

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始を迎えて、売上が増加することを期待している。
	○	商店街（代表者）	・103万円の壁の引上げや減税が実現することになれば、今後の景気は上向きになる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・物価が予想以上に上昇しているものの、給与も上がっているため、今後の景気はやや良くなる。観光客が増加傾向にあることもプラスである。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後については、冬の観光シーズンとなるため、客が増えることになる。インバウンドは、特に中国方面の便数の回復が遅れているため、前年並みにとどまるとみられるが、円安を追い風に客単価が上昇することを期待している。
	○	百貨店（販売促進担当）	・年末年始から春節にかけてインバウンドの増加が見込まれる。地元客はまだ購買意欲が低いものの、クリスマスや年末年始のイベントに向けて消費が上向くことを期待している。
	○	スーパー（役員）	・正月のおせちなど、料理の予約が前年を2割ほど上回っている。また、今年の年末は帰省客が増えることで消費が活発になると期待している。
	○	家電量販店（店員）	・年末商戦や初売りなどのイベントで来客数の増加が見込まれることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・今後については、生産量が徐々に回復することで、受注量及び販売量が上向くと期待している。新車への期待感が高いこともプラスである。
	○	旅行代理店（従業員）	・国内航空需要が堅調なことに加えて、冬季の航空便の運航スケジュールにおいて国際線の直行便が増えたことから、1月以降のインバウンド需要の伸びを期待している。主要なスキー場の宿泊予約が前年を上回っているとの情報があることもプラスである。ただし、地域によってはオーバーツーリズムの影響が出てくることも懸念される。
	○	タクシー運転手	・前年よりも乗務員が60人ほど増えており、年末までにあと10人程度が入社予定である。乗務員の増加に伴ってタクシーの稼働台数も増えることから、これから年末にかけての繁忙期には前年を大きく上回る売上となることが期待できる。
	○	タクシー運転手	・これから忘年会などで人流の増える時期となるため、景気が良くならなければ困る。ただし、最近の客の動きをみると、都市部のような夜間の人出は余りなく、夜遅くまで飲食店を利用するような風潮もなくなっているため、一抹の不安を抱いている。
	○	美容室（経営者）	・年末年始を迎えて、景気が良くなることを期待している。
	□	商店街（代表者）	・今後については、道内客、道外客、外国人にかかわらず、観光客の少ない時期であり、周辺住民の外出控えも顕著な時期となる。多くの業種で売上を伸ばすような要因が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	商店街（代表者）	・忘年会の予約が前年よりも早くなっているなど、好調な兆しが見える。景気が安定していることで、年末商戦への期待が高まっている。
	□	百貨店（売場主任）	・当地のホテル数が増加していることから、インバウンドの増加を期待している。冬のボーナスが増加見通しであることもプラスである。ただし、プラスの影響が生じるのは一定の客層に限られるため、全体としては現状のトレンドが続くことになる。
	□	スーパー（店長）	・政局が変化していることで、先行きへの不透明感が増しており、今後しばらくは消費が大きく上向くことはないと思われる。
□	コンビニ（エリア担当）	・売上を大きく伸ばすことは難しいものの、常連客の利用を維持していくことで、現状と同様の売上を維持できるとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（エリア担当）	・値上げの動きは落ち着いてきたものの、客の購買にはつな がっていない。今後は価格競争が激化することが懸念され る。
	□	衣料品専門店（経営者）	・円安が続き、物価高が収まらないことから、客の財布のひ もは固いままである。今後もこうした状況は変わらない。
	□	衣料品専門店（エリア 担当）	・必要な物については、今後も客の消費行動が変わらないと みられる。
	□	家電量販店（経営者）	・暖房器具などの季節商材は例年並みの売上で推移している ものの、テレビの売上が伸び悩んでいることから、全体的な 売上は横ばいで推移することになる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・売上は前年並みとなっており、冬のボーナスも前年並みの 水準が見込まれる。同様の企業が多いとみられるため、今後 も景気は変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売台数をみると、ここ数か月やや悪い状況が続い ている。今後に向けての好材料も見当たらないことから、景 気は変わらない。
	□	自動車備品販売店（店 長）	・消費する物全ての価格が高騰している一方で、所得が大き く変わっていないことから、今後の景気が良くなることは考 えにくい。売上が増加しているように見えても、物価高の影 響で消費額が増えているだけと考えることができるため、消 費者の買物の内容で判断することが重要になっている。
	□	その他専門店〔造花〕 （店長）	・季節の変わり目ということもあって、ここ最近の客の動向 に変化がみられない。そのため、今後も景気は変わらない。
	□	高級レストラン（ス タッフ）	・人手不足の影響が大きく、売上が減少していることから、 今後も景気は変わらない。
	□	スナック（経営者）	・今後も景気は余り変わらない。ただし、11月に入り、12月 の予約が多少入り始めているため、良くなることを期待した い。
	□	観光型ホテル（経営 者）	・国内外からの団体客の動きが鈍くなっていることから、今 後も景気は変わらない。
	□	観光型ホテル（スタ ッフ）	・宿泊や宴会場の予約状況から、今後も現状と同水準での推 移が見込まれる。
	□	タクシー運転手	・今後の予約状況をみると、前年と比較してそれほど変化が みられないことから、来客数も前年並みで推移することにな る。
	□	通信会社（企画担当）	・状況が大きく変わるような新サービス、価格、通信端末が ないこと、ここ最近の客の様子が変わっていないことから、 今後しばらくは現状と同様の競争環境が続くことになる。
	□	観光名所（従業員）	・11月が好調すぎたこともあって、先行きを見通しづらい面 もあるものの、今のところ、プラス要因もマイナス要因も特 に見当たらないことから、このままの状況で推移する。
	□	美容室（経営者）	・11月から技術料金を値上げしたことで、スタッフの給与を 引上げることができた。これからも技術料金とスタッフの給 与を連動させていくことが必要なため、利益は変わらないま ま推移することになる。
	□	その他サービスの動向 を把握できる者〔フェ リー〕（従業員）	・今後、冬季においては、天候の影響による欠航が増えるこ とになる。また、冬季を迎えて、観光客の減少が続くとみら れるため、今後も景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営 者）	・円安に加えて、人件費の高騰などで建築コストは引き続き 高止まりしている。金利が下がる状況にもないため、引き続 き住宅建築は厳しい状況が続くことになる。
	□	住宅販売会社（従業 員）	・マンション価格が上昇していることで、購入可能な客層が 限られることになるため、今後も厳しいまま変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・客の行動から、景気が上向いているとは考えにくい。少数 与党となって政権運営が難しくなっていることもマイナスで ある。
	▲	スーパー（店長）	・家計のエンゲル係数が高くなっている。暮らしていくこと を優先して、その他のことに金を回す余裕がなくなっている ことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・新米が出回って以降も米の価格が前年並みの水準に戻っ ていないなど、物価水準は総じて上昇を続けていることから、 当面消費が上向くとは考えにくい。価格競争が激しくなっ ていることもマイナスである。

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（企画担当）	・今後も物価が高止まりしたまま推移することになれば、年末年始を除き、客の買い控えが顕著に表れることになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・3か月連続で来客数が減少していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・商品価格が高騰していることが、客の購買意欲や購買頻度に影響を与えているため、今後も景気は変わらない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・公共料金が下がらないことが景気の悪さの大きな要因となっている。特に電気料金、燃料価格が高騰していることで、客の消費行動にブレーキが掛かっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・12月は客の消費が別の商材に向かうため、車の販売が落ち込む時期であり、当社の売上目標も低くなる。特に今年は、例年と比べて車に金を使わない状況がみられることから、今後の景気はやや悪くなる。例年どおりであれば、1月以降は決算期に向かって売上が伸びていくことになるが、寒くなればなるほど来場者も少なくなるため、売上が落ち込むことも懸念される。
	▲	住関連専門店（役員）	・米の価格が前年と比べて1.5倍以上値上がりしていることから、今後は買い控えが強まることになる。客の購買意欲もますます低下するとみられることから、景気はやや悪くなる。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・最近の天候の変化が極端すぎるため、高齢の客が多い当店においては、客の来店動向が読めなくなっている。当店では無料配送も行っているが、対応には限界があるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・12月の予約状況が芳しくない。外食控えが進んでいることもあって、好況には程遠い状況であり、今後の景気はやや悪くなる。ただし、今後の国の経済対策によっては景気が上向くことも考えられる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・今後については、特に大きなイベントもないため、集客は余り期待できない。年末年始以外の来客数は減少すると見込まれる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・現状の物価高が収まるような兆しはない。また、収入の増加が物価上昇に追いついていないことから、旅行などの娯楽需要が上向くとは考えにくい。
	▲	旅行代理店（従業員）	・北海道では元々海外渡航率が低く、円安、燃油高、物価高などのマイナス要因に加えて、海外の政情不安、米国の政権交代などの影響も懸念されることから、海外旅行の回復は見込めない。海外旅行の落ち込み分を国内旅行でカバーしたいが、国内旅行については、インバウンド需要の増加により、希望の予約がなかなか取れないことが懸念される。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・食品、エネルギーを始めとした物価の上昇が続いていることで、余暇、レジャーに掛ける費用が少なくなっており、旅行マインドが減退している。物価の上昇はいまだに続いていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・物価の上昇が落ち着かない限り、景気は変わらない。
	▲	美容室（経営者）	・年末という季節要因による一時的な売上増加は見込めるものの、景気が上向くとまではいえない。物価上昇による圧迫感が客足を鈍らせている面もあるため、今後の売上は前年よりも減少することになる。
	▲	美容室（経営者）	・最低賃金が上がったことで、今後の経営環境はますます厳しくなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・分譲マンションの価格上昇に所得の増加が追いついていないことから、市場が縮小しており、今後も同様の傾向が続くことになる。建築費の過度なインフレを抑制する政策が打ち出されることを期待している。
	×	スーパー（店長）	・国の経済対策が不透明なことから、今後の景気は悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・これから冬を迎えて、灯油を始め、いろいろな物に金が掛かることになるため、必要最小限の物だけを買う状況になるとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	衣料品専門店（店長）	・暗い話題の報道ばかりなことであって、客の購買意欲が上向いてこない。年末になれば多少は明るい話題が増えるかもしれないが、一時的な動きにとどまるとみられるため、今後の景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・年末年始を迎えて、年間で最大の繁忙期を迎えることになるが、今年のこれまでの状況から、個人の利用も企業の利用も期待できない。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	食料品製造業（従業員）	・卸売業者に取引条件を提示するようになってから販売量が伸びている。ただし、3か月後には効果が一巡することから、販売量は前年並みになると見込まれる。一方、本州の安売り量販店が北海道に進出しており、その対策として、当社の商品の取扱量が増えることを期待している。
	○	通信業（営業担当）	・インバウンド及び国内観光客の入込数が大きく増加している。観光関連や小売業の好調さが他業種にも波及することから、今後の景況感は上向くと見込まれる。
	○	金融業（従業員）	・国のエネルギー価格に対する支援が1月から再開されること、年度末に向けて物価上昇の鈍化が見込まれることから、今後、消費者のマインドが改善し、景気はやや良くなる。
	○	司法書士	・不動産売買、新築、リフォームなどに関する登記の引き合いが増加傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。周りの同業者も不動産登記業務で忙しそうにしている。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・今後も建設投資は堅調に推移すると見込まれる。
	○	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・販売価格の値上げや大型案件の受注などで、今後の売上は前年を6%ほど上回ると見込んでいる。ただし、市場全般の動きはまだ良いとはいえない状況にある。
	□	食料品製造業（従業員）	・年度末までこれまでと同様の状況で推移するとみられる。
	□	建設業（従業員）	・今後も建築費の上昇傾向は変わらないことから、景気は年単位の長いスパンで変わることになり、急に景気が変わることはない。投資を行っている発注者は、建築費が上がり続けることを前提にしている。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・採用環境が厳しく、案件があっても受注することができない状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。
	▲	農林水産業（経営者）	・全体的に果物の収穫量が少なくなっている。りんごは収穫量が大きく落ち込んだ前年よりも悪くなる可能性があることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・新築戸建ての住宅着工戸数が前年に続き落ち込んでいる。今後も回復する兆しが見当たらないことから、景気はやや悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・年度末に向けて完工高が積み上がっていくことになるものの、季節要因で工事の稼働量は大きく下がることになる。公共工事は2月頃からゼロ国債工事の発注が始まるが、工事の着手はゴールデンウィーク明けになることが多く、それまでは作業の準備期間となる。建築民間工事は雪解け後に順次着工が始まることになる。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	建設業（役員）	・少数与党になったことでの政権運営の不安定化、米国の政権交代が国内景気にマイナスの影響を与えることを懸念している。国土強靱化のための公共投資予算が十分に確保できるのか、物価高や景気の先行き不安の影響で民間設備投資が減少するのではないかなど、受注減少に直結しかねない不安要素があり、今後、建設業界に大きなダメージが生じる懸念がある。
	▲	輸送業（支店長）	・冬を迎えて、国内からの移入量が落ち込むことになり、売上及び利益が減少すると見込まれる。現場作業員の採用についても厳しい状態が続くと見込まれる。
	▲	司法書士	・ウクライナやイスラエルの情勢が落ち着かない限り、景気が上向くことはない。米国の動向も気掛かりである。
	×	—	—
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	○	—	—
(北海道)	□	人材派遣会社（社員）	・中途採用の有効求人倍率が高止まりしていることから、当面、企業の採用意欲の高い状態が続くことになる。営業系の人材ニーズに加えて、社内体制見直しのための管理系の人材ニーズも高まっていることから、企業が景気に左右されない組織作り動き出していることがうかがえる。各企業の業績が3か月前を大きく下回っているような話も少ないことから、今後も景気は堅調に推移することになる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・中途採用の労働市場において、中小企業や個人の飲食店の人材確保が難しくなっている。地方では若年層の働き手確保が大きな課題となっている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・年末商戦に向けて短期の人材募集が増加することを期待したいが、DX化や省人化、スキマバイトの活用などで対応する企業が多く、積極的な募集活動がみられない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・観光客の回復などにより経済が動いている一方で、円安や物価高の影響が根強いことから、景気が上向くとは考えにくい。どちらかといえば、景気が下向きになる心配がある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・地域に元気がなく、今は底に近い状態とみられる。今後の景気が上向くような要因も見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・当地における新規求人数は前年比マイナス8.7%と3か月連続で減少しており、月間有効求人数は19か月連続で前年を下回っている。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることも懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職申込件数は増加しているものの、一時的な要因によるものである。また、新規求人数は減少が続いているものの、特殊要因によるものであり、求人数の減少が景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・今後も人手不足の状況は変わらない。
	▲	*	*
	×	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計	◎	—	—
動向 関連 (東北)	○	商店街（代表者）	・クリスマス、年末年始で来客数の増加が見込める。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子をみると、目的の商品以外に目に付いた商品も購入している。この状況は続くとみている。
	○	スーパー（店長）	・競合他社に負けない売場づくりや商品づくりが客の支持を得ており、来客数の伸びなどの数値に表れている。
	○	スーパー（店長）	・年頭に自社販売促進の変更があり、来客数、販売点数が減少したものの、1年が経過し、徐々に回復するとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・中国が日本人向けの短期ビザ免除を再開することにより、日本へ観光で訪れる中国人も増える可能性がある。
	○	乗用車販売店（従業員）	・初売りや決算の時期になり、来客数、販売数が増えるともみている。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているため2～3か月後の受注量は確定している。今月と同様にやや良い状況になる。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・寒さが例年どおりになれば、配達灯油の販売数量も回復してくるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・12月は忘年会シーズンであり、忙しくなることを期待している。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・2～3月は卒業シーズンとなり人が集まる機会が増えるため、景気はやや良くなるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・桜の時期のインバウンド需要で先行予約が入っているが、日本人需要が増える時期と重なるため、大きな伸びは期待できない。それ以降の閑散期にインバウンド需要が伸びることを期待している。

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
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設の2～3か月先の販売状況については、前年比約2%良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	・年末年始は10連休の取得も可能であるため、帰省客の先行予約も入っている。
	○	タクシー運転手	・買物客の利用が見込めるほか、年末年始は温泉街に行く客の増加が見込まれる。
	○	タクシー運転手	・通勤、通院、出張などの移動のほかに、新年会や雪祭りなどのイベントが行われるため、タクシーの利用者数の増加が見込まれる。
	○	通信会社（社会貢献担当）	・年度末に向けて需要が増える。
	○	観光名所（職員）	・12月から2月の予約状況は非常に順調である。12月は前年実績を上回る予約が入っている。1月、2月は過去最高だった今年の来客数と同等の予約数が入っている。景気はやや上向くとみている。
	○	競艇場（職員）	・毎年12月から2月にかけては売上が増加する傾向にある。年末年始のイベントは集客が見込め、売上も良くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・年末年始のセール、イベントは例年どおり予定されているが、大きな伸びは期待できず、横ばいが続くとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価の上昇が年内で落ち着けば、消費者は高い物価水準に慣れるとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始に向けて期待をしたいところだが、現状維持で精一杯である。これからの季節、今以上に光熱費等の負担が重くのしかかってくるため、ますます買い控え傾向が強まるとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店のこれまでの状況から、景気は一進一退の状況が続くとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ここ数か月、商品の回転が非常に悪い状態が続いており、年末や新年に向けて不安しかない。物価高がいつまで続くのか分からず、客の買い控えは続くとみている。
	□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・物価の上昇が止まらず、客もかなり慎重になっている。チラシをまいても、他店のチラシと比較され、安いものだけが動いている。商店街でスタンプラリーを実施しているが、購買意欲を刺激するには至っていない。
	□	百貨店（企画担当）	・婦人服や紳士服は秋冬商材の不振が続いており、客単価が下落している。また、食品も購入客数の減少が続いている。この状況は変わらない。
	□	百貨店（経営者）	・高価格帯商品の動きは衣食住の各領域で今のまま堅調に推移するとみている。物価高の影響で中間層の生活防衛意識が高まり、食料品への影響が今まで以上に大きくなることを懸念している。
	□	百貨店（催事担当）	・物価上昇による生活防衛意識から、購買を必要最小限に抑える傾向は今後も続くと予想され、消費行動が回復するのは難しいとみている。
	□	百貨店（従業員）	・年末年始などのギフトシーズンに入るが、需要が減少傾向にある。物価や光熱費の高騰が続くことから、生活防衛による買い控えは継続するとみている。
	□	スーパー（経営者）	・低価格品への需要があるものの、値上げ商品への価格転嫁は続くとみている。人件費を含む諸経費の増加が続くなか、収益バランスを考慮した価格戦略が重要になる。消費動向を一層冷静に見ていかなければならない。
	□	スーパー（店長）	・ますます寒くなり光熱費の負担が増えることで、食費が削られることを懸念している。
	□	スーパー（店長）	・来客数が前年を上回る傾向は続くとみているが、より良くなるための材料は見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・農家の多い地域にあって、米価が上がり果樹の自然災害も少なかった今年は、当店でも増収増益を期待したいところだが、年間で最大の売上となる歳末商戦に向けては、いまだ盛り上がり欠けている。ギフトや土産品などは商品単価も低く、販売数も前年を下回っている。今後は家庭内需要を中心に強化する方向である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・年明け以降、米やパンなど主食品の値上げが予定されているため、他の食料品を節約する傾向になると予想している。結果、買上点数が減り、客単価は現状と変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務担当）	・大きく変わることはないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・平日日中の客単価や買上点数はほぼ横ばいで推移している。今後も大きく変わることはないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・地方では賃金が上がっていないことに加え、ガソリン、電気、水道の料金が軒並み上昇しており、食料品に回す金が削られている。売上が改善しない状況は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・年末年始も周辺の動きに変化はなく、来客数は横ばいが続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・年始以降も外的環境は変わらず、景気も変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年末年始で大きく金が動くが、物価高騰のなかでの消費者の動きに対し、どう対応するかが難しい。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・選挙で政権政党が惨敗したため、今後の様子をみたい。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・節約志向の高まりによる個人消費の停滞は今後も続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・天候が平年並みに落ち着くと客足は戻り、来客数はほぼ横ばいになるとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・平年より寒く、雪が多くなるとの予報もあり、冬物商材の動きが見込める反面、春物商材の立ち遅れが危惧される。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・買い控えの傾向は続くともみている。景気回復の見通しが立たない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・冬のボーナス支給時期になるが、客からは厳しい話を多く聞く。景気回復に期待は持てない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・景気の見通しは良くない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・初売りは盛り上がるものの、その後の新入学・新生活商戦は年々売上が減少傾向にあるため、トータルでは大きな変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・年末決算や初売りで来客数は増加するが、メーカーのキャンペーン対象車種と、販売可能な車種をみると、売上は例年と変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・メーカーは国内向けに配車量を増やすと言っているが、毎月トーンダウンしている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・スタッドレスタイヤ等の季節商材も値上がりしているため、購入を控えたり必要最低限の購入にとどめたりする客が目立つ。車両だけでなくサービス部門の売上も前年並みをキープするのがようやくである。この状況は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・建物が売れても附属のものが売れない。客を見ても富裕層と国民の大部分である中間層との差が広がっているように見える。せめてその差が広がらないことを願っている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・売上につながる商品も情報もない。ただひたすら売上が下がり続ける状況になるとみている。打開策も見つからず八方塞がりである。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（経営者）	・生活必需品の値上がりもあるが、靴も値上がりしているため、他社と比較してから購入する客が多い。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・クリスマスケーキやおせちなどの価格を前年より20%から30%アップした店舗があるが、受注に苦戦している。エネルギーコストの上昇が家計に与える影響が懸念され、ボーナス支給後の消費拡大も不透明である。引き続き、客の節約志向は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	・予約状況は鈍化傾向にあり、当面来客数の増加は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・これまで利用していた団体からの予約が入らなくなっている。景気は低調なまま推移するとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客から新年会は開催しないという話を聞く。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・手取りが増えない限り、身の回りの景気は上向かないとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・好転する要素が見当たらず、変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・雪の季節になる。今年は紅葉の時期と同様に多くのインバウンドが来るとみている。
	□	通信会社（経営者）	・テレビ、インターネット、電話の同時加入者向けキャンペーン及び集合住宅への通信設備導入など法人向けサービスの展開により、通信サービス加入者数の増加が期待できる。放送サービスは、番組コンテンツ等の充実が一段落するため、加入者数の大幅な増加は期待できない。
	□	通信会社（営業担当）	・景気に好影響を与えるような材料に乏しく、好転は見込めない。
	□	通信会社（営業担当）	・今までの経済対策で何も変わらないため、今後も変わらないとみている。
	□	テーマパーク（職員）	・買上率が下がり、購入商品は低価格帯に集中している。配布用の土産は減少傾向にあり、自分用には高価格帯のものを少量購入する傾向にある。この状況は変わらないとみている。
	□	遊園地（経営者）	・世界情勢や為替の動きによる物価上昇が今後どう推移するか不透明であり、家計への影響は楽観できない。
	□	美容室（経営者）	・物価上昇分の販売価格への転嫁はすぐには難しいため、現状維持とみている。
	□	美容室（経営者）	・物価の上昇が続いているため、良くなるとはいえない。
	□	美容室（経営者）	・常連客だけで新規客は少ないため、変わらないとみている。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・品不足や長納期も解消しており、当面の懸念材料はない。
	□	設計事務所（経営者）	・今年度の受注量がある程度確保できている。次年度以降につながる営業活動に移行しつつある。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の受注は低調だが、10年から20年前に新築したオール電化住宅の経年劣化に伴う大規模リフォームが増えており、売上を補填している。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は暖房器具の購入、給湯設備の交換が増えるとみている。リフォームは物価高騰により商材や部材が値上がりしているが、価格に反映させるのは難しい状況である。
	▲	商店街（代表者）	・物価上昇と先行き不安で、年末年始も消費意欲は高まりそうにない。
	▲	商店街（代表者）	・人件費や仕入価格の上昇等で商店街店舗は疲弊している。倒産や廃業が増えるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・気温の低下に伴い来客数が著しく減少している。特に天候の悪い日は来客数、売上共に2割程度減少するため、これからの季節、数字を伸ばすのは厳しい。
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金引き上げで利益が10数万円減少している。今後その影響が重くのしかかってくる。
	▲	コンビニ（経営者）	・景気が上向きになる要素は見当たらない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・米価やエネルギー価格は前年よりも大きく値上がりしているが、賃上げが追い付いていない。実質賃金が下がっている状況では、来客数の増加は見込めない。
	▲	コンビニ（店長）	・物価の上昇が更に加速するとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・メーカーにオーダーできない車や納期が伸びている車があるため、なかなか受注に結び付かない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・当地域では米価の異常な高騰に喜ぶ声もあるが、全体的にみると他への値上げの波及など悪影響が懸念される。今後どのようなのか予想がつかない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和対策事業の期限を迎え、販売価格は10円程度値上がりする。これにより節約志向が強まり、販売数量は減少するとみている。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・ディナーの来客数が急激に減っている。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・忘年会や新年会を行わない企業が増えている。
	▲	都市型ホテル（支配人）	・国内外客共に先行予約は苦戦している。
	▲	旅行代理店（従業員）	・冬季に入り、当地域は人流の動きが鈍くなる。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・米国の今後の政策や国内自動車産業の低迷が景気に与える影響を懸念している。また、税制上の壁がどうなるかも景気を左右するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・例年であれば12月の予約数が増える時期だが非常に少なく、年明けの予約もほとんど入っていない。インフレにより消費が極端に冷え込んでいる。
	×	スーパー（経営者）	・物価高も収まらず、更に買い控えが続くとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・経費の増加、売上の低下は経営を極めて厳しくしている。冬期間は厳しいが今年は更に厳しくなる。毎年最低賃金の引上げも続く。辞めるオーナーが増えても、本部は売上至上主義なので締め付けは更に強くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・例年1月、2月は売上が低迷する時期となる。秋冬商材が動かなくなるが、春にはまだ早く、寒さで来客数も少なくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・新年度に向けて個人客、法人客共に祝い事や歓送迎会に関する問合せが入っているが、物価高騰のなか今後の出費を考えると、景気は悪くするとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—
	○	農林水産業（従業者）	・新米の流通が本格的になれば米価は下落するとみていたが、依然として高騰が続いている。このまま価格が維持されれば、米農家は収益の増加が期待できる。
	○	食料品製造業（製造担当）	・新たな販売チャネルを取り込めており、ギフト全体の需要の落ち込みをカバーできる見込みである。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先において、これまで止まっていた案件が動き出している。
	○	建設業（従業員）	・現在入札準備中の案件ほか、一定の受注契約が見込まれる。
	○	通信業（営業担当）	・年度末に向けて、今年度の予算消化を設備投資に充てる需要があり、一定数の受注が見込まれる。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・県内における交流人口は引き続き増加が見込める。
	□	食料品製造業（経営者）	・ボーナスの支給状況によるが、余り期待はできない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・役所の発注量が減っているため、年度末の売上が見込めない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・一部の業種を除き全体的に停滞感がある。当社ではある程度の受注量を確保しているが、同業他社では仕事が少なく困っているという話をよく耳にする。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の開発状況は活発になっているが、受注につながる具体的な動きはない。状況は変わらないとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部事業に伸びはあるものの、全体を押し上げるまでは見込めず、厳しい状況が続くとみている。
	□	建設業（従業員）	・資材価格の高騰が続く状況のため、景気は今後も変わらない。
	□	建設業（従業員）	・これ以上対応できない受注量で推移している状況に変化はないとみている。
	□	輸送業（経営者）	・食品等の値上げラッシュにより節約志向が高まるなか、衆議院選挙での政権政党大敗や米国の今後の政策の影響がどう出てくるのか、非常に関心を持っている。物流業は消費が増えて物の動きが活発にならないと景気は良くならない。活発になることを期待したい。
	□	通信業（営業担当）	・客の対応が鈍い状態はしばらく続くとみている。新たな施策を講じていく必要がある。
	□	通信業（営業担当）	・予算検討の時期になるため、設備投資は一旦落ち着くとみている。
	□	金融業（広報担当）	・製造業、流通業界に関しては、原料価格やエネルギーコストの高騰は短期間では落ち着かないとみている。一般消費に関しても、政府の経済対策の即効性は期待できず、観光宿泊需要や年末商戦はあるものの、例年以上の盛り上がりは期待しづらい状況である。
	□	広告業協会（役員）	・物価上昇の影響による消費の伸び悩みは継続するとみられる。広告業界においても大きな変化が起こる見込みはなく、景気は変わらないとみている。
	□	広告代理店（経営者）	・地域間で差がある傾向は、今後も続く。東京では広告市場が回復しているという情報もあるが、当地域では回復にまだ時間が掛かるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	経営コンサルタント	・安定した需要は見込めるものの、人手不足などによる供給側の制約が消費を抑制する要因になっている。
	□	公認会計士	・製造業の顧客は、利益を出しつつある企業とまだ底辺から抜け出せない企業が混在しており、先が読めない。小売業、サービス業、建設業はある程度の業績を確保できるが、全体としてはやや良い状態にとどまるとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・年末年始の降雪による地域内のスキー場での集客増を期待している。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の受注は上向く兆しがあるが、総体的に製造そのものの動きが良くない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・既存商品の売上の落ち込みが大きい上、新商品が想定より売れない。原材料価格の上昇も続いており、利益確保も難しい。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・同業他社でも取引先から支払条件変更の相談を受けるなど苦しい状況になっている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・顧客からの長期予測データは減産傾向になっている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体装置向け部材の生産調整が入っている。
	▲	建設業（従業員）	・冬場は工事案件が減少するため、年内の工事が終了すれば売上は減少する見込みである。
	▲	司法書士	・相続登記手続は前年比2割程度増加している。一方で、売買等の登記件数は2割程度減少している。今後も売買関連需要の減少が見込まれる。
	▲	コピーサービス業（従業員）	・物価高を許容できない販売先が出始めている。
	×	農林水産業（従業者）	・冬になり果物がなくなる。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少している。冬になり一層厳しくなるとみている。
	雇用 関連 (東北)	◎	—
○		人材派遣会社（社員）	・年度末に向けた求人数の推移は良好であるため、期待が持てる。
○		アウトソーシング企業（経営者）	・公共機関の発注単価が上がっているため、仕事量も増える」とみている。
□		人材派遣会社（経営者）	・米国の今後の政策が我が国に与える影響により、中小企業にとっても輸出入が厳しいものになるとみている、先が見通せない。
□		人材派遣会社（社員）	・製造業の求人の動きが鈍っている。地方ではインバウンド需要を享受している業界とそうでない業界で景況感に差が出ている。
□		人材派遣会社（社員）	・求人の動きは、年間を通して下向き傾向にあることと、今月の改善を裏付ける根拠がないことから、緩やかな悪化傾向が続くとみている。
□		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・個人消費は若干回復傾向にある。しかし、倒産件数は増加しており、これから冬が来ることを考えると、景気が良くなる要因が見当たらない。
□		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・明るい材料が見当たらず、変わらないとみている。
□		職業安定所（職員）	・物価が落ち着くまで今の状況は変わらないとみている。
□		職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げによりコストが更に増加するため、求人数の減少傾向は続くとみている。
□		職業安定所（職員）	・大幅増員の求人はみられないが、雇用調整の動きも見られない。
□		職業安定所（職員）	・プラス要因になるものが見当たらない。
□		職業安定所（職員）	・企業立地の情報がある。一方で工場閉鎖の情報もある。
□		民間職業紹介機関（職員）	・周辺企業に増産の話もなく、求人数にも変化はないとみている。
▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・物価上昇や人手不足で中小企業の経営はますます厳しくなっており、倒産も増えつつある。国内政治が不安定な上、この先の米国の政策も日本経済にはマイナス面が多いとみている。中小企業は厳しい状況に直面している。	
▲	学校〔専門学校〕	・内閣や米国大統領の政策によっては、アジア各国に様々な影響が出てくるのが予想される。	

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
	×	*	*

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	・食料品やギフトが好調であることと、連休前の金曜日の来客数や客単価が上がっていることから、今後も期待できると考えている。
	◎	旅行代理店（従業員）	・忙しくなってきた人手が足りない。ただし、雇用すると固定費が上がってしまうため、悩ましいところである。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・贈答用品が売れる分、売上は増えるとみている。
	○	スーパー（総務担当）	・年収の壁問題が議論されるなかで、変更されれば景気は上向きになると考える。
	○	コンビニ（エリア担当）	・年末年始にかけて来客数が伸びて景気は良くなってくる。
	○	コンビニ（店長）	・クリスマス時期で、ケーキの予約等が入ることもあり、景気は良くなる。
	○	衣料品専門店（販売担当）	・希望的観測だが、年末年始を控えてある程度は人の流れが良くなる。多少、寒くなってきたので、衣料品関係も幾分動くという期待感も含めて、若干良くなる。
	○	家電量販店（店員）	・季節商材の伸びが良いため、期待できる。
	○	その他専門店（総務担当）	・通年での動向が良くなるため、期待している。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・予約数が例年になく増えている。新年会や成人式といった先の問合せも多い。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年始の予約や問合せが多数あり、貸切りの団体予約も少し入ってきている。
	○	都市型ホテル（経営者）	・忘年会や新年会シーズン特有ではあるものの、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・2019年比では売上はプラスになっているが、宿泊数や案件数については伸ばせる余地があるため、やや良くなっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・稼働率も前年実績を超え、宿泊売上は相変わらず好調である。おせちも順調に受注できており、個人消費も伸びているようだが、飽くまで個人客である。オフィシャルではない小規模の忘年会や新年会等の受注が若干弱く、小さい会場の予約がまだ空いている点が心配である。
	○	タクシー（経営者）	・夜の動きが良くなってきたので、この先も良くなるとみている。
	○	美容室（経営者）	・歳末の売出し期間中は人出が多く、にぎわいを見せる。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・ここ何か月も同じような状態が続いているため、現状維持が良いところである。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年、冬季シーズンは売上が低調だが、暖冬傾向のため、国内旅行の客足は、他の季節と比べても極端に落ちることは少なくなっている。また、コロナ禍以降、外国人旅行者の出足も余り鈍らない傾向が続いているため、今後の景気も変わらず、比較的良い状況を維持できるとみている。閑散期に人材確保と育成を図り、次の繁忙期をより良い状態で迎えられる準備ができれば、良い状況を維持できると考えている。
	□	百貨店（営業担当）	・来客数に対して買上客数が少ない傾向になっている。依然として物価が高く、不要不急な物品の購買にはシビアである。年末商戦や初売りを控えているが、現状維持か若干のマイナスを想定している。
	□	百貨店（営業担当）	・原材料価格の高騰による各種商品や仕入価格の上昇が続く、人件費の高騰等も重なり、日々の業務にも景気の停滞、悪化が見受けられる。営業活動に影響を及ぼさないよう対応策は取るものの、購買側も目新しい動きは期待できないため、変化はないと予測する。
□	百貨店（店長）	・天候の影響もある印象で、直近は少し元のペースに戻りつつある。一進一退を繰り返しているが、大きくは変わらない。	

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
	□	スーパー（商品部担当）	・良くなる要素がみえない。温暖化の影響か、農作物の品質、価格の不安定さ、水産物の価格高騰、食料品全体の値上げ等、家計が厳しくなる状況は変わらない。食料品スーパーは厳しい状況が続く。
	□	コンビニ（店長）	・景気が良くなるような要因が見当たらない。せめて現状維持を願うところである。
	□	家電量販店（営業担当）	・ようやく気温が下がり、暖房商戦が立ち上がってきた。季節商材は前年比99%で推移している。今年は平年よりも雪がしっかり降る予報のため、エアコンや石油商材の売れ筋を確保していく予定である。映像関連は前年比90%で、パソコン関連は前年比85%と、大型案件を受注したものの、不振である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産状況は、ほぼ安定している。ただし、人材不足や労働力不足が際立ってきている。業界全体では改善を考えているようだが、なかなか人は集まらない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・身の回りで特に悪いことはないが、成長や発展といった前向く兆しも何もない。身の回りの客のムードが余り上がっていない。
	□	住関連専門店（店長）	・国の大型政策や、その見通しのないなか、良くも悪くもならない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・国内外の政情は不安定さが増し、紛争に関わる報道も後を絶たない。当面、インバウンドに関わるカテゴリーだけは堅調だが、それ以外は物価高からくる防衛意識の高まりで、景気が良くなる要素は全くない。
	□	旅行代理店（経営者）	・バス代金が高騰しているため、閑散期でも前年並みの売上は維持できるとみている。
	□	旅行代理店（所長）	・シーズンオフになり来訪者数は少なくなるものの、インバウンドの堅調な動きから、ある程度の数字は期待できそうである。
	□	タクシー運転手	・12月は多少の忘年会等はあるとみているが、帰宅時間が早く、タクシーの利用客は余り期待できない。
	□	通信会社（社員）	・現時点では変わらないとみているが、政策による景気への影響はある。
	□	通信会社（営業担当）	・商品の値上げ傾向が続いているため、単価の低い物を選んだり、購入数を抑える等、客の様子は変わらない。
	□	テーマパーク（職員）	・例年と異なる天候や気温の影響、各仕入価格の高騰等、増収以上に営業費が膨らむと考えている。
	□	ゴルフ練習場（経営者）	・まだしばらくは商材価格の上昇は続くようである。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・地方は景気上昇の情報が全くなく、このまま変わらないとみている。
	□	設計事務所（所長）	・新政権で経済対策が進むかどうか。様々な点で、現状維持とみている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・コスト高は続いていくと考えるが、人手不足は解消されずせつかくの依頼を断る例も増えている。日程的にバランス良く受注する必要が出てきている。
	▲	商店街（代表者）	・家族で話し合い、お歳暮は低単価の物を、送付先も最小限に減らすことにしている。商売では1月の成人式の記念撮影予約がまだ数件と、前年同月と比べてかなり少なく、先行きに不安が募る。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・イベントがなくなるため、やや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（店長）	・食料品等の生活必需品の値上げ品目が多くなっているため、消費が冷え込むとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・受注の伸びが悪く、受注残の積み増しにならず受注が減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・年末年始の波があるので、上がり下がりが激しいことは予想される。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・主力の事業所給食部門では、食材費増加に加え、人手不足により人件費も上昇が続いている。最低賃金の見直しが毎年行われていることに加えて、社会保険の加入基準の見直しも検討されており、企業負担の増加から収支確保が引き続き厳しくなると懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	旅行代理店（営業担当）	・冬のボーナス次第だが、生活費を差し引いた分でどれだけをレジャーへ回せるかである。
	▲	通信会社（総務担当）	・例年2月は最も販売が落ち込む。
	▲	通信会社（局長）	・現状の単価の高騰が続くか横ばいで高止まりしていくと、生活費の節約や買い控えが発生する。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・年末年始は9連休ということもあり、レジャーより旅行需要が高まっている。また、予約の推移が前年より遅れている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・米国の大統領交代の影響が出てくる可能性があり、より一層の状況悪化が予想される。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・世間では減税、減税と呼ばれているが、逆に減税を打ち消すようなネガティブな情報ばかりが出てきている。こうした状況では客は買おうとはしない。
	×	乗用車販売店（経営者）	・明日のことさえ全く見通せないため、悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・実質は5年後だが、住宅金利が上がると聞くと更に財布のひもは固くなり、外食は更に減らすことになる。お金を使う気分になれないだろうし、家計から1番最初に削るのは外食になる。
	×	通信会社（経営者）	・あらゆる物が値上がりし、消費者も購入する物に優先順位をつけざるを得ない状況である。ここ数年で日本のエンゲル係数が急上昇しているのが何よりの証しである。アベノミクスの代償が現状である。さらには、急ピッチな賃金上昇で、企業にその責を負わせようとするれば、今後企業の倒産件数は増える一方ではないかと考えている。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	化学工業（管理担当）	・受注済製品を製作中のため、1月には売上となる。2025年1～3月は増産体制を維持する予定である。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体製造用ロボットの分野で増産の情報があり、若干上向き見込みである。
	○	金融業（営業担当）	・新年を迎えるに当たり、価格上昇等はあるものの、個人消費の伸びがみられると考える。全体的には景気は3か月後には良くなるとみている。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・これから3か月間くらいは、多忙が見込まれる。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・この数か月はまずまずだったが、この先2～3か月は、受注量、販売量、取引先の様子が不透明で、全く分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等も、いまだ続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・年末年始に向かい、冬物家電、エアコン、ヒーター、加湿器、こたつ等は前年並みの物量を確保予定である。しかし、車両確保に際して、ドライバーや車両不足が発生し、輸送遅れやコスト高となり、利益は薄くなりそうである。
	□	経営コンサルタント	・春闘前の賃上げは未決着の時期となり、年末年始の需要期も過ぎて、消費支出は手控えられるとみている。また、補助金事業が長い間未実施となっているため、特に、地域の中小企業等の設備投資は冷え込んだままで、受注や売上の業績伸長は期待薄である。
	□	司法書士	・法律改正の恩恵だが、相続関連の仕事もさほど多くはなく、少しだけ良くなったという状態が、このまま何年かは続いていくとみている。
	□	社会保険労務士	・補正予算案をみる限り、余り変わらない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・不安定な国内の政権運営に、先行きには不透明感や不安感しかない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・取引先の発注状況により、やや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・為替は円安傾向が続いており、米国新政権への移行後の動向に期待を持ってそうにない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・盛り上がる要素がなく、来年1月には米国大統領が変わり、関税がどうなるかによって全体的な雰囲気も変わってくる。かなり予断を許さない状況である。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産計画が減産傾向にあり、当初の計画よりも更に減産になるとの連絡が入っている。厳しい状況は続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	建設業（総務担当）	・補正予算の効果も見通せず、現時点での業務量だと先行きが心配な状況で、やや悪くなる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・中国経済の悪化で、悪くなる。
	×	不動産業（管理担当）	・採用応募の問合せ数が減少しており、何とかして従業員を集めるには時給を上げるしかない。諸経費の値上げ等も併せて経費増加となる可能性が高く、せつかく取引先に値上げを了承してもらったところだが、利益の減少が発生する見込みである。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・これから年末年始に向けてはギフトや食材集め、おせち等の動きが活発になる。クリスマス商戦なども結構積極的で、早い時期から宣伝広告を出しているようなので、このあたりで幾分持ち直すともみている。住宅関連、土木、公共事業等は年末年始に向けて、ピッチが上がっていく。ボーナスに期待しているところもある。
	□	人材派遣会社（社員）	・周りの業者には物産店を始め、野菜の卸業もあるが、今のところ、主な取引先のホテル、物産店、レストラン等の稼働は、まだ良い状態である。これから大きく変わるかという、なかなかその辺りの見通しは立たないという話はしている。円安、円高、どちらの方に向かうかで観光地である当地の景気は変わる可能性がある。
	□	人材派遣会社（社員）	・業界問わず、募集依頼に対して人手不足の状況が解消されていない。比較的人気のある事務職でも、地域の相場以上の時給でないとなりが集まらない状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	・主要産業の新規求人動向について、医療や福祉は増加傾向で推移している。建設業、製造業は減少傾向で、卸、小売、サービス業については、増減を繰り返している。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品製造会社が電気自動車対応により減産となり、派遣社員が減る。
	▲	学校〔専門学校〕（副校長）	・人手不足はすぐには解消できない。業界によっては厳しい状況となる可能性もある。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	コンビニ（エリア担当）	・米大統領選挙が終わり、株式市場にお金流れ、投資が増える。
	◎	家電量販店（店長）	・今後も訪日旅行客の来客数は増加する予測である（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・12月は忘年会シーズンであり、毎年多くの予約が入っているため、更に忙しくなっていく（東京都）。
	◎	通信会社（営業担当）	・来月に向けて、ブラックフライデーからのボーナス商戦が本格化することを期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・この先も変わらないだろうと思いつつも、専門店として生き残っているということが消費者にも多少支持されているのかもしれない。期待を込めて、やや良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・従来まで年末の売上の柱であったカレンダーやダイアリー、年賀状印刷などの季節商材は年々売上を落としているが、現在は観光客、特にインバウンドによる文房具のニーズが高まっていることから、遠方からの客が増加する年末年始は売上が拡大することが見込まれる（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・この3か月が良くなかったため、新年は良い年にしたい。米大統領に前大統領が就任することで米国株価が上がり、その影響を受けて国内株も上がることを期待している。
	○	百貨店（営業担当）	・外国人観光客の回復と国内客の活性化が継続し、冬物衣料や年末年始の食品需要に寄与していく（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高による買い控えも落ち着き、寒暖差に伴う冬物需要から、春物需要にも期待している（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・円安を背景としたインバウンドの増大に加え、賃金上昇等の効果もあり、国内客の販売量増大も景気を押し上げる（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
	○	スーパー（経営者）	・競合店出店への対策を打っており、徐々に差が縮まり元に戻ってきているため、今年よりは良くなっていく。景気も同様ではないかと考える。
	○	スーパー（販売担当）	・12月商戦があるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・これから年末にかけてクリスマスケーキやおせちの予約など行事が多くなるため、来客数が増え、単価も上がる。
	○	コンビニ（経営者）	・次期米国大統領も決まり、年末年始の予約商品受注もそれなりにある。今後は給与の手取り額の改善が見込めれば、消費も上向く（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ボーナスが増えた企業も多く、年末年始の大型連休でも多くの人出が予想される。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・今年が秋の期間が短く、更に年末商戦も絡むため、売上増加に期待したい（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・12月はクリスマスや年末年始に向けて商材が売れる時期になる。ただし、これは毎年のことであり、景気が良いということに直結するかは疑問である。時期的なものにとどまる可能性もある。全く売れないよりはもちろんよいが、ふだんから売上が上がるような商材や購買運動が起こるとよい。
	○	衣料品専門店（店長）	・12月は、呉服において得意客の招待催事を開催する月だが、予想以上に事前集客ができています。ドレスは店頭販売が大きく見込める月であり、商材フォロー、人員シフト体制が完了している（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・物価上昇による値上げに対する消費者の意識が変化しており、必要な物にはお金を使うことから、単価上昇は今後も緩やかに進む。また、来年度順調に物価上昇に合わせた賃上げが進めば、消費活動は冷え込まない。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の販売が好調で、サービス部門の受注も前年より増えてきている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けて景気が改善することを期待している（東京都）。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス、決算と続き、販売が伸長すると予想する。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これから寒くなるため衣料品は売れるだろうが、当店は薬屋なので、風邪を引いたなどで風邪薬や保険薬が売れてくれれば良くなる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・気候にもよるが、もっと気温が下がれば、冬物衣料が動き出す。
	○	高級レストラン（経理担当）	・年収103万円の壁の議論など、その実効性はともかく、物価上昇に労働市場が追従する雰囲気醸成されつつある（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・全体的には、為替の影響というよりは、価格を上げていかないと採用にもかかわってくることになる。人件費を上げていくためにも商品価格の見直しは必須である。客がどこまで対応してくれるか心配である（東京都）。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始を迎え、忘年会や新年会など順調に受注している。特に、1月は例年安定した販売量だが、昼夜共に定例や新規の案件でかなり埋まっている。法人利用は増加傾向にある一方、個人利用は天候や景気に左右されやすく、予想が難しい。
	○	タクシー運転手	・マスクをしない人が多く、コロナ禍の報道も余り耳にしなくなり、今年こそは期待したい。忘年会、クリスマス、新年会と飲む機会が多くあり、街に活気が戻ることを期待したい。
	○	タクシー運転手	・例年12月は繁忙期のため期待しているが、ここ数年の動きを見ると、月初からではなく、中旬前後に忙しくなるとみている。年明け1月にどうなるかはまだ不安である（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・客の様子から、やや良くなる（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	・季節要因での販売増加が見込める（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・暖冬の予想が出ている。

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
	○	パチンコ店（経営者）	・政権与党が過半数を割ってはいるが、経済対策において一部野党が政策ごとに協力し、来年度予算も決まっていくなかで、賃上げや減税効果が少しずつ表れてくるとみている。当社においては、一部利用料金の値上げを11月より実施しており、今後は3%から5%の増収が見込める。
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・マイコプラズマ肺炎、インフルエンザ、新型コロナウイルス感染症と共存しながら春休みやゴールデンウィークに入っていく（東京都）。
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（従業員）	・忘年会や新年会の予約が前年と比べて多い（東京都）。
	○	その他レジャー施設 〔複合文化施設〕（財務担当）	・米国大統領選挙の結果や、野党の提案している景気対策、年収103万円の壁の動向により、やや良くなる（東京都）。
	○	美容室（経営者）	・暮れに向かっているため、これから来店頻度が幾らか良くなる。
	○	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・年末商戦イベントに向けて、来客数が増えることを期待している。
	○	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数は依然として好調だが、人手不足が顕著になっている。
	○	住宅販売会社（経営者）	・当社はホテルも扱っているが、国内ホテルの宿泊料金は月に2%程度上昇しており、ホテル業界は良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、なかなか賃上げができない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。
	○	住宅販売会社（従業員）	・来年度の補助金などの予算や税制などが発表されれば、様子見の客に動きが出るとみられるため、今月と比べればやや良くなる。人口や婚姻数の減少、空き家問題など、家余りのニュースをみると徐々に住宅業界の景気は悪くなる一方ではある。
	○	住宅販売会社（従業員）	・年末に向けて販売活動を強化する。
	○	住宅販売会社（従業員）	・現在の販売状況の動きから、やや良くなっていく。
	□	商店街（代表者）	・食品を始めとしていろいろな物価が上がっていることを顕著に感じている。客が自分の実質賃金に対してやや心配しており、買物にも非常に慎重になっている。なかなか思うような商売をしにくくなっている。
	□	商店街（代表者）	・ずっと上向きだった景気の基調は、落ち着いたようだが、下がるまではいっていない。相変わらずイベントや催物には人が集まるし、クレジットカードの取扱高も堅調である。今冬の気候がどのようになるかによっても変わってくる（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ここ何年か悪い状態が続いている。現状維持することも大変だが、とにかく頑張るしかない。細かい工事等はあるものの、売上自体は増えていない（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・前月と比べて客足が減っている。単価の低い商材が売れている。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末年始ではあるが、そういった感覚での需要は少なくなっている。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・予想よりも年末にかけての動きがない。12月に入ればもう少し動き出すとみているが、期待は薄い。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・食料物価指数も上がってきており、消費者のニーズや生活様式の変化があるため、良い物と悪い物とがはっきりしてきており、プラスマイナスするとそれほど変わらず、新業態のスタイルができていく。また、持続的な優位性ビジネスの方は良くなる。2極化の時代に入ったようである（東京都）。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	・冬場は雨が少なく、傘の出番が少ないため、新規購入が控えめである。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	・3か月先の2月は、ちょうど11月と同じように行事が何もない。行事がないことは花屋にとっては致命的である。結婚式や祝い花がたくさん出ればよいのだが、財布のひもは固そうである。12月はクリスマス、それから3か月先の3月はお彼岸があるため、少しは良くなる（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
	□	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・特に中小零細企業の客からは、経費が相当に増えているにもかかわらず価格に転嫁できない、それ以上に人件費等が著しく増加していることがかなりのダメージになっており、購買意欲に結び付かないという話を聞く。この状況は余り変わらないとみている。また、この先の大口案件が今一つ決まっていなくても、要因の1つに挙げられる。
	□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・当社の商材は年末だからといって特に売れる物ではないため、当分は現状維持が精一杯である。残念ながら良くなる気配がない(東京都)。
	□	百貨店(売場主任)	・これから予定しているバレンタイン催事などの事前入場予約等は前年並みである。来店意識を向上させる催事が予定され、インターネット注文も同様の受注となるような仕掛けができていることから、冬の気温低下の影響は前年と同様とみている(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・ボーナスシーズンを迎え、賃金上昇により財布のひもが緩むことを期待しているが、それ以上に物価高の影響が大きくなり、実質賃金は目減り傾向が続くとみられる。米国の政権交代による景気への影響がどのくらいになるか予想できないが、国内でも少数与党体制により政策決定が遅れ、景気対策が進まない心配がある。そのような状況から良くなる期待は薄く、悪化するリスクを抱えながら、当面は現状が続くと予想している(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・現在の来客数増加は継続すると予想されるため、来店客の買い回りを促進し、買上率を上げることで売上拡大を図っていく。
	□	百貨店(総務担当)	・現状の消費環境は、急に良化も悪化もすることのない、安定的な動きになっている。ただ単に、経済活動に影響を与える大きな変化要因がなかったともいえる。物価上昇の懸念等が払拭できない状態は続いており、今後の動向次第では先行きの不透明感が続くともみている(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・新政権の経済対策及び次期米国政権の各種政策が、景気にどのような影響を与えるのかが見通しにくい(東京都)。
	□	百貨店(広報担当)	・これまでも為替や株価などの外部要因による変化は一時的なものにとどまっており、それ以外に現状の景気が大きく変化する材料が見当たらない(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・インバウンドは以前より伸びが縮小しているものの、高額品やラグジュアリーブランド同様、好調が続いている(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・新年以降も確実に期待できるのはインバウンドのみである。国内需要は可処分所得の増加を体感してからでないかと厳しいとみている。まずは、期待する初売りの施策を強化して取り組む(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・百貨店業はインバウンドの伸びで売上が増加している。担当するショッピングセンターは地域密着で食品や生活雑貨を多く扱っているため、近隣住民が日常的に利用してくれており、構造的に安定した商売をしている(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・国内消費は底堅いものの、大きな変化はない。インバウンド消費については一定レベルで推移するものと予想する(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・気温低下により秋冬アイテムに動きが戻ってきているものの、物価上昇による買い控え傾向に変わりはなく、今後も様々な商材の価格上昇が見込まれているなかでは、景気は変わらない。賃金上昇の実感が伴わない限り、客の消費意欲がすぐに好転することはない、2～3か月では変わらない。
	□	百貨店(販売促進担当)	・気温の低下が遅れたせいでコート商戦の出足が非常に悪かったが、出足が悪いと期中の増産が少なくなり、それに応じて2～3か月後の冬物セールのマークダウン商材の投入量も縮小となるため、現状からの改善は見込めない(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)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・年収103万円の壁など、所得が増えていく政策の協議も始まっているが、主要顧客である高齢者などに響くような内容ではなく、消費がにわかには活性化するとは考えにくい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・年末年始に向けたニーズは一時的に高まってくると考えているが、気温、物価高、実質賃金等を踏まえると、それが数か月継続するほどの好況感はない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・このところずっと同じ傾向で、販売単価の上昇に伴い、販売点数が減少している。可処分所得が増えないことには、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・いまだに値上げが続いているため、売価を気にしながら購入する客は、競合店を含めて安いときに購入する買い回りを続ける傾向にある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、必要以上の買物をしない。物価の上昇と所得のバランスが取れてくるまでは、同様の状態がしばらく続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・物価上昇の対策がなされていないため、節約傾向は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価の伸びは継続するとみられる。冬物商材の動きはまだ活発化しそうな勢いだが、生活防衛のため財布のひもはまだ固い（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・食品が値上げされ、電気やガス料金、ガソリン価格等も高いため、今年の年末年始は節約志向がより強まる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	・競合他社の影響と、この先も値上げが大幅に増えることから、節約志向が強まる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・次期米国政権の動きや年収103万円の壁についての見通しが不透明である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・この先の天候も変わらない予報が出ており、来客数に変化がなければ現在と同じような状況が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・寒さが厳しくなることが想定されるとともに、近隣のイベント会場が前年ほど稼働していないことから、通勤、通学客は安定しているものの、プラスマイナスすると変化は大きくないとみている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・衣料品はまだ安売り競争が続いていく。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・今後いろいろな値上がりが続くようなので、衣料品業界は厳しそうである。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	・まだ続く物価上昇の影響で先行きの不透明感が強まっており、消費の活性化も見通せない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が収まらないため、現状がまだ続くとみている。来年に期待したい。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしているが、販売が余り芳しくなく、前年度に比べて2割減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・先行きが不透明である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新内閣で最低賃金を1500円以上などと言っているが、なかなか容易に実現できることではない。反面、様々な食料品、燃料の価格が上がっている。賃金が上がらないまま物価だけが上がっている状況は景気にとって決して良くないが、今後もこの傾向が続くとみている。やはり昭和の時代のように、賃金を上げ物価も上がるようになってくれれば1番有り難い（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の販売環境には良くも悪くも変化がないと推測される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・所得が増えなければ車離れが進む（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・与党総裁選挙、衆議院議員選挙の影響で、来年度のリフォーム関連補助金政策の確定が遅れており、大型リフォーム検討の客が様子見をしている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・物価高や人手不足は変わらないため、そのなかでも打てる手を打っていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・値上げをすると販売数量が減少するものの、販売総額は変わらないという傾向は、しばらくの間続くものと考えられる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・依然として購買単価や購買点数の高い外国人観光客が客層全体の9割を占めており、この傾向は年明け以降もしばらく続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・この先も現状の傾向が続くようである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・大幅に景気が落ち込むような気配は見受けられない。米国の動向や物価上昇が続いている点が懸念されるが、大きな変化はないと考えている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・インバウンドは当分続きそうな気配がある。民泊も一般的になっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・季節感もあるが、3か月後も人手不足と客入りの減少が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・経済が良くなると、夜に飲みに行くという行為自体が増えることはまずない。このまま飲食店はどんどん悪くなる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・この先の景気動向は今のところどうなるか分からない。年明け1～2月になればまた変わってくるため、様子見である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・今後の予約が増えてきているものの、ニュースでは増税の話題が多いため、景気が良くなるころまでは難しいと予想している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・為替の関係でコーヒー豆の価格高騰がかなり進んでおり、止まらない。何度となく値上げをしているが、原価が倍になっても販売価格を倍にはできず、利益が少なくなっている。為替動向が見えてこない、先が見えにくい。その上、生豆の取り合いが世界で始まっており、今まで入っていた豆が輸入できないことも出てきている。為替も気になるところではあるが、生豆が買えなくなると考えると、とても恐ろしい。世界情勢も見なければいけないと考え始めている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・業績改善、減衰の大きな要因は既に今月に顕現しており、今後も大きな変化は起きないとみていることから、現状のまま横ばいではないかと考える（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・12月まではかなりイベントが入っているが、年明け1～2月はどうしても落ち込む時期である。新年会等の受注を増やして、なるべく今の好調を維持したい。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・国内旅行は動きが出てきているものの、海外旅行が伸び悩んでいる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・政治が安定していない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・今まで高かったものは落ち着いてくるが、今後の物価上昇が影響する（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・年末の繁忙期も余り期待できない模様である。忘年会やイベントがあっても、以前のように終電後まで飲むことは余らないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・商談中の案件及び工事等が増加傾向にならないと、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・イベントの企画が増えてきている。音響や司会の依頼も入ってきており、見通しは明るいと期待している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・上向く要素がないため低空飛行が続くとみている。当社の商戦も保守的な目標となっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価の上昇により支出を最低限に抑えようとするため、大きな変化は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・米国大統領選挙の結果からどのような経済の動きがあるかみているが、今のところ変化はないため、もうしばらくは現状維持が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると考えられる材料がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・年末年始にかけて案件や受注の動きが鈍くなる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価高が収まらない限り、変わらない（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
	□	通信会社（経理担当）	・年末や新年に向けて何か買っておこうという言葉が聞かなくなった。
	□	通信会社（管理担当）	・変わらず景気は好転しないと予測している。訪問しての説明、作業のため客の宅内に入ることが多いが、匿名・流動型犯罪グループによる強盗事件等の影響もあり、既存の営業手法からの転換が求められている（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	・法人は堅調であるものの、個人消費は物価の上昇に伴い低迷している。こししばらくは同様の状況が続くとみられ、大きな変化はない（東京都）。
	□	観光名所（職員）	・団体客の戻りが少ないため、今月の動きは一過性のもと考えている（東京都）。
	□	競輪場（職員）	・次年度に関しては年末と正月の売上を見た上で検討したいが、革新的なイノベーションを起こせないのであれば、事業として検討が必要と考えている。
	□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・現状では、為替、株価、政局が比較的安定している（東京都）。
	□	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・来客数、売上からみて、数か月先に上向く兆しがない（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	・新内閣に変わったことで良くなるかと予想するが、まだ腑に落ちない点も数多く見受けられる。企業として、これで良いのかということについては判断が付かない。一般の客の動きは変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・今のところ新しい案件もなく、何も変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・新規案件の相談はあるが、即仕事に結び付くわけではないため、しばらくは現状維持である。
	□	設計事務所（職員）	・建設業界の技術者不足、建設費高騰の流れが変わる見込みはないが、それなりの発注量は維持されているようなので、極端な変化はないものとみている（東京都）。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・年末に発表される税制改正の大綱次第である。
	▲	一般小売店 [印章] （経営者）	・これだけパソコンが普及すると、従来は小さな物でも印刷発注を掛けたり、科目印等のゴム印受注などがあったが、今ではほとんどがパソコンでできてしまうため、そういったものの製作は必要なくなっている。これからますますそうした受注は少なくなると推測している。この業界で良い話は聞かない。
	▲	一般小売店 [酒類] （経営者）	・し好品を扱う商売のため、生活防衛に向かう心理と逆行してしまう。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	・物価高が消費意欲を抑制させる主因となっている。
	▲	コンビニ（経営者）	・人手不足が進んでいることに加え、同業他社の出店が相次ぎ、全く先を見通せない。
	▲	コンビニ（経営者）	・季節要因的にもコンビニは冬に弱いと、売上が多少下るとみている。同時に、物価が上がり、客の財布のひもはまだ結構固い。良い商品がないのかもしれないので我々も努力しなければいけない。様々な選挙が終わり、年収103万円の壁の議論などあるが、人々がもう少しお金を使えるようにならないと、なかなか景気は浮揚してこない。
	▲	コンビニ（経営者）	・現在話題となっている年収103万円の壁の上限が上がると、給与と社会保険料の負担が増え、中小企業は今後更に厳しくなる。特に、コンビニ業界は業界再編の動きもあり、先行きが非常に不安である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・11月については来客数が上向いてきて、単価とのバランスも良く、好調に推移しているが、土日の動きを見るとやや停滞している印象を受ける。平日はやや良く、土日はやや悪いという状況である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・まだ円安により輸入品が値上がりしている。秋に見積りを取り、春に納品するときには価格が上がっている状況で、大変厳しくなっている。各企業や個人でも、年末年始の商材の予約状況が前年同期より減少しているのが現状である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・例年の季節的な動きである。

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
	▲	衣料品専門店（店長）	・物流経費、包装資材価格などの上昇が止まらず、価格転嫁もゆっくりとしか進まない。
	▲	衣料品専門店（統括）	・気温に左右されること、セールによる集客のみで通常の集客には余り結び付いていないことから、売上、来客数が更に伸びるとは考えられない。
	▲	乗用車販売店（営業）	・販売できる車種は台数が限られ、抽選になっている。その他の車種への問合せはなかなか厳しく、車両価格の高騰により客の買い控えも目立っている。
	▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍がまだ収束しないため、景気も伸び悩んでいる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和対策事業の補助金削減を受け、市況が悪化し、給油以外の油外商品の買い控えが懸念される（東京都）。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・経済対策もなく、物価上昇に収入が比例しておらず、光熱費負担も重くのしかかり、厳しい状況が続くとみている（東京都）。
	▲	高級レストラン（役員）	・引き続き、先行きの不透明感と、食材のみならずコストも上昇しているなか、景気は下向き傾向とみている（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今後2～3か月先となると、大体1～2月なので、売上はかなり落ちる。1～2月は、新年会はあるがケータリングは余りない。また、2月は1年で最も飲食業が暇な時期なので、今よりも3割くらい売上が落ちる。これは毎年のことなので仕方ない。
	▲	観光型旅館（スタッフ）	・物価上昇により利益を出しにくくなっている（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・年始以降は例年どおりオフシーズンとなるため鈍化する。
	▲	タクシー運転手	・このところ物価の上昇が加速しており、かなり苦しい年末、正月になるとみている。物価上昇に収入が追い付かないことが懸念される。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後の1～2月は例年売上が落ち着くため、良くはならない（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・前年よりも寒い予報が出ているため、来客数が2～3%は減少する見込みである。経費もほぼ全てが値上がりしているため、前年よりも利益が減少する。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・真冬の来場はやはり厳しい。ストーブなど暖房器具も用意しているものの、やはり来場の促進にはなかなかつながらない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・物価の上昇に賃金が追い付いていない。中小企業からすれば、賃金を上げるほど景気が追い付かない。過半数割れした政権で余り期待できない。
	▲	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・円安が続き、エネルギーコストや物価の更なる上昇が懸念され、節約志向が高まる可能性がある（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているが、授業料を上げることはできない。景気は悪くなっていく。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・顧客数が増加する要素はなく、景気も良くならない。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・賃金が増加しており、雇用が難しい。
	×	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・当社は海外輸入品も扱っている。9～10月にかけて見積りを行い、10月下旬から11月にかけて正式に注文を受ける。ドル建てでは、9月平均は1ドル143円、11月平均は同154円で推移しており、利益は目減りすることが確実である（東京都）。
	×	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。
	×	通信会社（経営企画担当）	・円安傾向が更に仕入価格の上昇に拍車を掛けそうである（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	ゴルフ場（経理担当）	・3か月後に当たる2月は降雪時期であり、天候次第で状況は大きく変わるが、寒い冬季のプレー忌避による稼働率低下は、ある程度予想される。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らないと考えられる。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できないような状況ではない。今後も人件費負担の増加は一層重くなることに加え、物価上昇圧力は継続すると考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築業界に先行きの良さを期待することはできない（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・都市の再開発物件が何件もあり、今年の年末から来年にかけて納入が始まる。今後は売上につながっていく予定である（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上が増加し、ボーナス支給も増額傾向である。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連製品の受注拡大に伴い、設備投資も積極的に計画されており、確実な景気上昇につながることが予想される。
	○	金融業（営業担当）	・取引先からの今後の動向聴取において、やや好転の兆しがみられるという声を聞いている。値上げラッシュや人件費高騰などの影響が一巡し、厳しい状況が続いていた企業の資金繰りもやや落ち着きが見られる。
	○	広告代理店（営業担当）	・ここに来て相談案件数が増えてきているため、期待も込めて売上が伸びると予想している（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注予定の案件があるため、やや良くなる（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・生活パターンの変化により、正月からの盛り上がりは期待できない。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・10月からの郵便料金の値上げに伴い、はがき印刷の需要が減ってきている。通常、1～2月は人事異動などで印刷需要が見込まれるのだが、紙離れもあり、名刺印刷なども減っている。印鑑は上向きなので、全体的には変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・原材料の値上がりもほぼ収束し、自社製品の値上げの準備に入る。少しは良くなる可能性があるが、横ばいではないか。
	□	化学工業（総務担当）	・業界全体で需要が冷え込んでいる。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注増加はなかなか見込めないが、技術的なアドバンテージで開発に関わる企画が動き出しそうなので、期待はしている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・既に悪いが、この先も悪いままで変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・夏頃に取り引量が若干増加すると答えていた取引先があるが、減少又は横ばいで推移すると告げてきた取引先もあるため、プラスマイナスゼロになる可能性がある。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・3か月先の内示受注を参考にしても、大きな変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現政権、次期米国政権への不安もあり、今以上に景気が良くなるとは考えられない。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・今後の日米の政策によって変化がありそうである（東京都）。
	□	建設業（従業員）	・基本となる原油価格が高止まりしているため、原価の見直しを検討している。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は繁忙期により少しずつ増えているが、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）	・製造業や建設業では、原材料価格の高止まりや人件費の上昇により、利益の確保に苦労している。建設業の事業者からは、大口受注があっても採算が合わないことがあると聞いている（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に感染したという人が増えているようである。健康に気を付けて頑張るのみである（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	不動産業（経営者）	・テナントの多くは人件費の高騰と物価高で利益が出ないという話をしているが、店を閉めようかという声は聞こえず、入居率に変化はない。
	□	不動産業（総務担当）	・この先しばらくは入居率100%の稼働で推移することが見込まれるが、商業店舗の中には仕入価格の上昇が利益を圧迫して賃料減額要請が出ているテナントもいるため、身の回りの景況感是不変（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・例年、年始は受注が減る傾向にあるが、今年は既に1～2月の受注が入っていることもあり、現状を維持できるとみている（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・特別な事情、要因、大きなトピックがなければ、悪い状態のまま変わらない（東京都）。
	□	税理士	・中国の景気は大分悪いようで、いろいろと報道されている。米国も次期大統領が関税を25%だとか、10%割増しで引き上げると言っている。これによって国内経済はどうなるのか。大企業は良いが、中小企業は材料高、人件費高騰によって大変な目に遭っている。国内企業の9割超が中小企業であり、従事する人の多くも同様なもので、悪いままで変わらない。この先どのような展開をしていくかまだ分からないが、新首相の腕の見せどころでもある（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・良くなる材料がない。
	□	経営コンサルタント	・経費、生活費の上昇傾向は止まらない。さらに、労働人口の減少による中小企業の人材ひっ迫が激しく、多少売上が伸びても、景気に良い影響が出るところまではいかない（東京都）。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・周りの取引先である中小零細企業では景気回復の兆しがみえず、しばらく低迷した状態が続くものとみている。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・やや良い状態のまま推移していく。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・毎月、得意先の生産計画が公表されるが、少しずつ減少しており、まだ底が分からない。
	▲	建設業（経営者）	・物価が上がっているものの、賃金上昇が追いついておらず、バランスが悪い。
	▲	建設業（営業担当）	・年度替わりに向けて、例年以上に案件数が減少している。
	▲	輸送業（経営者）	・例年取扱量が減少する時期になるため、稼働日数の減少とあいまって売上も減少し、厳しさが増す（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	・中小企業と大手企業との賃金格差はますます広がっており、中小企業は人材確保に大変苦慮している。格差は今後も広がるとみられ、政府の対応が必要である。
	▲	金融業（総務担当）	・ガソリンや資材等の高騰、物価高がまだ続き、実質の手取りが増えていないため、今後も買い控えや節約等が続く。景気回復はまだ難しい（東京都）。
	▲	税理士	・米国大統領が交代し、関税その他で輸出産業に悪い影響が出るのが予想される。日本の国会も荒れており、所得税、住民税の減税、社会保険料の改定等、国民生活に影響がある政策が決まるまでは、消費の伸びは期待できない。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存物件の値上げができないため、最低賃金の上昇分及び人手不足による募集単価の高騰分を取り戻せない（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・戦争の激化が予測されることと、米国の今後への不安がある（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明け以降は受注量が大幅に落ちる（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末の繁忙を想定しているが、大幅に案件が減少している。
雇用 関連 (南関東)	◎	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例年どおり年明けるといろいろ新しい展開が見込める。幾つか希望もある。かなり厳しいが、何とか踏みとどまる以上の展開をしたい。
	○	人材派遣会社（社員）	・半導体関連の企業では春先にかけて受注増加が見込まれており、人材ニーズが増えそうである。
	○	人材派遣会社（社員）	・社会課題解決型の案件が多く発生するようになっている。受注するほどに実績が増し、受注しやすくなる（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・採用者数の緩やかな増加は今後も継続する（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
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者の動向に改善の傾向がみえない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末年始の求人数は前年と同程度となる見込みである。大きなイベントも特に予定されていない。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材派遣、人材紹介共にニーズはあるものの、マッチするスキルや経験のある人材がおらず、依頼にこたえられないケースが増えている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・数か月前と大きな変動はないものの、例年秋以降は繁忙期に入るため、求人数、求職者数共に増加傾向になるが、今月に関しては企業からの派遣求人数がいつもより減少傾向にある。そのため、次月以降の就業者数に影響が出る可能性がある。ただし、今後の依頼数により変動する要素は十分にある（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・もう少ししばらく同じような状況が続く。賃金上昇と採用活性化により消費行動が活発化してくれば、変化がみえてくる。
	□	求人情報製作会社（経営者）	・平均賃金の引上げ以上に物価上昇が著しい。消費生活が向上しないと景気も上向きにならない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・この先特に景気が変動する兆しはない。求人数はやや高めで安定している。人手不足もあいまって求人数が増え続けているのかもしれない。それだけ人材の確保が難しく、採用することで生産性が上がり、景気にかかわってくるのだと考えている。年収103万円の壁が変わることで景気に変化が出てくることを期待している。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・景気が急激に良くなったり、逆に悪くなったりする要素が余り見受けられないため、変わらない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・具体的な変化も兆候もみられない。
	□	職業安定所（職員）	・前月は新規求人数が3か月ぶりに前年同月を上回るなど回復の動きがみられたが、今月は再び前年同月を下回る見込みであり、先行きが不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・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求職者からの情報が続いている。
	□	職業安定所（職員）	・産業や企業規模によって好不況の声がそれぞれ聞かれており、判断が難しい。おおむね輸出産業や、インバウンドの影響が大きい宿泊業等の産業からは、好況の声が多く聞かれている。反対に、出版業からは、全世代的な本離れにより売上の減少に歯止めがかからず、景気が良くないという声を聞く（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業からの求人は幅広くあるものの、それに見合う応募者かをしつかり見えていて、決まる件数は少ない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・賃金上昇ばかりフォーカスされているが、特に中小企業においては人手不足のしわ寄せが既存社員の労働環境を更に悪化させ、結果として新たな退職者を発生させている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・景気の悪い分野と良い分野があるが、物価上昇の影響で悪くなる方に傾いている（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・鳥インフルエンザの影響、食材の価格高騰、特にトマトやキャベツの値上がりが見られ、インフルエンザの流行で薬不足も発生している。今後の地域経済への影響が懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・電子機器製造業において、人員整理による離職者が発生している。
	×	—	—

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	・インフレにより仕入高はあるものの、客単価も上昇し始め、一定の落ち着きを見せており、人の動きも活発になっている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・病院や施設のケースワーカーからの問合せや依頼が増えている。また、親族からの遺品整理の依頼も増えている。1人分の持ち物は結構多いため、こうした依頼は今後ますます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
	○	商店街（代表者）	・競合店の改装という特殊事情は終わったが、観光客が増えており期待できる。
	○	百貨店（経理担当）	・天候にもよるが、冬物衣料の販売が堅調に推移し、年末商戦に期待を持てる。前年1月の能登半島地震の影響による反動で、前年を上回る売上が期待できる。
	○	スーパー（経営者）	・少子高齢化、同業他社との販売競争等、来客数には伸びる要素がないものの、外販部門で売上を伸ばしていきたい。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・本格的な冬に向け、季節商材の売上は盛り上がりが見込まれる。
	○	スナック（経営者）	・物価が上がり続けて厳しいことは間違いないが、徐々にお金が回りだしている印象を受ける。少しずつ良くなっていくだろうと考えている。
	○	スナック（経営者）	・いよいよ忘年会や新年会シーズンとなる。コロナ禍も明け、それなりの人数での飲み会も可能になったので、前年より多少は良い数字になるのではと期待している。
	○	タクシー（経営者）	・人の動きが多くなるとみている。
	○	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得やイベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、より多くの客の来園を期待している。
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・冬休みや年末年始は最繁忙期の1つなので、期待している。
	□	百貨店（営業担当）	・現状、冬のボーナスが賃上げで増えてくれば、若干良くなると期待はしている。
	□	百貨店（店長）	・当社のような地方百貨店では、2～3か月先に現状から劇的に変わることはない。旅行者は確実に増えているものの、業績に影響を与えるほどのインパクトはない。
	□	スーパー（経営者）	・為替の円安傾向や中東地域の混乱といった不安要素はあるが、賃金上昇が続けば、消費は安定するとみている。
	□	スーパー（店長）	・全国的に食品の値下げ等は起きないため、買い回り傾向は変わらないと予想している。
	□	スーパー（副店長）	・正直、景気が良いと実感したことはない。新型コロナウイルスの感染拡大の際は、スーパーの売上は上がったが、内食需要が伸びたことによるもので、外食関係は落ちている。ここ1～2年は多くの品目が値上がりし、前年実績を達成してはいるものの、買上点数は減少している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・エネルギー価格が高止まっている。物価も同様である。
	□	コンビニ（店長）	・これから年末年始になるため、行事的なにぎわいは出てくるとみているが、基本的な動きはほとんど変わらない。ただし、行事に関しても例年のように盛り上がってくるかどうかは微妙である。例年どおりになれば同じように推移する。
	□	家電量販店（店長）	・特段、景気が回復したとの情報はない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・足元の新車受注は堅調なもの、新型車イベントが少ないことから現状水準で推移するとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・急激な増加は見込めないものの、現状と同じように緩やかに回復していくという意味で、変わらない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・11月は非常に悪い状況だったが、12月も年末商材、クリスマスケーキ、パーティーセット、おせち等の販売量が、前年同月と比べて少なくなっている。個人客の購買意欲がなくなっているとみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・先行きの見込み等が現状とほぼ変わらないことから、需要の高まりは継続すると考えられる。為替の状況や燃料費の高騰等が安定化した場合は、若干の上振れが予想される。
	□	タクシー運転手	・昼間の客も少ないが、夜11時以降の客が激減している。物の値上がりが影響しているのか、現在の生活に不安を抱いているのか、外出機会が少なくなっている。特に、夜の飲み屋の動きが全く駄目である。
	□	通信会社（社員）	・年末年始に向けて、テレビサービスのニーズが高まっていく頃ではあるが、コンテンツの弱さから伸び悩んでいる。現状維持を目標に活動していく予定である。
	□	観光名所（職員）	・来客数は増えているものの、原材料費や光熱費の高騰が収支を圧迫している。また、スキーシーズンは降雪状況に左右されるため、先の見通しが難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街（代表者）	・ 中心的な商店街がなくなり、マンション街になる雰囲気さえしている。
	▲	商店街（代表者）	・ 1年半ほど前に当商店街のメインとなる食品スーパーが撤退してから、どんどん客が減り、これで商店街といえるのかというくらい少なくなっている。小売店も商品構成ができなくなっていて、このままだと当商店街は終わりになるのではないかと心配している。
	▲	一般小売店 [家電] (経営者)	・ 年末商戦に乗りたいが、目新しい商材や購入意欲を誘う商材もなく、厳しい年末年始になりそうである。年が明けても厳しい状況は続きそうである。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 当地区は冬になると比較的降雪の機会が多い。そうなると来客数が伸び悩んで、売上の的には厳しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 11月はイベント開催時や休日の天候が良かったため、売上は前年並みである。12月はクリスマスや年末のイベントのみで、寒い日は人が動かなくなる。前年は近くの工事関係者が毎日来店していたが、今年は工事も終わり、その分売上は下がっていくとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 経済が安定していないため、物価高や経費増加で経営する側としては悪くなる。売上が上がったとしても経費の負担が増えているため、景気が良いとは言えない。
	▲	その他専門店 [酒] (店長)	・ 米価が4年前と比較すると1.5倍から2倍くらいに上がっているが、これが日本酒にも転嫁されることを懸念している。来年早々に米国の大統領も変わるため、そういったことから、消費の動向がどのように変わるのか懸念するところである。このままでいけばよいが、そこまで良いかどうかは不確定要素が多い。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ このまま物価上昇が続けば、この状況に慣れてしまうか消費意欲が落ちるかどちらかである。消費したとしても量が減る。
	▲	観光型旅館（経営者）	・ 当旅館の主要な商圏は首都圏であり、首都圏からの客が減少する冬季は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して100～105%の売上を予想している。地方都市では、まだインバウンドの影響は極めて少なく、売上への影響も余りない。オーバーツーリズムが叫ばれているが、ぜいたくな悩みで幾らでも対策はあると考えるが、インバウンドのない地域では、それ以前の商売が死活問題となっている。また、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して売上は増えているものの経費も増えており、それほどもうかってはいない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・ 物価高の影響が続くことで、来客数や利用回数の減少が続いていくとみている。先の予約状況も動きが鈍く、能登半島地震の影響があった月と比較しても、大幅に伸長しているわけではない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・ 今年は例年と比べてもかなり高水準で稼働している。単価も上がっているため売上も増えている。さすがに1月は落ちるとみているが、読めない。
	▲	通信会社（社員）	・ 年末の電気通信事業法改正により、年末までに特需があればあった分だけ、法改正以降の落ち込みが、それ以上に来てもおかしくはない。
	▲	ゴルフ場（副支配人）	・ 以前はよく来場していた高齢客の来場が減ったり、来場しなくなっている。また、新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、他の催事への動きからか、ゴルフ場への来場は減少傾向にある。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・ 別荘販売の動きが鈍化傾向にあるため、やや悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・ 人件費等の経費が毎年増加しているため、小さな会社はこのままだと存続できなくなる。事業者負担となる政策が多すぎる。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（総務担当）	・ 半導体需給が回復することで、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・ 年末に向けて受注は増える見込みがある。しかし、物価高のため材料費等は増えている点が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（営業統括）	・インバウンド効果やポジョレーヌーヴォーの一時的な引き合いはあるものの、諸物価の上昇に加えて、一般消費者の購買意欲が減退してきており、今後の景気動向の見通しは厳しい。
	□	食料品製造業（総務担当）	・引き続き、原材料価格の上昇が見込まれている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想が立たない。
	□	建設業（経営者）	・普通は冬季になると受注が落ち込むが、今年は落ち込み幅が少ない。
	□	金融業（調査担当）	・現状が続く見通しである。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価高騰により、国内の消費が増えないため、変わらない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・年末に向けての広告は、前年実績維持がやっとのペースで推移している。営業先でも年末年始にかけて、例年とほぼ変わらない動きである。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・10月中旬から再び部品の納入が悪くなっている。納期が7か月先という物もかなり出てきているため、売上は伸びない。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・通常11月から12月はクリスマス商戦用の需要が出てくるが、店頭販売の不振が続いているため、その気配がない。海外向けの国際展示会も今年後半は低調になっており、明るさがみえてこない。
	×	食料品製造業（製造担当）	・現状の単価設定では黒字化には相当に無理がある。仮に数量が伸びても赤字が増えるだけで、商品単価や原価を相当上げないと黒字にならない。ただし、その単価設定で買ってもらえるかは厳しいところである。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・求職者数が増えない一方、求人数は増加の可能性が高いことから、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・働く意欲を出せるように、労使は国も含めて早急に対策を打つべきである。
	□	職業安定所（職員）	・前月同様、観光シーズンであることや年末に向けて消費行動は活発になるが、物価高騰に賃金上昇が追いついておらず、年金生活者も節約を強いられている状況がある。政界再編で経済政策は流動的で、かつ米国前大統領の政権復活による世界経済への影響や中国経済の動向等、不安要素も多々あり、景気の先行きは不透明である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・目先の受注に追われているようで、数か月先は読めないとしている企業が多い。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比が4か月連続で減少している。
	×	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新年を迎えて多少は景気が良くなる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・コロナ禍で4～5年間低迷していたが、ようやく回復の兆しがみえてきた。
	○	商店街（代表者）	・円も一時より高くなってきて、これから徐々に景気は上向いていく。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・政府の経済対策が段々と効いてくる。
	○	百貨店（総務担当）	・当地域の企業業績は好調で、賃上げやボーナス支給増加による消費増加が期待できる。今年は年末年始の連休が長く外出増加による来店も見込める。一時期の消費マインド低下も改善に向かうと想定している。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドも買物の仕方に慣れてるように見受けられ、入店客数もどんどん増えている印象を受ける。今後もますますインバウンドの来店が増加すると予測する。
	○	スーパー（経営者）	・例年2月までは来街者でにぎわう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（販売担当）	・いろいろな物価が上がり購買意欲は減っているが、定期的にイベントが多くなるため少し期待したい。
	○	スーパー（販売担当）	・1番近い競合店で閉店の噂がある。
	○	スーパー（販売担当）	・生活の基盤となる電気、ガス料金の値下げの報道があり、消費行動に良い影響が出てくる可能性がある。今年は寒さも続きそうであるため今後も季節商材や防寒用品の動きは良い見込みである。食品の値上げを勧奨しても、消費動向は上向くと予想する。
	○	コンビニ（店長）	・一部ではまだ値上げがあるものの、やや落ち着いてきている。
	○	コンビニ（店長）	・今後の経済政策によって賃上げ等の効果が出てくれば、消費行動にも影響があると期待する。
	○	コンビニ（店長）	・売上が増えている。来客数は余り増えていない点が懸念されるが、うまく増やせると更に良くなる。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・年末年始を迎え、帰省客の利用増加が見込まれる。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・12月以降は夏季シーズンに匹敵する売上増加の時期へ突入する。新型コロナウイルスやインフルエンザの感染拡大など想定以上のイレギュラーな出来事が発生しなければ、景気は上がっていくと判断する。税制上の壁解消など更に景気を刺激するような施策を期待したい。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・これから1番の繁忙期を迎える。正月から成人式、就職活動などイベントがめぐる押しで、12月から3月が勝負時である。物価高騰に伴い商品単価は高くなっており、客は購入単価は上がってもお買い得なセット販売に魅力を感じている様子である。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・広く普及しているパソコン基本ソフトのサポート期限が来年に迫り、客のパソコンにも告知画面が出るようになりパソコン買換えの話題が増えてきた。また、広域的な組織犯罪の報道が増えるにつれてカメラ付ドアホン、センサーライトや防犯カメラなどセキュリティ機器の話も増えている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・1月からの初売りに期待したい。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・車両生産の遅れなどで1月から3月が繁忙期というイメージは薄くなっているが、過去の購入でこの時期に車検を迎える客は最も多くなる。在庫車両もようやく増えつつあり、年明けは期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価高騰の影響にもよるが、足元の来客数の動向に鑑みて年末年始に向けてはおおむね堅調の見込みである。
	○	高級レストラン（経営企画）	・生活スタイルの変化から年末年始の営業には期待している。宴会などの大人数の客は減少傾向が続くが、少人数の集まりは増加しているため、機会損失を防ぐよう誘引販売促進を継続する。
	○	旅行代理店（経営者）	・旅行需要がやや戻ってきた感があるので、年明けに暖かくなると需要が喚起される。
	○	旅行代理店（営業担当）	・年間の業績が見通せるような時期に入り、急きょ年内に社員旅行を計画する企業からの問合せが例年より多くなっている。
	○	通信会社（企画担当）	・地元の街も人が増えて活気がみられるようになり、交通量も増えているように見受けられる。
	○	パチンコ店（経営者）	・年末年始を迎えるため、今より良くなる。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・インバウンド増加など円安効果が持続しそうである。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期に入ってくるため期待している。ただし、物価高がどこまで影響するか懸念する。
	□	商店街（代表者）	・人出はピーク状態であり、これ以上人出が増えても売上にはマイナスになりかねない。
	□	商店街（代表者）	・児童手当の給付対象が大幅に増えて金額もかなり増額されるため、その分が多少消費に回ることを期待する。それ以外に特段変化する要素はない。
	□	商店街（代表者）	・仕事量に変化はないが、物が売れない。

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
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・1月からスーパーキングラインなどの値上げが予定され、飲食店での販売価格も上昇が予想される。客の飲食店への来店機会が減る傾向にますます拍車が掛かる。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・物価の上昇がまだこれからも続くと思われるため、期待はできない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・足元の状況がそのまま変わらず続く。物価は上がり続けるが、給料は思うようには上がっていかない。すこぶる調子の良い企業もあるが厳しい経営状態の企業も多く、2極化が進んでいる。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕 (販売担当)	・物価高が収まらず、必要最低限の物以外は買い控える傾向は続く。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・国内外の政情が余りにも不安定で、先が読めない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	・販促キャンペーンを頻繁に行っているが、関係なく自身の買いたいタイミングで購入する客が多い。以前は優待キャンペーンを目指して来店する客も多かったが、最近では効果が薄く、イベントを開催してもそれほど売上には結び付かない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(企画担当)	・高額品は引き続き好調を維持している。食料品も日常的な商材の動きは鈍いが特別感のある商材は高くても動いている。今後も消費の両極化が継続し、中価格帯が回復しない状況は続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(経理担当)	・コロナ禍が明けてから徐々に回復してきた景気も、ここに来て停滞の兆しが見える。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業企画担当)	・値上げ等がある限り、消費者のマインドが変わるにはまだ掛かりそうである。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売担当)	・現状維持が続くか物価高でやや後退するかの際どいところで、それほど大きく好転はしない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	・年末年始は、買い控えがなくなりごちそう商材等が売れるとみているが、年明け以降は、今と同じ状態になるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・クリスマスから年末に向けた商戦が始まる。必需品の購入はあると考えるが、イクラ、タコやカズノコなどの値上がりなどがどのように影響するか読めない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・これから年末に向けてはボーナス支給などで財布のひもが緩むと期待したいが、割引商品や特価商品だけを購入する節約志向の雰囲気が見られる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(支店長)	・物価上昇に加えて、特に米国や中国など海外情勢の影響が我が国の景気動向を左右する。海外での戦争や国内の政情も景気に影響するとみており、しばらくは様子見というムードが続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(企画担当)	・個別の外的要因がない店舗は継続して好調を維持しており、この傾向は続くと考えられる。インバウンドも大きくは変動しないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	・好調は維持される見込みである。今年は寒い時期によく売れる商材が好調のため、この流れのまま年明けを迎える。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	・インフレの影響で買い控えがある程度継続する。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(店長)	・浮上する要因が見いだせない。競合店の閉店などが発生しない限り低迷が続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(経営者)	・バーゲンセール時期なので、商品は正価販売よりもさばける見込みである。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(店長)	・建設業関連の客は引き続き厳しい状況にあり、回復はまだ先になるとみる。県内よりも近隣他府県に仕事があるため、そちらに消費が流れている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(売場担当)	・景気が良くなるような理由が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(販売企画担当)	・ファッション需要は低迷したまま回復の兆しが見えない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(営業担当)	・季節商材の動きも現在と変わらなさそうであり、特に他の要因も考えられない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(営業担当)	・所得税減税で手取りは増えているが、相変わらずの物価高で、特に食品の値上げが大きく、余裕がない。

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（経営者）	・物価高の影響で修理費など車に係る費用が高騰している。今後どのような影響が出てくるのか気掛かりである。
	□	乗用車販売店（従業員）	・年末年始に金をたくさん使った人もいるため、年明けからしばらくは節約して静かに過ごす人も多くなる。光熱費等生活インフラに係るコストも増加するため、購買に回すことができる余裕は減少する。
	□	乗用車販売店（従業員）	・今月の動きが良かったとはいえ、すぐに景気が良くなるという確信は持てない。期待はしつつも、現時点では変わらないと判断した。
	□	乗用車販売店（従業員）	・納期が掛かり、車種改良を見越して人気車種の多くが販売停止になっている上、改良後の発売日は幾度も延期が続いている。売りたいくても売れず、商談ができない状況が続いている。
	□	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅や新築マンション等は停滞しているものの、リフォーム工事や中小規模の改修工事、店舗の改修工事が出てきている。
	□	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・社会情勢が安定するまでは、余り変わらない。
	□	その他専門店〔書籍〕（社員）	・しばらくは米国の新政権移行などの影響もあり、為替が安定しない状況が続く。
	□	一般レストラン（経営者）	・いろいろな物の値上げがネックになる。
	□	一般レストラン（経営者）	・収入減少にならないように営業時間の増加を計画している。
	□	一般レストラン（従業員）	・年明けはリバウンドで落ち着きそうである。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・今年は4月と9月の値上げで売上減少の見通しを立てていたが、実際の売上は前年を2%ほど上回っている。販売量の減少は課題だが、値上げに対して客も受け入れてきている。
	□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・年末年始の宿泊需要に期待する。ただし、仕入れの全般に値上げが広がり、アルバイトを含めた人材確保も難しい。販売価格への十分な転嫁が進まず収益を圧迫し始めている。
	□	旅行代理店（経営者）	・ターミナル駅の飲食店や地下街でも空き店舗が出始め、なかなか埋まる気配がない。消費者も衝動買いなどが減るなど節約志向が続いている。
	□	通信会社（営業担当）	・依然として様子見の状況が続いているため、大きな変動はない。
	□	通信会社（サービス担当）	・大容量サービスが定着しつつあり、Wi-Fi環境を良くしたい若い世代の申込みが増えている。今提供しているサービスを更に向上していけば、景気は良くなるのではないかと。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・クリスマスなど冬季イベントの開催で安定した集客に結び付けたい。集客が回復傾向にあるかは、現時点ではまだ慎重な判断にならざるを得ない。
	□	美容室（経営者）	・例年12月は来客数が増えるが、1月から2月は寒さが厳しくなり、雪が降ることもあって出足が悪くなる。
	□	美顔美容室（経営者）	・現在のキャンペーンセールは12月で終了するが、年末には別商品のキャンペーンが始まり、年明けにも新たなキャンペーンを予定している。
	□	美容室（経営者）	・賃上げ等を実施している企業もあるが、物価の上昇に追い付いていないため、当分は今の状況が続く。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・原価高騰や人件費改定などコストアップ要因が重なるが、介護保険報酬は福祉用具貸与の上限価格設定があり、価格に反映できない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・いろいろな販促策やキャンペーンを講じて対応するが、しばらくは変わらないとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・余りにも物価が高くなり過ぎて収入が追い付かない。景気が良くなる先行きが見えてこない。
	▲	百貨店（経理担当）	・財政悪化への不安、中東を始めとする地政学リスクや米中間の関税問題再燃が個人消費や企業設備投資の萎縮と減退を招き、景気は後退局面に向かう。
	▲	百貨店（営業担当）	・足元の様子から客の買上マインドが低下している印象を受ける。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（販売担当）	・しっかり寒くならないため暖活商品が伸びない。クリスマス装飾品は前年よりやや高めでも売れている。自宅で小規模に楽しむ傾向がみられるため12月も厳しそうである。
	▲	スーパー（店長）	・価格競争が更に激化して、粗利益の確保が更に困難になる。
	▲	スーパー（店長）	・ドラッグストアやスーパーなど競合先との価格競争で、単価は伸びない。
	▲	スーパー（店員）	・引き続き担当商材の値上げがありリスクとなる。ただし、足元でも一部については、値上げの恩恵を受けて金額ベースで前年を大きく上回る商材がある。
	▲	スーパー（総務）	・あらゆる物価が上昇しているため、買い控えが大きい。12月の年末商戦で回復を期待したい。
	▲	コンビニ（店長）	・夏の暑さや害虫の大量発生により、みかん、りんごや柿などこの時期に売れる果実の入荷が不安定かつ高値なため、売上に影響が出そうである。
	▲	コンビニ（店長）	・実質賃金さがり続けており、節約志向がまだ続く。
	▲	家電量販店（店員）	・商品の問合せや見積依頼が減っている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・政情や世界経済の影響で為替や金利動向も不安定になり、中古車価格は低下傾向にある。新車販売においても、下取り車の値段さがりするため今後の売行きに影響が出る可能性がある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・クリスマスや年末年始の時期なので景気も上向いてほしいが、世界情勢が不安定で各地で戦争が活発化しており、政治にも不安要素があるため悪くなると予測する。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・今後も円安が続き車両本体価格は上がる。金利も上がっているため、客の買い控えが多くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・飲食店の状況を見ると、高価格帯の店にはそれなりに客が入っており、低価格帯の店も安ければ安いほど繁盛している。当店のような中間価格帯の店では、来客数が減っている。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・集客のためには価格を下げたいが、エネルギー価格や仕入コストの上昇がまだ続いており難しい。今後も厳しい状況が続く。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・米国の新大統領がどのように動いてくるのか、様子見が続く。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・具体的な経済喚起策がないと景気は下降する。何の裏付けも金融的支援もなく賃上げを推進する状況が続けば、企業は人件費の上昇に備えて金を使わなくなる。次回の春闘に向けて企業心理の冷え込みが予想される。
	▲	旅行代理店（経営者）	・冬は受験シーズンに加えて寒さで客足が鈍い上に円安や感染症の流行でグルメツアーの需要が減り、当地方の旅行需要は厳しい。2月の連休や春休みに向けて海外旅行商材の販売も開始しているが手応えが少ない。テレビの旅番組も増えており、円安が落ち着いたらどこかへ出掛けたいという声は多いが、具体的な計画までは決まらないため厳しい。12月から1月は燃油料さがりするため、少し期待したい。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行シーズンになるため、感染によるキャンセルや今後の流行度合いによって旅行を控える動きが生じる懸念はある。海外旅行も回復しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると3割から4割程度である。
	▲	タクシー運転手	・例年年始から2月にかけてはタクシーの利用が少なくなる。
	▲	タクシー運転手	・年末年始が過ぎると正月気分も抜け、しばらくは出足が下降していく。特に2月は我慢の月である。
	▲	タクシー運転手	・先行きの経済政策が不透明で、客足にも影響する。
	▲	テーマパーク（職員）	・2月までは厳しい。
	▲	観光名所（案内係）	・値上げがまだ続く見込みで、景気には悪い影響しかない。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、前年同日比で余り良くない状況である。暖冬になれば好転する可能性はあるが、プレーヤーが高齢化するなか、景気はやや悪くなると判断する。
	▲	理美容室（経営者）	・物価が上がり、段々と生活は苦しくなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・先行きが全くみえない。

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
	▲	設計事務所（職員）	・税金に関する政策はいろいろと話し合っているようだが、景気対策の動きが見えない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・冬枯れの時期で来場者数がぐんと減るため期待できない。期待できるのは年明けになるが、住宅取得に関してどのような税制改正の大綱が発表されるかに懸かっている。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・予算に余裕がある仕事はほとんどなく、利益を度外視して受注してもギリギリの仕事は続かない。施主の様子からも懐事情や経済格差がみられる。この先賃金が上がれば、消費も活発になると期待している。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・新築物件はほとんどなく、リフォーム工事の見積依頼は若干あるが、引き合い数は少ない。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・この半年の状況をみても良くなる動きが出てこない。物価上昇や金利上昇など実体経済と数字の動きとのかい離が大きくなっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・物価が上がっているため、住宅ローン返済の負担増加を心配して買い控えている様子である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・建設業では仕事がないため廃業する職人が増えてきた。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・取引先で中国に移していた生産を国内に戻す動きがあるため、生産設備に使用する消耗品の受注増加が期待できる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界では年末から年度末にかけて設備投資が期待できるため、今より良くなる。
	○	輸送業（エリア担当）	・販売動向から上向きとみる。
	○	金融業（従業員）	・米国大統領選挙の結果から、いろいろな経済状況が良くなるという期待を持つ人が多い。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・政権政党は変わらないが米国の要求次第で大きく情勢が動く可能性がある。金利は上げないでほしい。インバウンドは我が国の物価の安さを話題にしており、今後は一段と円安になると予想する。
	□	食料品製造業（社員）	・景気対策が不透明で生活者の消費行動は慎重になると考えるが、嗜好品である酒の需要は堅調に推移する。
	□	化学工業（営業担当）	・自動車向け商材は引き続き低調な見込みであるが、電子材料薬品の需要は増加を見込む。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気に特段の影響を与えるトピックが見当たらない。米国大統領選挙が終わったが、関税政策等が我が国の経済に影響を与えるのはしばらく先とみられる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、販売量の増加はなかなか難しい状況が続く。価格が安くなっている原材料があり、今後販売価格も下がる方向になる。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・AIサーバー向け投資は好調だが、自動車向けの投資は低調が続いており、全体で見ると景気が良くなるとはいえない。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みによる。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・改善の見込みは少ない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・日米の経済政策がはっきりするまでは将来を見通すのは難しい。米国の対中政策は厳しくなり、今後はその対応に追われることになる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・年末から年度末を迎えるに当たり、足元の受注状況をみると若干減少するように見受けられる。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・受注量の微増がしばらく続くが、それほど劇的に良くなるわけではない。
	□	建設業（役員）	・建設業は、設備投資などが順調で受注の伸びは顕著であるが、利率率の確保が課題である。住宅販売は、建築コストの上昇が販売にも影響してくる。
	□	建設業（経営者）	・新内閣はようやく落ち着いてきた様子だが、将来の景気対策等は全く未知数であり、今後仕事の量が増えるかどうかは当分分からない。
	□	建設業（営業担当）	・物価上昇と受注金額で利益を考えると、金額が余り高いと他社との価格競争に勝てないため見積り自体は低く抑えざるを得ないが、物価高のためもうけは少なくなる。このまま横ばいならば有難いくらいで、良くなる兆しはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（経営者）	・物量の減少に加えて、物流改善への投資気運も下がっている印象で、物流業の成長チャンスも少ない。
	□	輸送業（従業員）	・物価上昇はあるものの、企業が潤うだけで従業員にまで恩恵がない結果、個人消費が伸びない。政府の原油価格抑制も終了し、ますます景気は落ち込む。
	□	輸送業（エリア担当）	・前月中旬から輸送量が前年比で減少している。取扱貨物の需要先で利用が減っているのかもしれない。
	□	輸送業（エリア担当）	・新内閣が発足したが、滑り出しに大きな動きはない。米国の動きに日本が影響を受けるのが常であり、米国大統領は交代するが、現時点で大きな動きは見られない。
	□	金融業（従業員）	・物価は引き続き上昇する。
	□	金融業（企画担当）	・中小企業にとっても適正な利益水準での受注が望まれる。採用環境の激化からある程度は賃上げをするものの、大手企業ほど上げることができない。中小企業の賃上げまで金が回らないと個人消費も上向かず、当面は現状の景気が続く。
	□	不動産業（経営者）	・今後も外出や遠出をする人は増加傾向になっていく。今後も売上は増加していき、前年を上回る状況は継続していく。
	□	広告代理店（制作担当）	・年明けから冬に向けて予定するイベント等も、様々な原材料価格やコストが上がってきているため、余り期待できない。
	□	公認会計士	・年収の壁撤廃に向けた議論や政権運営の安定度等により、投資などについては慎重になっている企業が多い。米国大統領選挙の結果を受け、新たな経済政策によっては景気が不安定になることが予想されるが、影響が出るのは4月以降の見込みである。
	□	会計事務所（職員）	・生活者が消費に使う優先順位は決まっていて、支出を惜しまないと節約するところがはっきりしている。この傾向は継続するとみるため、特に変化はない。
	□	会計事務所（職員）	・客単価の下落による売上の減少が続く。賃上げの話はよく聞くものの実際の可処分所得は余り増えておらず、身の回りのあらゆる物が値上がりしているため新たな消費に回せる金はない。可処分所得を増やす政策を続けていかなければ、景気も良くならない。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・年末に向け更に物価高騰が予測され、家計に占める食費の割合は、一層の縮減が懸念される。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数共に減少している。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気はやや良いが、2～3か月後は季節的な需要や年末年始商戦が終了し、やや悪くなる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・先行きの案件については余り受注の見通しが立っていないため、仕事量が積み上がるとは考えにくい。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・冬場は暖房などで電気代の負担が多くなるため、僅かな補助では補えない。
	▲	輸送業（従業員）	・協力先の会社を含め各種経費はますます増えていく見込みである。段々と利益確保が厳しくなっていく。
	▲	通信業（法人営業担当）	・政治と経済は表裏一体の関係にあり、政策なくして景気のは好転は望めない。
▲	通信業（総務担当）	・収入が増えない一方で物価高が続くと考えられるため、先行きが不安である。	
▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・地元の首長が変わった。年収103万円の壁も話題に上がっているが、税収が減って個人負担の増加につながるという懐疑的な意見が目立つ。今後は就業時間の削減が1つの目安になるとみているが、当社にとって売上や人件費の改善につながる要素がなく、明るい話題ではない。	
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・収入が上がらないのに物価だけはどんどん上がっている。賃上げが物価の上昇に追い付かない限り、景気は良くならない。	
×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因が全くない。	
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	職業安定所（所長）	・例年と比べ年末から求人募集をしたいという声が多いなど、新規採用への意欲が高まっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年末を迎え求職活動が減り年明け中旬以降に転職活動が顕在化してくる動きは例年と変わらないと想定しており、採用決定数の増加を期待する。

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
	□	人材派遣業（営業担当）	・今後数か月は動向を静観する企業が多く、景気が大きく変動する可能性は少ないと想定する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業での設計開発のニーズは、自動車関連を中心に当面高い状態が続くと考えられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・先行きについて前向きな話題を見聞きしない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの認証不正問題で生産工場の稼働停止が長く続くが、労働者派遣元企業としては、人材離れを避けるため派遣従業員に他の派遣先を紹介するなど流失を抑えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・足元の傾向がしばらく続くと考ええる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行きに変わる材料が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・まだまだ原材料価格の高騰や最低賃金引き上げによる原資確保の苦慮等に関する企業の声が届いており、経営に与える影響は大きい。
	□	職業安定所（職員）	・年末に向けて個人消費や飲食需要の回復といった景気の好転につながる要素はあるが、米国新大統領の通商政策に伴う世界経済動向の不透明さ、為替や株価への影響など不安要素も多い。
	□	職業安定所（雇用開発担当）	・原材料費等の高騰や賃上げなどで収益が圧迫される企業や生産調整等により休業を行っている企業がある。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・年末年始を挟みふだんよりゆったりした状況となり、求人の動きも来月から年明けまではやや落ち着く傾向にある。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度に向けた学校内での就職企業説明会を来月実施予定だが、例年以上の参加申込みがあり、来年度の就職も順調とみている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用については、年次計画を基に実施しているケースがほとんどのため、2～3か月で採用計画自体が変わることはほぼない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・忘年会利用の多い12月をピークに、1月の新年会利用が過ぎると足元よりも求人数は減り悪くなる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・11月は、高年取での新規求人の受注が複数あったことが好調の要因と考えられるため、一時的な動きと判断している。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・求人内容と求職者の希望との乖離が拡大し、採用難が更に進んでいる。
	▲	職業安定所（職員）	・今後も人員整理を行う予定の企業が複数ある。
	▲	職業安定所（職員）	・物価の大幅上昇や社会保険の適用拡大などで、事業の継続が困難と判断した事業廃止等が複数報告されている。
	×	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	商店街（代表者）	・引き続きインバウンドは好調だが、日本人の財布のひもは固い。円安基調が続いているため、更なるインバウンド拡大に期待したい。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・需要期に入るため、景気が良くなることを期待している。
	○	スーパー（仕入担当）	・消費者のマインドの変化からか、年末商戦に向けた商材の予約状況が好調である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・セールの時期になるため、消費マインドが高まるとみている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・冬季ボーナスの時期で、業界によっては支給状況が良好である。消費者心理も一定の改善が見込める。
	○	タクシー運転手	・新年会などで酒を飲む機会が増えるため、タクシーの利用も多くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・クリスマス商戦が始まっており、宝飾品や高級衣料品が動き出しているほか、飲食は安定している。

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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・今冬は積雪量が平年並みとの予報のため、乗客数が大幅に減少し、売上が低迷する可能性が高い。能登半島地震の発生から1年となるため、初売りも例年と違ってめでたい雰囲気が出せないなど難しい営業を強いられる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・お歳暮ギフトを中心とした儀礼的な商材の需要は減少し、クリスマスなど友人と楽しむためのパーティー用商材やギフトの需要は増加すると考える。年末年始が9連休となるため、帰省客を迎える準備としておせちや集まり用の食材の購入が増え、また、初売りを中心に子供のおねだりによる需要が増えるとみている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・当面、慎重な購買行動が続くため、売上の低迷も続くともみている。低価格のお買い得商品の展開を拡大しているが、これらの購入にも慎重さがみられ、売上拡大にはつなげていない。セールが始まる1月は、お買い得感から一時的に売上が回復するだろうが、お買い得商品を潤沢には用意できないため、状況は継続しないとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・給与が大きく上昇しないため景気も変わらないとみているが、国の政策によっては変化もあり得る。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・賃上げが追い付いていないため、状況は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店舗管理）	・景気が好転する材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・節約志向の傾向に変化はなく、当面は厳しい状態が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・来客数と購買点数から、現状のやや良いくらいの景気が続くと考え。新型コロナウイルス感染症の発生以降足が遠のいていた客層がまた購買を始めているようだが、商材単価の上昇により、点数はそこまで伸びないとみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が続いているため、販売数が増加するとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（本部）	・良いニュースがない。政治も不安定で、安心して消費行動を取れないのではないかと考える。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・車の購入台数が増えないなか、車検整備台数は多くなっている。3か月先に状況が反転するとは考えにくいいため、景気は大きく変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売は厳しい状況が続いているが、自動車整備はタイヤ交換のシーズンであるため入庫が多い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・新たな懸念材料や、反対に景気が上向く要因が特にない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（役員）	・12月はクリスマス商戦や年末商戦を控えているが、ここ数年の状況から期待はできない。消費者は金を掛けるところには徹底的に掛けるが、抑えるところには全く出費しない傾向が続いており、自動車業界には依然明るい兆しが無い。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（役員）	・これまでは年度末に向けて動きのある時期もあったが、現状からは到底想像ができない。市況を見ても、苦しい流れが続くと考える。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかく消費者の財布のひもが固い。今後、賃金が増えるのを待っているように見える。年末や正月を迎えるに当たり、少し財布のひもが緩むのを期待している。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・店舗数が増えているため、乗客数の増加が期待できる。生活必需品の価格高騰により、購買行動が生活防衛型になっており、会社として対策が必要だと考えている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・これからの季節は天候に左右される。適度な降雪だと有り難い。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、インバウンドも国内旅行者も少ない時期であるため、回復は見込めない。宴会部門は能登半島地震の反動で件数は増えている。レストラン部門はなかなか乗客数が増えず、特にサラリーマンやシニア世代の客の減少が目立つ。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・交通費、宿泊費共に価格の上昇が止まらないため、客に旅行の意欲があっても価格面が妨げになるとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・乗客数は増加傾向にあるが、特に大きな変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・引き続き、契約獲得数は前年同月と比較して若干下回るとみている。解約数については、新メニューの導入により改善されると期待している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・特に変化する要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・会員が増えず、経費のみがかさむ状況では、なかなか先が見えづらい。
	□	住宅販売会社（従業員）	・冬季は需要が減りやすいが、2025年4月からの改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行の前に工事をしておこうと考える人がどのくらい出てくるかによる。そのような意味で、年度内は安定して受注が続き、例年より受注高は増えるとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・補助金制度や支援制度が受注の下支えとなっているため、その継続が大きな鍵となる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震や奥能登豪雨の影響から、景気回復は遠いとみている。
	□	住宅販売会社（営業）	・当面急激な変化はないとみているが、段階的に政策金利が上がった場合の住宅ローンの上昇を懸念している。物価の上昇に伴い、僅かな金利上昇でも購買意欲を阻害しかねないと考える。
	▲	一般小売店 [書籍] (従業員)	・継続する物価高、原材料価格の高騰、輸送費の値上げなど、景気が良くなる要素が全くない。
	▲	スーパー（店舗管理）	・令和7年も値上げが続くため、景気は悪くなるとみている。
	▲	家電量販店（店長）	・全体的に1品単価が下がっており、成約単価も下がっている。限定販売の商品も、暖房などの生活必需品は売れるが、趣味し好品のデジタル家電は売れ残ることが多い。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・秋の観光シーズンや忘年会が終わると、春まで団体の受注が少なくなるため、来客数がやや減少するとみている。
	▲	一般レストラン（統括）	・物価高の継続、米国大統領の交代による影響、北陸地区での大雪予測による外食頻度の減少から、景気は変わらない、又はやや悪くなるとみている。
	▲	スナック（経営者）	・大企業の人員整理や気候変動など良くない話題を耳にすることが多い。
	▲	都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約が減少し、稼働率低下により販売価格が下がるとみている。
	▲	タクシー運転手	・天候不順や自然災害の影響が大きく、復興にはまだ時間が掛かると考える。
	▲	通信会社（職員）	・景気が良くなる要素がない。
	▲	テーマパーク（役員）	・現状の予約状況を見ると、3か月先については前年同月と比較して、団体客を中心にやや予約状況が悪くなっている。
	▲	競輪場（職員）	・長引くインフレにより消費意欲が減衰している。人々の関心が金の掛からない娯楽に移行している。
	▲	美容室（経営者）	・米国での政権交代、ウクライナや中東での戦闘、中国の動き、そして我が国の政権の不安定さなど、先行きが不透明なことばかりで明るい兆しがみえない。このような状況では、消費者の購買意欲は高まらない。
	×	商店街（代表者）	・景気刺激策は議論ばかりで一向に実行されない。集客ばかりに労力を費やし、消費を促すことへの対策にはなっていない。景気は更に悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震の被災によるマイナスの影響は、通常商品の受注量に色濃く残っているが、年末商品の受注は前年並みの水準が期待できる。年明け以降、通常商品の受注量の回復も加速するとみている。
	○	プラスチック製品製造業（広報）	・受注量や販売量の見込みから、景気は良くなるとみている。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国大統領選挙の結果が判明し、政策の方向性が見え始めている。対中国や対メキシコなどの関税を強化する動きのなか、米国市場で展開している日本企業は優位性が高まると考える。米国の産業機械用部品市場は中国製が多くを占めており、現在、価格競争が厳しくなっているため、米国への輸入品により高い関税が掛かれば競争優位となる。
	○	金融業（融資担当）	・インフラや建物の整備など能登方面の復興需要が本格化し、足元の景気が回復している状況が持続するとみている。
	□	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から、景気は変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	・情報収集のため、顧客を訪問して見積検討状況の確認を行っているが、すぐに発注に結び付くような話が少なく、しばらくこの状況が続くものとみている。
	□	通信業 (営業)	・衆議院選挙の結果を受けて、今後新しい取組があり、国の制度なども改革されていくだろうが、この影響で業績が良くなる企業もあれば悪化する企業もあるとみている。
	□	不動産業 (経営者)	・個人客からの問合せが少なく、動きが悪い。
	□	司法書士	・観光客が増え、飲食店がにぎわっている様子ではあるが、1月に続き11月にも北陸で地震があったことの影響が不安である。
	□	税理士 (所長)	・地震から1年がたとうとしているが、最近になってまた小さな地震が頻発しているため、祝い事を控えたり、活動が慎重になったりする傾向にある。しかし、ボーナスの時期でもあるため、消費の拡大を期待したい。
	▲	繊維工業 (総括)	・一部には在庫調整が一段落し明るい兆しが出始めたと期待する声があるものの、引き続き先行きが不透明だという声が多くある。
	▲	建設業 (役員)	・これまではほぼ順調だったが、労働力不足が当面の課題となっており、年明けまで業績を維持できるか見通しが立っていない。
	▲	輸送業 (経理)	・物価の上昇傾向が止まらないため、経営に有形無形の影響が出そうである。
	▲	金融業 (融資担当)	・一部の業種では業績の改善がみられるが、円安や物価高を背景に県内の設備投資需要は停滞している。価格転嫁は進んでいるものの、利益ベースで見れば苦戦している企業が大半である。新型コロナウイルス関連融資の返済据置期間も終わり、キャッシュフローの悪化が目立ち、今後返済の条件変更や破綻件数が増加するとみている。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社 (社員)	・IT関連の求人は継続しているが、ほかに積極的な増員案件はない。依然、アンマッチの状態が続いている。
	□	新聞社 [求人広告] (営業)	・身の回りであれば、能登復旧に関わる業種は好況でも、その他はそうではない。
	□	職業安定所 (職員)	・窓口で景気が悪くなってきたという求職者はいないが、景気が良くなってきたという求職者もいない。
	□	職業安定所 (職員)	・大手企業を中心に売上や利益が増加し、決算状況も好調であるが、原材料費、燃料費、光熱費などの高騰や最低賃金の大幅な引上げ、他社との競争などで、厳しい経営環境に置かれている企業もある。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	・求人の動きに変化はなく、求職者数が頭打ちの状況である一方、中小企業における人手不足は継続している。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇が続き、円安や能登半島地震、奥能登豪雨の影響もあるため、状況が好転する要素や気配が見当たらない。
	▲	人材派遣会社 (役員)	・派遣比率が高い製造業の派遣先からの依頼がやや減っている。
	▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	・求人広告の見込み数が減少している。
×	—	—	

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)	◎	*	*
	◎	家電量販店 (人事担当)	・ようやく例年並みの気温になるとの予測から、暖房機器の販売の回復が見込まれる。また、各業界はブラックフライデーや年末セールなどで、大幅に価格を下げる傾向にあるため、消費者の財布のひもが緩むことを期待している。
	○	商店街 (代表者)	・最近では気候も良いせいか、安定的に人出が増えている。
	○	一般小売店 [珈琲] (経営者)	・直営のカフェや、取引先の飲食店の来客数が、インバウンドの増加によって伸びている。

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〔鮮魚〕 (営業担当)	・12月は、インバウンドによる予約が多く入っている。
	○	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・11月後半の勢いそのまま、販売量が活発に増えることを期待している。
	○	百貨店(企画担当)	・来年1月下旬からの春節効果もあり、インバウンド売上がもう少し増えると予想している。10月の国慶節の期間も、海外の富裕層が増加したことで、インバウンドの客単価の上昇につながっている。
	○	百貨店(販促担当)	・冬の天気予報は平年並みであり、消費も同様の動きが予想される。春に向けては気温の推移を注視し、冬物商材の処分計画に対する柔軟な対応が重要となる。インバウンドは長期旅行者やリピーターなどによる、街への来訪が増える見込みであり、エリア特性のある商材の拡充によって対応していく。
	○	百貨店(マネージャー)	・食料品の競合店のオープンによる影響が一段落し、野菜価格の上昇も落ち着いてくれば、売上は回復することが予想される。また、バレンタイン商戦は年々売上が伸びているため、新規の販売促進策でまだ売上の拡大が期待できる。衣料品関連も前年が極端な暖冬で苦戦した反動もあり、前年を上回る動きが予想される。
	○	百貨店(サービス担当)	・クリスマス、年末年始商戦のスタートで、乗客数やインバウンド観光客が増える期間となるため、売上の拡大に期待している。
	○	百貨店(販売推進担当)	・物価の上昇による買い控えの傾向が続くなか、今後の決算を受けて、ボーナスなどがどこまで増加するかを期待している。
	○	百貨店(マネージャー)	・ここ数か月はインバウンド、国内客共に安定しており、大きな変化がないなか、中国人客の来街が緩やかに増えている。この部分の上乗せが、数か月先には良い影響となって徐々に出てくると予想している。
	○	百貨店(売場マネージャー)	・今月から気温が下がって例年並みとなり、衣料品関係が動き出している。特に、婦人服関係が良くなっているほか、インバウンドの観光客も増えており、ラグジュアリー関連を中心に売上増が期待できる。また、クリスマスや年末年始の動きにも期待している。
	○	百貨店(売場統括)	・8月から10月の動きと比べて、外国人客の売上が30%回復している。
	○	スーパー(企画)	・賃金の引上げが続くため、インフレも継続する。
	○	コンビニ(経営者)	・乗客数は現状のまま推移しそうであるが、数多くの商品が値上げ予定であるため、客単価の更なる上昇が期待できる。
	○	コンビニ(経営者)	・今後は、欧米からのインバウンドの来店が5%から7%増える見込みである。近隣のホテル代が1万円から2万円程度に上がり、国内客が泊まりにくくなっているが、インバウンドの利用で満室になっている。
	○	コンビニ(店員)	・3年前から続いている高速道路の工事がもうすぐ終わり、来月に開通する予定のため、車での来店が増えると予想している。それに伴い、景気が上向くことを期待している。
	○	コンビニ(店員)	・来月から12月に入るため、人の往来が増える。
	○	乗用車販売店(経営者)	・車検の予約台数は変わらないが、新車の販売が増えている。
	○	乗用車販売店(支店長)	・来年にかけて米国の景気が上向くのに伴い、日本の景気も良くなることを期待したい。
	○	乗用車販売店(販売担当)	・年明けからは生産台数が増えるとの情報もあり、今以上に活気が出てくる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕(店員)	・ボーナス商戦や年末年始商戦もあり、化粧品予約数が伸びている。急激な景気の改善は難しいものの、個人消費は緩やかな増加が予想される。
	○	高級レストラン(スタッフ)	・12月から来年3月頃までは会食の機会も多く、客単価も上昇傾向となるため期待できる。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・乗客数が年々増加し、客単価も上がっているほか、海外からの客も増えている。
	○	都市型ホテル(客室担当)	・販売状況が上向いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室の先行予約の動きはまだ弱い。その一方、レストランは予約が増えており、特に前回も好評であった正月のランチブッフェは、4500円から5500円に料金を上げるが、元旦からの3日間はほぼ満席となっている。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・3か月後は大阪・関西万博の開幕まで約1か月という時期になる。施設の完成に伴う視察や関係者の準備など、いわゆる万博需要が始まるため、特に国内からの集客が期待できる。
	○	タクシー運転手	・インバウンドの増加や季節要因もあるため、少しの距離でも利用が見込まれる。
	○	タクシー運転手	・大阪・関西万博を間近に控え、関連の業者が忙しくなるなど、少し動きが出てきている。
	○	通信会社（社員）	・今後は年度末を経て、繁忙期に入る。若年層の需要増加が見込まれるほか、キャリアによる他社からの乗換え客の獲得強化にも拍車がかかることで、今以上の販売が見込まれる。
	○	通信会社（営業担当）	・米国の大統領が代わるため、世界的に景気が良くなると予想される。
	○	ゴルフ場（支配人）	・予約状況は引き続き悪くないため、季節要因による休業などがなければ、やや良くなる。
	○	競輪場（職員）	・今月の客単価は異常なほど下がったが、今後は8000円台程度に戻ると予想される。
	○	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・雪目当てのインバウンドの増加を期待している。
	○	住宅販売会社（経営者）	・米国の大統領選挙や衆議院選挙が終了し、市場が安定してくると予想される。
	○	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・全体的な物価の上昇や、設備費の高騰による住宅価格の上昇は続いているが、以前と比べると、住宅の市場価格は落ち着いてきている。
	○	その他住宅〔住宅設備〕 （営業担当）	・年取の税制上の壁が引き上げられ、特定扶養控除の要件も緩和されれば、手取額が増えるとの報道がある。その効果に期待したいが、望みは薄い。
	□	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・今年に続いて、来年も値上げ予定の商品が早々に告知されている。主に食料品であり、ふだんの生活からは外せない。実際に今年は米が突然なくなったため、予防的な対応をする客も出てくるなど、なかなか明るい見通しは立てられない。全体として、景気が良くなる見込みは全くない。
	□	一般小売店〔化粧品〕 （経営者）	・国内客による買物の変化が顕著である。マスクをいまだに外さず、オフィスに行かない在宅勤務者も増えたため、コロナ禍以降の化粧品の使用方法が若干変化している。買物の内容でも、お金を使うケースと使わないケースの差が激しく、高級化粧品は好調であるが、かつて主力であった海外の化粧品ブランドには余り関心がみられない。安心、安全で、低価格ながら効能の高い日本のブランドの人気の高まっている。ただし、話題性がなければ購入に至らない状況は今後も続く。
	□	一般小売店〔野菜〕 （店長）	・米国の大統領が代わり、今後どのような動きになるかが見通せない。
	□	百貨店（広報担当）	・国内客、海外客の消費トレンドに、大きな変化はないと予想される。
	□	百貨店（外商担当）	・米国での新大統領の誕生で、株価、為替共に不安定になることが予想される。その一方で、気温の低下に伴い、冬物衣料の売上が伸びると予想される。
	□	百貨店（管理担当）	・今後も一進一退の状況が続く。
	□	百貨店（外商担当）	・マイナス材料、プラス材料共に大きな要素はなく、景気は現状維持が予想される。その一方、近隣の商店街では店舗の撤退や入れ替わりが多く、景気の悪化に連動したような動きがみられる。
	□	百貨店（商品担当）	・不安定な政治や物価の上昇、諸外国の状況など、不透明な部分が多いため、今後も良くなることも悪くなることも言い難い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（宣伝担当）	・ 今後は為替の変動や観光客数の動きを踏まえると、インバウンド売上は減速すると予想している。ようやく冬物商材が動き出したため、国内客の売上は堅調であるが、インバウンド売上の減少を補うまでには至らないと考えている。
	□	百貨店（マネージャー）	・ 年末年始を控えて、全体的には今月と同様の推移が予想される。国内の中間層は選択消費が続くなか、ハレの日の消費ではコストパフォーマンスの良い商品の動きが期待できる。また、富裕層の消費でも、限定品などのギフト関連が堅調に推移しそうである。インバウンドも地域的にみて、まだ好調に推移することが予想される。
	□	スーパー（店長）	・ 消費が外食やレジャーに流れる傾向となり、小売業は苦戦が予想される。
	□	スーパー（店長）	・ 物価の上昇など、消費を取り巻く環境に変化がなく、好転する理由が見当たらない。
	□	スーパー（店長）	・ 年末年始商戦を迎えるに当たり、生活防衛の動きに変化はないと考えられる。今後は景気が悪くなることはないが、節約志向が続くと予想される。
	□	スーパー（店員）	・ とにかく野菜や果物の価格がまだ高い。今後も天候次第でどうなるか分からないため、かなり厳しい。
	□	スーパー（企画担当）	・ 改装効果が今のまま継続すると予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・ 12月にも競合店が1店舗オープン予定であり、売上などへの影響が懸念される。米の仕入価格の上昇もあり、今まで耐えてきた総菜部門でも、主力商品のおにぎりや手作り弁当などの値上げが避けられない。その結果、販売数の減少や値引きによる損失も増えるため、利益の確保が難しくなる。
	□	スーパー（経理担当）	・ 最大の商戦である年末商戦を迎え、今年は長期の連休となるため、遠方への外出や旅行に需要がシフトする。それに伴い、食費の節約や来客数の減少が懸念される。ただし、ハレの日の消費によって景気全体が活気付けば、消費の勢いが増すという期待感もある。
	□	スーパー（販売促進担当）	・ 販売原価は今後も上昇が予想される。一方、年収の税制上の壁に関する議論が進み、引上げが実現すれば、手取額や労働時間の増加による景気の上向き効果が期待される。
	□	スーパー（企画）	・ 企業努力で維持してきた価格も、最低賃金の引上げによる影響で値上げせざるを得ない。今後は店頭価格が上がってくるため、景気は現状維持となる。
	□	コンビニ（経営者）	・ 年末の繁盛期に向けて、忙しくなることを期待している。
	□	コンビニ（店長）	・ 値上げなどの影響が顕著になると予想されたが、今のところは客の様子に大きな変化はない。
	□	コンビニ（店員）	・ 来客数が増えているわけではないため、大きくは変わらない。
	□	コンビニ（店員）	・ しばらくは今の状況が続くと予想される。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ デフレの動きを実感することが増えている一方、物価全体は上昇している。
	□	衣料品専門店（店長）	・ 12月はボーナスの支給といったプラス材料があるものの、2～3か月先となると、物価の上昇に伴う消費の鈍化や、原材料価格の高騰懸念もあり、見通しとしてはまだ厳しい。
	□	家電量販店（経営者）	・ 補助金制度が終了となった一方、新年度の補助金の内容は不明なため、先行きが見通せない。
	□	家電量販店（企画担当）	・ 更なる値上げの動きや、政府による電気、ガスの補助金カットで家計の負担が増えている。今後の消費動向は、年収の税制上の壁に関する引上げ幅や、賃金のベースアップの幅に大きく左右される。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ 少しずつ個人消費の減少が進んでいる。
	□	乗用車販売店（役員）	・ 販売台数が横ばい傾向で推移するなか、販売単価の上昇で売上を支えてきたが、数か月先も販売台数が増える見通しは立っていない。メーカーの基盤となるドイツの市場自体が厳しいほか、中国市場の悪化により、本社の施策が弱まっている。客層は異なるが、日本のメーカーによる新車の生産も戻ってきたため、少なからず影響が出ると予想される。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・ 何か回復のきっかけがない限り、今後も難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・3か月先は現状と変わらないと予想される。円高が進まない限り、今の状態で推移する。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年取の税制上の壁に関する問題が出ているが、全体の所得が上れば、少し良くなってくる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・12月からはガソリン補助金が段階的に縮小となるため、一部の消費者は節約志向が強まるものの、景況感に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・クリスマスなどの年末に向けたプレゼント商戦も、本物志向の客が減っているため、貴金属や宝飾品よりもイミテーションの需要が増える。また、高い予算であれば、ハイブランドの小物類に需要が流れる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温の低下により、カイロなどの冬物商材にも動きがみられるほか、風邪薬や衛生用品の販売も緩やかに上向いている。また、化粧品やスキンケア用品も順調に動いているが、食品や生活必需品は値上げの影響で、客単価は上昇しているものの、買上点数は減少している。年末商戦に向けて対策が必要となるなか、大きな上昇要因は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・先行きの好材料が見当たらず、物価の上昇といったマイナス材料が多いため、慎重な消費行動になっている。大阪・関西万博などのイベントも、宣伝は盛り上がりおらず、消費を促す材料に乏しい。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・インナーやカーディガンの注文は増えているが、全体的には例年と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（企画）	・インバウンドの需要は引き続き堅調に推移するが、国内客の旅行需要は盛り上がり欠ける。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・予約状況を見ると、12月は一定の売上、来客数が見込めるものの、コロナ禍以降は外食に行く意欲が減ったという声が増えている。また、物価の上昇による家計の圧迫により、日常的な外食の機会も減っている。特に、夜の時間帯の集客は厳しく、景気の回復には程遠い。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・消費が減少し続けるなか、政府の経済対策は単発で特定階層向けであるなど、経済全体を活性化するものではない。また、食料品価格の高騰が続いており、家計が更に厳しくなることで、外食も減少することが懸念される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・年末年始には客がやや動くものの、例年どおり、年明けから2月は余り期待できない。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・物価がまだ上がり、光熱費も上がるため、先行きには不安しかない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・今後3か月の予約状況も、前年と比べて好調である。国内客、インバウンド共に好調な動きとなっている。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・物価の上昇などにより、購買活動は更に控えられる見込みである。その一方、ホテルの特徴が明確であれば、料金は高くても支払う傾向が高まると予想される。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・客室稼働率は上昇傾向にあるものの、単価が上がっていない。一方、レストランは受注が伸びており、宴会についても例年並みで推移している。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・正月は曜日周りも良く、順調に受注できているが、それ以降は春節の時期を除いて予想が立たない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・学生の海外旅行の問合せが徐々に増えているが、コロナ前と比べて価格が上がっているため、なかなか即決とはならず、検討となるケースが多い。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・12月のボーナスに期待したいが、所得自体の増加率は、物価の上昇率には届かないと予想される。さらに、所得が増えずに物価が上がるなか、貯蓄への関心も高まるという状況に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・円安の進行による、輸入原材料価格の高騰が懸念される。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・今年度に入り、来場者は前年比で微増の状況が続いている。3か月後もこの傾向が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・11月のSG、G1競走の売上はやや減少傾向がみられたが、全体的に大きな変動はない。年末のビッグレースを控え、インターネット投票を中心に前年並みの売上が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベントの開催数は3か月前と大きな増減はないが、人件費の上昇などで費用が大幅に増え、利益が減少している。ただし、イベントの開催自体は順調である。
	□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・12月から来年2月には、コンサートが23日間入っているほか、子供向けのイベントや企業のイベントも開催されるため、前年並みの集客を見込んでいる。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・郊外を中心とした、新築分譲マンションの販売状況の回復は想定できない。ただし、デベロッパーには資金力のある企業が多いため、企業の経営に大きな影響はない。
	□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・インバウンドの動きの更なる活発化で、不動産市場にも影響が出る。都心ではマンション用地の確保が更に難しくなり、建築費の高騰と合わせ、供給の難易度が更に上がる。それに伴い、供給戸数が減少することで、価格上昇圧力も高まる。その反面、郊外の市場の動きは鈍く、好転の兆しが出てくるのはまだ先と予想される。
	▲	一般小売店 [花] (経営者)	・クリスマスや年末商戦の後、売上が落ち込むほか、物価の上昇によるし好品の買い控えが増える。
	▲	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・先行きに心配な要素が多すぎる。
	▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費者の様子や商店街の人通りをみると、景気が悪化している。物価が日々上がっている実感があるなか、生活必需品ではない衣料品に、消費者がどこまで費用を掛けられるのかを考えると、今以上に販売量は減るおそれがある。
	▲	百貨店 (売場主任)	・年金世帯が多い当店のような郊外店では、インフレに対する買い控え傾向が当面続くと予想される。
	▲	百貨店 (企画担当)	・11月の好調は前月までの不足分をばん回したものであり、今後もこの傾向が続くわけではない。特に地方都市については、全体として良い状況とはいえない。
	▲	百貨店 (商品担当)	・海外の政治情勢の影響もあり、株価や為替の動きが不安定である。昨今のインバウンドの動きが今後も見込めるとは限らず、衣料品や食品の販売促進に注力しているが、効果は薄い。さらに、小売業では新規販売員の募集にも人が集まらず、年末年始は欠員気味であるため、売上に影響が出る可能性がある。
	▲	スーパー (経営者)	・賃金の上昇分以上に、原材料や資材、燃料価格の上昇が続いており、消費者の節約志向が高まっている。
	▲	スーパー (企画)	・野菜を中心に価格がやや上がっており、今後の消費に影響が出る。
	▲	スーパー (開発担当)	・物価の上昇が止まらない一方、賃金が上がらない状況では、景気が良くなることはない。
	▲	スーパー (社員)	・長引く商品価格の上昇が、客の買い控えにつながる状況は当面続く。また、関西地区でのスーパーの競合は激しさが増しているため、今後も厳しい状況が予想される。
	▲	コンビニ (店員)	・12月から米の仕入価格が約1.5倍に上がるため、手作り弁当やおにぎりの売上への影響が不安である。
	▲	衣料品専門店 (店員)	・市場が閑散期に入るほか、気温の変動による影響も予想される。
	▲	家電量販店 (店員)	・年末に向けて、来客数の増加が予想されるものの、購入にはかなりの時間を要するため、前年以上の実績は難しい。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	・受注量の変動幅が大きくなっている。客はローン金利の動きを気にし始めており、購買力は大きく低下している。
	▲	住関連専門店 (店長)	・クリスマスシーズンの購買が、例年よりも低迷している。商談そのものが少なく、購買促進につながる良い材料ない。
	▲	一般レストラン (店員)	・商品の値上げや物価の上昇が続くなか、今後は良くなる要素が見当たらない。
	▲	都市型ホテル (管理担当)	・冬のオフシーズンに入るため、単価は下がるものの、インバウンドの利用に期待している。
	▲	都市型ホテル (フロント)	・例年どおり、1月は国内客、海外客の動きが鈍くなる。
	▲	都市型ホテル (客室担当)	・円安の進行と海外からの需要の増加で、販売単価を上げることができたが、紅葉後のオフシーズンは需要が落ち込む。販売価格の高騰により、駅周辺を避けて離れていった客の戻りも鈍いが、諸経費の高騰で、安価な販売への変更も困難となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	旅行代理店（役員）	・インバウンドの需要増に伴う、宿泊料金などの高騰が続いている。その一方、物価の上昇による家計の圧迫により、特に子供連れの家族旅行の動きが鈍い。
	▲	通信会社（役員）	・状況が良くなる外的要因に乏しいほか、物価の上昇で客の消費行動にも変化がみられる。
	▲	テーマパーク（職員）	・減税などを含めて、今後の政策には期待できる内容が少ない。
	▲	遊園地（経営者）	・足元では物価の上昇が続き、消費者が支出の絞り込みを進めている。今後もその状況を打開する策が見当たらないほか、海外を含む政治情勢の不安定化が、物価や消費にも悪影響を及ぼすことを懸念している。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・最近では外国人による入会が増えているが、その一方で日本人の退会が増えている。国民性の違いもあり、やや不安である。
	▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルでのマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が、来客数は減少する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅購入者が減少すると、いろいろな物が売れなくなるため、経済の縮小につながる。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・労務費や材料費が上昇するなか、すぐに価格転嫁ができない中小企業にとっては、どこまで耐えられるかが問題である。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・倒産件数が増加傾向にある。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・良くなる要因がない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・客の不安心理の影響か、買い控えが増えているため、売上が悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇や年末年始の出費により、外食の回数は減少する。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で厳しい状況が見込まれる。
	×	通信会社（社員）	・地域経済の復調の動きは余りなく、景気の大きな改善はみられない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替相場は相変わらず円安傾向で推移しているが、商品の性質上、夏よりも冬の方が需要はある。今月も追加の注文が入ったため、今後も受注の増加を期待したい。
	◎	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品の最需要期に入る。
	○	食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けて、消費は少し増える。さらに、年収の税制上の壁が今後どうなるかによって、消費の動きが変わってくる。
	○	化学工業（経営者）	・月間の受注額がようやく前年並みに戻ってきたため、今後も景気は緩やかに回復することが予想される。
	○	建設業（経営者）	・やや良くなる予想しているが、変わらない可能性もあるなど、市場の先行きが読みにくい。
	○	経営コンサルタント	・他地域からの不動産の取得が増えており、せっかく消費が増えても、その効果が他地域に取られる兆候がある。今後は景気が良くなる部分もあるが、それが自治体や域内の事業者、住民に恩恵をもたらすとは言い切れない。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・年収の税制上の壁に関する議論が前向きに進むほか、春の賃上げムードの醸成などで、消費マインドの好転が期待されるため、実用衣料も徐々に動きが出てくる。
	□	食料品製造業（従業員）	・今のところは大きく動きそうな商材もないが、気候も安定しているため、景気が大きく変化することはない。
	□	繊維工業（総務担当）	・消費者の購買意欲に左右される業界であり、少し余裕のある経済状況でなければ、和装品の購入は増えない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きは不透明である。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・引き続き、年明けも各種イベントは実施されるが、受注量の大幅な増加は予想していない。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先からの情報では、電装品向け、家電向けの出荷量は、やや好調な動きが続きそうである。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・余分な在庫はもたず、必要な物は短納期で発注する傾向がしばらく続くと予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・業況は業種によってばらばらで、まだ模様となっている。物価の上昇は続いており、個人消費は節約志向が目立つが、最低賃金の引上げなどの影響もあり、一進一退の動きが予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・中国からの需要の早期回復は期待できない。
	□	金属製品製造業（営業担当）	・米国の大統領の交代による影響や、今後の中国経済の推移など、先行きの不透明感はまだ拭えない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・景気は良くないまま推移すると予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・インフレ傾向が続くなか、高価な製品の売行きは良くないが、一般的な価格の製品はそれなりに売れている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・当業界が根本的に活況になるとは考えていない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸び悩んでいる。引き合いはあるが、納期がかなり先の注文が多い。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・食品や日用品などの物価の上昇は続いているため、家計への影響は大きく、財布のひもがまだ固い。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・物価の上昇に伴い、お金を使うよりも将来に備える傾向が強まっている。使うお金がないわけではないものの、使わないイメージが定着している。
	□	建設業（経営者）	・今後も監理技術者や技能労務者の不足により、受注したくてもできない状況が続く可能性がある。
	□	輸送業（経営者）	・社員を募集しているが、就職希望者が集まらない。新たな仕事の依頼があっても受けられないため、業績は現状並みとなる。
	□	輸送業（営業担当）	・学習機が売れるシーズンに入るが、例年並みの動きとなりそうである。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年12月から2月は売上が減るため、今年も減少傾向が予想される。
	□	金融業（営業担当）	・大阪・関西万博の開催まで約4か月となったが、大きな案件の話もなく、特需が発生しているような話もないため、特に変化はない。
	□	広告代理店（営業担当）	・紙広告、Web広告共に、売上が前年と変わらない。
	□	司法書士	・相続登記に関しては問合せや依頼がある一方、他の件は相変わらず少ない。今後もこの状態が続くと予想される。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・来春の大手メーカーによる値上げ宣言が出始めているため、物価の上昇による消費マインドの低下は続く。一方、大阪・関西万博の開催を控え、開催気運が醸成されつつあるため、プラスとマイナスの影響がせめぎ合う形となる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・物価の上昇に対して、所得の増加が追い付いていないため、景気が悪くなると予想される。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・新たな産業政策が失敗する傾向にあるため、先行きを懸念している。
	▲	通信業（管理担当）	・景気が冷え込んでおり、回復する要素が見当たらない。
	▲	金融業（営業担当）	・米国の輸入関税引上げによる、流通問題が懸念される。
	▲	不動産業（営業担当）	・良い場所であっても貸店舗が空室になるなど、空き店舗が増えている。この傾向は今後も続くことが予想され、景気は悪くなる。
	▲	広告代理店（営業担当）	・年明けの受注は少し減る見込みである。
	▲	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇が大きく影響している。
	▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・前年よりも受注量が非常に少なくなっている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・現在の市況や為替動向などから判断すると、先行きは悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・物価や資材価格の高騰に加え、人件費の上昇分も上乘せする必要があるので、建築コストの更なる上昇が予想される。各家庭の収入が増加するまでは、一定の時間を要することから、景気は冷え込む。
	×	輸送業（営業担当）	・賃金を上げて人手を増やし、利益率を上げる計画であったが、この1年間は逆の動きが続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	金融業〔投資運用業〕 (代表)	・良くなる要素が全くない一方、悪くなる材料は多い。貧富の差が拡大する要素が多く、経済のバランスが崩れている。このアンバランスが正されるのを我慢して待つしかない。
	×	その他非製造業〔電気業〕 (営業担当)	・産業構造が変化していないため、新たな産業の構築が求められる。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*
	○	人材派遣会社(役員)	・年明けの数か月は、求職者の動きが活発化すると予想される。
	○	人材派遣会社(営業担当)	・大阪・関西万博に伴う需要に期待したい。直近では英会話関連の求人で、求職者の動きがみられる。
	○	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・衆議院選挙の結果、与野党の状況が大きく変わったことで、税制の見直しや社会保障制度の改革など、現状の物価上昇などに対応した、国民の暮らしを良くする動きがみられる。
	○	民間職業紹介機関(営業担当)	・来年1月から2月は、3月の就職活動の解禁に向けて、更にイベントの出展が増える時期となる。その一方、イベントへの学生の動員については、伸び悩みが心配される。
	□	人材派遣会社(支店長)	・このまま可もなく不可もない状況が続くそうである。
	□	人材派遣会社(管理担当)	・大阪・関西万博の開催が近づき、求人数は増加するものの、マッチする人材が今後もなかなか見当たらないと予想される。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・全業界での利益の増加が見込めなければ、就業している派遣社員全体の給与の底上げにはつながらない。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・年末年始に向けた、関西の地元企業からの新聞広告やデジタル広告への予算はほぼ前年並みのため、売上はこの3か月とほぼ変わらないと予想している。
	□	職業安定所(職員)	・10月の新規求職者数は前年比で増えたが、事業所が採用の意思を示しても、辞退する求職者が増加している。
	□	職業安定所(職員)	・人手不足で求人数は増えても、事業所の採用基準が下がっているわけではない。60歳以上の求職者割合が高い状況では、事業所と求職者のニーズがミスマッチとなりやすく、採用にはつなぐにくい。
	□	職業安定所(職員)	・輸出の動きが業績に影響を及ぼす企業が多いなか、貿易関係は先行き不透明な状況である。
	□	職業安定所(職員)	・新規求人数は増加傾向にあるが、原材料価格の高騰や最低賃金の引上げによる人件費の増加分が、価格転嫁できていないとの声もある。今後は今よりも良くなる要因がないことから、景気の変化は余りないと予想される。
	□	民間職業紹介機関(職員)	・このところは、建設業や警備業の中小事業者からの求人が増加している。いずれも人手不足感が強いが、従業員の処遇改善が遅れている事業者が多く、人材の確保に苦慮している。来年の大阪・関西万博の開催に向けて、特に警備業の求人が増えそうである。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・人手不足が続くため、景気が上向く状況にはない。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・就職環境から見ると、現段階で景気を左右する兆候は見当たらない。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・人出が回復すれば、持ち直すことが期待される。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・減少していた求人数にも、下げ止まりの兆しがある。求職者数の減少傾向も続いているため、雇用市場の需給バランスは良い。
	▲	*	*

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
	×	アウトソーシング企業 (社員)	・求人を出しても応募がなく、人手不足の状態が続いている。仕事量が増え、負担も大きくなっているが、賃金は上がらず、手当が出ることもない。

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)	◎	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症対策緩和により、海外需要が高まっている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・これまで当地域ではなかなかインバウンドの好影響を受けることがなかったが、今回、思わぬところからその恩恵を受けることになった。インバウンドが続く間、しばらく景気は良くなってくるとみられる。
	○	百貨店（広報担当）	・冬のボーナス支給と来春の賃上げ議論などで客の消費意欲が刺激され、消費が多少なりとも活発化すると見込む。
	○	百貨店（営業担当）	・式典や行事の開催により、客同士で集まる機会が増え、それに伴う需要が増えていく。
	○	百貨店（総務・経理担当）	・年末年始やバレンタインデー等消費が増加する大きな機会を控えている。
	○	スーパー（業務開発担当）	・年末から春先にかけて今の状況が続く。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・継続して人の往来が続くと考えられ、円安も進むことで海外からの観光客も増える。懸念されるのは光熱費と人件費の高騰で、経営者にとっては逆風なので、人の流れをつかみ、売上の増加を図らなければならない。
	○	一般レストラン（経営者）	・今後、ボーナスが支給されると、経済的余裕が生まれ、景気がやや良くなる。
	○	バー（経営者）	・景気が良くなると潰れる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・年末年始を迎え、来客数の増加が見込まれる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・1か月前は12月の宿泊予約の伸びがとても悪く、前年を2～3%下回る予想もあったが、11月中旬から伸びが出てきており、このまま進めば前年比2～3%増加も見込める。
	○	旅行代理店（経営者）	・円安で海外旅行は減少しているが、国内旅行は大幅に増加している。
	○	テーマパーク（営業担当）	・天候さえ良ければ冬の繁忙時の来客数の増加が期待できる。
	○	住宅販売会社（住宅設計担当）	・物価上昇による販売量低下に対する会社施策により、企画型住宅や分譲住宅など、顧客の選択肢が増えてきている。
	□	商店街（代表者）	・空き店舗への新規出店の問合せはあるが、近々の景気には余り影響がないと考えている。
	□	商店街（理事）	・クリスマスや正月の需要が出てくるため、ある程度、来客数が増加する。
	□	一般小売店〔食品〕	・物価上昇が続く、客の節約志向も定着している状況で、今後については見通しが立たない。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・他店でも客に動きが出てきているが、売上に繋がっていない職種もあるため、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が良くなってほしいが、余り期待はできない。
	□	百貨店（営業担当）	・店頭で購入する客が少なく、ネットによる注文が多くなっている。また、電話注文による売上も少しずつ増加している。新規客の店頭での商品購入が厳しいため、今後も状況は変わらない。
□	百貨店（営業担当）	・気温がそのまま下がっていけば重衣料などの動きがあるとみているが、前年水準までは戻らないとみられる。物価の上昇を考えると、衣料品に費やす支出の割合は更に低くなるとみられる。	
□	百貨店（売場担当）	・ここ数か月、イベントなど特別な催しは好調であるが、一方で、客がふだんの買物は我慢する傾向がより強まっている。	
□	百貨店（外商担当）	・今後は気温の低下により、冬物商材の動きが回復するかがポイントになる。	

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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・近年は冬が短く、商品単価の張るコートや高級素材ニットなど防寒アイテムの正価での販売期間が非常に短い。本年もその傾向にあり、12月商戦からクリアランスセール的好材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数の前年割れが続いているが、12月に値上げを実施するため、売上は前年をやや上回った状況で推移する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・前年と比べて、値上がりによる単価上昇が拡大しており、点数増加が見込めない状況である。割引日の集客は期待できるが、平日の集客や売上確保は厳しいとみられる。年末年始商戦を迎えるが、大幅な伸長は考えにくい状況である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げに対して、客の収入はさほど増えていないのが現状である。景気回復のための施策もみえず、景気が良くなるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・特売日や割引日に客が集中しており、節約志向が続く見込みがある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・野菜等の価格上昇で買上点数が減少している。客の購買意欲が低下し、必要な商品だけの購入にとどまっているようである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・物価高は根深く、依然としてその影響が続いている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・燃料価格の高騰が続いており、客の日々の節約志向は変わらない。しかし、クリスマスケーキの予約販売数が前年よりも好調であるため、たまのぜいたくとして高額商品が動く可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始にイベントが開催されるため、集客を期待したいが、物価の上昇が続いているので厳しいとみられる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始を迎え、客の出費が増加することを考慮すれば、例年どおりの消費傾向が考えられ、前年や2～3か月前と同等と判断している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後も情勢に大きな変化はないとみられる。支援等も多く出ているが、即座に客の消費行動にプラスとなる可能性は低いとみられるため、景気は変わらないと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・特に景気の良くなる要素がみえてこない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・呉服業界では八掛、白絹、半襟などいろいろな物が値上がりし、単価が上昇してくるため厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・国民は減税による景気対策を望んでいると考えるが、政府は非課税世帯へのばらまきばかりで、根本的な景気対策をしていない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇はまだ続く。買換えを促進する施策が講じられないと厳しい。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・気温の変化と初売りに期待できる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・年末に向かっているため、客の財布のひもが固くなり、景気が良くなる要素がない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給が増えない限り、余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今月は新車の販売は横ばいである。予算を抑えるために中古車を検討する客が増えている印象がある。車検などの整備費用は、整備内容を少なくして価格を抑える客が多い。また、安い会社で車検を受ける客も増えている。やはり、物価高の影響で車に掛ける費用を減らしたい客が増えている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・現状がしばらく続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	・景気が良くなるといった話を聞くことはなく、新政権が発足しても、なかなか良い方向には進まない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価高に対して手取りが増えない限り状況は変わらないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・景気回復の起爆剤となる要素が当面見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・現状から市場の動向が良くなるとは考えられないが、年末にかけて市場の動きが活性化するタイミングを逃さず、即座に対応し反転を図りたい。今後は市場や景気回復に期待をしている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・市が財政難で、いろいろなイベントを中止する旨の発表をして市民のモチベーションが下がっているため、現状維持が精一杯である。

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
	□	その他専門店〔時計〕 (経営者)	・歳末需要に期待しているが、先行きが見えない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕(管理 担当)	・9月から10月に食品など値上げラッシュがあったが、その動きに賃金の上昇が続いてきておらず、家庭の財布のひもは固いままとみられる。年末に向けボーナスなど、財布のひもが緩む季節だが、それに合わせたイベントなどで少しでも売上を伸ばす施策を行っていく必要がある。
	□	高級レストラン(事業 戦略担当)	・これから閑散期に入るが、大型の広告企画を実施し、来客数の維持に努める。
	□	一般レストラン(経営 者)	・牛肉、米、卵、野菜などの主力食材の価格の上昇、高止まりで、利益率が良くない状況が続いている。忘年会や新年会のシーズンに入るが、現状、予約は前年並みとなっている。ただし、予約の少人数化が顕著となっているため、売上は厳しくなる。また、アルコール類の売上構成が目標を下回る月が続いていることも心配材料である。
	□	一般レストラン(店 長)	・今後とも来客数の減少の影響は出てくる。駅の再開発で商圈がそちらに移動すると予想しており、それも不安材料となっている。
	□	タクシー運転手	・好景気を維持しているとみられる。
	□	タクシー運転手	・12月から繁忙期に入るが、利用者は多少増加するものの、今月と大差はない。
	□	タクシー会社(営業所 長)	・年末年始にかけてイベントなどが少なく、人流が大幅に増える要素が見当たらない。
	□	通信会社(営業担当)	・景気及び消費動向が浮沈する要因がなく、現状維持とみられる。
	□	通信会社(企画担当)	・年末から年明け以降、景気が活性化していく商材や話題が少ない。
	□	放送通信サービス(総 務経理担当)	・一般家庭の可処分所得に大きな変動がみられない。
	□	競艇場(企画営業担 当)	・2～3か月後の売上はほぼ横ばいとなる。
	□	美容室(経営者)	・物価高の影響で節約志向が続いているため、客の来店頻度が低くなっている。
	□	設計事務所	・数か月先の案件依頼がある。
	□	設計事務所(経営者)	・コロナ禍で止まっていたプロジェクトが再開し始めているが、建築コストの高騰が続く見込みなので、なかなか前に進まない。
	□	住宅販売会社(従業 員)	・金利上昇や税制優遇などの経済施策が打ち出されないと景気上昇にはつながらない。
	□	住宅販売会社(事業推 進担当)	・3か月程度では賃金の改善は見込めず、また、仮に販売単価上昇が止まっても、高止まりなので、景気の回復は難しいとみられる。
	▲	商店街(代表者)	・いろいろな商品の価格上昇や客の手取りの減少が購買行動を妨げている。
	▲	スーパー(店長)	・米等を中心に商品の値上げ幅が大きく、販売数量が大幅に落ち込んでいる。商品の単価上昇に消費者がついていけないことが数値の動きで明らかである。
	▲	スーパー(財務担当)	・物価の上昇が今後も続き、節約による買い控えで買上点数が減少し、低価格志向による買い回りにより、来客数の前年割れが続く。
	▲	コンビニ(支店長)	・次期米国大統領による関税引上げで輸出企業が低迷していくとみられる。
	▲	衣料品専門店(経営 者)	・来店を促すニュースレターやSNSの発信を続けているが、反応が鈍い。
	▲	家電量販店(副店長)	・来客数が改善しているが、前年比91%ぐらいなので、景気は少し下方傾向にあるとみられる。
	▲	自動車備品販売店(経 営者)	・米国の政治情勢など国外の影響により円安が進み、輸入品に打撃があり、販売コスト増加になっている。
	▲	その他専門店〔和菓 子〕(経営者)	・物価高が続き、客の購買意欲が低下している。
	▲	観光型ホテル(副支配 人)	・年明けは宿泊予約が一杯だが、その後はまだ動きがない。施設が山間部にあるため、雪の影響を受けやすいことも僅かだが影響している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・例年2月はオフシーズンを迎え、先行予約は伸び悩む。1月下旬から2月上旬に旧正月を迎える東アジアのインバウンドに期待する。3月も先行予約は伸び悩んでいるものの、欧米インバウンドツアーや国内個人の卒業旅行に期待する。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・インバウンド需要が落ち着く時期となるため、年末年始以外は単価を下げた販売が予想される。
	▲	旅行代理店（支店長）	・我が国もそうだが、米国も政権が変わりどのような方向に進んでいくかによって状況は変わってくる。また、円安に振れるようであれば、景気が更に悪化することが見込まれる。
	▲	通信会社（広報担当）	・価格が少しでも高いと売れない状態である。
	▲	テーマパーク（業務担当）	・冬になると、キャンパー自体が少なくなる。また、雪が降るようなことがあれば、都市部からの来客は見込めなくなる。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	・シーズンオフになり、更にインバウンドが落ちてきているため、来客数は減少する。先の予約も若干減少している。
	▲	美容室（経営者）	・客の所得が上昇しておらず、財布のひもが固いため、景気は現状よりも悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰などの影響なのか、客の買い控えや節約が少しずつ表面化している。
	×	商店街（代表者）	・物価高の影響で、客の財布のひもがかなり固くなっている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・年末までの速やかな物価対策がみえてこない。
	×	百貨店（営業担当）	・市街地の集客を奪う駅周辺の開発によるマーケット環境の変化が考えられる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・ここ1～2か月の間に、近くに競合店が出店する予定であるため、客が徐々に奪われることを危惧している。
	×	家電量販店（企画担当）	・今後はしっかりとした経済政策が実施されないとみており、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・業種的に年間で1番落ち込む月であるため、今後は異業種参入も必要かもしれない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・店舗への客の来店の様子が全く変わっていない。
	×	設計事務所（経営者）	・年末年始は出足が悪くなり、成約に結び付くのが厳しい。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今のところ、2～3か月後も生産は順調であると考えている。
	○	食料品製造業（経営者）	・客の購買意欲は上昇している。ただし、値上げにより価格帯が上がりつつあるため、少し良くなる程度とみられる。
	○	食料品製造業（営業担当）	・11月は前年の受注量を超える見込みである。
	○	化学工業（総務担当）	・様々な地政学リスクは不透明な部分もあるが、モノの値動き等をみる限り、少しずつ良くなっていくとみられる。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・季節性のある製品を生産している関係で、需要期に向けた海外向け製品の生産増が見込まれる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（支店長）	・域内の建設業関連事業者の好調につながれば、関連する業界にも好影響を与えることから、将来的な景気はやや良くなると想定する。
	○	不動産業（総務担当）	・例年どおりであれば、来月から来客数の増加が見込まれる。
	○	会計事務所（経営者）	・中小で回復が遅れていた自動車関連部門が少し動き出した。年度末へ向けて補正予算の後押しも期待される。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・金利上昇や物価の高騰がいつまで続くか分からない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・為替も新設住宅着工戸数も現状維持であり、景気としては変わらない状況が続くとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・現状の政治課題対応や海外情勢の不安定さが懸念される。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・年末年始対応などの季節要因はあるが、生産水準の変化は見込めない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注環境が良くなる兆候がない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の解消ができないため、景気は横ばいである。
□	金属製品製造業（総務担当）	・スポットで大型案件はあるが、それ以外は今と変わらないと想定している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・取引先の内示情報から判断すると、景気に変化はない。
	□	建設業(経営者)	・補正予算が閣議決定され年内成立されそうである。
	□	建設業(総務担当)	・価格転嫁が受け入れられやすい環境にあるが、技術職が手一杯の状況であり、予定物件の遅れや延期がみられる。
	□	輸送業(業務推進担当)	・特に景気に関する大きなプラスやマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
	□	輸送業(営業担当)	・新規の見積依頼は少ないため、顧客の動きに大きな変化はみられない。
	□	金融業(経済産業調査担当)	・個人消費の持ち直しに向けた材料が乏しい。
	□	広告代理店(営業担当)	・景気が良くなる要素がない。
	▲	非鉄金属製造業(業務担当)	・電子材料関係が年明けから生産調整に入る見込みが出ている。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・中国経済も減速が続き、需要が減少している。
	▲	建設業	・今後も物価上昇が続いていく。
	▲	通信業(企画担当)	・海外の政治的な動きが不明瞭な点もあり、先行きが暗い。特に輸入先の関税高騰により、データセンター関連の商材も高騰し、ますます客の財布事情が厳しくなっている。
	×	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社(事業部長)	・依然として企業の人手不足感は強く、新年度に向けて人材を確保しようとする動きは、より強くなっていくとみられる。
	○	人材派遣会社(求職者対応)	・毎年4月に転職する人が多いため、応募者数が増加する傾向にある。
	○	求人情報誌製作会社 (総務担当)	・年末年始に向けて、飲食店の予約件数が増加傾向にある。ただし、1件当たりの人数は新型コロナウイルス感染症発生前に比べて減少している。
	○	求人情報誌製作会社 (新卒採用担当)	・今後も新卒、中途問わず、採用活動に継続して投資する企業が増える見込みである。景気上昇イコール採用活発化と捉えたと、やや良くなるとみている。
	○	新聞社[求人広告] (担当者)	・車両、住宅等の商品供給に改善がみられ、消費の底上げ、周辺企業への好影響が期待できる。
	○	民間職業紹介機関(職員)	・国内では首相が代わり、米国でも大統領が交代するなど政治的な動きがあり、様々な業界で皮算用が行われている。現状としては、まだ目立った動きは見られないが、次期大統領就任以降の経済政策によっては、経済も好転する。
	□	人材派遣会社(経営企画担当)	・年々、派遣スタッフの獲得に苦戦しており、今後もそのトレンドは継続すると考えられる。
	□	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・中途採用も新卒採用も超売手市場が続いている状況で、人手不足はますます深刻化する。
	□	職業安定所(事業所担当)	・企業の人手不足感は強く感じるものの、原材料高及び物価上昇等により先行きが不透明であるため、これからの業績が読めず、人材確保に慎重になっているとみられる。
	□	民間職業紹介機関(人材紹介・派遣担当)	・年内は情報収集を軸として潜在層が多いため、具体的アクションは年明け以降となる見込みである。しかし、1月以降は第2新卒等の動きや年度替わりに向け、選考を希望する求職者数の母数が増えるとみられる。
	□	学校[短期大学](進路指導担当)	・新卒者対象の採用活動を終えた企業が多く、求人数の増加が鈍化している。製造業からの求人数は増加傾向にあるが、求職者の希望と合わず、応募に至らない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・求人状況は、人材不足のため賃金は上がっているが、労働者は103万円の壁により、就業時間を減らす傾向がある。
	▲	職業安定所(職員)	・経済圏が閉じており、外部からの人の出入りが少ない地域において、慢性的な人手不足は常態化している。近頃では、人手不足を理由に仕事を断らざるを得ないという声も複数聞かれる。この状態が僅か数か月で解消する劇的な変化は期待できない。

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

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)	◎	—	—
	○	商店街（常務理事）	・長く続く物価高に諦めともいえる感覚を覚えるが、節約疲れがあり、レジャーや観光、趣味には出費を惜しまない動きもあるため、一概に景気が悪いだけでもないとみられる。消費喚起策にはメーカーや小売店の工夫が必要であり、それが先行きの明暗を左右する。地元では港湾地区の開発、完成が佳境であり、その動向や人の流れに注目が集まっており、景気向上に期待を持てる。
	○	家電量販店（店員）	・冬のボーナス商戦や新生活準備商戦が続き、期待できる。
	○	通信会社（支店長）	・物価上昇が続いているものの、ボーナス商戦、年末年始の帰省等により、良くなるとみられる。
	○	美容室（経営者）	・12月は客も少し動くので、売上は増加するとみられる。
	○	設計事務所（所長）	・比較的好調なものづくり企業が多く、当社もそのような仕事を受注する予定がある。
	□	商店街（代表者）	・複雑多岐な世界情勢、物価上昇による生活への圧迫等により、多少賃金が上昇しても生活必需品に回すため全くゆとりはなく、景気上昇による生活水準の向上などは期待できない。さらに、地方都市は99%が中小零細企業であり、賃金が上昇したという話は皆無である。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来年2～3月は年度末の関係で、例年、多少売上高が伸びており、今回も期待している。しかし、仕入価格及び運搬費等の高騰の影響で、不安定要素があり、予想がつかない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費者の節約志向が強いため、物が売れない状況が今後も続くと思われる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・生産、入荷の量が減少しているため、商品を指定する客には予約をお願いしているが、入荷ができないこともある。生産に2年以上掛かる植物は、これから先も新型コロナウイルス感染症の影響が続くとみられる。
	□	百貨店（販売促進）	・度重なる様々な品目の値上げに賃金上昇が追い付かず、購買意欲にはつながらないとみられる。
	□	百貨店（マネージャー）	・インバウンドの先行きは不透明であり、国内需要は原材料価格の高騰などの影響もあり、今より良くなるとは考えにくい。
	□	スーパー（店長）	・年末商戦に向けて良い流れになっている。
	□	スーパー（店長）	・突発的な要因が発生しない限り、今の好調な状態が今後も継続するとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・今後も商品の値上げが続く影響から売上は伸びていくとみられるが、単価の低い業態へ客が流れていく懸念も発生するとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・季節の変わり目などの気候の影響が大きく、動向については見通しが難しくなっている。また、物価上昇がこのまま継続していくなかで生活防衛意識が高まっており、まだ将来の見通しは不透明である。
	□	コンビニ（店長）	・来客数が減少していくとみられる。
	□	コンビニ（店長）	・地元の建設業やタオル業界の業況が良くないようであり、当面は余分な消費を控える状況が続くとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・米の価格が一旦落ち着けば単価が抑えられ、客の購買力が上昇するが、現状その兆しがみえない。
	□	コンビニ（総務）	・今後の景気回復に関する具体策がみえていないため、横ばいとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・100万都市とインバウンド相手以外の業界は景気が良くなるとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現状は厳しく、12月は景気が良い月になるはずだが、状況は大きく変わらないとみられる。寒くなったら期待はできるが、厳しくなるとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・期待できる材料がない。

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
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・特に食品の物価上昇が続き、衣料品の購入を控えている客が増加している。賃金上昇が物価上昇のスピードに追いついておらず、景気の良い話は聞こえていない。
	□	家電量販店（副店長）	・来客数は徐々に戻ってきているが、販売量は特に変わらない。光熱費の高騰及び物価高の影響もあり、客の購入も慎重になっている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・販売が可能な車種が増える見込みがない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新型車は発売されるが台数制限等があり期待できない。もう少ししばらく受注の取りづらい状況が続く。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・大きく売上が増減する要因は見当たらず、数か月は現状どおり進捗するとみられる。
	□	一般レストラン（経営者）	・年末年始の消費熱も終わり、これといったイベント等もない時期であり、悪い状況が続くとみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・足元の景気は好調であるが、航空便の座席数、各地域の宿泊客数には限界があり、更に景気が向上するには、今以上に県内の広範囲に来訪者を回遊させなければならないとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・忘年会の動きは例年と変わらず、宿泊は堅調である。
	□	タクシー運転手	・通常では年明け2～3か月、1月や2月は少し忙しくなる。しかし、物価が上昇しているとともに、サラリーマンは特に小遣いをカットされている。また、夜の飲食店では、新型コロナウイルス感染症対策費などの支払が始まったため、店を閉めたという話もある。タクシーの台数も少なく、40%前後で稼働しているため、そのような状況に鑑み、景気の先行きは変わらないとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は多くなりつつあるが、購買意欲はそこまで高くなく、物価高騰などもあり節約志向は強い。
	□	観光遊園地（主幹）	・インバウンド需要が高い水準で推移しており、当面の間はこのまま良い状況が続くと想定される。
	□	競艇場（マネージャー）	・まだ物価の上昇が続いているが、遊興マインドを縮小させている雰囲気はみられない。
	▲	商店街（代表者）	・気候が不安定であり、原材料もかなり値上がりするとみられる。これらの要因により、消費者の自己防衛のマインドが高まり、消費量はやや低迷するとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・景気が良くなる兆候が余りみられず、貧富の差が一段と激しくなっていく傾向にある。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高、単価上昇、来客数の減少傾向は変わらず、買い控えの傾向は続くとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価上昇が収入の増加を上回り、節約志向が強まり、買上点数が減少するとみられる。
	▲	スーパー（人事）	・本格的な冬に入り、電気代高騰の影響を大きく受けることで、生活防衛の意識が働くともみられる。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は、年末も過ぎ、1月と2月は非常に暇になり、少し景気が悪くなる。
	▲	旅行代理店（部長）	・所得の改善や政府の経済対策、インバウンド需要の増加などが下支えし、景気を押し上げるとみているが、先行きは不透明である。
	▲	美容室（経営者）	・消費を控えている客が多い。
×	タクシー運転手	・来年はお遍路の逆打ちの年ではなくなる上に、冬場でお遍路の仕事もほぼなくなる。また、街にもタクシー台数が増えるため、今より悪くなることは間違いない。	
企業動向関連 (四国)	◎	—	—
	○	農林水産業（職員）	・気温が下がってくると農作物の生育は回復するため、青果物の出回りは増量してくる。ただし、夏秋季の高温の影響が残ることから、例年より少ない基調での出回りが予想される。人間の足腰同様、植物は根張りが重要であるが、今年は根張りが悪く、天候不良時の収穫量への影響が強く出やすいことが懸念される。また、イノシシが多く出没し、例年以上に露地作物の被害が心配される。

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
	○	食料品製造業（商品統括）	・円安傾向が継続しており、エネルギー、原料価格が高止まりしているなかで、各業種が足並みをそろえて値上げを実施している。年明けにも食品業界の値上げは予定されており、業界全体で売上増加につながる良いサイクルとなっている。
	○	繊維工業（経営者）	・全国でみると地域によって好不況があるが、良くない地域は過疎化、人口減少による要因が大きく、小売店の閉鎖もあり、ますます厳しくなるものと予測される。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・年末掃除用にウェットクリーナーを購入する客が増加することから、11～12月は毎年売上が増加し、その反動で1～2月は減少する。新型コロナウイルスの感染状況が収束し、化粧品関連の需要が高まってきているため、マスクの拡販をしやすくなる。
	○	化学工業（所長）	・物価上昇の浸透とインバウンド回復を期待する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・農業が非常に低迷していたが、今年は近所等で米が大変高値で売れた。そのような意味では、農業者が将来に期待を持って農業に本気で取り組んでいる雰囲気がある。やはり農業は基盤産業であり、良くなることを期待したい。
	○	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連広告や観光関連広告が増加傾向にある。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・世界的な金融引締めに伴う影響や中国経済の先行きに不透明感に加え、地政学的リスクの高まり、物価上昇や人件費などのコスト増加等もあり、世界経済の下振れが懸念される。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・米国大統領が変わることで更なる円安基調、それに伴う物価高の継続が見込まれる。
	□	建設業（経営者）	・取引先の動きや資材価格の高値での推移し、販売量等から考えると、変わらないとみられる。
	□	建設業（経営者）	・現在のところ、公共工事の見通しが立っていない。
	□	輸送業（経営者）	・大きな不安、期待要素がなく、状況は変わっていない。
	□	通信会社（総務担当）	・当月受注だけでなく、年度内の受注の積み上げ状況についても伸び悩んでいる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・良い話も悪い話も大きなものは聞かない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・住宅メーカーの受注が回復していない。平屋の増加で床面積が減少しており、建材等の受注が減少している。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械関連の今後の見通しが立たない。
	▲	金融業（副支店長）	・地方では、物価高騰分に対して給与水準は上昇しないままである。
	▲	税理士事務所	・物価高騰などによる価格転嫁がまだできていない。
	雇用 関連 (四国)	×	—
◎		—	—
○		—	—
□		人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金上昇や物価高騰により、景気が微妙な情勢だが、2～3か月先は、大きく変わらないとみている。
□		求人情報誌（営業）	・求人数が高止まりしており、充足に向かう気配はみられない。しかし、大幅に求人数が増える見込みもなく、停滞するとみられる。
□		職業安定所（求人開発）	・大企業は、人手不足に対しては、設備投資やDXによる省人化で対応し、賃上げに係る人件費増加に対しては、早期希望退職者を募って長期的な固定費を削減するなど様々な方法で比較的対応できている。一方、最低賃金上昇や賃上げに係る人件費増加、年収の壁といった社会保険適用拡大に係る人手不足に対して、設備投資や価格転嫁等で容易に対応できない中小企業では、先行きを不安視するところが多く、2極化がみられる。
□		民間職業紹介機関（所長）	・有効求人倍率はここ1年は、やや減少傾向で推移しており、求人状況から考えても当面の景気は変わらない。
□		学校〔大学〕（就職担当）	・特に地方は人手不足感が強く、求人数は非常に多い状況が続くとみられる。
▲		求人情報誌製作会社（経営者）	・年始の求人数が落ち着き、求人数の減少が予想される。
▲		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年4月までは仕入価格上昇に伴う予算減少から、ますます広告費を抑制する動きが高まる。

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

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)	◎	住関連専門店（従業員）	・冷え込みが進み、高単価の秋冬商材の売行きが伸びることに期待したい。加えて、推薦入試を終えた受験生の新生活需要や年末年始の帰省客を迎えるための需要が見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・夏は客の動きが悪かったが、平年並みの寒さになったため動き始めた状況である。今後は徐々に良くなり通常に戻り始める。
	○	商店街（代表者）	・12月は名入れサービス業務のほかに年賀状など印刷物が増えていくため景気は良くなるが、1月には減少すると想定している。
	○	商店街（代表者）	・今まで低迷した来客数や客単価が少しずつ増加しており、2～3か月先には希望が持てる。SNSを用いて客への情報提供を増やしていき、今後の可能性に期待したい。
	○	商店街（代表者）	・今後はブラックフライデーや年末商戦、初売りなどイベントが増えるため売上も伸びると期待している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・景気は年末の売上に左右される。毎年、年末前は売上が落ち込んでいても、年末になると売れる傾向にあるが、今年は先が見通せない。養殖魚の物価が高止まりしており、非常に厳しい商戦になると予想している。
	○	百貨店（企画担当）	・米国の新政権発足により円安基調に進めば、インバウンドの拡大や株式市場への海外資金の流入による株価上昇などが好材料となると判断している。
	○	スーパー（店員）	・物価を下げなければ、国民は消費を控えるばかりで景気は好転しない。米国大統領も変わり、世界各地の紛争が落ち着くとすると、米国は関税を引き上げ、我が国は輸出業に頼らなくなる。日本企業は内需拡大のためにも賃金を上げ、物価を抑えなければ立ち行かなくなると考えており、ここ2～3か月のうちにそういった流れになり、景気が上向いてくることを期待している。
	○	スーパー（総務担当）	・ここに来て寒い日が続いており、今まで低調だった鍋物商材、特に生鮮関係がよく売れるようになり期待が持てる。今後はクリスマス・年末商戦へと消費喚起の環境が続くため幾分上向いていく。
	○	スーパー（経理担当）	・10月に最低賃金が上がった効果を期待していることに加え、電気代補助の効果にも期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・大型補正予算の効果を期待している。
	○	家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具の需要が増えているため、今後の景気は伸びてくる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新社会人や年度末で環境が変わる人が多くなり、車を購入する人が増えてくる。
	○	乗用車販売店（役員）	・自動車メーカーの認証不正問題の沈静化に伴い、新型車投入が再開されていくことに期待したい。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーから向こう3か月の配車計画が提示された。今後2～3か月は計画以上の配車があるため、今期は好決算が期待できる。
○	乗用車販売店（役員）	・年末年始の商戦に加え、メーカーの生産が回復基調にあり、登録や納車など販売が増加すると予想される。	
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年、11～12月のコーヒー業界では、売上が増加してきている。ギフトシーズンに入り、前月から客が増加傾向であるため、店頭での販売量が増加傾向になる。今後2～3か月先の売上予想も前年比を超える見込みである。	
○	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〕（支配人）	・当ショッピングセンターの商況は閑散期となっており、ここから3か月は大型新店舗やバーゲンセールなどプラス要素が多いため、良化傾向になると判断している。一方、物価高騰や異常気象が継続した場合は、冬物処分が進まずバーゲンセールでの稼働が鈍化するため、悪化する可能性も十分にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	高級レストラン（経営者）	・ 来月は繁忙期となり、今月より来客数は多くなる。予約状況は、忘年会が入っているため安心してはいるが、例年の12月と比較すると人数に関係なく予約が減少傾向である。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・ 年末需要で一時的に良くなると予想される。インバウンド需要が多くなっているが、少子高齢化や人口減少により地元客は減少している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・ 値上げに消費者が慣れた感もあり、宿泊・宴会・婚礼と順調に客を受け入れられている。
	○	旅行代理店（職員）	・ 春の旅行需要に期待している。
	○	旅行代理店（統括者）	・ 政府の賃上げ政策によりレジャーへの支出が期待される。また、当市の空港の第2滑走路新設に伴いインバウンド及び海外需要の増加や中国のビザ解禁による中国人観光客の増加も予想され明るい話題が多い。
	○	旅行代理店（統括者）	・ 春休みの旅行の予約が増えてくる。
	○	タクシー運転手	・ 大型クルーズ船の寄港などインバウンドが好調となっている。また、イベントが多くなりホテルの予約も埋まっている状態が続いているため、堅調さを維持できる。
	○	タクシー（統括者）	・ 年末年始にかけて観光需要が多くなると予想される。客を確実に獲得できれば、乗務員採用が好調であるため景気は良くなると考えている。
	○	通信会社（営業担当）	・ 年末年始で消費が増えることが予想される。
	○	観光名所（職員）	・ 店舗の責任者からの報告によると、年末になるにつれ更に来客数が増加すると見込んでいる。
	○	美容室（経営者）	・ 美容業界の動きが悪い要因ははっきりしないが、ボーナスが出るため動きが出る。天候にもよるが年末年始の商品の動きには期待できる。商品の動きが非常に悪い状態が続いていたが、今月から1月までは徐々に売上が伸びると期待している。
	○	理容室（経営者）	・ 年末に向かうため、業界的には期待できる月になる。
	○	美容室（店長）	・ 新型コロナウイルス感染症はどうか落ち着き、外出の機会も多くなるため、若干景気は良くなると予想している。
	□	商店街（代表者）	・ 所得の上昇が物価の上昇を上回り先行き不安が解消しない限り、消費は上向かない。
	□	商店街（代表者）	・ 全ての商品の価格が高騰しているため全体的な消費が低迷している。今後価格が下がることはなく、景気は良くなれないと考えている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	・ 景気状況が変化する要因が見当たらない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 花屋はクリスマスには需要が多いと考えるが、購買店でもある当店ではクリスマスの売上は伸び悩む状況である。意外にも12月にはお供えの花を贈ることが多くなり、正月の花は通常同様の売上はあるが、1～2月にはイベントが余りないため、売上は例年どおりに伸びないと予想される。加えて、夏の猛暑により花の出来が良くないため、高額になると予想される。
	□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ 年末年始は客用や贈答品用として多少の売上は確保できる。個人の客は、米価格が前年より倍になったこともあり日本茶の買い控えが続いている。
	□	百貨店（企画担当）	・ クリアランスセールが落ち着き、まだ気温が低い日も続くため、春夏商材の購入にはつながりづらいと予想している。
	□	百貨店（企画担当）	・ クリスマスケーキの予約金額が前年を下回るなど物価高の影響がある。外商は堅調に推移しているが、最も需要がある価格帯の消費が現状以上に旺盛になる要素が見つからない。
	□	百貨店（経理担当）	・ 物価高の影響で客の節約志向は今後も続くと考えられる。食品催事等の売上の落ち込みは少ないが、衣料品全般の売上が伸び悩んでいる。
	□	百貨店（営業担当）	・ 店頭価格は上昇しているものの、自家需要商材やし好性の高いブランド品・舶来雑貨の購入意欲は依然として強く、紳士雑貨やインテリア、ブランド品・舶来雑貨の購入意欲は継続している。また、クレジットやコード決済により客単価や商品単価の伸びが見込める。加えて、年末年始の帰省客や国内外の観光客増加により来店が増加し、年末年始商戦の活性化が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・今後も節約志向は継続するものの、賃金上昇により年末年始の購買意欲上昇につながることに期待したい。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・選挙や税制の変更などの報道が多く、年収の壁の方向性もはっきりしないため、対象ではない消費者も購買の動きが止まると危惧している。物価高や光熱費の高止まりは続いており、生活防衛の買い控えはしばらく続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・米国大統領選挙後、関税が上げられる懸念や為替状況も良い見通しではないため、状況に変化はないか若しくは悪くなると予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・年末年始は帰省や旅行、インバウンドによる人の動きが続くと考えられ、コンビニのニーズも拡大すると予測している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気についての特段の好材料もないため、横ばいで推移する。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・電気代やガソリン代の補助施策がどう影響するか注目しているが、ポジティブな変化には期待が薄い。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・政治や世の中の先行きが読めない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・3か月先も何も変化がないと予想される。手取りを増やす対策を採り始めているが、30年間停滞していた政治のほんの一部の話し合いを始めたばかりで、全体として景気が良くなるという気持ちにはなれず、非常に先行きは厳しい状況である。引き続き企業努力をして望みたいと考えている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高で出費は増えていく一方であるが、収入は増える様子もなく、消費が増加する傾向にはならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・気温低下が例年より遅かったため、今から若干持ち直しそうである。しかし、一時的なことであるため継続はしない。物価高の影響が強く、気温低下以外に上向く要素が見つからない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・年末年始の気温や降水量などは平年並みと予測され、11月のような伸長は余り見込めない。
	<input type="checkbox"/>	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。
	<input type="checkbox"/>	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・インバウンドの鈍化と国内の力弱さが一進一退の状態である。富裕層向けのインバウンドは特に一服すると予想している。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・海外の利用客増加が11月の売上を支えたが、国内の利用客は団体利用を中心に減少しているため相殺され景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・予約が直近化しているため、全く先が読めない。団体の動きが良くなることを願うばかりである。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（管理）	・相応の売上確保を見込んでいるが、人件費、仕入原価等の上昇傾向が続いており、収益力はさほど変わらないと予想している。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・忘年会シーズンに入るため、金曜日と土曜日は夜の売上が多くなり、日中の売上は伸びていかないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・景気の冷え込みはないもののニーズが多様化しており、変動がみられる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・景気が良くなっているため、そのまま維持できると考えている。それ以上のトピックスがないため先行きに変化はない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・物価上昇の継続や値上げ品目の増加等、顧客を含む地域住民を取り巻く環境が好転する兆しがみえない。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（従業員）	・通常であれば年末年始を除く12月以降は閑散期となり客が減少するが、アニメとのコラボレーションにより、客が増加し現状が維持されることに期待をしている。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	・これまで景気は良かったが、今後もこの状況で推移すると推測する。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	・冬場の天候が前年並みとの予報があるため、景気に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業）	・もし暖冬であれば来場者数は伸びる見込みである。
	<input type="checkbox"/>	競馬場（職員）	・今月は販売量の動きから景気の上昇はみられない。今後は販売量増加が見込まれるような景気回復要因が見当たらないため、現況と変わりはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	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）	・補助金減額は国の方向性として出ており、負担増加は継続すると考えられる。
	□	設計事務所（所長）	・今月の結果がでるのは3か月先となるため、2～3か月先の景気は若干良くない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・展示場の来客数や新規資料の入手など大きな変化はなく、商談客の割合も一定数で推移していく。
	▲	商店街（代表者）	・食料品を始め大手の商品の値上げが続いているが、小規模小売業の商品は値上げしづらいのが現状である。街の和菓子屋の商品を10円値上げするとしばらく売上は落ち、僅かな利益で営業をしているためこれが死活問題となっている。売上が少ないため従業員の給料は現状維持が精一杯である。小規模小売業では店も従業員も厳しい状況が続いており、年末の公務員のボーナス額が明示されるたびに、従業員に対して心苦しくなるのが実情である。
	▲	商店街（代表者）	・商品の値上げや株価、円安など不景気な社会を感じている。食品など生活必需品は購入しなければいけないが、年末の買物や日用品購入等を節約する雰囲気が出ると危惧している。
	▲	百貨店（総務担当）	・物価がまだ上昇し、景気は悪くなる。
	▲	百貨店（リーダー）	・現在が繁忙期であるため、2～3か月先は下り気味になると考えられる。
	▲	百貨店（経営企画担当）	・相次ぐ値上げにより、購入商品の厳選や来店頻度が減少している。年末年始の消費が相次ぐ時期を過ぎると、支出を控える傾向は更に強くなると考えられる。
	▲	スーパー（店長）	・様々な商品が大幅な価格上昇を継続しているが、収入の増加は余り望めず消費意欲は減退傾向であり、景況感の見通しは暗い。
	▲	スーパー（企画担当）	・可処分所得が上がらない状況下で節約志向を払拭することはかなり難しいとみられる。年末にかけて消費者の購買意欲の低下が懸念されるが、前月までの高気温から、季節らしい気温になれば、購買意欲に変化が出てくると考えられる。
	▲	コンビニ（経営者）	・今後も物価高が続く。
	▲	コンビニ（経営者）	・3か月後は近郊に競合店の出店が予定されるため不安要素があり、売上や利益が楽観視できない状況になっている。
	▲	コンビニ（店長）	・国内や米国の新政権に不安があり、将来に期待できないため今後は懸念される。
	▲	家電量販店（店員）	・円安が続く限り物価上昇に歯止めがかからず、国内情勢も価格高騰につながる事柄しかないため景気は一層悪くなる。
	▲	住関連専門店（経営者）	・10月の産業祭りではそれなりに売れたが、それ以降なかなか売上が増えず落ち込んでいる。物価や人件費、仕入価格の値上がりで経費がかかり、同業者間の情報を聞いても厳しい状況である。
	▲	観光旅館組合（職員）	・冬は雪の影響などもあり、来客数は少し落ちる可能性がある。
	▲	観光型ホテル（営業）	・先行予約を考えると需要に波があり、上り調子であるとはいえない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月後はイベント数など限りがあり、今より下がる予想である。しかし、インバウンドも含め、中長期的には増加傾向である。
	▲	通信会社（企画担当）	・現状のニーズが充足している状態を打開できない。
	▲	テーマパーク職員	・寒さが厳しい季節は、客の減少傾向を見込んでいる。
	▲	美容室（経営者）	・国民や企業の経営状況が徐々に悪化しており、閉店する店舗も増加しているため、生活を保障する対策を早急に望んでいる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・寒くなってきたため、除草作業の売上がない時期である。他の事業については、ほぼ横ばいの状況であるため、売上が落ちることが予想される。
	▲	学習塾（従業員）	・冬季講座に向けて問合せが出始めている。
	▲	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の上昇が見込まれる。それに対して仕事の対価としての人件費は上がらず、地方の中小企業や個人事業で顕著に表れている。また、生活必需品の価格上昇も続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	設計事務所（代表）	・金利上昇等の影響で、販売量の動きは悪くなる。
	×	住宅販売会社（従業員）	・先の総選挙の結果により年取問題が検討されているが、消費に金が回らないと考えられるため、景気は良くならない。企業の本質や利益を考え、社会還元や投資をすることにより、景気が回復してくると考えている。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた納品が控えているため、若干売上は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・損益は前年との比較で回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想される。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・集中的な営業努力の効果により、大手企業との取引が期待できる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関係の問題が徐々に解決しつつあるため、全体的な動きが良くなっている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・作業スペース改善、人員の採用の観点から工場増設に着手しており、今後の増収にも期待を持てる。
	○	金融業（営業）	・冬物需要や年末商戦など、ベースアップ等により向上したはずの消費力が発揮されることに期待している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webの問合せ件数が増加している。
	□	農林水産業（経営者）	・年末は正月商戦で期待ができる。インフルエンザによる原料不足も心配であるが、工場は通常どおりに稼働すると考えられる。しかし、1～2月の原料不足も心配であるが、消費もかなり落ち込むため、余り期待ができない。春先以降は、鳥インフルエンザは落ち着き順調になると予想される。全体的に消費については問題なく、特にギフトやふるさと納税が伸びているところである。
	□	家具製造業（従業員）	・2～3月の年度末に向け徐々に市場は活性化すると予測できるが、1月までは期待を持っていない状況である。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年であれば今が1番最盛期にならなければいけないところであるが、今年は前年と変わりなく推移している状態で今後を危惧している。前年の年末はふるさと納税の注文が多かったが、今年の受注を心配している。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・大きな生産台数の変化もなく計画どおり推移し、安定している。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・来年には増産という情報はあるものの、不確定であるため安心はできない。まだ低迷が続く。
	□	輸送業（従業員）	・例年1～2月の荷動きが良くないため、余り期待はできない。
	□	輸送業（従業員）	・年末年始に向けて取扱は増加すると予想されるが、高価格帯と低価格帯の2極化は様々なメーカーに波及している。メーカーとしては一定の収益を得られるが、倉庫などは取扱個数や容積等により料金が決まっているため、2極化が進むと取扱量は若干減少傾向となり、厳しい状況となる。
	□	輸送業（総務担当）	・物価や光熱費、人件費は上昇傾向であるが、荷主への値上げ交渉をしても満額回答を得られるケースは少ない状況である。コロナ禍より景気は確実に良くなっているが、当面現状は変わらない。
	□	通信業（職員）	・電気工事の受注状況は良いが、情報通信工事に関しては部門としての年度目標額に対して厳しい状況が続いている。特に入札案件の競争が厳しい。
□	通信業（経理担当）	・外注費の委託単価や派遣社員の時給など取引先から値上げ要求が強くなっている。人件費に関わるコストの上昇が著しい。一方で、本業の売上は堅調に推移しており、コストアップ分を吸収できている状況である。	
□	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上は順調に拡大しており、自動車の販売も持ち直しの動きが見られる。一方、住宅販売は今一つ力強さに欠け、人手不足や物価上昇などから先行きをやや慎重にみている企業もある。	
□	金融業（調査担当）	・ボーナスや年末年始により消費が活気付くことが見込まれるものの、長引く物価高騰が足かせとなり、消費者が慎重な購買スタンスを大きく転換させることは期待できない。当面は賃上げ効果を実感しづらい状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（調査担当）	・金利上昇の影響により企業の設備投資ニーズは停滞が続くと予想され、大きな変化はない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・正月時期の申込み案件が少なく、好材料が見当たらない。
	□	広告代理店（従業員）	・米政権が交代しても、劇的に情勢が変わることは現状ではないと予想している。今後ウクライナ侵攻やガザ侵攻の休戦がすぐに実行されるかどうかも見通せない。また、国内でも新政権が不安定化しており、すぐに政策の実効性が示されることは考えられず、3か月先も景気に変化はないと予想される。
	□	経営コンサルタント（社員）	・現状維持をベースに新規開拓したいが、新しい動きがつかめない。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの情報より、受注量や販売量が減少する見込みである。
	▲	建設業（従業員）	・現在、社会状況が著しく変化しており、来年は新米国大統領が就任し、物価やガソリン価格等が上昇すると予想される。
	▲	建設業（社員）	・手持ち工事が終わってくると非常に苦しい状況になるため、早期の補正予算決定や繰越工事、ゼロ債で多くの工事の発注を期待している。
	▲	金融業（営業担当）	・日本銀行による金利引上げ予想もあり、取引先は警戒感を示している。また、人件費や物価の上昇なども出口のみえない状況であるため、今後もまとまった前向きな資金需要は見込めない。
	▲	不動産業（経営者）	・同業他社や金融機関の担当者の会話では、将来的に明るい話題がない。
	▲	経営コンサルタント（社員）	・値上がりした商品は、数量を減らして購入する傾向にある。
	×	繊維工業（営業担当）	・収入に関する問題で、企業への負担が重くなり休業や廃業していく企業が増加すると予想している。助成金も本当に必要な企業は受給できない。当社も受給できず仕方なく事業を縮小し、今は外注に頼っている状況である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・この先、更に受注減少が見込まれており、米国の関税等の影響により景気が悪くなることが考えられる。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・年末特需のオーダーが増えると見込まれる。
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末需要で注文がある時期である。既存の顧客からも既に問合せがある。
	○	人材派遣会社（社員）	・新年度に向け、派遣や人材紹介など求人に出ると予想される。現在稼働中のスタッフに関しては料金改定の時期にも当たるため、改定結果が伴えば派遣でも安定就業へつながると見込んでいる。
	○	人材派遣会社（社員）	・例年より求人数は抑え気味であるが、年末年始に関わる求人が動き始めている。これまで人数で回していた業務も今期からシステムに置き換えるなど、DXが進んでいることも影響の1つとなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	・好転するような案件がないため、先行きに変化がない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・年収の壁の見直しや物価高など話題はあるが、景気は横ばいが続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・商品価格や物価の上昇などはあるものの、正月商戦や年末年始に伴う人流の活発化などもあり、景気はやや良い状況のまま推移すると予想している。また、インバウンドも感染症などが無い限り好調に推移する。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足が続いているが就職件数は伸びていない。事業を廃止する企業もあり景気上昇の要因がみられないことから、今後も横ばいが予想される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・各大学で行われる合同企業説明会でも企業の参加意欲が高く、人材の取り合いになっている現状を考えると、2～3か月の短期間で状況が悪化す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
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・政権政党の政権運営が不安定になることが予想され、今後も物価高騰と大手を除く中小企業の賃上げの先行きが危惧される。実質賃金は継続してマイナス傾向が続いているが、輸出企業を始めとする好調な企業収益が、物価高騰を上回る賃上げや将来を見据えた設備投資の拡大など前向きの支出につながることを期待されている。一方、幅広い業界で働き手不足が続いており、企業の採用意欲は継続すると予想している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価は需給バランスで成り立っているのは理解できるが、交通費や宿泊料が予想以上に高く、インバウンド需要を口実に乗車値上げされているように考えてしまう。賃上げの動きもあるが追い付いていないことから、こうした状況がしばらく続くと危惧している。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今年度以降も物価上昇傾向は続くと予想している。
	×	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)	○	—	—
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	・年末年始は観光需要があるため期待している。
	○	百貨店（経営担当）	・年末年始、クリスマスギフト需要などが増加見込みとなる。
	○	スーパー（企画担当）	・国による電気・ガス代の補助を、来年の1～3月まで実施すると発表されたことや直近で国内外の観光客を乗せた大型クルーズ船も多く寄港予定であることなどが今後2～3か月先の身の回りの景気に良い影響を与えるとみられる。
	○	コンビニ（経営者）	・近くのスーパーが閉店したことで野菜や果物を取り入れたため年配の客が増えて、他の商品も売行きが良い。
	○	コンビニ（店長）	・客の購入単価をみると、数か月前より単価が上昇している。商品自体の高騰もあるが、買上点数も増加しているため、現状が続けば景気が良くなると判断できる。
	○	家電量販店（営業担当）	・沖縄県全体が好況のため、12月のボーナス増額が予想され、消費が若干拡大するとみている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・年始の初売りでは車両販売台数が増加すると予想されるものの、大きな期待はできない。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	・年末年始が例年どおりなら観光客がとて増えて忙しくなるとみられる。
	○	一般レストラン（代表者）	・観光客が増加している。また、歓送迎会などもあるため、良くなっていくとみている。
	□	商店街（代表者）	・空き店舗に新しく入るのは飲食店であり、物販が徐々に減少している。商売の傾向が少しずつ変化していることから、景気が読みづらい。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は例年と比べて暑い日が続いており、季節商材の売上が良くない。客の買い控えが発生している。景気はまだ良くなる兆しがみえていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現在、良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・受注の動きが鈍いため少々心配である。
	□	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・今月はやや良くなっていると感じたものの景気が良くなる要素がまだないため、当面は変わらないとみている。
	□	旅行代理店（マネージャー）	・物価高が止まらず旅行商材も値上がりして爆発的に伸びる要素がない。
	□	通信会社（営業担当）	・春先には学生需要もあり回復すると期待できるが、それまではやや悪い現状が続くとみている。
	□	観光名所（職員）	・国内客の動きが若干悪い。
	□	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注は前年並みに推移しているが、直近の個人受注の増加が顕著であるため引き続きやや良い状態と見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（役員）	・県外からの移住やセカンドハウスの需要に期待したいが、物件価格の高騰に県内の購買層は慎重になっている。
	□	住宅販売会社（取締役）	・2～3か月前と比べて顧客動向に変化は余りみられない。
	▲	コンビニ（副店長）	・年取の壁の見直しが期待されている傾向にあるが、どこまで具体化できるかは不透明である。また、国内と米国が共に新体制となり、特に米国を中心に経済、金融、外交などの分野で大きな政策転換が予想される。どこまで影響が反映されるか現時点では未知数である。
	▲	コンビニ（経営企画担当）	・競争環境の悪化に加えて、米の価格上昇や電気料金の補助終了など生活費がかさむため、影響が出ることを懸念している。
	×	観光型ホテル（企画担当）	・11月の販売室数が前年比33%増加なのに対し、11月末時点での来年2月の予約室数は前年比22%減少とマイナスに転じている。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・年末に向けて外国人観光客を中心に増加を期待している。最低賃金の引上げもあり、今後の売上増加に期待している。
	○	窯業土石業（取締役）	・受注した案件の工事が下期後半に集中しており、売上増加が見込める。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業は、県外あるいは海外企業との競争が強まるなか、広告販売促進に伴う費用対効果が厳しくなり、やや消極的になっている。
	□	会計事務所（所長）	・物価高対策については、為替の動向が影響することが多いため、日本と各国との金利差、景況によるとみている。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・例年の流れとして年明け後の求人数の増加を見込んでいる。年明けから3月にかけて最も求人数が多くなる。ただし、9～11月期の求人数が前年を下回っているため、年明けから3月の求人数も前年を下回る可能性がある。
	○	職業安定所（職員）	・年末年始に向けて、例年求人数は増加傾向にある。今後は求人数が増加することを予測している。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2026年卒向けの学内説明会の依頼が多く届いており、それに合わせて求人依頼を受けるため、必然的に求人数は増加していくとみている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・人材不足が続いているものの、一定の充足感もあり、経済環境も状況を見ながらなので大きな変化はなく現状を維持するとみている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・年末に向けて、求職者の動きがもっと鈍くなり、マッチングにつながらない。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・政治面から制度変更など変化の兆しを感じる部分もあるが、景気好転を感じるまではまだ時間が掛かるとみている。
	▲	—	—
×	—	—	