シーズンにもなるため、来客数に期待している。
		観光型ホテル(代表取締役)	・宿泊に関しては先々の予約は動きが良い。宴会に関しては歓送迎会などの予約が増えている。ただ、新型コロナウイルス感染症関連融資の返済が始まる。返済ができる売上を達成できるかは厳しい状況にある。
		スーパー(企画担当)	・2~3か月先はゴールデンウィークがあるため、人流も活発になり、今月同様に好調に推移すると考えられる。
		スーパー(販売企画)	・客単価上昇が続く限り、同じ状況にあると考えられる。
		衣料品専門店(経営者)	・今月は卒業式、フレッシュャーズなどの需要を期待していたが、これといった盛り上がりがなく、景気が良い材料が余り見当たらない。景気はまだまだ良くなる気配はみえない。
		家電量販店(営業担当)	・来客数の前年割れが止まらないため、大きな変化は考えにくい。
	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キャンセルや買い控えへの不安は拭えない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・平日ステーキ無制限食べ放題のイベントを打つと、地元客の反応が徐々に出てきている。財布のひもが固くなっている地元客でもコストパフォーマンスの良いイベントには反応するが、来客数は増えても原価が上がって、忙しくなった分、トータルではプラスマイナスゼロの状態である。
		旅行代理店(マネージャー)	・景気が良くなっているという実感がなく、旅行への消費意欲は少ないとみられる。
		通信会社(営業担当)	・4月後半から5月にかけては販売が落ち込む時期なので、現在の好調を維持できるよう営業努力を行っていく。
		その他サービス〔レンタカー〕(営業)	・先行きの受注状況は、前年より若干悪いものの、ここ直近は個人の間際受注が増える傾向が続いており、前年並みの集客を見込んでいる。
		住宅販売会社(代表取締役)	・住宅用地や建築資材の価格高騰により、客が住宅建築に関して慎重になっている印象を受ける。
		住宅販売会社(役員)	・顧客の住宅購買意欲は衰えてはいるが、建築費が月ごとに上昇する傾向にあり、成約率は上がらないとみられる。
		コンビニ(副店長)	・燃料油価格の補助が切れる5月以降は、価格高騰が見込まれ、また、今のように政治が不安定だと少し今後の見通しが危ういとみている。
		x	観光型ホテル(企画担当)
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業(役員)	・この先もマイナス要因は見当たらないため、例年以上の景気の拡大が期待できる。
		窯業土石業(取締役)	・見積り依頼は民間工事が若干増加傾向にあり、3か月先は受注増加が期待できる。
		建設業(経営者)	・見込みが高い客の来場がほとんどない。
		広告代理店(営業担当)	・県内企業の販売促進投資をみていると、引き続き原価や人件費高騰などの影響を受け、積極的な動きがみられない。
		x	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社 (営業)	・2月に減少している求人数は3月に増加するとみており、ほぼ1月と同水準までは増えると予測している。同様にその1か月後の4月においても3月と同水準で求人数が増えた状態で推移すると予測している。
		職業安定所(職員)	・求人票へ記載される賃金が増加しているため、今後、更に全体の賃上げが進んでいくと期待している。
		人材派遣会社(総務担当)	・派遣からの直接雇用で企業の人員確保が増加して、派遣業はなかなか厳しい状況である。
		学校〔大学〕(就職支援担当)	・消費は増えているが、人材不足を理由に仕事を増やせないという話なども聞く。人材供給が追い付くまでしばらく続くのではないかと。
		x	-