

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・花屋は行事や天候によって売上が左右される。3月になるとお彼岸や卒業式、野菜の植付けなどで一気に客が多くなる（東京都）。
	◎	衣料品専門店（統括）	・2～3月は目的が決まっている特定マーケットの客の来店が毎年多い。今回も大きな変動はなく、1月から大きく上振れすると考えられる。
	◎	家電量販店（店長）	・3か月後は花見シーズンのため、前年よりも訪日旅行者が増加すると見込んでいる（東京都）。
	◎	乗用車販売店（総務担当）	・最大需要月でもあり、どの部門も売上が伸長すると考えている。
	○	商店街（代表者）	・寒い冬が続き、冬物商材が売れることが予想される。飲食業は苦戦するだろうが、物販関係は良くなる。春は早く暖かくなる予想なので、この街にとっては気候が追い風になりそうである（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・仕入価格などが上がっているため、商品価格も上げざるを得ない。工事等の付加価値のある商材の価格を下げれば、工事を伴う物が売れるとみている。
	○	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・物価が非常に上昇しており、買物の様子も、ちゅうちよする客、いつもどおりに買う客と、今後変化がみられるようになる。商品単価は上がっているが、数量的には減っている（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・学童用品の筆箱などを中心に高単価商材の動きが良い。年明けから新学期に向けて、販売数量が更に伸びる。文房具を購入しに少し遠方から来店する客も目立ち、当店の商圏もやや広がり始めている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の大統領が変わるが、いずれにせよ、国内景気が上向きになってほしいと願うばかりである。円安からやや円高になることが理想で、仕入れなどのコスト削減につながればよい。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・卒園、卒業向けの記念品の注文が期待できる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・競合店の新規オープンで店頭販売は厳しいが、外商の方で来月以降大きな案件を幾つも取れていることもあり、やや良くなる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高による消費停滞も下げ止まり傾向にあり、消費マインドは徐々に高まってきている（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・賃上げ等の効果により、個人消費が押し上げられる（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・今月は隣接地域で開催されたキャッシュレス決済キャンペーンの影響を受け、当地域外に客が流れたが、キャンペーンも終了し、客が戻りつつある。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・大きな落ち込みはなく、回復基調にある。
	○	コンビニ（エリア担当）	・日経平均株価が4万円を超える予想が多数である。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・米国の動向が大きく影響しなければ、少しずつ消費が活発になるとみている（東京都）。
	○	衣料品専門店（店長）	・現在進めている商材に付随したサービス提供、例えば着物やドレスのお直し、客へのカラー診断、骨格診断等の精度が上昇していることから、やや良くなる（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・消費者物価指数を上回る賃上げと手取りを増やす政策が相乗効果を発揮すれば、消費行動は活発になる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車のモデルチェンジで車両販売が増え、整備部門も前年よりも増加する見通しである。
○	乗用車販売店（営業担当）	・本決算を迎えるため、期待を込めて上がると予想している。	
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・3か月先に花粉関連商材が動き出す。来年も飛散量が多くなるとみられることから、期待している。	
○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・ここ数年、桜の咲く時期に外国人観光客が特に多く、今年の3月は売上が前年比120%となった。来春も同様に期待できる（東京都）。	

<input type="radio"/>	一般レストラン（経営者）	・客の動向を見ると、客単価が上がり、来客数も若干増えている（東京都）。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（経営者）	・新年会などの受注が好調で、その後も3月の歓送迎会などの予約が順調に入っている。宿泊については近隣の大型コンベンション施設次第というところがあるが、このまま回復してくれることを願っている。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・2月後半から3月にかけては大分暖かくなってくるようなので、確定ではないものの、仮予約をもらっていて、やや良くなってくる。
<input type="radio"/>	旅行代理店（従業員）	・販売量が前年比130%で推移している（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなり、人が街に出掛ける機会が増える（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・年明けは少し需要が落ち着く見込みである（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・大幅な設備投資を計画している（東京都）。
<input type="radio"/>	ゴルフ場（経営者）	・2024年4月に施設利用料の値上げを実施したこともあり、前年と比較すると来場者数が減っているものの、施設のキャパシティとしては適正といえる。3か月後は気温も高くなっていくので、屋外型施設としては例年どおり来場者数の自然増を期待できる。ただし、賃上げ等の影響で雇用の確保が難しくなっていることもあり、施設運営のオートメーション化を図るなど、設備投資を積極的に行わなければならない。単純に身の回りの景気が回復するとは言いきれない。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・当市自体が元気になってきて、事業も企業も動きが出てきている（東京都）。
<input type="radio"/>	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣に販売店のオープン予定があり、その分の集客を見込める。
<input type="radio"/>	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・次年度に向けた集客の問合せ件数などが良い雰囲気である。
<input type="radio"/>	設計事務所（経営者）	・近隣で建築現場が非常に多くなっており、活気があるように見受けられる。当社は設計事務所現場とは直接関係がないかもしれないが、何か新しい物件が増える兆しのような気がする。しかし、実労働できる社員が少ないため困っている。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（経営者）	・当社はホテルも扱っているが、国内ホテルの稼働率が上がっている上、宿泊料金が月に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、従業員の賃上げができない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・子育てグリーン住宅支援事業に関する発表があり、様子をみていた客に動きが出てきているため、今後はやや良くなる。建て売りが全く売れていないというニュースをよく耳にするようになった。当社も余り売れていないが、注文建築がメインであるため、新築、建て替えの底堅い需要により何とか持ちこたえている。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・今後もインバウンドの増加や、株価、賃金の引上げが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・来客数が若干減っているほか、商店街の通行者数もやや減っている。買物バッグを持っている人が非常に少ないことから、買物に非常に慎重になっており、買い控えているように見受けられる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・物価上昇や円安が続いているため、積極的な買物は余り望めない。買換えや省エネ家電、生産終了する蛍光灯からLED照明への交換を勧めることなどを計画している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家具〕（経営者）	・本来ならば、専門店であり、以前より幾らか客が戻ってきた気もするが、財布のひもが固い。この先も今のままで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年が明けても活気が戻る気配はない。人が外部に流れている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・季節によって売れるわけではないため、何とか現状維持ができればと考えている。月1度の展示場などでの売出しも、今までのようには売上が伸びない。客の財布のひもは固い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・本格的に気温が下がれば冬物商材が動いてくる。また、大きな集客イベント、バレンタイン等の催事を控えており、状況は余り変わらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・天候の長期予報では3月頃から平年と比べて気温が高くなるため、春物の動きに期待したい。食料品関連では、値上げが続いているため一定の売上の伸びはあるものの、購買点数自体の伸びに陰りがみられるため、大幅な増加は期待できない。ただし、インバウンドも継続しており、全体的には現状が維持されていく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・乗客数が横ばいのなか、消費に対し慎重な姿勢は継続することが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・一般的な消費行動は引き続き安定的と予想される一方で、商材だけでなくコストを含めた価格上昇の気配が、収まるどころか全てに拡大している。消費マインドを衰えさせない何らかの具体的な経済政策等がない場合は、景気の先行きは非常に不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・高額品等の購買需要は戻りつつあるが、物価高による生活必需品等の節約志向は継続するものとみられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・国内消費について、現時点でみえているものとして、特段これから大きく上がる材料も下がる材料もない。免税売上は春節連休で一定の押し上げを見込めるが、為替要因などコントロールできない部分も大きく、全体的には先行き不透明とみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・消費が好転する商材がない。物流費や人件費増加の影響に加え、商材の値上げが今後も続く見込みであることも大きい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・12月中旬までは、地域のキャッシュレス決済キャンペーンで若干購買意欲は高まりを見せた。これから衣料品を中心としたセールが始まり、1～2月は動きが継続する。3月はまだ肌寒く、今年同様に春夏物の動きが遅いとみられるため、引き続き楽観できない状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・免税売上の前年比増加率の回復は継続的に進むとみられるが、国内客によるバレンタインやホワイトデーへのギフト需要や春物衣料の動きに大きな伸びが期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・ガソリン価格の上昇など、生活にすぐに影響する物の価格上昇が続いていることで、客の価格に対する意識は厳しく、買い控えの傾向が続くとみている。今後の春闘では賃上げ傾向が続くようだが、消費者が賃上げを実感できない限り景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・生活密着度の高い郊外百貨店としては、ハレの日の奮発と平時の抑制のメリハリ消費が定着しているように見受けられる。2～3か月先の異動や卒業、入学シーズンにおいても、物価上昇に対応した賢い消費者としての節度ある消費行動が予想される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・国内旅行や海外旅行など、最近のインバウンド増加の影響による宿泊料金の高騰や円安によって、外出の機会が減っている。出掛けるときに使うためのハレの日需要が一部の層のみになっているとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・年末年始の一時的な与件もあるため、このまま継続するかどうかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・値上げがかなりの勢いで続いている。特に、米と野菜、果物である。猛暑の影響で数量が大変少ないことと、このところの干ばつで野菜が駄目になってしまい、年末になり価格が高騰している。ただし、我々の扱う商材は生活必需品であり、ある程度はそろえなければいけないため、高値でも前年並みはいくとみている。競合店もできてきているのだが、その勢いで今営業している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・全体的に購買意欲がやや鈍くなっている。やはり値上げの影響が深刻になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・競合店も含め、価格を切り口とした特売が多くなっている。客も引き続き比較しながら買い回っている。
<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、買い控えを強いられている状況下では、当面の間は同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・良くなる要素がない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価の上昇傾向はこの先も変わらない。単価上昇によって、客の生活防衛意識から財布のひもが固くなる状況はまだ続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・年末から年明けも物価が上がるため、食料品に対する財布のひもが固くなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・しばらく好与件が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・今後も値上げが続く見通しである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・政策が変わらない限り、前年の水準に回復するまではこの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・直近までの好調なトレンドのまま推移する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・春闘の結果によっては上向き可能性があるが、3か月先までは現状から大きな変化はないとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・コンビニというデイリーユースの業態では値上げの影響が続いており、12月はボーナスや年金、年末年始の特需で一時的にお金が動いていても、今後の景気が良くなる見通しはない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・景気は良くなっているが、賃金が上がらないため、全体的には良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・年が明ければまた来客数は落ち着く。景気が良いとは考えられないが、悪いというほどでもない。コンビニの商材でプチゼイたくをするというような話を聞いたことがあるが、景気が普通の状態であれば、外食などはできなくてもコンビニでプチゼイたくをするという人も多いかもしれない。最近では外食代が顕著に上がっているが、コンビニで1つ1つをプチゼイたくする方が、費用は抑えられる。そのような世の中の流れも反映されているかもしれない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・仕入価格が上がり、従業員の賃金も上げたため、安く売るには限界がある。もうからないことはできない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・最近では12月といっても特別ではなく、人の動きもふだんと変わらない。1月は1年で最も営業日数が少ないこともあり売上が最も悪い月だが、2月、3月になると通常の動きが出てくるとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・季節物が多く、春まで景気の上向きが続くことは難しい。代わりとなる商材を見付けることが急務である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・政治への不安があり、物価上昇も取まらないため、この状況はまだ続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。来客数は結構あるものの、将来が不安ということで、なかなか成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーのディーラーが新車を卸さないため、今と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・賃金は変わらないのに、食料品を始め全ての物の価格が上がっている。来年4月以降に賃金が上がってくれば変わるだろうが、一般的な賃金上昇率よりも物価の方が上がっているため、今後の景気も厳しいままで変わらない。戦争などいろいろな社会情勢も加味されているが、今後の経済において政治がいかに力を発揮するかに期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産、販売は、良い意味で大きな変化はないと見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・この先に明るい材料がないと、客の動きは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業）	・今後の車の販売台数を考えていくなかで、新型車が出てこないというところがかなり厳しい。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・2025年も住宅省エネキャンペーンの実施が決まり、今年同様の需要喚起効果が期待できる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・当店の景気は余り良くない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	・現在は客の様子にかかわらず一定の売上を保っている。外的な要因で身の回りの景気が左右される可能性はあるが、現状では大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	・商品単価が下がらないと、年明けも期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・予約、受注は上向きだが、コストの負担感、不安感が強く、相殺されて変わらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・景気の減速感はみられないが、米国経済の動向によっては懸念がある。当面はこのままで推移していく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	・景気は既に高水準で高止まりしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・近隣宿泊施設の利用者数は相変わらず増加しているが、飲食店への来客数は頭打ちである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・年を越してから来客数が落ち込むかもしれないが、春に向かってまた伸び続ける（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・値上げや増税のニュースばかりで、景気が良くなる要素がみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・客から、売上は上がるが利益が出ないという声が多く聞かれる。物の単価が上がり、利益が出ない。そのため、賃金も上げられないと考えられる。景気が良くなるにはこの部分を解消しないと難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・政局がかなり不安定になっているため、方向性によっては経済状況が悪くなることもあり得る。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・インフルエンザや新型コロナウイルスなどの感染症が広がりを見せているが、開催自体のキャンセルには至っておらず、間際での人数減少程度に収まっている。先々の予約も好調で、この状況が続けば安定した販売量をキープでき、景気はやや良いままで変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・旅行業である。出掛ける人は価格にかかわらず積極的に動くが、出掛けない層が増加傾向にある。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・国内旅行は堅調に推移しているものの、海外旅行が低調のため、全体的な収支では伸び悩んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・米国大統領が変わることによって、3か月先くらいまでは様子見が続くとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇が止まらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・現状からみて2～3か月先に景気が良くなる傾向にはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・自動車や鉄鋼分野での世界競争力が勝負の年になっている。半導体含め政府のかじ取りが成功すれば、中期的に景気の盛り上がりが見込める。向こう3か月に景気刺激要素はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・食品やガソリンなど値上げとなる品目が多く、必要以上の出費を抑制する傾向が強くなる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・ここ最近、不動産が繁忙期の盛り上がりに見受けられるため、上昇トレンドがそこまで伸長しない（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）	・年明け3月までの追加案件を期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・人件費や仕入価格が変わらなければ、変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・まだ食品など日常生活用品の価格が上がり続けており、改善する材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・光回線化2期工事が来期のため、競合相手に肩を並べる状況になっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・今はやや良いようだが、一過性のような気がする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・年が明けて新年会も落ち着けば、日常に戻ると予想される。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・原材料、諸物価の上昇が続いており、消費意欲を押し下げる要因となっている。政府の景気対策に期待する。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・多少の物価高は仕方ないと客も納得してはいるものの、生活に密接に関わるガソリン価格まで上がると、レジャーに対しても、遠出するほどの価値があるかについて考える。移動に1時間掛けるのであれば、インターネットで見て終わらせる人が増えることが予想され、景気は低空飛行が続く。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・大きな差はみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・仕入先の値上げが続く一方、社員の賃金も引き上げる方向である（東京都）。

□	その他レジヤ施設 [映画] (営業担当)	・現状は変わらないと回答したが、物価上昇に賃上げが追い付かない場合は、やや悪くなっていく(東京都)。
□	その他レジヤ施設 [総合] (経営企画担当)	・円安、物価高の状況が当面続くことが想定されるため、景気が良くなる要因は余りない(東京都)。
□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・実感できるほどの景気回復はまだ先になりそうである。
□	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・株価や個人消費に変化がない(東京都)。
□	設計事務所 (経営者)	・元々月単位で景況感が変わることは少ないが、特に今年度はその傾向が強い。
□	設計事務所 (職員)	・建築、建設業界の社会的背景から、建設費高騰の流れは変わらず、景気が上向く要素は見当たらない(東京都)。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・税制改正大綱で住宅取得に向けた目新しい刺激策が発表されていないため、先行きは不透明である。
▲	一般小売店 [印章] (経営者)	・とても暇な12月になってしまった。年末ということで、平常月より多少商材が動いたが、昔のような動きはない。年々落ちており、師走という雰囲気は全くしない。
▲	一般小売店 [酒類] (経営者)	・今後はガソリン価格の値上げなどがあり、ますます厳しくなる。
▲	一般小売店 [書店] (総務担当)	・円安傾向が続いているため、輸入品の販売量の減少が見込まれる。売上の底上げに必要となる労働力を確保すべく、採用活動を実施するものの、売手市場が続いているため、要員確保に難航している(東京都)。
▲	百貨店 (営業担当)	・期待できるのはインバウンドで、国内消費の伸びは余り期待できない(東京都)。
▲	百貨店 (営業担当)	・今後も食料品、日用品の値上げが予定されているなか、国内消費については現状より悪化するものと予測している。インバウンドについても大きな伸長は望めない(東京都)。
▲	コンビニ (経営者)	・今年の年末はクリスマス、年末年始休暇が長期にわたるために単価が上がっているだけで、年明けの1月以降は下がるとみている。
▲	コンビニ (経営者)	・当店の周囲は高齢者層が多く、単価の高い物は買わず、買上点数も少ないため、トータルで売上が伸びない。日に何回か来店する客もいるので来客数としては多いようにみえるが、1回来店するごとに1つずつというような買い方で、一度にたくさん買っていく客はいない。
▲	コンビニ (経営者)	・コンビニを日常的に利用する客は、今の物価の上がり方に大きく影響を受けている。同時に我々経営側にとっては、この先2030年までに最低賃金を1500円にすることや社会保険料負担という問題を抱え、小売業はかなり元気がなくなっている。今後もその辺りを注視しながら、生き残っていくための方法を考えていきたい。
▲	コンビニ (経営者)	・中小企業の勤務者が多い当店周辺では、賃金が上がっても商材の値上げに追い付いていないのが実情である。今後も値上げが予想されるため、景気は悪くなる。
▲	コンビニ (経営者)	・円安傾向が段々と強くなっており、今後も食品、日用品の値上げが続くようであれば買い控え傾向が強くなるとみている。円安は正に手を打ってほしい(東京都)。
▲	コンビニ (エリア担当)	・取扱商材の値上げが毎月のように増えているため、今も来客数が厳しいなか、今後はますます厳しくなるのとみている。
▲	衣料品専門店 (従業員)	・客の様子や人通りをみると、まだ景気は悪い。物価が上昇傾向にあるため、今以上に販売量が減っていく恐れがある。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	・燃料油等の価格上昇から、消費動向が鈍化するとみている(東京都)。
▲	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・大規模な経済対策を打たないと、財布のひもが更に固くなる(東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	・12月は年間で最も売上が良い。2~3か月先というのと2~3月だが、2月は年間で最も売上が少なく、12月より30%くらい落ちる。しかし、これは毎年のことなので、景気が悪くなったというわけではない。飲食業は2月、8月は売上が落ちて良くない。

▲	一般レストラン（経営者）	・3か月後も、ガソリンなどの値上げが続くが、賃上げは追いついていないため、やや悪くなる。税金を取り過ぎているのが景気の悪さの一因である。
▲	一般レストラン（経営者）	・今月は忘年会があったが、今どき会社で新年会という話もなかなか聞かないため、1～2月はやはり客が減る。
▲	一般レストラン（経営者）	・新年会は忘年会よりも数が少ないため、1月は12月よりも悪くなる。週末は12月と同様にフリー客は来てくれると予想している（東京都）。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・原材料費の値上げ動向は今後も継続するとみているが、一方で取引先側では価格転嫁交渉に対する忌避感が強くなっていることから、先々の景気はかなり不透明である。総じて悪化方向に向かうとみている（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・閑散期の2～3月は稼働が低下する見込みである。
▲	旅行代理店（従業員）	・宿泊費を始め食事、見学、交通と全ての要素で価格が上昇しているため、今までの予算での旅行は現実的ではなくなっている。
▲	タクシー運転手	・物価の上昇は続くだろうが、上がり方が尋常ではないので、今後はかなり節約ムードに入る。ガソリン価格の上昇なども含めて動向を注視したい。
▲	タクシー運転手	・昼間の利用は以前同様にあるが、夜が少なく、深夜の利用は更に減っている。タクシーを使ってまで飲み歩く人がいないようである。近場で飲んだり、家飲みが増えているとみている。来年は更に厳しい年になりそうである。
▲	タクシー運転手	・客の動きは年末がピークで、1～2か月後はどうしても悪くなる。新しく良い材料はないので、このまま維持できるとは少々考えにくい（東京都）。
▲	タクシー運転手	・12月は景気が良くなったとは考えられないが、動きが昼夜共にやや良くなっている。12月と比べると2～3か月後は動きがやや止まる（東京都）。
▲	通信会社（社員）	・案件は増加しているものの、情報料などのコストについて値上げ要請がある。人件費の増加にも対応が必要なことは確実だが、それに見合う売上増加がないため、採算の悪化は避けられない（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・燃料油価格激変緩和対策補助金の縮小により車の使用を控えるシニア層が増えることが予想され、来場者数の減少が考えられる。また、物流コストがどこまで増えるかも気になる。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒の親から、物価は上がる一方で、教育に掛けられる費用は少ないという話を聞いている。相変わらず辞めていく生徒の方が多いため、悪くなる。
▲	住宅販売会社（従業員）	・客の動きが鈍い。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の需要期だが期待したほど注文はなく、この先も例年以下の水準となっている（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・先の見通しが立たなくなっている。この先どのようになるかわからないが、今のところ客先に行っても前向きな話が出てこないような気がしている（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・大手企業の衰退は中小企業にも影響がある。
×	コンビニ（経営者）	・同じ商圈内にコンビニが複数オープンし、特に1店は同じブランドの出店である。客と従業員の取り合いが激しさを増しており、閉店を真剣に考えている。
×	衣料品専門店（店長）	・物流コストが更に増加しており、価格転嫁が追いつかない。
×	衣料品専門店（役員）	・食料品等の値上がりの影響がまだ続きそうである。
×	一般レストラン（経営者）	・国際社会では、イスラエルとヒズボラの戦闘から派生した中東情勢、ウクライナ情勢、韓国の大統領弾劾、中国の経済低迷など、マイナス要因が多い。米国の新大統領就任後に大きな変革が予想される点を見ると、決して楽観はできない。国内では、現政権に不確定要素が多いことなどがある。
×	タクシー（団体役員）	・12月がこのような状況では、新年になってからの落ち込みが心配である。
×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により、販売量は横ばいである。
×	通信会社（経営企画担当）	・円安、物価高により、財布のひもはこれまでより固くなるとみている（東京都）。

	×	ゴルフ場（従業員）	・与党が過半数を下回ると、少数野党でも同調を求められる。法案を通すために少数野党の意見が反映されていく。国民は納める税金が少なくなることを喜ぶかもしれないが、それがどのように影響するか理解しなければいけない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・3か月後に当たる3月はプレー需要が回復する時期ではあるが、経済政策、賃上げ等の状況により、先行きは不透明と言わざるを得ない。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。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。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、特に冬季は暖房需要のため光熱費の負担が増えるなかにおいて、燃料油価格激変緩和補助金の縮小による負担増は大きな痛手となる。景気改善の足かせとなることは不可避である。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・ボーナスも支給し、期末ボーナスも出せる。
	○	食料品製造業（経営者）	・早くも2～3か月後の注文が入ってきているので、少し動きがある。
	○	化学工業（総務担当）	・前年度に比べて受注量が増加傾向で推移している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・都市再開発やリニューアル物件が出始めたので、この先が楽しみである（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連事業拡大とそれに伴うストレージ関連需要拡大によって、電子部品の業績は更に上向き、景気の面でも少しずつ良い方向に影響してくる。
	○	金融業（従業員）	・原材料高で収益の確保が難しく、特定の業種に限らず地元事業者らは経費節減や価格転嫁で対応している。一方で、世間では一層の賃上げが求められており、製造業のある事業者は、既に人件費の増加が経営を圧迫しているのに、と頭を悩ませていた（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	・上期と比べて、各企業の宣伝プロモーションの相談件数が下期に入って増えたので、これが数か月先に実れば良くなる（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注の動きから、この先もやや良くなる（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	・インフレ経済が本格的に再開したなか、直近の企業物価指数からみてもコスト高が緩和することはない。加えて、深刻な人手不足により大変厳しい経営のかじ取りを強いられている（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の仕事は少しずつだが注文数が増えてきている。一方、個人の注文は、10月からの印刷料金、郵便料金の値上げが影響し、年賀状印刷の需要がますます少なくなっているため、個人の需要は横ばいか下がるとみている。法人と個人を合わせると変わらない見通しである（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・取引先が在庫を持たずに必要量しか発注しなくなっている。配送が宅配便になり、運送コストが増加している。今後もこの傾向が続く。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・来年もまた物価の上昇が予想されている。基本的に景気動向は大きく変わらない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新企画が立ち上がれば業績アップも期待できるが、具体的な時期はまだはっきりしない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先によって忙しくなる会社と全く動きがみえない会社とに分かれているため、トータルすると変わらない。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・来月は稼働日数の関係で生産高が減るが前年並み、2月、3月も前年と同様となる予想である。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは下請にも賃金を上げるよう指導している。良い景気循環に変わりはない。
□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高の影響がある（東京都）。	
□	建設業（経営者）	・物価は上がっているが賃金が現状のままでなかなか上がらないため、当分このままの経済状況が続く。	
□	建設業（経営者）	・物価上昇に伴い補助金関係も増額されないと予算が足りない。	

<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・物価の上昇が続いており、このまま燃料費の高騰が続くとしたら、取引先も更に原価を上げてくる。そのような負の連鎖に陥れば、もうけは余り見込めず、プラスマイナスゼロである。発注があるだけまだましかもしれないが、やはり発注量がやや厳しい。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・3月に入ると、新学期向けに若干の輸送量増加が見込まれるものの、現況を改善できるほどではないため、全体としては変わりはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・良くなる要素が少ない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・繁忙期のため荷主の国内出荷量は増えているが、輸出量は全くない。今後も現状が続くかは分からない。
<input type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	・中長期的には好転を期待できる話は聞くものの、すぐさま足元の受注回復が期待できるような状況はみられない。実際、取引先からもしばらくは現状維持といった水準の受注予測を聞いている。原価高騰が落ち着きつつあるため、資金繰り上は大きな懸念材料は上がらなかったが、近々の業績回復は期待できないものと推察する。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は以前より落ち着いたようだが、今度はインフルエンザが増えている。体調を整えながら精進である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・駅に近い商業地域にあるテナント物件の入居率に変わりはない。しかし、駅からバスを利用しなければならない賃貸物件は、値下げをしないと成約が難しくなっている。上がり過ぎた反動が出てきている。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	・良い材料も悪い材料も見当たらず、春先までの景況感是不変（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・案件が不足している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	・国内景気は米中の景気の影響を受けるが、中国の景気は良くないようである。大企業は円安の影響などもあり良いようだが、中小企業や小売店、飲食店等は人手不足や材料費の高騰などが大きく影響し、全般的に悪い。倒産件数も増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・円安によりエネルギーや原材料等の価格上昇が続いており、良くなる材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・正月があるので雑貨等の物販は多少取り戻せそうである。製造業は先が見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量は回復傾向にあるものの、まだ一部取引先の統廃合の動きや燃料等の値上げの影響もあり、不透明な部分が多い。
<input type="checkbox"/>	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保留になっている（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車業界全体の動きや取引先からの情報を総合すると、取引量はやや落ち着くものとみている。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・現状、仕込んである案件の数も例年より少なく、受注も積算後の金額次第という状態が続いているため、確実に受注量が減る。
<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・人がいなければ会社は成立しない。中小企業はその人材確保が極めて困難な状況にあるため、場合によっては廃業に追い込まれる危険性も多分にはらんでいる。
<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	・食品や原材料価格の高騰が大きい上、賃上げ分では補填ができない。中小企業では、賃上げの影響が大きく、利益が減少している企業が多い。人件費も高騰しており、人手不足が深刻である。今回は年末年始休暇が長い分、観光業やサービス業は一時的には潤うとみている。今後大きな景気対策や減税等が打ち出されないこともあり、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・取引先に飲食店が多いため、年始は必然的に売上が減る（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	税理士	・米国の新大統領の就任で日本に対する関税や円安の動向が見えないが、上向きの予想はできていない。年収の壁の見直しもそれほど景気には影響しないとみている。
<input checked="" type="checkbox"/>	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年明けは少し動きが悪くなる見通しである。

	▲	その他サービス業 [ソフト開発] (経営者)	・円安により物価の上昇が続く一方で、賃金が上がらないため、景気が悪くなる (東京都)。	
	×	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・1～2月は受注量が大きく減少する (東京都)。	
	×	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・来年1月から用紙等の資材値上げを予定しており、他社との比較で苦戦を強いられる状況が数件出てきている。	
	×	建設業 (経営者)	・人手不足は深刻な問題である。働く人が認められる社会にしなければならない。	
雇用 関連 (南関東)	◎	*	*	
	○	人材派遣会社 (社員)	・人材の確保が困難になっている。外国人労働者の確保と定着に課題がある (東京都)。	
	○	人材派遣会社 (社員)	・採用者数の継続的な増加が見込まれる (東京都)。	
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・現時点では全く予想も付かないが、例年のように年が明ければ新しい動きがあるとみている。	
	□	人材派遣会社 (社員)	・人材不足の状況が続くことが見込まれる。	
	□	人材派遣会社 (社員)	・求職者数の増える要素が考えにくい (東京都)。	
	□	人材派遣会社 (社員)	・特別な動き、イベントは予定されていない。	
	□	人材派遣会社 (支店長)	・派遣料金の値上げを受け入れてくれる企業においては支払額も上げることができるため、マッチングしやすくなる傾向がある。一方、これまでリモートOKだった企業が出社に切り替えることにより、マッチングがしにくくなる傾向がある (東京都)。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・派遣契約終了数がさほど多くない状況であり、大幅な落ち込みはないものの、求人数が減少しているなか、プラス推移というより現状維持から若干微増という傾向になるとみている。従来であれば年度末に向けて需要が増える傾向のため、例年と比べるとマイナス推移になる (東京都)。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・有効求人倍率の推移に変化がない。	
	□	求人情報製作会社 (経営者)	・経済政策の明確な効果が望めず、更なる資金難に陥る中小零細事業者が増えると予想している。今年度、賃金が上がっても想定以上に消費が伸びず、各メーカー、企業が売価を上げたのに下請事業者の契約額は余り変わらず、来年更なる賃上げを要求されている現状に不安が募るばかりである (東京都)。	
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	・新年を迎えればもちろん応募者の動きは活発になる。採用者数も増える。それでも希望どおりに採用が行える企業は徐々に減ってきている。アルバイトやパートと比べ、正社員なら尚更である。正社員の求人数は多くなっているが、労働人口は減りつつある。ここに採用の課題も出てくる。企業と求職者のマッチングがうまくいかなければ業務がこなせず、企業の売上に繋がっていかない。	
	□	求人情報誌制作会社 (広報担当)	・変わらず景気の良い状態が続くとみている (東京都)。	
	□	求人情報誌制作会社 (所長)	・物価上昇により雇用が減少し、人材確保の動きが遠のいている。	
	□	職業安定所 (職員)	・新規求人数及び有効求人数が前年同期を下回る状況が長期にわたって続いており、今後もその状況が続く見込みである。	
	□	職業安定所 (職員)	・物価上昇を受け、アルバイトの賃上げも多くみられるが、人手不足が続いている。	
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	・求人企業からの案件は、営業職、技術職が比較的多く、それに対する企業の目標値もかなり高いため、見合う人材がなかなか見つからない。今後も求人企業からの案件は高い水準で推移する (東京都)。	
	□	学校 [大学] (就職担当)	・特に良くなるような要因はまだない (東京都)。	
		▲	人材派遣会社 (経営者)	・物価や賃金上昇の影響で、特に中小企業において営業利益が更に悪化する懸念がある。
		▲	人材派遣会社 (社員)	・物価の上昇が続いている (東京都)。
	▲	職業安定所 (職員)	・円安や物価高、今後の米国の関税引上げ等、懸念材料が多い。	
	▲	職業安定所 (職員)	・会社都合による大量離職の相談は引き続きあり、今後も件数が増加する見込みである。中小企業の人材不足も厳しい状態が続いており、人員が集まらないため事業譲渡や廃業を選択する企業も見受けられる (東京都)。	

	▲	職業安定所（職員）	・物流業界においては、運転手や倉庫作業員等、多くの従業員を抱えているが、人件費及び燃料費の高騰、並びに社会保険料負担の増加により、利益が圧迫されているとの話が複数ある。
	×	—	—