

## II. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・今年が年末年始が9連休となることから、例年よりも国内旅行者が増えると期待している。インバウンドについても、北海道との直行便が微増していること、道外の主要空港を經由して北海道を訪れる客が増えていることから、今後の利用増加を期待できる。
	○	商店街（代表者）	・11月から好調の外国人観光客が12月に入ってから好調を維持。冬場はふだん来ない国からも多くの観光客が訪れるので、今後の冬の観光シーズンに期待を寄せている。
	○	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・例年、冬場は観光客が減る傾向にあるが、今年は韓国や台湾からの観光客が好調を維持していること、回復が遅れていた中国からの観光客が大幅に増加していることから、今後にも期待が持てる。今年は積雪が余り多くないこともプラスである。
	○	百貨店（売場主任）	・春節や当地恒例の冬のイベントがあることから、2月までは、12月と同様に中国人観光客の来客数が伸びることになる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・国内客の動きはそれほど期待できないが、今後も外国人観光客の増加が期待できることから、売上は伸びることになる。
	○	衣料品専門店（店長）	・客単価は低いものの、スーツの需要が高まっている。社会の動きが活発になっていることで、手持ちのスーツを増やそうという動きや新生活需要がみられるようになっており、前年よりも景気が上向くと期待できる。
	○	家電量販店（店員）	・今後については、初売りとして2月下旬から始まるエアコンの早期販売の効果に期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・例年、業界全体で様々な販売施策を打ち出す時期となること、受注できる車種がこれから増えてくることから、客の動きが活発になり、販売量が増加することが見込まれる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門については、今後の予約も比較的安定している。宴会部門も、前年を上回る単価で推移している。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・冬の観光繁忙期を迎えて、国内線の利用客が堅調に推移すると見込まれる。国際線についても、1月以降、直行便が増加し、コロナ禍前を上回る就航便数となることから、インバウンドの増加による観光需要の活性化が期待できる。
	○	タクシー運転手	・前年と比較して、タクシーの予約状況に変化はみられないものの、配車アプリケーションの利用状況がやや好調なことから、今後の景気はやや良くなると期待している。
	○	通信会社（企画担当）	・若年層に対する割引や利用特典を強化しており、利用者からも一定の評価も得ていることから、自社のサービスを家族でまとめて利用してもらえる環境が整いつつある。そのため、前年を上回る契約者数の増加が見込まれる。今後に向けては、20代後半から30代の未婚層への対策強化が課題となっている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕 (従業員)	・現在の予約状況から、厳冬期を過ぎる頃から、少しずつ利用客が増加すると期待している。
	□	商店街（代表者）	・入学や進学、就職を控えて、贈物の増える時期となるが、最近の傾向として、お祝いを現金で渡し、受け取った孫や子供がインターネットで買物することが定着しつつある。当区域で買物するという動きは余り期待できないため、今後も景気は変わらない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・年明け以降、様々なイベントが開催される予定であるが、今後も燃料価格の高騰が続いていくことから、市民の購買意欲はそれほど高まらないとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・12月商戦の厳しさを踏まえると、今後数か月で景気が上向くとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・物価が高騰していること、エネルギーコストも上昇していることから、今後も客の買い控えが続くことになる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・これ以上、景気が良くなることは考えにくい、客が商品の値上げを受け入れるようになっていることから、必要な商品についてはこれまでどおり購入する動きが続くことになる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・ここ半年ほど、売上や来客数の動きに大きな変化がみられず、前年を下回る状況が続いていることから、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・先行きについて、判断しにくい状況にある。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（エリア担当）	・本格的な冬を迎えて、防寒品などの必要な衣料品の需要は上向くとみられるが、暖房などの光熱費に金が掛かるシーズンでもあることから、必要な衣料品以外への支出が一定程度制限されることになる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・エアコンの早期取付け需要はある程度見込めるが、今年ほどの需要にはならないとみられるため、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・例年、1月の初売りから春先需要に向けた動きがみられるようになり、当社の決算期となる3月にかけて景気が上向くことになるため、今後も例年並みの売上となることを期待している。ただし、4月以降については動きの読めない部分もある。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車販売は今後も現状維持で推移するとみられるが、サービス部門の売上が当初見込みを下回ることが懸念される。目標の修正が必要な状況であり、決算に向けて何らかの対策をしないと、収益回復につながらないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の受注量が若干減少しているものの、中古車の受注量やサービス部門の売上が期待できることから、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・薬局の存在価値が高まっていることから、今後も景気は変わらないまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔造花〕（店長）	・季節商材の取扱量が減少傾向にあるものの、近年の傾向として、過剰な在庫を持たないようにしていることから、今後も景気は変わらないまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・ここ数か月、それほど景気が悪くない状態が続いていることから、今後も景気は変わらない。ただし、1月以降の予約が低調なことから、景気が悪くなることも懸念される。長年の顧客が高齢になっていることで減りつつあるが、彼らよりもやや若い世代の客が少しずつ増えていることはせめてもの救いである。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・繁忙期であるはずの12月も厳しい状況だったことから、今後の景気が良くなるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・冬の観光シーズンを迎えて、2月だけは予約が好調なものの、その前後は現在と変わらない予約状況であるため、全体的な景気は低調に推移すると見込まれる。物価高やガソリン価格の高騰、空港の受入れ体制のせい弱性による国際便の拡充が不十分なことがマイナス要因となっている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・今後も景気は悪いまま変わらない。国内旅行については、大阪・関西万博が始まるまでは低調に推移するとみられる。海外旅行については、円安が落ち着くまで期待が持てない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシーは雪のある時期の売上が雪のない時期と比べて格段に良いため、3月まではタクシー1台当たりの売上が前年をやや上回って推移することになる。また、乗務員が前年と比べて大きく増えていることから、タクシーの稼働台数も増えることになり、売上が大幅に増加することが期待できる。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・冬の繁忙期を迎えているが、乗務員不足もあいまって、景気が良くなるとは期待できない。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（従業員）	・観光客の入込については、12月がほぼピークとみられるが、今後に向けてのマイナス要因も特に見当たらないことから、しばらくは好調な状態が続くことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	美容室（経営者）	・原材料の値上げや光熱費の上昇など、今後も幅広い分野で客の支出が増加すると懸念されるため、今後、利益率が低下し、経営環境が厳しくなることが心配される。
	□	美容室（経営者）	・家計が楽になるような要素が見当たらない。当業界の経営環境は家計と直結している部分があるため、今後、売上が増加するとは考えにくい。
	□	住宅販売会社（経営者）	・金利が上昇局面にあること、為替が再び円安に振れていることから、資材や人件費などのコストがますます上昇しつつある。そのため、今後も住宅着工数の減少が続くことになる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・2025年度の国による補助金の内容が固まったことで、多少は住宅の購買意欲を刺激すると期待している。ただし、建築単価の高止まりと住宅ローン金利の上昇が継続していることから、爆発的に購買意欲が上向くことまでは期待できない。
	▲	商店街（代表者）	・国民の所得が増えないと景気は良くならない。減税や国民の負担を減らすような政策が行われることを期待している。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・来年も今年以上の品目の値上げが予定されているとの報道があることから、今後の景気はやや悪くなる。酒のような嗜好品やぜいたく品への支出は、これまで以上に抑制されることになる。
	▲	一般小売店（経営者）	・今後に向けての商談の状況を踏まえても、景気が上向くとは考えにくい。
	▲	スーパー（店長）	・物価高が続き、生活に掛かる金が増えていることから、今後の景気はやや悪くなる。店舗での万引きも増えている。
	▲	スーパー（企画担当）	・年末から1月にかけてガソリン価格が上がること、冬を迎えて電気料金を含めたエネルギーコストの負担が増えていること、1月以降の各メーカーの値上げが報道されていることなどから、今後の食料品の購入にマイナスの影響が生じることになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今後も客が買物を渋る動きは続くと思われる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・燃料油価格激変緩和対策事業が段階的に縮小されることで、生活費が圧迫されることになる。ガソリン価格の上昇を受けて、燃費の良い車に買換える動きが出てくることも考えにくいから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	住関連専門店（役員）	・生活必需品の値上げに伴って、家計の支出が抑えられる傾向がみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・地域の経済格差が大きく、賃金も上向いてこないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・インバウンドが増えていることから、レストラン部門はある程度好転しているが、観光需要の閑散時期を迎えて、国内向けの物販や卸の動きは今一つである。物価上昇の影響も続くと思われることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・燃料油価格激変緩和対策事業が縮小されることになり、燃油高が続くとみられることから、輸送費や交通費の上昇が加速することが見込まれる。一層の旅行控えにつながるものが危惧されるため、景気はやや悪くなると考えざるを得ない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・生活に直結するガソリンや食料品、サービスなどの価格が上昇していることから、旅行などに金を掛けることができなくなっているとの声を聞く機会が増えている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・年明け以降の値上げの予定が報道され始めていることから、今後、客の節約意識がますます高まり、景気を押し下げることになる。
	▲	美容室（経営者）	・今後の景気が良くなるような要素が見当たらない。
	×	スーパー（店長）	・灯油やガソリンが値上がりしていることから、今後の客の消費行動はますます厳しくなる。
	×	スーパー（役員）	・今後も食料品の値上がりが続くことから、客の節約意識の高い状況が続くことになる。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・燃料油価格激変緩和対策事業が段階的に縮小されることで、12月と1月にガソリンの値上げが行われることになり、1リットル当たり10円程度上昇することになる。北海道では暖房用灯油の需要期でもあるため、最悪のタイミングでの見直しであり、家計へのダメージが計りしれない。

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
企業 動向 関連  (北海道)	○	—	—
	○	建設業（経営者）	・設計変更などの概要がほぼ決まり、これから完成工事高と利益が確定することになる。また、新規の受注も進むことになる。本格的な工事が始まるのはゴールデンウィーク明けとなるが、準備工事などが動き出すことになる。
	○	輸送業（支店長）	・現状が底であり、例年と同様に、春先に向けて荷動きが活発化することで、貨物量が回復すると期待している。ただし、トラック乗務員や作業員が増えているわけではないため、貨物量が集中すると荷物をさばき切れないことも懸念される。そのため、貨物量の増加が収益の増加につながるよう方策を練っているところである。
	○	通信業（営業担当）	・GXや半導体関連などの設備投資が増加していること、インバウンド需要が大幅に増加していることから、今後の景況感はやや上向くことになる。
	○	金融業（従業員）	・2025年の春闘に向けて大企業が先行して賃上げを表明することを期待している。そうなれば、実質賃金のプラス転換への期待が高まることで、消費者マインドが改善し、個人消費が刺激されることになる。
	○	司法書士	・取引先などから、動きの止まっていた不動産取引が再開しているとの話を聞く機会が増えている。建設費の高騰は続いているが、新築案件の受注も少なからずあることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・資材価格の高止まりや労働者不足などの課題はあるものの、民間投資も公共投資も堅調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。
	□	農林水産業（経営者）	・景気が良くなることを期待したいが、足元の状況から、今後も厳しいまま変わらない。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後も現状と同様の状態が続くと見込まれる。
	□	食料品製造業（従業員）	・2025年4月に価格改定を予定しており、それまでは現在と同様の状況が続くことになる。
	□	建設業（従業員）	・業務はあるものの、業務に携わる人材が不足していることから、発注先から予定どおりに業務を進めるための手段や方策を求められるようになってきている。本来の業務に追加作業が生じている状況であり、業務量に見合った報酬を得ることができていない。今後も人材は減り続けることから、将来に向けての対策が必要になっている。
	□	建設業（役員）	・2025年度予算案が閣議決定され、北海道開発予算は5745億円と微増ながら4年連続の増額となったことから、今後の公共工事の受注が今年度並みとなるのが期待できる。ただし、政権が少数与党となったことで、今後の政権運営に多少の不安があることは気掛かりである。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・仕事があっても、そのための人材を確保できないため、受注につながらない。そのため、今後も現状維持のまま推移する。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・年度末に向けて、値上げ対策などで消耗品の駆け込み需要が生じるとみられる。一方、企業の設備投資は、安定的な仕事量が見込めないなかでは判断しづらいとみられる。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・新築住宅着工棟数の落ち込みが続いているなか、2025年4月に改正建築物省エネ法が全面施行され、建築確認申請の手間が増えることになるため、住宅の新築はますます落ち込むことが懸念される。また、北海道において、全館空調の建物が増えていることでパネルヒーターの市場が縮小していることもマイナスである。
	▲	広告代理店（従業員）	・円安の進行や米国の関税強化が影響して、今後の景気はやや悪くなることが懸念される。
	▲	司法書士	・物価の上昇が続いていることから、国が有効な対策を行わない限り、今後も景気は下向くことになる。税負担が増加傾向にあることや社会保障に関する国民負担率が上昇傾向にあることもマイナスである。
	×	—	—
	雇用 関連	○	—
○		—	—

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
(北海道)	□	人材派遣会社(社員)	・今後も求人数は増加するものの、ミスマッチが増えていることもあって、人材の採用は苦戦するとみられる。
	□	求人情報誌製作会社(編集者)	・小売業や飲食店では、規模の大小に関係なく、販売員などを募集しても働き手の応募がほとんどみられない。費用との兼ね合いもあって、小売業や飲食店からの募集が少なくなっている。
	□	求人情報誌製作会社(編集者)	・今後も求人件数の減少が続くとみられるが、そろそろ底を打つとみられる。
	□	求人情報誌製作会社(編集者)	・円安や物価高の動きが変わらない限り、景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社(編集者)	・インバウンドの増加が顕著なこと、この先も冬の大規模イベントや菓子をテーマとしたイベントが予定されていることから、観光業界には追い風が吹いている。一方、建設業や製造業、介護関係は低迷が続いている。業種によって状況が大きく異なっていることもあって、全体的な景気は今後も変わらない。
	□	職業安定所(職員)	・当地の新規求人数は前年比マイナス4.2%と4か月連続で減少しており、月間有効求人数は20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。一方、新規求職申込件数には大きな変動がみられない。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)	・求人数が減少しているが、人手不足の状況は変わっていないことから、今後も大きな変化のないまま推移する。
	▲	*	*
	×	—	—

## 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)	◎	—	—
	○	一般小売店[医薬品](経営者)	・1月下旬に県が各国の大使を招待して国際交流を行うため、それに伴って人流が期待できる。また、3月は人の出入りが多くなることから、来客数が増えるとみている。
	○	スーパー(店長)	・前年と異なる販売促進策を進めているため、来客数、販売量は前年よりも増加するとみている。
	○	コンビニ(経営者)	・客単価、来客数共に前年比100%を超えている。この状況が続くことを期待している。
	○	衣料品専門店(経営者)	・衆議院選挙の結果が個人や企業にどう影響するか懸念していたが、影響はみられなかった。
	○	衣料品専門店(店長)	・景気が悪いときほど初売りやバーゲンセールに客が集まるとみている。また、新生活を始める人や社会人になる人が来店する時期になるため、客単価の上昇が図れば、景気は上向くとみている。
	○	衣料品専門店(店長)	・この先も寒さが続くとの予報から、冬物商戦の好調は続くともみている。
	○	乗用車販売店(従業員)	・繁忙期に入るため、来客数は増えるとみている。
	○	住関連専門店(経営者)	・受注生産をしているが、2~3か月後の生産量は今月と変わらない。
	○	その他専門店[白衣・ユニフォーム](経営者)	・新年度に向けて、インバウンドの恩恵で多少なりとも観光地からの注文が入る等、動きが活発になることを期待している。
○	その他小売[ショッピングセンター](統括)	・3月には一部エリアのリニューアルオープンを控えており、それに伴い販売促進の強化を予定している。また、自社グループで展開する施策により集客が期待されるため、土産販売や飲食店への来客数増加も期待できる。	
○	一般レストラン(経営者)	・今が余りにも来客数が少ないため、2~3か月先は回復す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
	○	一般レストラン（スタッフ）	・夜間の来客数は減少傾向にあるが、ランチタイムは増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（支配人）	・春節や国際線定期便の増便などにより、インバウンドの先行予約が団体、個人共に好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・インバウンド需要が限定したエリアだけでなく、東北全域に拡大することを期待している。また、大阪・関西万博が始まるため、飽和状態となる関西エリアから東北への移行需要にも期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設の2～3か月先の販売額は、前年比107%となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	・春の海外旅行の相談が入り始めている。また、インバウンドの動きは引き続き活発であり、当地にもその影響が少しずつ波及するとみている。
	○	タクシー運転手	・2月は冬の行事やスキー、スケートに行く人の利用が多く、3月は官庁関係の人事異動に伴う歓送迎会、入試や卒業式などの学校行事が多いため、利用者数が多くなる。
	○	通信会社（経営者）	・年度末は加入促進イベントを実施するため、テレビ、インターネット、電話の同時加入者数の増加が期待できる。また、集合住宅へのインターネット一括導入の法人契約の大幅な増加も期待している。新築のアパート等は3月の完成が多く、通信サービスの新規加入者数が一気に増えるとみている。
	○	通信会社（社会貢献担当）	・年度末、新生活商戦に向けて、来客数、販売数が共に増加する見込みである。
	○	テーマパーク（職員）	・来館数が増加傾向にあるため、土産品などの買上率がアップし収益の増加が見込める。
	○	観光名所（職員）	・前年よりも予約数が好調で、前年の来客数を既に上回っている。振り客が前年よりも減少している点は気になるが、好調な予約数と団体客の増加が売上をけん引しており、客単価も上昇している。2～3か月後は更に良くなるとみている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に懸念材料はなく、好調のまま推移するとみている。
	○	設計事務所（経営者）	・受注は計画を若干上回っており、今後も急激な変動はないとみている。
	□	商店街（代表者）	・高所得者層では旅行や外食等の需要が高まっているが、それ以外の層では物価高騰の影響で消費が伸び悩んでいる。全体的には変わらない。
	□	商店街（代表者）	・商店街では年末年始の売出しもないため、盛り上がらない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価高や天候の影響を受ける可能性はあるが、変わらないとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今冬は積雪量が多いとの予報があり、景気も厳しい状況が続くとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・厳しい状況は変わらないとみている。
	□	百貨店（企画担当）	・気温が低くなったため、衣料品の売上が前年を超えているが、単価の高いぜいたく品が厳しいため、全体を押し上げるほどの伸長ではない。
	□	百貨店（催事担当）	・戦略的な改装により、全体的に若い客層が増えている。この傾向は続くとみている。
	□	百貨店（従業員）	・値上がりが続くなか、アパレル関連も不振が続いており、好転する要素が見当たらない。
	□	スーパー（経営者）	・商品の値上げが4月までに6000品目を超え、年間では2万品目以上が見込まれている。一般消費者の購買意欲が高まるような所得や可処分所得の増加を実現しなければ、消費は一気に冷え込むことが懸念される。事業継続のため商品原価上昇分の価格転嫁を進めるが、他方で、買上点数、来客数の推移を慎重に見て、消費離れが発生しないようにしなければならない。消費環境は依然として厳しさが続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・ガソリン価格などの値上がりの影響が大きく、節約志向が高まっている。
	□	スーパー（店長）	・全体の値上げは落ち着きつつあるが、消費を抑える傾向は続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・来客数や買物行動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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・物価上昇により客の購買意欲は低くなっている。チラシを打つなど販売促進活動を行うことで、何とか前年並みを保っている。ただし、その体力がなくなれば厳しい状況になるとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・前年よりも積雪量が多いため、各家庭で除排雪費用の負担が増えると食品への支出が減る可能性がある。さらに、スーパーよりも価格が安い小売店に客が流れたり、低価格商品の購入が増えたりすることも予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・客は本当に必要な商品のみ購入しており、消費行動の改善は期待できない。今後も買上点数の減少は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務担当）	・冬型の天候が続くと予想され、客の購買意欲は上向かないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今月は夜間の動きは良かったものの、客単価は前年比98%、買上点数は横ばいになっている。客単価の上昇が課題である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来年は今年以上に値上がりする品目が多くなることが予想され、更に厳しくなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっているものの、来客数が増えない。景気は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・降雪等の天候要因による変動以外に、景気に影響するような要因はない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇による買い控えが続いており、来客数、買上点数共に前年より減少している。景気が良くなる要因は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・年末で金を使った分、1月は節約モードになり、その後2月、3月は再び購買意欲が増すとみている。また、1月末からは中国の春節連休もあるため、インバウンド需要が高まるとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・良くなる兆しがない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰も予想され、厳しい状況は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・冬のボーナスが増加したとの報道はあるが、地方では給与やボーナスが増加した話を余り聞かない。燃料油価格激変緩和補助金の終了により、ガソリン代が上昇する。地方での生活には車が欠かせないため、影響が出ることが予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入予定もなく、オーダー再開の予定がある車もないため、受注が見込めない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表予定もなくメーカー施策も期待できないため、3月の決算期まで販売量に変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・車両部門は回復基調にあるが、サービス部門の落ち込みが厳しい状況は続くともみている。冬タイヤの販売も価格高騰の影響をもちに受けて伸び悩んでいる。車検等に係る費用も最低限の整備にとどまるなど総じて顧客の財布のひもは固い。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・当地域では例年よりやや多い降雪があり、除排雪等の関係業種は多少良くなるが、前年のマイナスを埋めるほどではないとみている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・円安や物価高が続き、賃金が上がらない状況では、景気が良くなることはない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・寒い日が続く配達灯油の販売量が増えてきたが、値上げによる買い控えを懸念している。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	・金額にかかわらず、予約の動きが鈍い状況は当面続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・材料費や人件費など全てが値上がりしており、良くなる要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高、節約志向の影響か、予約の動きは鈍い。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・悪くなる要因は多々あるが、好転要因は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・国内の旅行客が動かない分、インバウンドの受注活動を強化することで、ピーク時に近い売上までもっていきたくみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しいため、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
	□	遊園地（経営者）	・物価上昇は続くため、家計消費が上向くのは難しいとみている。
	□	美容室（経営者）	・灯油を始め、物価が更に上がるため、今月のような来客数、単価が良い状態は続かないとみている。
	□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価高の影響で買い控えは続くともみている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新築よりリフォーム工事が増えている。中でも、省エネ型給湯器の寿命に伴い、初期費用の安いガス給湯器への交換工事が増えている。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器の凍結による故障の問合せが増えるともみている。リフォームは気温の低下に伴い屋外工事は更に減るとみている。
	▲	商店街（代表者）	・低単価の飲食店では若者の利用がみられるが、高単価の飲食店では動きがほとんどみられない。この先、米国の政策の影響も出てくるため、景気が良くなることはない。
	▲	商店街（代表者）	・飲食店や旅館、企業の倒産が増えている。
	▲	商店街（代表者）	・雪が多い時期となり外出を控えるため、買物客が減少する。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価の上昇に対し、消費者は敏感に反応している。店頭の上売状況からも分かる。物価高騰は続くため、景気の悪化は避けられない。
	▲	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・1月以降も食品の値上げが続くため、客はかなり価格に厳しくなっている。イベントやハレの日があっても、雰囲気だけでは購買意欲を刺激できなくなっている。
	▲	百貨店（経営者）	・春のアイテムが展開される3月頃までは、ぜいたく品の動きは鈍る。また、物価高騰が続き、節約志向が高まるとみている。
	▲	スーパー（店長）	・新入学を控えて物入りになるため、食費を節約する時期になる。
	▲	コンビニ（経営者）	・悪天候により、今月は売上、来客数共に前年を越す日がほとんどない。この先、雪が降れば更に厳しくなるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価の上昇は当面続くことが予想され、景気の回復要素は見当たらない。降雪による土木業者の動きを注視している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・食品や灯油、ガソリンなど生活に欠かせない物の値上がりなど厳しい要素が多い。
	▲	家電量販店（従業員）	・寒波の影響で暖房器具は好調だが、それ以外は伸びていない。節約志向が高まっている。
	▲	家電量販店（従業員）	・2月、3月は新入学、新生活に向けた需要が増える時期ではあるが、少子化が進み、年々販売数量が減ってきているため、景気が良くなる見通しが立たない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・現状の受注量が続くようであれば、収益は悪くなる。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・降雪の影響で冬用の靴を購入せざるを得ない状況になっているが、春には財布のひもが固くなるとみている。
	▲	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補助金の終了により販売単価の上昇が見込まれており、これまで以上に節約志向が強まるとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今月がある程度良かったのは年末だからであり、年が明けて普通の生活に戻ると、やや悪くなるとみている。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高の影響がみられ、3か月先も景気は変わらないとみている。
	▲	観光型旅館（スタッフ）	・燃料油価格激変緩和補助金の終了によりガソリン代が上昇することに加え、冬期間は外出を控えるようになる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・第4四半期は前年割れの見込みである。東北は冬季閑散期に入るため、販売量の増加は見込めない。
	▲	通信会社（営業担当）	・光熱費やガソリン価格も上昇することから、地域の中小企業においては当面厳しい状況が続くとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金も終了するため、地方では生活が厳しくなる。
	▲	競艇場（職員）	・例年12～1月は来客数が増え売上は増加するが、2月以降は減少する。リピーター獲得のためイベント等の開催が必要である。



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
	▲	美容室（経営者）	・米国経済の動向や今後の政策の影響で、客の消費行動に堅実さが増すとみている。
	×	スーパー（経営者）	・物価高は続いており、光熱費やガソリン価格の上昇も家計を直撃している。
	×	コンビニ（経営者）	・春までは売上が下がり続けるとみている。経費の増加やロイヤリティで利益を圧迫され、借金ばかりが増えて経営が困難な状況にある。辞めるオーナーが増え、新規オーナーもいない。フランチャイズシステムの限界がきているとみている。
	×	衣料品専門店（店長）	・地方では、物価の上昇に賃上げが追い付いておらず、日常生活の不安による買い控えが進んでいる。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の急激で異常な価格高騰が今後悪い影響を及ぼすと予想している。国や自治体、農業団体、現場のそれぞれが早急に対策を講じて、適切な価格と需給バランスを維持する必要がある。国の迅速かつ的確な対応が重要とみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・新年度を迎える時期になるため、消費活動が一時的に活性化するとみている。しかし、圧倒的に多い一般的な生活レベルの人が余裕のある消費活動を行えるようにならない限り、景気の悪い状態は続く。
企業 動向 関連  (東北)	◎	—	—
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の客先からの受注が徐々に増加している。また、この先の受注の取り込みも上向き傾向にある。
	○	建設業（従業員）	・物価高騰で価格交渉に時間が掛かる傾向にあったが、そのなかの一定量は交渉成立が見込まれるため、受注増加になるとみている。
	○	公認会計士	・小売業、サービス業、建設業は売上が回復しており、業績も好調を維持できるとみている。製造業も春頃には売上が上がり、業績が回復するとの話があるため、全体としての景気はやや上向きになるとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・天候に左右されるが、果物の価格は近年大きく値崩れしていないため、大きな変化はないとみている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・年明けから各種価格高騰のダメージが出てくる。また、米国の今後の政策によっては原料の調達に影響するとみている。人や物の動きが見通せない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなる施策も雰囲気もない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方では人口減少や高齢化の加速で人手不足が顕著である。そこに追い打ちを掛けるように賃金引上げがあり、首都圏との格差は更に拡大している。経済環境が変わらない限り、何も変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量に変化はなく、新規案件の話も少ない。今後2～3か月も同じような状況が続くとみている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連の顧客については、開発を加速しており受注の増加が期待できる。しかし、中国の半導体市場は規制もあるため、見通しが立たない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の設備投資は当面削減が続く方向にある。
	□	建設業（従業員）	・物価高騰が続いており、改善する要因が見当たらない。
	□	建設業（従業員）	・3～4年先まで受注予定案件が埋まっている。
	□	輸送業（経営者）	・今年を上回るペースで食品などの値上げが続く可能性があり、節約志向は続くとみている。さらに、燃料油価格激変緩和補助金が終了となれば、業界としても非常に厳しくなる。
	□	通信業（営業担当）	・個人消費の低迷が商談を難しくしている要因であるため、政策による対応を期待したい。
	□	通信業（営業担当）	・良くも悪くも見通しが立たない。
	□	広告業協会（役員）	・景気対策が不透明であるため、消費行動は慎重になる。景気に上向き感がなければ広告業界が浮上することはなく、しばらくは厳しい状況が続くとみている。
□	広告代理店（経営者）	・首都圏では引き続き広告投資意欲の高まりがみられるものの、東北エリアは客先の状況をみると限定的である。	
□	経営コンサルタント	・消費刺激策や手取り収入を増加させる政策の実現に期待したい。	
□	司法書士	・良くなる材料が見当たらない。横ばいで推移するとみている。	

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
	□	コピーサービス業（従業員）	・取引先の業績が好調な会社と悪い会社があるため、良くなることも悪くなることもいえない。
	□	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・春先には酒類の値上げも予定されており、上向く要素がない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・年末年始の集客は例年どおりで推移する見通しである。スキー客用のバスの増便など人流活性化対策を行っているため、地域の景気が上向くことを期待したい。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件、受注案件をみても、好循環は見込めない。
	▲	農林水産業（従業者）	・燃料、資材、機械、設備等、事業に必要なもの全てが値上がり傾向にあり、コスト増加となる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・既存品の売上の落ち込みが大きく、新商品を発売しても落ち込みをカバーできない。原材料価格の高騰に伴う商品の値上げを予定しており、販売量の更なる減少が予想される。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・車載部品の新製品の引き合いが止まっており、なおかつ量産部品の生産調整や納期の後倒しが出ている。
	▲	建設業（従業員）	・冬場は積雪や悪天候の影響で工事の進捗が遅れるため、売上が減少する。
	▲	通信業（営業担当）	・物価上昇が続いており、顧客の購買意欲は更に落ち込んでいる。見込んでいた年度末の予算消化による発注も厳しい状況である。
	▲	金融業（広報担当）	・年末年始を過ぎて、消費者マインドが落ち着くことに加え、商品小売価格やエネルギー価格の値上がりが続く。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格の高騰に加え、官需、民需共に受注量が減少しているため、厳しい状況が続く。
	×	金属製品製造業（経営者）	・客先の販売不振による在庫調整後、更に生産調整が入ると予想され、受注減少が長引くとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・製造業、建設業、飲食業、卸売業の企業からはマイナスの情報が入っていない。一方で、酪農関係からは人を減らすという話を聞く。全体的にはやや良くなるとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・来期の採用計画で採用人数を増やす企業が一定数見込める。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・地域内の工場から、2月以降に増員の話がきている。
	□	人材派遣会社（社員）	・全体として企業の業績は好調であり、賃金のベースアップの兆しもみられる。しかし、物価高や円安による原材料価格の高騰などで、実質的な景況感は良ならないとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者数、求人数共に、前年比90%前後で6か月以上推移している。変化要因は見当たらないため、この先も変わらないとみている。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	・年度内は単価を上げることができない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・景気回復の起爆剤になるような話題もなく、停滞ムードが漂っている。政治主導の強力な景気対策が実施されない限り、何も変わらないとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・今冬は雪が多くなるため、関連する業種以外は閉塞感が続く。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰が続く限り、現状のまま変わらないとみている。
	□	学校〔専門学校〕	・求人内容や景気状況を改善できる要因がない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高騰のなか燃料価格の上昇などもあり、買い控えが顕著になっている。景気回復は当面期待できない。
	▲	職業安定所（職員）	・今年を上回る品目の食品が値上げされる可能性があることに加え、燃料価格の上昇もある。生活防衛意識が強まり、消費が冷え込むことが予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・小規模零細企業で事業廃止や雇用調整の動きが出ている。
	▲	職業安定所（職員）	・プラス要因が見当たらない。
▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が4か月連続で前年比マイナスとなっている。企業立地による新規の雇用数よりも、工場閉鎖による離職者の方が多くなっている。	

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
	×	*	*

### 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)	◎	家電量販店（店員）	・厳冬が続けば季節商材が伸びるとみており、特に、売上構成比の高いエアコンが伸びれば良くなると期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今月の景気が良いように、3か月後も祭礼等の開催で、県庁所在地周辺への来客が予想されるため、景気は良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・管轄エリアについては、春の行楽シーズンが訪れることにより、県内旅行者やインバウンドの増加が見込まれる。加えて当地の3か月予報では晴れの日が多く、移動しやすい天候と予想されるため、やや良くなる。
	○	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順調で、街の雰囲気も明るい。しかし、米国の新大統領の政策が心配なところがある。
	○	一般レストラン（経営者）	・年末年始と冬休みの時期でイベント等もあるため、人出が増える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・年始は宿泊、宴会、レストランいずれも例年どおりの予約を受けている。宿泊はビジネス利用が主だが、堅調に推移している。唯一の懸念は新型コロナウイルス感染症やインフルエンザのまん延である。12月も新型コロナウイルス感染症やインフルエンザ関連での宴会キャンセルが無視できない数で発生している。これ以上まん延すると、医療関係の予約がストップしてしまう懸念がある。
	○	旅行代理店（所長）	・年末の降雪もあり、スキー需要並びに雪を求めて来訪するインバウンドに期待を持てる。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に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。
	□	商店街（代表者）	・寒さが厳しくなる季節に向かい、これといった景気を左右する要素もない。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・現状維持が良いところではないかと考える。国の補助金等で再び電気、ガス、ガソリン等が値下がりしてくれば、状況は違うだろうが、変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・長期予報によると、例年並み又は例年より高い気温の傾向となることから、客足の落ちる冬季シーズンとはいえども、例年並みの売上は確保できると考える。国内外問わず、旅行客の出足も堅調で、特に、海外からの観光客は円安を背景に購買意欲の高い状態が続いている。この状況が続くと予想して、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・主力の干し芋が、夏の暑さや残暑等の影響で、さつまいもの生育状況が悪く、4割減少している。干し芋も、糖化が進まず、固くて余りおいしくない等の理由から、贈答がかなり少ない。
	□	スーパー（総務担当）	・物価高が続くなかで、賃上げ等が改善されなければ厳しい。
	□	スーパー（商品部担当）	・総合的に集客力の低下が大きな要因の1つだとみられる。特に、商圏内の競合店やドラッグストアの開店の影響が尾を引いている。
	□	コンビニ（店長）	・12月はクリスマス以降、非常に販売が低迷した。これ以上下振れしないようにと願っている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・今回まあまあ良かったのは、3か月間冷え込んでいた分の戻りである。3か月後に良くなるという明確な根拠がないため、どちらともいえない。
□	その他専門店（総務担当）	・見積案件が伸びない。	
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年末年始の人流増加が維持できるよう願っている。	
□	都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症発生前の件数、売上に戻ってきている。今後は単価を上げる努力をしていかないと伸びないと考えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（従業員）	・根拠はないが、このまま動かないとみている。バス代等、原価が掛かっているものの、その全てを価格転嫁できているわけではないため、動きがあっても利益につながらない想定である。
	□	旅行代理店（営業担当）	・観光産業への支出は、生活基盤が落ち着いてからと後回しになるため、しばらく変わらない。
	□	タクシー運転手	・新年会が終わると、また閑散とするとみている。
	□	通信会社（社員）	・今後2～3か月では変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が上向き好材料がなく、唯一好調なインバウンド関連も一般家庭には直接的な影響がない。引き続き、実質賃金の低下が続く。
	□	通信会社（総務担当）	・3月は新規需要が見込めるため、やや良くなる。ただし、生活必需品が軒並み値上がりしていることから、客が買換えに回せる資金が減っているため、変わらない。
	□	テーマパーク（職員）	・3月末頃までは、降雪や寒さによる影響から来園客数も伸びず、変わらないとみている。
	□	美容室（経営者）	・人々と社会がより豊かになるには、企業が今以上に自由に活動できる規制緩和や減税が必要である。年収の壁を僅かばかり引き上げる等の単純な方法では実現しない。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現状維持でいくしかない。同業者も同じようなことを話している。
	□	設計事務所（所長）	・あらゆる物の価格高騰が続いており、今後も先行きは不透明である。
	□	住宅販売会社（経営者）	・街のなかをみても、空室のアパート、店舗等が目立ってくるようになってきている。ただし、シャッター通りになるほどではないとみている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・例年同様に年度内の残りは、次年度の補助金を見据えた営業活動を行うため、今後2～3か月は余り変わらない。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・1～3月までは一服というような状況である。
	▲	百貨店（営業担当）	・ガソリン価格の上昇や物価高による消費行動の抑制は、依然として続くと予想される。今後数か月は現状維持からややマイナスが見込まれる。
	▲	百貨店（営業担当）	・生活必需品の値上げは依然として続き、その都度消費マインドは低下していく。正月やバレンタイン、入学卒業返礼といったモチベーションはあるものの、そのなかでの購買動向に追い風は吹かないものと予測しており、何らかの節約意識が働くと考えている。
	▲	百貨店（店長）	・現在の様々な状況が好転する想定はなく、しばらく同様の商環境が続き、徐々に景気も悪くなっていく。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・12月は年末年始の帰省客や行楽客が見込まれるものの、年始以降は閑散としてくるため、やや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・年末に向けた時期の予想外の売上減少というか、売上につながるような状況がなかったため、これから1月、相当に暇な2月を迎え、年度末の3月も何とも期待を持ってないような状況のため、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・受注が増加していないため、売上も減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・給料はなかなか上がり、上がったとしても物価高で、ますます外食機会は減るとみている。
	▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・物価高騰など明るい要素が見当たらない。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・主力の給食部門において、主となる人件費や食材費の上昇傾向が、今後も続いていく。取引先からも取引条件の見直しについては理解をもらっているものの、見直しは後追い傾向が強いため、当面は収支の厳しい状況が続く。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・繁忙期と閑散期の差もあるが、1月から春休みを除いた4月上旬は、基本的に閑散期に入るため、やや悪くなる。
	▲	通信会社（局長）	・現状、全体が値上げに動いているが、給与がそこまで上がることは予想できず、政策もよく見通せない。消費者は今後の値上げの状況などを不安に思い、更なる買い控えにつながり、消費は落ち込むため、景気回復にはつながらない。

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
	▲	ゴルフ場（従業員）	・物価上昇しているなかで、単価を上げられない状況が続いている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・円安傾向が収まる気配がなく、全体的なコストが上昇している。状況の悪化が予想される。
	×	通信会社（経営者）	・物価高で消費者が物を買わない。日本銀行の景気判断では「緩やかに回復している」とのことだが、企業の倒産件数はずっと右肩上がりが増え続けている。一体、どれだけの人が景気が良いと考えているのか疑問である。仕入コスト高と人件費高騰で、今後も倒産件数は増えていくとみている。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	金融業（営業担当）	・今後2～3か月の景気は、製造業、建設業、不動産業等は今年より良くなる。
	□	食料品製造業（経営者）	・消費者はエネルギーコストや食品等の価格上昇から生活防衛に走り、財布のひもが固くなる。
	□	化学工業（管理担当）	・物価が高止まりしていて、下がるものはない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・物価がこれからどのくらい上がるか分からない。それが不安材料になっている。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・人手不足が懸念される。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・明るい未来を予想することができない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・思っていたより、10～12月は追加が続いて量が増えた。1～3月はどうなるか分からないが、もしかしたら上向くかもしれないし、変わらないかもしれない。今のところはみえない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状、売上のにまずまずだったが、今後2～3か月先がまるで分からない。良くはならないと考えている。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等はまだ続いているため、変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・新年度に向かい、新生活用品、白物家電、生活雑貨等の輸送量は前年並みを確保予定である。ただし、燃料価格の高騰やドライバー不足等の状況もあり、車両確保は割高となるため、利益確保は難しくなりそうである。
	□	経営コンサルタント	・大手及び中小企業の来年度の賃上げのトレンドは上昇基調という流れで妥結が進めば、消費面に追い風となり得る。一方で、海外との貿易や国際収支、為替レート、国内の経済政策や産業活動の結果動向が不透明であるため、地域経済にとつての好材料は多くない。
	□	司法書士	・仕事量がやや良い状態はこのまましばらく続くと考えている。
	□	社会保険労務士	・来年度予算案が通らずに賃上げに影響が出る等がなければ、今と変わらない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・季節的な傾向で、やや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・現状では2025年に増産計画がある案件は極めて少なく、このままでは、全体的に縮小していく傾向に歯止めがかからない。
	▲	建設業（総務担当）	・全体的な仕事量がとにかく少ないため、先行きも不安である。補正予算の効果が出てきてくれるとよいと考えている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・中国の景気が悪化している。
	×	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産がこれから減産になるため、この先はかなり厳しい状況になる。
	×	不動産業（管理担当）	・物価上昇は収まる気配がなく、資材等の注文をするたびに価格改定が行われる状況で、燃料費や光熱費もまだ上がっていくとみている。また、新規雇用も賃金を上げないと募集できないため、コストがますます増加し、利益が減少すると見込まれる。
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—

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
(北関東)	□	人材派遣会社(経営者)	・寒波や天候の影響も出てくるだろうが、公共事業関連、上下水道、道路関係の工事が進んできている。依然として、食料品、生鮮食料品、衣料品等は、価格も抑えるところは抑えながら、恐らく横ばいでいくとみており、住宅関連、生産機械関連も休みが多いため、売上はダウンし、総体的には横ばいとみている。
	□	人材派遣会社(社員)	・求人数に対して求職者数が不足している状況に変わりはない。賃上げが進めば、求職者の動きも活発になる。
	□	職業安定所(職員)	・新規求人数の動向は、医療、福祉分野は増加傾向で推移している。建設業や製造業は減少傾向となっている。卸・小売業、サービス業は増減を繰り返している。
	□	学校[専門学校](副校長)	・原材料価格の高騰が叫ばれているなか、周辺企業ではかなりの切迫感があり、厳しい状況である。しかし、消費意欲はさほど落ち込んでいないと感じられず、景気は変わらない。
	▲	人材派遣会社(管理担当)	・派遣で働く人材が不足している。また、特定技能制度等の採用で、派遣人材の採用枠が少なくなっている。
	×	*	*

#### 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
(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客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)	・寒い冬が続く、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。

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（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）。
	○	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、乗客数も若干増えている（東京都）。
	○	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。
	○	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。
	○	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）。
	○	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）。
	○	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）。
	○	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）。
	○	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くるので、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切れない。
	○	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）。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	住宅販売会社（従業員）	・子育てグリーン住宅支援事業に関する発表があり、様子を見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。
	○	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。
	□	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。
	□	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。
	□	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）。
	□	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。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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）。
	□	百貨店（総務担当）	・来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。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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。



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（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で推移する（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い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い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つをプチゼいたくする方が、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。

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"/>	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）	・景気の減速感は見られないが、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）。

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（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）。
	□	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。
	□	通信会社（局長）	・ここ最近、不動産が繁忙期の盛り上がりが見込めず、見受けられるため、上昇トレンドがそこまで伸びない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・良くなると考えられる材料がない。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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。
	□	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）。
	□	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）。
	□	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。
	□	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。
	□	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。
	□	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）。
	□	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）。
	□	その他レジャー施設 [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）。
	□	その他レジャー施設 [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、景気が上向き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）。

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（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、これは毎年のごとなので、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、賃上げは追い付いていないため、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。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	タクシー運転手	・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事実だが、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分からないが、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）	・同じ商圏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、価格転嫁が追い付かない。
	×	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始めたので、この先が楽しみである（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
	○	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。
	□	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。
	□	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)。
	□	輸送業 (経営者)	・ 良くなる要素が少ない (東京都)。
	□	輸送業 (総務担当)	・ 繁忙期のため荷主の国内出荷量は増えているが、輸出货量は全くない。今後も現状が続くかは分からない。
	□	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。
	□	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)。

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）	・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。
	□	不動産業（総務担当）	・良い材料も悪い材料も見当たらず、春先までの景況感が変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・案件が不足している（東京都）。
	□	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）。
	□	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	・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。
	□	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）。
	□	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。
	□	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）。
	▲	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。
	▲	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。
	▲	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。
	▲	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）。
	▲	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）。
	▲	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。
	▲	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。

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（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、賃金が上がったとし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、企業の売上につながっていかない。
	□	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。



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
	×	—	—

### 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)	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・遺品整理では、他人からは不要にしか見えない物でも本人にとっては捨てることのできない物がたくさんあると分かる。残された人は葬儀も含めて大変なため、葬儀費用を抑えようと、シビアになっている。
	○	百貨店（経理担当）	・前年発生の能登半島地震被災の反動が今後期待できるものの、物価高の影響は、引き続き不安材料となる。
	○	タクシー（経営者）	・人の動きが活発になり、年度末にかけて良い方向に向かうとみている。
	○	遊園地（職員）	・年末年始に向け、パブリシティの獲得やイベントの開催等、積極的な集客施策実施と情報発信を行い、多くの客の来園を期待している。
	□	商店街（代表者）	・商店街は最盛期と比べて、今は本当に半分以下になってしまっている。直接、生活に携わるような商材を売っている店が少ないため、このままでは今後どうなるか、日々人が減っていくような状況で、来年は当店も何か考えなくてはいけない。
	□	商店街（代表者）	・新年からの値上げ品目が多く、客の消費意欲が鈍ることが心配である。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・値上がりした物が値下がりすることは難しく、よもや便乗値上げではないかとみられるものさえ見受けられる。消費者の購入意欲が湧かない限り、売上の伸びや利益はみえてこない。依然として、明るい先行きが見えてこない。
	□	百貨店（営業担当）	・相変わらず物価高の傾向で、ガソリン代は今月も値上げで、なかなか景気向上はしない。実質賃金は余り増えていないようなので、厳しい状況は変わらない。
	□	スーパー（経営者）	・前年の能登半島地震の反動や降雪の状況に左右されそうである。
	□	スーパー（経営者）	・景気は3月までは変わらないとみている。4月から新規の病院の仕事が増えれば、売上が20%ほど大きく増える可能性がある。
	□	コンビニ（経営者）	・コンビニだが、なかなか総体的に来客数が伸びない。特に1～2月辺りは年間でも非常に売上が厳しい時期である。
	□	コンビニ（経営者）	・競合他社の出店で、全体の消費は増えるものと考えている。
	□	コンビニ（店長）	・ガソリン関係や流通関係がとて厳しくなってきた、値上げもまた出るとみており、併せて買い控えも出てくる。ただし、コンビニの業態として、日々の生活に溶け込んで密着しているため、客は余り生活基準を変えないとみている。そうした点から、若干落ちるかもしれないが、余り変わっていかないと考えている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高や景気刺激策がないため、変わらない。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	・いろいろな物が非常に高くなっているが、好循環も生まれてきている。米国の新政権がどのような形になるかは予測できないが、もう少し好循環が進めば、価格上昇を補っていくとみている。
	□	高級レストラン（経営者）	・接待や個人の少人数の食事会等は堅調なもの、この先も団体の宴会や食事会は増えていかないと考えている。
□	一般レストラン（経営者）	・恐らく悪くなっているが、同じ状況が続いているため変わらない。	
□	一般レストラン（経営者）	・年末年始の長期休暇中に客の消費、出費が増えるため、当店への影響も少なからずある。	
□	都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会同様、新年会等の動きがあるため、大幅に動きが鈍い状況ではなくはなっている。ただし、個人利用の動きが鈍く、大幅な伸長傾向にあるとは言い難い状況で、大きなプラスの影響はみえない。	

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
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・1月は季節柄もあるが、客が外出を最も控える月である。ただし、居酒屋関係などの忘年会や新年会は、この正月期間に同窓会などが入り、かなり混んでいると聞いている。ホテル等の高額な消費は避けられている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・物価高に起因した旅行代金の上昇を受け、客足が伸びず受注も来客数も減少する。製造業の景気に陰りがあり、海外旅行は円安で動きが鈍くなる。
	□	タクシー運転手	・県庁所在地の繁華街と違って、我々のところは少し田舎なので、観光客の影響も余りなく、夜の動きは悪く、昼の動きもなかなか良くない。
	□	通信会社（社員）	・特段、加入者が増える期待材料はないが、冬が本格化して降雪が多くなると、着雪障害等でケーブルテレビの需要が高くなる可能性がある。セールスポイントとして利便性を訴えていきたい。
	□	観光名所（職員）	・旅客は増えても物価高が利益を圧迫している。ガソリン等の補助金縮小による燃料代の高騰も懸念される。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・今後の予約状況を見ても、伸びが悪い。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・屋内レジャーは気温や天候に左右される部分もあり、寒い時期は屋外に比べ屋内が選ばれることが多くなる。個人や団体の利用が増えることを期待する。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・景気は米国次第である。
	▲	百貨店（店長）	・この数か月、大きな変動はみられない。現在の物価高が続く限り、客の消費動向が大きく変わることはない。また、こうした状況が長引くと、徐々にではあるが購買に悪影響が出てくる。
	▲	スーパー（店長）	・ガソリン価格の上昇で、地方のスーパーでは買物頻度が減少し、財布のひもはより固くなると考える。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・エネルギー高は変わらず、補助金の縮小や更なる値上げで可処分所得が減っていくため、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントがしばらくないため、販売が上向き気配はない。供給不足が解消されてきたことで、需要期の価格競争は厳しくなると予想される。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	・年末年始の燃料費高騰等の影響を受けるため、節約傾向がやや強くなり、厳しい状況が予想される。
	▲	スナック（経営者）	・新年会の予約は余り増えていない。また、自転車の飲酒運転の取締り強化以降、自転車で来店していた常連客がかなり減っている。これはもう回復しないとみているため、かなり長期に影響が出てくる。
	▲	スナック（経営者）	・今月も忘年会シーズンだが、さほど動きはなく、例年と比べるとかなり減っている。また、当地では降雪すると一気に来客数が減ってしまうため、1～2月はかなり厳しいと見込んでいる。
	▲	観光型旅館（経営者）	・近年、予約が宿泊や利用の間際になっている傾向だが、3月の予約は新型コロナウイルス感染症発生前の同時期の予約状況と比較して95%程度と余り良くない。やや悪くなると予想している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・冬季は出張が減るのか、宿泊客数が減少しがちである。例年、1年を通して最も低迷するのが1月で、やや悪くなる。
	▲	通信会社（社員）	・電気通信事業法施行規則の一部改正の施行による影響が少なからず出てくる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・別荘に関する問合せはやや減少程度であるが、売買成約率が徐々に低下している。
	×	商店街（代表者）	・買物の習慣が変わったのだろうかというほど悪くなっている。
	×	コンビニ（経営者）	・冬場になり、物価高が響いているような客の買物の様子である。今年の1～3月は前年と比べると売上が10%ほど下がって、夏場は5%くらい低下している。この様子を見ると、来年はどうなるかと心配になってくる。
	×	コンビニ（経営者）	・増税や人手不足で、中小企業は生き残れない。
	×	コンビニ（経営者）	・1～2月は売上が回復するイベントなどがなく、物価高も続く想定されるため、売上が回復する見込みがない。
企業	◎	—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連  (甲信越)	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需給が回復し、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・春に向けた新生活需要による販売増加が見込まれる。ただし、食料品等、多くの商材が値上げしており、低価格の耐久消費財に売上が偏ることが懸念される。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・消費喚起の出稿が増えてきており、年末年始の売上につながるような出稿等も増えている。
	□	食料品製造業（営業統括）	・一部の後発酒造メーカーは、インターネット販売等で消費者のマインドを捉えているが、ほとんどのメーカーでは、物価高騰、消費の落ち込みで、苦慮している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・来春からの受注に期待感はあるものの、冬場の受注低迷期の予想はできない。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・受注量自体は3か月分くらい確保できているため、変わらない。ただし、度重なる値上げのため、メーカーに受注が殺到しており、今後の部品供給が滞ることもありとみており、その点に多少不安がある。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・今年になって、金価格の高騰や円安が続いたため、価格が2倍近くになってしまった商材もある。客の購入希望額をはるかに超えるものばかりで、客はジュエリー離れしつつある。小売店側はようやく商材価格が高くなっていることに理解を示すようになってきてはいるが、ここ数か月の売上低迷から、まだ積極的に新商品を仕入れる状況には至らない。
	□	建設業（経営者）	・売上金額的には変わらないが、数量的には落ちてくるとみている。
	□	金融業（調査担当）	・米国の新政権の通商政策の影響も懸念されるが、製造業は現状の弱さが続く見通しである。非製造業は、観光関連が本格的な冬季シーズンを迎え、底堅く推移するとみている。
	□	金融業（経営企画担当）	・日本銀行による金融政策の修正がされ、早ければ1月、遅くとも3月には利上げが行われる公算が大きい。大企業による賃上げの動向が徐々に出てきてはいるものの、中小企業まで賃上げが期待できるかと考えると厳しいとみている。物価の上昇に対して、全体の賃上げが追い付かない懸念もある。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・引き続き原材料価格の上昇が予想される。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・11～12月にかけて、紙が値上がりしたため、受注量も減っている。特に、年賀状印刷は郵便料金の値上げに伴い、例年の3割減少の状況が続いている。2～3か月先も仕事はどうなるかと大変心配である。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月、資金繰りが大変である。
雇用 関連  (甲信越)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・半導体関連等の製造業の改善と大型スーパー出店に伴う波及効果が期待できる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・地方企業のボーナスは少ないかまだ支給されていないため、非常に残念な状況である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安、ガソリン等を含めた諸物価高騰が影響してか、企業マインドを下げる慎重な姿勢が続いている。
	▲	職業安定所（職員）	・求人の方からは景気動向が不透明であること、また、物価上昇に賃上げが追い付かず、年金生活者も節約を強いられている状況が続くなか、経済政策が流動的であり、かつ米国の新政権発足による影響、中国経済の動向など不安要素も多い。このところ、燃料や原材料費の上昇等の影響による人員縮小や整理も若干見受けられる。
▲	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比、5か月連続で減少している。	

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

## 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)	◎	商店街（代表者）	・明確な要因はないが、良くなる感触がある。
	◎	乗用車販売店（経営者）	・1月から3月まで決算シーズンとなる。メーカーの生産停止があった今年と違い、年明けからは順調に推移することを期待する。
	◎	テーマパーク（職員）	・インバウンドの増加と客単価の上昇が見込まれる。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・年度末の駆け込み需要や税制改正大綱の決定による客の動きで、年度末は来場者数が増える。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・年が明けて春になれば、少し景気が良くなると期待する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・コロナ禍がほぼ収束している。この5年間の空白は世界経済に悪い影響を及ぼしたが、これから空白を取り戻すときである。
	○	百貨店（総務担当）	・株価が一定程度の高水準にあり、資産効果による売上増加が見込まれる。年末年始の連休は外出機会も増え帰省や土産需要も期待できる。年明けも寒さが続くようで、冬物衣料品や雑貨などの動きがセールにより更に増すと想定する。売上は堅調を維持すると想定している。
	○	百貨店（営業担当）	・年始からバレンタインデーの商戦が続く。
	○	百貨店（営業担当）	・ボーナス支給が前年を上回っている企業も多く、消費意欲が高まりつつあるように見受けられる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが更に好調になる。日本人客は若干の減少傾向と見込まれるが、インバウンドの客単価上昇が上回りトータルではプラス傾向のため、今後も更に良くなる可能性が高いと予測している。
	○	コンビニ（店長）	・特に悪くなる要素がみられない。
	○	コンビニ（店長）	・年度替わりとともに客の流れが変わることを懸念するが、大阪・関西万博等で当地域もターミナル駅の動きが活性化すれば、その恩恵により売上は増えそうである。
	○	衣料品専門店（店長）	・徐々に平年並みの寒さに戻る傾向にあり、来客数の微増が予想される。作業服の販売が増加傾向で、新規に従業員を増やす客も多くみられることから、景気回復の兆しと考える。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・成人式に向けた販売は、例年と比べて振るわなかったが、これから繁忙期を迎えるため、2～3か月後は1年で1番良い時期になる。就職活動や卒業式に向けてスーツを求める客がかなり増える。例年どおりではあるが、セット販売によりスーツ以外の物を購入する人も多くなる。
	○	家電量販店（店員）	・客に上位モデルを勧めたときの反応が良好である。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・冬らしい気温になってきたので、冬物商材の販売増加に期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年度末に向かい、客にも価格への期待感と購買意欲が湧き上がると期待したい。しかし、今年以上の品目で物価が上がるとの報道もあり、客の選択の目はより厳しくなるとみられる。
○	乗用車販売店（営業担当）	・1月から2月に登録納車できる受注残があり、ここ2～3か月は上向きそうである。ただし、4月以降は不透明である。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・足元の来客数に鑑みれば、年末年始から年度末にかけておむね堅調に推移する。	
○	観光型ホテル（支配人）	・宿泊は引き続き高単価と高稼働率を維持し、宴会やレストランも前年を上回る予約状況である。	
○	都市型ホテル（総支配人）	・中国人観光客は夏以降確実に増加しており、ビザ発給の緩和等に期待する。旧正月は海外オンライン予約サイトを中心にアジアからの宿泊予約が早い。	
○	旅行代理店（経営者）	・令和6年は震災に始まりいろいろあって余り景気が良くなかったが、来年は特に問題もなく、足元に比べればやや良くなると期待する。	

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
	○	旅行代理店（経営者）	・足元での客の動向から、年明け以降受注が増えると判断している。
	○	旅行代理店（経営者）	・依然としてオーバーツーリズムやインバウンドの影響で旅行代金は下がることはないと思われる。ここまで物価が高騰すると割り切り感が出る。旅行に出掛ける計画があれば、値段が高いのは仕方なくいつまで待っても安くなることはないかと客は割り切るようになった。
	○	旅行代理店（営業担当）	・年度内に社員旅行や研修旅行の実施を希望する企業等の駆け込み需要が見込まれる。団体旅行が落ち着く12月から1月と比較すると、2月から3月は取扱が増える。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・来月からの繁忙期でどこまでばん回できるかが鍵となる。
	□	商店街（代表者）	・来客数は安定して多いが、購買数が減少傾向であり売上金額は横ばいである。
	□	商店街（代表者）	・所得の増加は大企業だけで中小企業ではみられない。所得増加の流れが広がっていかないと、景気は良くなる見込みはない。
	□	商店街（代表者）	・物価が上がる一方で収入は増えず、景気が良くなることはない。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・僅かであるが飲食店の来客数は増える傾向にある。ただし、客の消費動向はシビアで、まだ厳しい状況が続く。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・年明けにはまた値上げラッシュが控えており、良くなる要因はない。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・円安の影響と企業間の格差があり、大企業と中小企業では状況が違う。中小企業にとって賃上げや年収の壁の改定に伴う社会保障費の負担増加等は非常に厳しい。景気の行方は何ともいえない。
	□	百貨店（売場主任）	・年始はふだん百貨店を訪れない客も多く来店する。クリアランスセールだけは利用するという客もいるため、少し売上につながるかと期待する。ただし、セール用の商品をそれほど確保できていないため、余り大きな影響はない見込みである。
	□	百貨店（企画担当）	・全てのアイテムで値上げた分が売上増加に直結しているため、毎月の売上は伸びているが、買上客数はそれほど伸びていない。今後も同様の傾向が続くとみられ、表面的には売上は増えても、景気が良くなっているとは言い難い。
	□	百貨店（経理担当）	・ボーナスを含む賃金改定への期待感や所得税減税などの好材料がある。一方で、米国新政権の発足に伴う関税リスク等が企業業績の悪化や設備投資の縮減等をもたらす可能性という悪材料が混在している。結果的に景気は現状維持にとどまる。
	□	百貨店（営業担当）	・今後も物価高の影響で客の購入意欲は余り上がってこない。今まで好調であったインバウンドの消費も、中国を中心に減速しつつある。
	□	百貨店（販売担当）	・大きな好転はない。価格改定などで一時的に良くなるが、反動が大きくなる。
	□	百貨店（販売担当）	・バレンタインデーのチョコは年々前倒しで、自己買いが多くなっている。2月後半からのホワイトデーギフトは、大きな購買動機が見つからなくなり、目的がはっきりせず縮小気味となる。
	□	スーパー（経営者）	・加工食品の値上げに加え、生鮮品も値上げや品薄が続き、期待できる要素がない。
	□	スーパー（店員）	・物価上昇が続いており、良くなる要素がない。
	□	スーパー（販売担当）	・値上げの影響もあるが、このまま良い状況は続くとみられる。
	□	スーパー（支店長）	・物価の上昇に賃上げが追い付いていないため家計のエンゲル係数は上がる一方で、食料品以外の衣料品やし好品を主な商材とする当社としては、厳しい状況が続くとみる。せめて再来年には良くなってほしいと願うばかりである。
	□	スーパー（総務）	・景気対策が進まず、景気改善の要因がない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・12月は絶好調だったのでやや落ちるかもしれないが、来客数はこのまま良好なペースを維持する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・特にプラスに働く要因が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・足元の状況が継続するが、様々なリピート販売促進施策は一定の効果がみられ、来客数の維持は可能とみられる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年明けから販売価格の上昇が見込まれ、販売量を維持できるか分からない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業は比較的安定している。物価上昇が客単価を押し上げ、必然的に売上が上乘せされる影響とみられる。目まぐるしい環境変化が発生するなか、今後も大きく左右されることなく安定的に推移していくと想定する。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・新生活に向けた動きは出るだろうが、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給台数は完全に戻っており、受注に関しても、大きな盛り上がりはないものの通常の買換え需要に支えられ堅調に推移する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・具体的に良くなるトピックや要因があるわけではないため、先行きは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の振り当てがあれば販売できるが、販売停止の期間が長い。新車のリセール価格が高いため短いスパンで買い替える客もいるが、販売台数は年々減ってきている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新築マンション、戸建て住宅共に建築コストが上がり、販売価格も比例して上がっているため苦戦が続く。ただし、中古住宅、マンション等の小規模リフォームや商業施設の店舗改装等は順調であり、前年並みの数字は確保できる見込みである。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・米国政策の影響による円安や貿易関税に始まり、中国経済の鈍化、物価上昇や中小企業の賃上げに伴う利益率低下等が大きく影響してくる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔書籍〕（社員）	・年明け以降、米国の政権移行によって更に為替の影響を受けると考えられる。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・メリハリのある消費が続いている。春先の卒業式や入学式等の慶事需要には期待できるが、全体的には横ばいを予想している。日常での外食需要は上向きとみる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・良くなる要因等が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・足元は年末だから忙しいだけで、将来につながるか不安である。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・自社製品の値上げや物価上昇の影響で販売量は減ると予想しているが、ここまで予想していたような減少はない。これ以上光熱費やガソリン代等が上昇しなければ、景気は小康状態を保つとみる。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・足元でも余り良い状態ではないものの、来年以降も特に悪くなる材料はない。業種や企業によって景気が良いところと悪いところの差が出ている。福利厚生や社員の働き方改革のために飲食や宿泊で利用する企業もあれば、そこまで余裕がない業種や企業もあり、まだら模様の状況である。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きは変わらないと判断する。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・需要は伸びているが対応できる熟練社員がいないため、売上が伴わない状況である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・ターミナル駅前の人出は増えているものの、リニア中央新幹線の完成時期や駅エリア再開発の遅れ、食料品等の値上げによる心理的な影響等もあるのか、盛り上がりには欠ける。クリスマス装飾は簡素化し、地下街などの音楽も控えめになっている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要がある一方、インフルエンザ等が流行すると旅行取消しも発生する。卒業旅行がこれから3月は増えてくるが、感染症関連での取消しもそれなりに発生すると予測され、思いの外上向きにはならないとみる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・上向きとなる要因がみられない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・今後はより高速の光回線サービスが主流となる。Wi-Fi環境が変わって既存のネット客が満足できるようになれば、他社からの乗換えが期待できそうである。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・年明けからの集客が見通せない。

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
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・寒さが一層厳しくなり屋外施設にとっては大変な時期となる。今後の集客は依然として予測が難しく、現時点では回復傾向にあるか否かの判断が難しい。
	□	ゴルフ場（支配人）	・2月は1年で最も寒い時期であり、入場者数は前年同日比で予算に至らないゴルフ場もある。天候以外には特に不安要素もないため、トータルとしてはこのまま景気は変わらず推移する。
	□	美顔美容室（経営者）	・年始から新たなキャンペーンを開始する。
	□	美容室（経営者）	・足元は時期的に客の動きが良くなっているが、物価高騰があるため先行きの景気は余り変わらない。
	□	美容室（経営者）	・物価が高くなっているため客の美容院に来る頻度が減っている。毎月来ていた人が1か月半に1回になった。
	□	住宅販売会社（従業員）	・しばらくこのままの状態が続く、若しくは悪化するとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・ガソリン価格が大きく値上がりしているため、全てにおいてコストが大きくなる。
	▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・今月はボーナス月で例年並みの売上はあったが、今後も買い控え傾向は続く。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇が止まらず、買上点数の減少が更に顕著となる。
	▲	スーパー（店長）	・今後も通常の商品の買い控えやバーゲン品だけを買う動きが続くと予想される。
	▲	スーパー（店員）	・クリスマスから年末商戦が終了し売上が落ちる時期のため、売上が落ち込む可能性が高い。
	▲	スーパー（店員）	・野菜の値段が高止まりであり、ガソリン価格の上昇がもたらす価格に反映している。また、寒波の影響がどこまで広がるか不透明で、良い材料を探すのが難しい。
	▲	スーパー（店員）	・担当部門の商材で値上げが発生するため売上ダウンのリスクがある。
	▲	スーパー（販売担当）	・年末年始を上回る来客数は見込めない。
	▲	スーパー（販売担当）	・インフルエンザが猛威を振るっており、客が外出をちゅうちょする状況が続く可能性が高い。今後も商品の値上げが多数見込まれており財布のひもは固くなる。世界情勢をみても全般的に不透明で、景気が良くなる要素がみられない。
	▲	コンビニ（企画担当）	・今年の年末年始は長期休暇の人が多く旅行者も多いが、年明け以降は通常に戻る。
	▲	コンビニ（店長）	・米出荷制限の案内があり、品不足になると一段と価格が上昇する懸念がある。その他の食品やビールも値上げされるため、やや景況感は悪くなるとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・消費の増加を促すような施策がないため、少しずつ悪化する。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	・年末年始を過ぎて一旦人流も落ち着くシーズンに入ることから、売上伸長はやや停滞すると予測する。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・足元の状況では、購入はより慎重になってバーゲンセールでも在庫品を売り切れるか不安になる。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	・食料品の更なる値上げやガソリン価格高騰などの影響により、個人消費が停滞する。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・仕入価格が上がって価格転嫁したが、やはり数量が伸びない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・物価上昇が続くと予想され、買い控えなど影響が強まる可能性がある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・以前も同様であったが、ガソリン代が高くなると自動車の使用が減りメンテナンス用品等の売行きが鈍くなる。また、ハイブリッド車や電気自動車を検討する客も増えるが、全体的に保有コストが安い軽自動車に集中するため、収益面では余り期待できない。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型車が発表されたが、車両本体価格がかなり上がって厳しい状況である。また、これまで力を入れていた電気自動車が全く売れなくなり、かなりのマイナスとなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・年明け以降に選挙関連の報道があり、この先の動きによってはやや悪くなると懸念する。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・米国大統領の出方次第で大きく左右される。

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
	▲	タクシー運転手	・年末年始に良かった客の動きも、正月休み後は財布のひもが固くなり売上も減少していくとみる。客の動きも低迷は避けられず、厳しい状況になるとみられる。
	▲	通信会社（企画担当）	・基本的に物価高の傾向は変わらず、税負担もさほど軽減は見込めそうにないため、ボーナスシーズンや年末需要を過ぎると悪化していくとみる。
	▲	パチンコ店（経営者）	・来年は更に増税があり無駄な出費は控えるようになるため、景気はやや悪くなると予想する。
	▲	理美容室（経営者）	・客からは、物価が上がり生活が段々と厳しくなっているという声を聞く。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・年度替わりが近づき、この御時世では賃上げせざるを得ない。制度ビジネスで上限がありコストアップを価格に反映できないため、ここ数年は身を削るばかりである。
	▲	設計事務所（経営者）	・足元の計画案件が実施設計に進めばよいが、余り期待できない。
	▲	設計事務所（職員）	・特に景気対策が行われている様子はなく、労働人口も減っているため景気が良くなる要素がない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・物価の安定も期待できず仕事も取りづらく、建築業界に明るい見通しはない。物価高で消費は冷え込み、施主の様子見が続き、この先も景気は上向かない。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・新築工事の見積件数が減っている。リフォーム工事も問合せ等の引き合いが少ない。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・家計の収支バランスは、悪くなることはあっても良くなる要因が見当たらない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続き、政治の見通しは不透明で、物流の2024年問題等で稼ぐべき人が稼げないという状況となっており、先行きに不安しかない。
	×	タクシー運転手	・物価高騰やガソリン価格の値上げが見込まれる。
	×	美容室（経営者）	・寒さが厳しくなり、正月明け以降はかなり暇になる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・人件費や建築資材価格の上昇に伴って分譲価格も上昇し、売行きが悪い。先行きが不安である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・輸送コスト上昇や円安の影響は大きい。賃上げで更に売値が上がると、客は借入期間を延長しても返済が追い付かない。
企業 動向 関連  (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・1月から新会計年度が始まる客が多いため、設備投資予算が承認されれば受注が増える見込みである。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国新政権が動き出すが、我が国は最良のパートナーなので大変な状況にはならない。厳しい要求はあるだろうが慎重に対応するであろう。為替相場は円安から円高に向かうとみている。
	□	化学工業（総務秘書）	・法人税収が過去最高なのは良いが、収入に大きな格差があり景気の良しあしを判断しにくくしている。大手自動車メーカーの経営統合協議は日本企業の競争力低下を表しており、景気の良しあしに関しても、まだら模様でみられるしかないようである。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断する。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・上向く要素は見当たらない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・米国新大統領の政策によっては米国向け機械輸出が止まるかもしれないという話があり、先行きが見えなくなっている。国内向けの景気は良いが、米国の状況によって左右される。
	□	建設業（役員）	・特に目立った住宅向け施策もなく、客の動きも鈍くなっている。
	□	建設業（経営者）	・少数政権政党とはいえ、野党との関係が良好にできれば今後は少し良くなる。首相のリーダーシップに期待している。
	□	建設業（営業担当）	・公共団体のみでなく民間企業からの受注もあるが、更に仕事が出そうな余裕は見受けられず、燃料費や物価の上昇に圧迫されている様子である。景気は変わらないか、やや悪くなる方向である。
□	輸送業（経営者）	・荷主企業と来年の物流動向について話しても、業種を問わず今年並みかやや減少という話が多い。	



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（従業員）	・物価上昇により個人消費が伸びていない。先行きが不透明である。
	□	輸送業（従業員）	・設備投資関連の荷物が減っている。荷主の話では、年明けから来年度の見通しも不透明なようである。劇的に良くなることは当分なさそうである。
	□	輸送業（エリア担当）	・受注は元に戻ってきたが、ガソリン価格が上がってきており経費も増えている。配送単価は前年に若干値上げしているため、なかなか再値上げとはいかない。
	□	輸送業（エリア担当）	・年末年始の繁忙期に飲料の出荷が伸びていない。外食も含めて家族で集まる機会が減っているのか食費や飲料費を抑えているのか分からないが、消費が停滞している様子がみえる。
	□	通信業（法人営業担当）	・物価高は加速しているが可処分所得は変わらない。利益が出ている会社も節税するため、自治体の歳入も増える見込みはない。景気が良くなる要素は余り見当たらないが、順調に伸びているインバウンド需要をうまく利用して、景気回復の手段を見付けていかなければならない。
	□	金融業（従業員）	・年末年始を過ぎると通常の生活に戻る。まだ物価上昇の影響が続く。米国新大統領の就任が日本経済に与える影響は、少なからずあるとみられる。
	□	金融業（企画担当）	・物価上昇に追いつくくらい給与が上がらないと景気は良くならないが、特に中小企業では給与の引上げにも限界がある。中小企業にまで受注価格の改善と賃上げが定着していかないと、景気は良くならない。
	□	不動産業（経営者）	・今後も晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人は増加する見込みである。売上の増加傾向は継続し、前年を上回る状況が続くと予測する。
	□	広告代理店（制作担当）	・本格的な冬になるが広告予算を縮小した企業もあるため、全体を通して景気は良くならない。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・給与の増加が見込めないと将来への投資や余裕が生まれず、消費も増えず足踏み状態と感じる。
	□	会計事務所（職員）	・最低賃金の引上げで給与は増えているが、食料品やガソリンが値上がりしているため、景気が良くなるまではいかない。
	□	会計事務所（職員）	・相変わらず物価高であるが、景気の状態も一旦落ち着きつつあり賃上げも続きそうである。顧客の販売単価も例年並みで、この状況が続くとよい。
	▲	食料品製造業（社員）	・製造コストや物流コストの上昇により販売価格の引上げを予定しており、一時的に販売量は落ち込む可能性がある。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・販売数量が前年よりも減っている。
	▲	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か月先は特に良い材料もないため、やや悪くなる。
	▲	化学工業（営業担当）	・直近の需要は低調で、1月から2月は稼働日が少ない影響もあり減少見込みである。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・同業者はどこも景況感が悪く、原料の値上がりが追い打ちを掛けている。余りに頻繁な値上がりのため製品へ価格転嫁しても客の反応は厳しく、ギリ貧が予想される。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・同業者や仕入業者からも先行きは余り建設案件の動きがないという話をちらほら聞く。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・円安の影響を受け、輸出等は厳しい状況が続く。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリンや食品等の値上げと光熱費の料金改定など家計の負担になることばかりである。
	▲	通信業（総務担当）	・支出に対応して安定した収入が得られる確信や見通しが無い限り、景気は良くならない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・年明けから来年度にかけて新規物件の話が非常に少ない。再来年に期待する声が出ているくらいなので、見込み薄である。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、引き続き販売数量も減少する。
	×	金融業（従業員）	・円安が進んでおり、ガソリン等の価格高騰により消費者は買物しにくい状況となる。景気は悪化していくと判断する。
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 (東海)	○	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・米国新大統領の就任で先行きは不透明であるが、変化にうまく対応できれば業績を伸ばすチャンスとみる声も意外に多い。円安、株価高や米国新大統領による経済施策などの影響を考えると、地元経済もやや上向いてくると予想する。
	○	民間職業紹介機関(営業担当)	・年明けから求職者側に活動意欲の高まりが出てくるため、年度末に向けて採用決定数は上がる見込みである。
	○	民間職業紹介機関(窓口担当)	・足元の求人数をみると年明けから年度末に向けては採用に関する活動が更に盛んになる。
	□	人材派遣業(営業担当)	・年収の壁問題は国民の望む結果になっておらず、景気が上向く気配がない。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・メーカーの設計開発ニーズは自動車関連や航空宇宙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)	・ポジティブなニュースが見当たらない。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・人材の採用難から、従来の採用方法に固執せず異なるバックグラウンドや経験を持つ人材を積極的に採用する傾向が強くなっている。
	□	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・前年はコロナ禍明けで受注が好調であったため、全体的に前年同月比10%弱の減少となる。自動車関連メーカーでは、販売減少により生産減少となる企業や認証不正問題車種の生産再開が不透明で今年度の生産計画が未達見込みの企業もある。
	□	職業安定所(所長)	・大卒など若年者に対する採用意欲は高いものの、中途採用については、先行きの不透明さから求人を抑える企業もある。
	□	職業安定所(職員)	・人手不足感があるため求人は若干増加しているものの、企業からは引き続き原材料価格の高騰や最低賃金引上げに対応する原資確保等に苦慮する声が聞かれ、好景気への転換とまではいかず、実際の雇用面では様子見しているようにみられる。
	□	職業安定所(職員)	・消費マインドの方向、株価や為替の動向などが景気の回復につながっているのか不透明である。
	□	職業安定所(職員)	・物価上昇などが改善されなければ、現状から変わらない。
	□	職業安定所(雇用開発担当)	・原材料価格や人件費などの上昇に伴うコスト増加や海外景気の低迷による需要減少などを背景に、求人を抑える企業もある。
	□	学校〔専門学校〕(就職担当)	・新4年生向けに例年と同程度の医療法人の就職ガイダンスと県内求人があり、求人動向には大きな変化はない印象を受ける。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・新卒採用は年度ごとの計画に基づいて採用活動が行われており、2～3か月のスパンで計画に大きな変化はない。
	▲	人材派遣会社(社員)	・足元では良かった分、やや悪くなる。
	▲	職業安定所(職員)	・自動車部品製造業では電気自動車への業務転換に伴う製造部品の減少で業務が縮小されたという話があり、今後は一部の製造業において厳しい状況が予想される。
	▲	職業安定所(職員)	・止まらない物価の上昇や円安によるエネルギー価格の更なる高騰等で事業継続が困難と判断する廃業等が増えつつある。
×	人材派遣会社(社員)	・集客媒体として主力な企業の1社が求人企業名を掲載するルールを厳格化した。職業紹介で採用を検討する多くの企業は社名非公開で募集する要望が強いため、ほとんどの求人は同社での集客が不可能になり、新規登録者の獲得が一層困難となる。	

## 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)	・正月、春節など季節行事によるインバウンドの増加が期待できる。2024年は能登半島地震の影響で売上が壊滅状態だったため、当然のことながら前年超えを見込んでいる。
	○	商店街(代表者)	・来年3月頃までに空き店舗が数店埋まる予定なので、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
	○	百貨店（販売促進担当）	・正月休みが長く、初売りを中心に月前半は集客できるとみている。後半以降は駅弁、バレンタインといった食品物産の店舗催事が続き、天候次第ではあるが、集客はできるだろうと考えている。催事での購入に際しては、価格ではなく、限定品や新登場の商品に引きがあるため、訴求を強化するつもりである。
	○	スーパー（仕入担当）	・年明けに相場が落ち着けば、消費も回復するとみている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・今後は新車登録が一定程度増加し、車検等の点検対象台数も増えるとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新生活に伴う商材の集積準備が進んでおり、ライフステージの変化や移動に伴うマーケット需要の刈取りが期待できる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・4月から大阪・関西万博が始まる影響なのか、宿泊の予約が入り始めている。
	○	通信会社（役員）	・来月以降に通信で新たなサービスメニューのリリースを予定しており、解約数を減らせると期待している。
	○	競輪場（職員）	・今後も生活物資の価格高騰は続くともみているが、インフレにより資産保有者の購買力はなお強まると考える。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・年末から春先までは需要期になるため景気が上向きになりそうだが、1月から各社で価格上昇の知らせがあり、購買意欲にブレーキが掛かるとみている。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・依然として商品の値上げが多数あり、現状がまだ続くともみている。
	□	百貨店（売場主任）	・バレンタインイベントは毎年過去最高売上を更新し続けているため、1～2月も過去最高売上の更新を期待している。
	□	スーパー（店長）	・給与が上昇しない限り、変化はないとみている。
	□	コンビニ（店舗管理）	・景気が好転する材料が見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・気温が下がり、ようやく冬らしくなってきたが、相変わらず客の節約志向が強く、売上は上がってこない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・販売量や客単価の推移から、今月程度の景気の良さが続くともみている。ガソリンや食料品が値上がりしているため、更に良くなるとは考えづらい。
	□	家電量販店（店長）	・ボーナス支給があっても、若年層は趣味し好品としての家電購入がなく、購買意欲が減少している。
	□	家電量販店（本部）	・消費者は物価上昇に慣れてきている。電気代の補助もあり、消費マインドに変化はないと考える。ただし、前年は復興需要があったため、前年に比べると売上は若干厳しい。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新車購入に対する客の慎重な様子はしばらく変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・タイヤ交換のシーズンでもありサービス入庫の数は多いが、販売に大きな変化はない。
	□	乗用車販売店（役員）	・円安、物価高の状況は続き、現状から変わる要素は少ないとみている。
	□	自動車備品販売店（役員）	・新車の納車について状況が改善されず、市場に明るい兆しがない。さらに、ガソリン価格の高騰や各種値上げが止まらない状況で、景気回復は期待できない。
	□	住関連専門店（役員）	・物価高やガソリン価格等の市況に左右されることはあるが、期待も含め、変わらないとみている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・客の年収が物価高に追いつくくらいに上がれば、当店で消費にも回ってくると考えるが、なかなか難しい状態である。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・町内の新年会など大人数での受注が増えているが、働けるスタッフが不足しており、団体予約の入っている日は少人数の客への対応ができないため、断らなくてはならない状況になっている。
	□	一般レストラン（店長）	・景気の方向性はみられないが、インバウンドは着実に増えている。
	□	観光型旅館（経営者）	・1月1日から4日までは満室だが、北陸新幹線延伸効果も落ち着き、それ以降は平日の集客に苦戦するとみている。
	□	観光型旅館（経理）	・現在、能登半島地震による被災のため休業中で、再開までにかかなりの期間を要する。
	□	旅行代理店（従業員）	・景気が良くなる要素が特に見当たらない。
	□	通信会社（営業担当）	・ボーナス時期で来客数は少し増えているが、販売量に大きな変化はみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（役員）	・現時点で、景気を左右する大きな変動要因は見当たらない。
	□	パチンコ店（経理）	・パチンコ業界では景気向上の明るい兆しはみえない。
	□	美容室（経営者）	・年末にきてのガソリン価格の上昇、年明けに入ってから食料品の値上げが見込まれ、物価高の様相はますます強まり、消費意欲は高まらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・当社では新しい分譲地の販売が始まったところで、3月には10社程度の住宅見学会イベントの予定がある。経済環境は厳しくなっても、需要をしっかりと取り込む用意があるため、契約件数は減少しないとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新築の受注状況、現場の業者不足、補助金等の継続が先行きの大きな鍵となる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響で客の消費マインドは上がらないとみている。
	▲	商店街（代表者）	・これといった景気の起爆剤もないため、このまま緩やかに悪くなっていくとみている。
	▲	スーパー（店舗管理）	・令和7年も値上げが続くため、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	家電量販店（店長）	・物価高や電気代の高騰に対する不安が強いため、客単価が上がりにくい。
	▲	一般レストラン（統括）	・今年の北陸の冬は大雪が予測されているため、外出控えや外食控えの傾向になるとみている。また、物価上昇の継続や米国大統領の交代などの変化も、日本や北陸の経済に影響を与えると考える。
	▲	都市型ホテル（役員）	・オフシーズンに入り稼働率が低下している。客室単価の上昇基調も頭打ちになっている。
	▲	タクシー運転手	・この後は、インバウンドの動きがあれば前年並みには回復するだろうが、いまだ能登半島地震の影響があるため、物価は上がるが景気は良くならない。
	▲	テーマパーク（役員）	・北陸新幹線の延伸開業効果が一段落し、北陸応援割も終了したことから、訪れる観光客数は少し落ち着くとしており、今後3か月先の来客数もやや減少傾向になると考える。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・周りをみる限り景気の良さはみられない。また、国による電気の補助金の終了やガソリンに対する補助金の縮小などによって、いやおうなしに経費がかさむ。新年に予定していた販売促進を前倒して年末からスタートさせるなどの施策をしている。
	×	コンビニ（店長）	・今後も現在と同じように厳しい店舗運営が続くと考えており、経費削減の一環として経営判断から、店舗人員の削減、深夜営業の回避を計画している。売上を上げていく動きとは逆の動きになるため、景気は更に悪くなるとみている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・婦人服に対する価値観の変化と、お買い得感がないと購買しない風潮は、利益率悪化につながり、店の資金繰りが厳しくなってくる。
	×	スナック（経営者）	・客の間での会話や世間の様子から、景気はマイナス傾向にあると考える。
	×	タクシー運転手	・これから足元の悪い状態が続くためタクシー利用も増えるかとみているが、12月が良すぎたため、その反動で景気は悪くなるとみている。
	×	住宅販売会社（営業）	・春先に向け、物価上昇が更に進むことが確実であり、景気自体はそれに合わせて悪化するとみている。
企業 動向 関連	◎	—	—
(北陸)	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災したダメージは残りつつも、年末商戦を乗り切ったあと、年明け以降は通常商品の受注増加も期待している。
	○	化学工業（総務担当）	・今後の受注量は増えていく予定である。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関係については、年明け以降も順調に受注が伸びており、オートバイ関連部品、自動車関連部品共に当四半期よりも生産は増加となる見込みである。産業機械関係においても若干低調だった当四半期と比べ、次の四半期では計画以上に受注が入っているため、売上を取りこぼさないよう生産体制を整える必要がある。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・機械の受注量が僅かではあるが、増加傾向にある。

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
	○	建設業（経営者）	・年度末に向けて、現在施工中の工事を完了するために忙しくなる。不採算工事はほとんどない。
	○	通信業（営業）	・2～3か月先の設備投資案件が増加しており、現状よりもやや景気は良くなるとみている。3月末に決算を迎える企業の駆け込み需要にも期待を持てる。
	○	金融業（融資担当）	・幅広い業種で企業の収益が堅調である。市の中心部は年末に向けて人出でにぎわい、タクシーの動きなど見ても、景気が良くなっている様子がうかがえる。
	□	繊維工業（総括）	・先行きについて、用途によりまだら模様であり、引き続き不透明とする声が多いものの、スポーツやアウトドア向け商材の本格的な売上回復を期待する声が高まっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から、景気は変わらないとみている。
	□	建設業（役員）	・年明け以降については、今の段階では予測がつかない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元の状況から物量は前年並みで推移するとみている。
	□	不動産業（経営者）	・法人客、個人客共に、問合せの数がかなり少ない状態である。
	□	司法書士	・新規事業の目的の追加や新支店設置、新会社設立など積極的な事業展開の手続依頼が増えている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・中国では春節の時期になる影響もあり、年明けからも受注量増加の情報がほぼない。車載関係の製品についても、大幅な数量増加の話がなく、非常に厳しい状況である。新製品案件の着手に関しては見積案件数の数%にも満たず、先々の動きが十分に把握できない状況に陥っている。
	▲	輸送業（経理）	・燃料費を含め物価の上昇傾向が進むと考えられ、経営への影響を懸念している。
	▲	金融業（融資担当）	・日米間の金利差を見据え、足元では更なる円安進展がみられる。国内金利が据置きのみであれば、元々物価高で厳しい状況に拍車を掛けることになる。販売価格への転嫁は実現してきたが、今後も物価高が長期化するようであれば、企業利益は徐々に圧迫され、景気は悪い方向へ向かうと考える。
	▲	税理士（所長）	・この冬は豪雪予報が出ているため、外出を控える傾向になると考える。対面の商売は厳しそうだが、オンライン販売を強化したところは活路があるとみている。
	×	—	—
◎	—	—	
雇用 関連  (北陸)	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・求人広告の見込み数が増加している。
	□	人材派遣会社 (社員)	・求人、求職とも例年どおりで変化がない。求人募集をしても依然人手不足の状況で、アンマッチの状態が続いている。
	□	新聞社 [求人広告] (営業)	・石川県に限っては、能登半島地震の影響がこれまでどおり続くとみている。
	□	職業安定所 (職員)	・建設業や解体業では人手不足感が強い。サービス業では余剰感があるものの人員を確保しておきたいことから、求人を継続している。総じて大きな変化はない。
	□	職業安定所 (職員)	・大手企業の売上、利益、決算状況は好調であるが、円安の恩恵を受けられない企業や原材料価格の高騰、価格転嫁の対応が遅れている企業もあり、総合的に今後の景気は変わらないとみている。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	・求人の動きに変化がなく、求職者数も頭打ちの状況である。中小企業における人手不足が継続しているため、今後も景気は変わらないとみている。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇、円安、能登半島地震や奥能登豪雨の影響が続くため、状況が好転する要素や気配がない。
	▲	人材派遣会社 (役員)	・米国新大統領就任の影響が出てくると考える。

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

### 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)	◎	コンビニ（店員）	・外国人の経営者が近隣で増えており、その会社で働く外国人の従業員も増えている。観光客だけでなく、多くの外国人による生活の拠点になりつつある。
	◎	乗用車販売店（支店長）	・物価は確実に上がっているが、投資信託や株価の動きは良い。また、新NISAの利回りも商品によっては10%を上回っているため、来年は更に良くなることが予想される。
	○	商店街（代表者）	・人出が増え、売上も良くなってきた。1月もこの調子が続けば景気は良くなる。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・フレグランス関連の売上シェアが、各店舗で10%から15%に伸びている。今後も好調が予想されるなか、2月から4月のギフトシーズンは大きな伸びが期待される。また、インバウンドが集まる地域では需要の伸びも期待できるため、緩やかな増加傾向が続く。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・呉服を販売しているが、これから3～4月は卒業式や入学式があるため、着物の購入が増えると期待している。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年明けから良いスタートが切れることを期待したい。
	○	百貨店（サービス担当）	・年始営業の傾向が変化するなかでも、例年どおりの集客が期待されるほか、今後も新ショップの開店効果や新規雇用の導入などにより、前年の実績を確保できそうである。
	○	百貨店（外商担当）	・政府によるビザの緩和で、中国からの旅行者の増加が予想される。米国大統領が就任し、円安の加速が見込まれることも、インバウンド売上が増加する要因となる。
	○	百貨店（宣伝担当）	・インバウンド、国内客共に、来街者の動きが堅調である。来客数も前年比でプラスを維持しているため、売上の増加が期待され、販売体制の整備と商材の確保を進めている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・新年を迎えるなかで、消費意欲の上昇が見込まれる。ただし、光熱費やガソリン価格の上昇といった要因による家計の圧迫が、景気の悪化リスクになると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・競合店が出店した店舗では売上の悪化が予想されたが、年末商戦は前年比で1割弱の影響にとどまり、全店ベースでは前年の売上を上回った。野菜価格は上昇したものの、年末の必需品でもあり、買い控えされることがなく購入がみられる。キャベツやきのこと類も同様に、販売点数は減っているが、単価の上昇で売上は維持できている。
	○	スーパー（企画）	・2025年以降も賃金増加の流れは続くと言われているため、景気の改善が続く。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数は大きく変わらないと予想されるが、各商品の値上げラッシュが控えており、客単価の上昇が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・今後は、欧米からのインバウンドの比率が約20%に増えると言われている。それに伴い、クレーンゲームのアーミューズメントコーナーを設けることで、売上が約10%増える見込みである。
	○	コンビニ（店員）	・工事中であった高速道路が開通し、来客数が少し増えてきた。このままどんどん増えることはないものの、工事中はう回していた客が戻ってくることを期待している。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金効果により、リフォームの引き合いが増えると期待している。
	○	家電量販店（店員）	・引越しや新生活シーズンに突入し、来客数が底上げされるため、少し良くなると予想される。
○	家電量販店（人事担当）	・県外への就職や進学が戻り、新生活に必要な家電の購入が期待される。	
○	家電量販店（企画担当）	・住宅省エネ2025キャンペーンの概要が決まり、エアコンと内窓、設備機器のセット提案がしやすくなるため、販売の追い風になることは間違いない。	
○	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売が好調であり、車検台数も増えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年も変わり、季節も変わるため、新商品の販売増への期待が高まる。特にメイク化粧品関連の商品は、楽しみにしている客も多いため、売上の増加が期待される。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・海外からの旅行者が多くなり、来客数や客単価が上向いている。
	○	観光型旅館（経営者）	・前年に設備投資を行った成果が出ている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの動きは依然として好調で、売上の前年比はプラスとなりそうである。ただし、国内客による高額商品への需要は足踏み状態であるほか、レストランも全体的には好調であるが、宿泊に伴う朝食以外は伸び悩んでいる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・ボーナス支給のタイミングなどで、客が動くと思われられる。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博の開催まで約3か月となり、関連施設の完成が近づくとともに、関係者の利用が期待できる。また、開幕後は国内外からの来場者による宿泊需要が見込まれる。
	○	タクシー運転手	・今後もインバウンド効果や、大阪・関西万博などで世間が騒がしくなるため、景気はやや良くなる。ただし、タクシーの利用をぜいたくと考える消費者が増えている点では、先行きは明るくない。
	○	通信会社（社員）	・例年よりも学割施策が早くスタートし、これから新生活シーズンを迎えるため、やや良くなる。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・徐々に冬らしい気候となることで、冬のスポーツを楽しむ動きが増える。また、円安傾向が続くことで、インバウンド需要が堅調に推移することが予想される。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築資材価格や人件費はいまだ高止まりの状況であるが、モデルハウスの成約数は僅かながら増加傾向にある。消費マインド自体もやや回復傾向にあると考えられる。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・先行きの予約受注がやや少なくなっている。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・景気が上向く要素は見当たらず、数か月先も余り変化はないか、悪くなる可能性がある。年明けからどのような推移となるか、注視するしかない。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・今後も変わる要素は少ないため、大きな変化はない。
	□	百貨店（企画担当）	・為替と株価の推移次第であるが、このままの状態が続けば、春節の時期までは現在のよう動きが続くと予想される。
	□	百貨店（企画担当）	・ここ数か月の動きをみると、各種製品の値上げもあり、今後も買い控えが続くことが予想される。
	□	百貨店（販促担当）	・高額品の売行きやインバウンド需要に関しては、堅調な推移が予想される。一方、衣食住の需要は気候が1番の変動要素であり、春物商材への切替え時期を見極めて、冬物商材の処分計画を立てることが重要である。また、ギフト需要の高まる時期でもあるため、商品展開の強化により、堅調な需要の取り込みも進めていく。
	□	百貨店（マネージャー）	・春のお祝いシーズンのギフト需要などは、堅調に推移すると予想される。また、春には食品フロアの改装を予定しており、改装前にはセールを実施する予定である。
	□	百貨店（販売推進担当）	・春の賃上げの上昇幅に左右される。上昇幅が小さければ、一気に消費が冷え込む可能性もある。
	□	百貨店（マネージャー）	・ここ数か月から1年は、インバウンドの動きが来街や購買のプラス材料となったが、直近はその動きが落ち着きつつあり、今後は余り大きな改善は見込めない。一方、中国人客の来街はまだ増える可能性があり、今後を大きく左右する要素となる。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・年末にかけて売上、来客数共に増えているが、年明けの状況が読みにくい。特に、原材料価格の高騰や水道・光熱費の値上げにより、店頭売上は買い控えなどの懸念材料が残る。一方、インバウンド需要ではラグジュアリー関連が好調なほか、外商売上も金製品などの資産価値の高い商品が好調であるなど、百貨店市場を取り巻く環境には期待できる。
	□	百貨店（管理担当）	・インバウンド需要も売上のけん引役となるには力不足で、一進一退の状況が続くと予想される。

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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・経済状況や為替動向、世界情勢などの外的要因に大きな変化がない限り、現状維持が続く。富裕層市場の動きについては、高級時計や特選婦人服などのブランドごとに明暗が分かれている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・物価の上昇や実質賃金の減少、国内外の政情不安など、不確定要素が多い。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・年明けも大きな流れは変わらず、値上げの動きが続くなかで、国内の中間層は時間や場所、場面を考えた、メリハリのある選択消費が続くと予想される。一方、インバウンド消費は中国からの訪日が増えることで、一定の好調が続く見込みである。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・外商売上の比率が高い高額品では、株価の先行きが不透明なこともあり、購買時期を見極めようとする客が多い。また、年始の米国大統領の就任による影響次第で、購買心理の変動が予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・消費税の撤廃といった大きな動きがなければ、全体の景気が良くなることはない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・効率の良い買物やコストパフォーマンスが注目されるなか、価格競争からいかに脱却するかが問われる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇により、特に衣料品に大きな影響が出ている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇が景気回復の妨げになっている。消費者の収入が増加しなければ、景気回復の可能性は低い。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・現状の来客数の動きが続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・クリスマスや年末商戦は活況であるが、年明け以降はガソリンを始めとする値上げラッシュが予想され、一転して節約ムードが強まる見込みである。これに加え、関西は首都圏からのスーパーの進出が続いており、価格競争の激化や体力勝負の展開が予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・目立ったプラス材料があるわけではないものの、年末年始もレジャー料金が上昇したほか、インフルエンザの流行などで在宅率も高止まりするため、しばらくは現在の傾向が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・関東の競合スーパーによる出店があったが、今のところは売上などに大きな影響はみられない。直近の好調な動きが、今後2、3か月は続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・政府の景気対策が具体的に決まらないなか、各方面の物価の上昇もあり、景気が良くなることはない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・節約志向が高まる傾向は、今後も続くと予想される。年末から来年にかけて、販売促進策などを積極的にを行い、消費喚起を進めていきたい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・ガソリン代も上がり、外出する動きは少なくなるが、来年は景気回復を期待したい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・現在の傾向がしばらく続くと予想される。働き手不足の傾向も進んでいるため、人件費の上昇が値上げによる利益の増加を上回ることになれば、経営的にも苦しくなる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・年明けからの商品価格の上昇に伴い、客の買い控えが心配される。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・価格の上昇がまだ続くとの報道もあるなか、手放しで景気回復が期待できる要素はない。インフルエンザの感染拡大にも注意が必要である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・今の傾向が続くかどうかは、競合先の動き次第である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・個人消費の動きが徐々に弱くなっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・物価の上昇などで、景気が良くなるとは考えられない。高額な買物でもあるため、購入が先延ばしされている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・年明けも現状の動きが続く可能性が高いが、可処分所得が増えれば全体の改善につながるため、少しずつでも雰囲気は良くなることを期待している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・日本では電気自動車の浸透が当初の予定どおりに進んでおらず、大きな変革の波に乗っていない。また、米国大統領の交代により、世界経済の先行きも不透明となっている。車両価格が上昇しているのは悪くない傾向であるが、大きな施策がないなかで、良い材料が見当たらない。



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
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・市場が冷え込んでおり、改善策もみえないため、今後も厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・食料品の値上げが年明け以降も続くため、厳しい状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・原価の上昇によって販売価格が上がり、販売数量が前年よりも落ちているため、良い状態ではない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・現状は、物価の上昇や賃上げなどによる景気への影響がみられないため、しばらくは景況感に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が止まらないなか、今後も円安傾向が続くと予想の下、資産価値を考えた金製品の購入を意識する客もみられる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・本格的な冬となり、感冒薬などの医薬品や衛生用品の売上は増加が続く一方、年末商戦が落ち着くことで、食品や日用雑貨などの生活必需品のほか、化粧品、化粧雑貨などは大きな増加が見込めない。また、食品や生活必需品は値上げの影響で客単価は上昇しても、買上点数は減少することが予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・インバウンド以外の消費が落ち着き、ハレの日といったモチベーション需要がなくなっている。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・様々な感染症の流行や、花粉の季節の到来でマスクの需要が増えるため、今後もやや良い状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（企画）	・単価上昇の動きは、来年の春以降は鈍くなることが予想される。国内旅行の需要が盛り上がりには欠けることも含めて、今後の業績は楽観できない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・販売量が大きく変わる要素は見当たらず、現状維持が予想される。ただし、材料費や人件費は依然として高騰が続いているため、収益は厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・消費者の変化への対応が遅れており、対応の仕方も分からない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・来年1月以降の先行予約も好調である。ただし、4月以降の大阪・関西万博関連の動きはまだ余りないため、今後の盛り上がりには期待したい。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・不安定な政治や世界的な紛争などへの不安感が、経済に大きな影響を及ぼしている。平和で安定した経済状態が続かない限り、厳しい状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の開幕を控え、どのような動きになるのかは予想が難しい。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・秋の行楽シーズンと比べると、オフシーズンの冬場は国内客の動きが鈍化するため、インバウンドの間際予約による売上の確保に期待している。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・景気の良くなる兆しがみられない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・例年、年始は一時的に活発な動きとなるが、今年も年始だけの好調にとどまる。まだ物価の上昇が続くと予想されるため、景気の回復は難しい。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・客の意見として、良くなる材料が見当たらないという声が多い。年収の壁が引き上げられるとのニュースはあるが、実際の効果が出るまでには時間が掛かるため、現時点で消費マインドを好転させる効果はない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・消費者には節約志向がみられるため、大きくは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・来場者の増加は止まりつつあり、今後も同じような状況が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・目下、消費を刺激するような施策が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・今後の景気は季節要因に左右されるが、今月の予約状況を考慮すると、良くも悪くもなく、大きな変化はないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・年末のSG競走は、前年よりも売上がかなり増えた。年始の開催分も全国的に好調な売上が見込まれるなど、年始以降は高水準の売上が維持できそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベントの開催は順調であるが、取支をみると必要経費が増加傾向にあり、利益が増える状況ではない。
	□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・3月にはプロ野球の公式戦のほか、多くのコンサートや子供向けのイベントも予定されているため、例年並みの集客を期待している。
	□	美容室 (店員)	・3か月後の予約も安定して入っているため、大きな変化はない。
	□	その他サービス [マッサ サージ] (スタッフ)	・アロママッサージで服を脱ぐため、寒い時期には来客数が減少する。
	□	その他住宅 [住宅設 備] (営業担当)	・年末年始の稼働日数の少なさから、年明けの売上が減るのは明らかである。少ない営業日に業務のしわ寄せが集中し、1日当たりの仕事量が増えることで多忙となる。年収の壁の議論も肩透かしに終わりそうななか、国民の生活の実態に向き合うことを求めたい。
	□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・新築物件のコスト上昇は、更なる継続が見込まれる。
	▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・将来的な見通しを考えると、暗いなかを手探りで進むような感覚がある。身の回りや客の様子は決して明るくなく、余裕のある人と余裕のない人がはっきりと分かれており、先行きは楽観できない。
	▲	一般小売店 [事務用 品] (経営者)	・大阪・関西万博の開催が近づき、もう少し景気が上向く雰囲気になると予想していたが、良くなる気がしない。
	▲	百貨店 (売場主任)	・インバウンド需要の追い風が大きいと、米国大統領の就任で過度な円高が進むようなことがあれば、業績に悪影響が出ると予想される。
	▲	百貨店 (広報担当)	・1月は冬のクリアランスセール時期であるが、夏も含めて勢いは年々低下しているため、12月の勢いを持続することは難しい。
	▲	スーパー (店員)	・価格がまだ上がりそうであるため、当面は厳しい状況となる。
	▲	スーパー (企画)	・食料品の単価が上がっており、当面は低下する要因が見当たらないため、購入量の減少や低額品への需要のシフトが予想される。
	▲	コンビニ (店員)	・長期休暇もない時期となるため、通常の動きに戻る。
	▲	衣料品専門店 (店員)	・需要の閑散期に入るため、景気は悪化する。
	▲	家電量販店 (店員)	・11月と12月は前年割れで、ボーナス支給の影響も乏しい状況であった。今後も物価の上昇やガソリン代の値上げなどで、買い控えが増える見込みである。
	▲	高級レストラン (ス タッフ)	・例年どおり、年始以降は客足の減少が予想される。
	▲	一般レストラン (経 営者)	・賃金が上がっていることは間違いないが、飲食店の使い方の変化により、外食が減る傾向となる。また、今後はガソリン代の補助が終了し、更なる物価の上昇が予想される。簡単に商品の値上げはできないが、値上げを検討する必要が出てくるなど、ますます厳しい状況となる。
	▲	一般レストラン (経 営者)	・インフルエンザや風邪の流行のほか、確定申告に行く人も増えるため、来客数が伸びない。
	▲	観光型旅館 (団体役 員)	・例年のことであるが、年始の祝日や成人の日の3連休を除き、1月、2月が閑散期となる状況は変わらない。
	▲	都市型ホテル (フロ ント)	・1月は団体を中心にインバウンドの入込が少なく、国内客の動きも鈍化している。ただし、2月以降の予約は順調に入っている。
	▲	都市型ホテル (客室 担当)	・市場が閑散期に入ると、海外需要による販売価格の上昇にブレーキが掛かり、低価格での販売にシフトする施設が増えるため、高単価の維持が難しくなる。
	▲	旅行代理店 (役員)	・受注件数は引き続き低迷が続く。円ドル相場も円安傾向が続くことで、海外旅行の価格や需要への影響が予想される。
	▲	通信会社 (経営者)	・円安の進行による物価の上昇が懸念される。
	▲	通信会社 (営業担当)	・固定電話の番号ポータビリティ制度が変わるため、客の動きが活発になると予想される。競合が多い業種のため、客が他社に少し流れる可能性もある。
	▲	通信会社 (役員)	・12月26日の電気通信事業法の改正が、販売に影響すると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	テーマパーク（職員）	・現在のような厳しい経済情勢にあつて、増税の動きが否定できない状況では、何も期待できない。
	▲	競輪場（職員）	・年明けから更なる値上げが予定されているが、それに収入の増加が追い付いていない。さらに、米国の大統領が交代することで、経済がどう変化するかにも左右される。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・通常どおり営業している施設では、利用者数が前年を上回っているところもあるが、売上全体は前年比で80%前後にとどまっている。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・年末前に休みがちな生徒が出てきたため、そのまま退会につながる可能性がある。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・客は所得の半分程度しか自由に使えず、将来の展望が開けないため、購入意欲が下がっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの販売価格が、実需層の購入可能な水準を超えており、販売が鈍化する物件の増加が予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・今後ますます資材価格が上がるなか、販売価格に転嫁すれば受注量に悪影響が出る。
	▲	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）	・不動産の取引件数が減少しているほか、企業の倒産件数も増加傾向にある。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇が続くことで、客の購買意欲の低下が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン代などの値上げが年末年始の生活を襲っており、心理的な要因でも景気がより一層冷え込む。
	×	衣料品専門店（経営者）	・食料品などの価格が上がっているため、年配客は安心して服を買えない。
	×	家電量販店（店員）	・景気回復の兆しがなく、この先も厳しい状況は変わらない。さらに、今以上に悪くなることで、経済の低迷につながることも予想される。
	×	家電量販店（店員）	・補助金などで限られた客層の購買は増えても、価格の高騰が続くなかで、他社と差別化を進めながらの契約の獲得は頭打ちとなりつつある。
	×	乗用車販売店（経営者）	・薄利での販売がいつまで続くか不透明である。メーカー統合の話もあるが、いつ利益を生むようになるのかは大きな問題である。
	×	住関連専門店（店長）	・今年は欧州の取引先による価格の引上げが頻繁に行われた。この傾向は今後も変わらず、当店も春頃に販売価格の値上げを検討している。欧州の方がインフレの動きが大きいため、対応が追い付かない。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価上昇の影響で、来客数がかなり減っている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・円安の進行で、輸入業者は厳しい環境にあるが、米国大統領の就任に期待している。冬は注文が増える時期であるため、受注の増加も予想される。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱商品の需要期に入るため、全体的に良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博関連の案件の問合せや、受注が続くことが予想されるため、今後も好調な状態が続く。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・異業種からの問合せが増えている。従来の取引先からも様々な内容の問合せが入るなど、新たな動きが出始めている。
	○	建設業（営業担当）	・作業の自動化や効率化など、人手不足を補う策を講じているが、どこまで業況が回復するかは不明である。
	○	輸送業（経営者）	・来年1月から始まる予定の新規案件が5月に延期となった。ただし、取引先によれば、蛍光灯の生産終了でLED化の工事が多くなるため、輸送量が少し増える見込みである。
	□	食料品製造業（従業員）	・来年は世界情勢も大きく動くことが予想される。経済が良くなる可能性も、悪くなる可能性もあり、どちらに変化しても対応できる体制が必要となる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・今後もまだ物価は上がるため、消費量が増えることはない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・医薬品や食品関連を除き、低調な動きとなっている。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先ごとの業況がまだら模様であるため、景気の先行きは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇や円安の進行による悪影響はあるが、各企業は実質賃金の引上げを意識し、来年の春闘も前向きなベースアップが期待できそうである。それに伴い、2～3か月先の景気も一進一退の状況となる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・建築土木関連では、人手不足による工事の遅れなどで、荷動きが悪くなっている。自動車関連、建築土木関連共に、全体的に荷動きが悪くなっている。
	□	金属製品製造業（営業担当）	・米国大統領の就任などで不透明感が高まり、景気の先行きが見通しにくくなっている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・大型案件の成約を期待しているが、受注までには長い時間を要するため、ここ数か月は低調な業況が続く。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・政策の動向に左右されるが、大きな変化はないと予想される。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・各業界関係者からの情報は、大きな変化はないという点で、ほぼ一致している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が少なく、予定した案件も延期となっている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・1ドル150円を超える円安基調は続いており、物価の上昇に歯止めがかかる気配はない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・来年も値上げラッシュが続きそうであり、どうにかしてほしい。
	□	建設業（経営者）	・直近のやや上向きの状況が続くと予想される。軽微な改善にとどまる理由は、人材不足や協力企業の不足といった、内部事情による部分が多い。
	□	建設業（経営者）	・働き方改革の影響で、人員配置も厳しくなっている。工期については、発注者には現状に応じた柔軟な対応をお願いしたい。
	□	輸送業（営業担当）	・値下げをしない限り、以前のように売れない。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年1月、2月は売上が低迷するため、今年も同様の傾向となる。
	□	金融業（営業担当）	・大阪・関西万博の特需の恩恵を受ける企業は限られており、景気の回復にはもう少し時間が掛かる。
	□	広告代理店（営業担当）	・年度末までは今の状況が続く見通しであり、12月になってその兆しが出てきている。
	□	経営コンサルタント	・季節変動的に、12月よりも良くなることはない。
	□	司法書士	・変化につながる要素もないため、現状維持となる。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末の駆け込み需要による慌ただしさがなくなっている。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・年末年始はイベント消費もあって、一定の消費の増加が見込まれるが、年始からは本格的に物価上昇の影響を受ける。さらに、インフルエンザなどの感染拡大も気になるところである。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・物品の動きが減少しており、今後も増えることはない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・靴下用の輸入原料価格が、為替要因によって高騰する可能性がある。その場合は、利幅の減少などの影響が考えられる。
	▲	化学工業（企画担当）	・食品の最需要期を迎えるが、例年ほどの伸びがみられないため、今後は低迷期に入る。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・食品関係の継続的な値上げに加え、ガソリンも1リットルが180円を超える状況では、消費者の購買意欲が盛り上がることはない。
	▲	建設業（経営者）	・年明け以降の値上げの情報が飛び交っており、住宅への投資はますます減少することが懸念される。
	▲	不動産業（営業担当）	・アパレルや物販店舗の撤退が続くなど、今後はますます店舗の閉鎖が続く。空き店舗の増加で、商店街やアーケード街の活性化が進まないため、景気は悪くなる。
	×	化学工業（経営者）	・月間の受注額が再び大幅に落ち込み始めており、今後は景気の悪化が予想される。
	×	輸送業（営業担当）	・お歳暮の荷物は前年よりも大幅に減ったが、それ以上に人手不足が厳しいため、結果として赤字が増えている。
	×	通信業（管理担当）	・年末商戦では正月向けの商品が売れているが、物価の上昇による買い控えで、今後は景気が更に冷え込む。

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)	・経済の負の連鎖を止めるリーダーシップが求められる。負の連鎖が止まらなければ、経済の再生は不可能である。
	×	その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	・十分な物価対策と景気対策が実施されていない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社(役員)	・例年、求職者の動きが活性化する時期であるほか、足元も求人数の多い状況が続いている。
	○	人材派遣会社(管理担当)	・年が明けると、年度末に向けて求人数が増えると予想される。
	○	人材派遣会社(管理担当)	・大阪・関西万博の終了までは徐々に良くなると予想される。
	○	民間職業紹介機関(職員)	・大阪・関西万博の開催に向けた、関連求人の増加が見込まれる。
	○	学校〔大学〕(就職担当)	・物価の上昇は続くが、消費の増加が期待できる。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・減少傾向であった求人数に、下げ止まりの兆しがみられる。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・求職者の高齢化に伴い、働き方の多様化を求める求職者の意識と、企業による求人内容の乖離が拡大している。この点が解消されない限り、労働力の増加にはつながらず、経済は活性化しない。
	□	人材派遣会社(支店長)	・駆け込み需要に期待したいが、今のところは緩慢な動きにとどまる。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・賃金の引上げが求められるものの、企業の営業利益や生産性の改善がなければ、働く人に早期に還元できるとは考えられない。
	□	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・所得や税金に関する問題がようやく国会で議論されるようになり、変化の兆しがみられる。ただし、すぐに効果が出るものではないため、2～3か月では変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・この先も、関西の地元企業によるプロモーションの動きは続くことが予想される。
	□	職業安定所(職員)	・10月の新規求職者数は前年比で減少となった。転職エージェントなどの民間サイトを利用するケースも増えている。
	□	職業安定所(職員)	・年度替わりに向けて人の動きが活発になるが、今のところは大きく変動する要素はないため、当面の状況は変わらない。
	□	職業安定所(職員)	・ここ数か月の求人の動きをみても、前年と大きく変わることなく推移しており、その他の状況にも特段の変化はみられない。
	□	職業安定所(職員)	・原材料価格や人件費の上昇などの影響で、利益の上がない求人企業の声をよく耳にする。景気が回復している状況はみられないなか、今後は海外情勢の変化も注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関(営業担当)	・大阪・関西万博関連の求人も一段落し、求人数全体は2～3か月前と大きな変化がない。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・業界によっては人手不足の状況が続くが、景気の大きな変化はないと予想される。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・待遇の改善を検討しているとの情報はあがるが、実際に改善されるケースはまだ少ない。
	▲	*	*
	×	アウトソーシング企業(社員)	・新年度に向けて退職者が出るものの、人員補充のめどが立っていない。保育園給食も、こども園などに移行すると同時に委託業者に代わり、雇用の継続も怪しまれる状況では、求人への応募は期待できない。

## 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	◎	—	—
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者)	・土日に子供連れや若者の姿がみられるようになってきた。段々と若者向けの店も増え、活発になってきたので、今後は景気が良くなることが期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(中国)	○	スーパー（業務開発担当）	・特売商品中心に動いているが、それでも来客数や販売点数は伸びそうな気配がする。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・新型車の発売などで少しずつ客も動くと思われる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・ここ数か月、波があるものの景気は上昇傾向にあり、この状況が続くことが予想される。今が重要な時期であり、このタイミングで、より売上を伸ばしていかなければならない。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・来客数、売上共に伸びてきている。インバウンドも少しながら回復傾向である。競合要因に変化はないため、このままの伸びが期待される。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・国内は変動がないが、インバウンドが大きく動き出す時期が来るため、景気は全体的には上向く。
	○	タクシー運転手	・大学が近いと、学生の移動などが増えてくる時期が来ると、利用者も増加する。また、春先は観光客も増えてくるため、期待できる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況の緩和により、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・現行よりも手厚い補助金が打ち出されたことにより、景気浮揚の期待感が持てる。
	○	住宅販売会社（住宅設計担当）	・国の補助金事業が延長されたため、今後の顧客動向が上向く事を期待している。
	□	商店街（代表者）	・今のところ景気が良くなるような要素が見当たらない。相変わらず消費者の財布のひもが固く、余分な商品の購入がない。
	□	商店街（理事）	・卒業式や入学式を控えているため、それまでは客が買い控え傾向となる。
	□	一般小売店〔食品〕	・販売単価の上昇により、来客数の増加は期待できない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・輸出の注文は2か月先まで決まっているが、国内のマイナスが今後どのくらいの額になるか不明である。国内消費の低迷が心配である。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・新年度を控え、多少は期待したい。
	□	百貨店（広報担当）	・物価の高止まり、若しくは値上げ傾向が継続するとみえており、春の交渉で賃上げがどの程度になるかも不透明であるため、景気に大きな変動はないと見込んでいる。
	□	百貨店（営業担当）	・店頭で試着し、オンラインで購入する客が少しずつ増加しているため、店舗で新企画を展開しないと売上につながらず、厳しい状況である。
	□	百貨店（営業担当）	・顧客シェアの高い販売動向が続いており、新規客の獲得に苦戦している。
	□	百貨店（営業担当）	・気温の変化、物価高が続く限り、景気が良くなるとは考えにくい。オケージョン需要や春の旅行で一時的には良くなると思うが、百貨店の衣料品に対する購買意欲自体は薄くなっている。
	□	百貨店（売場担当）	・全くインバウンドの影響を受けない商圏のなかで、ここ数か月は安定しつつあり、今の状況はしばらく続くとみられる。
	□	百貨店（外商担当）	・物価上昇が続いているため、今後も客の買い控えが続く。
□	スーパー（店長）	・現状の単価上昇、買上点数減少、来客数横ばいという流れが大きく変わる材料が見当たらない。収入面においても大幅に改善する予測はなく、客が更に節約志向に向かうとみられる。生活のなかでもガソリン価格等は今後大きく影響するとみられる。	
□	スーパー（店長）	・ガソリン価格の値上げなど家計への影響が大きく、景気回復の要素がない。	
□	スーパー（総務担当）	・収入が上がった感覚がないのに、生鮮を始めとする食品の価格上昇や燃料費の上昇で、客の購買意欲は衰退している。	
□	スーパー（販売担当）	・今後も物価高の影響で客に節約意識が働くことが予想される。	
□	スーパー（営業システム担当）	・食品の値上げによって販売量が落ち込んでいる。クリスマスでも食品の消費は抑え気味であり、ケーキの予約数は最初こそ多かったが、落ち込んでいる。今後の催事でも食品の消費は抑えられるとみられる。	

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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始の商品購入で消費が一旦落ち着く年明けも、野菜等の価格が下がる見通しが立たず、消費が大きく好転するとは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・イベント商材の販売が伸び悩んでおり、今後、客の財布のひもは更に固くなる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・公共工事が増えて朝夕の来客数が増えている。公共工事が継続して行われると売上は期待できるが、経費面で電気料金や店舗備品代金の高騰、人件費の増加など、マイナス材料が多く、経営的には不安要素が多い。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・都市部中心にインバウンド需要があるものの、円安によるコスト高に伴う物価上昇で、客の買い控えが発生しそうである。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・日常の買い回り品など全ての物価が上昇しているため大変である。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・政府が減税を拒んでいるため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・今後もいろいろな物の価格の上昇が続くようなので、電気業界も更に厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・現政権の経済政策には景気に刺激を与えるものがないため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・初売りに期待する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・世の中の状況が変わらないため、今後も期待できない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ボーナスが支給され、年末商戦が始まり、客の購買意欲が上向き時期である。販売台数は前年を超えており、3月までは好調な時期が続くそうである。一方で、整備代の節約のため他社で車検を受けたり、任意保険料の節約のためネット保険にしたりするなど、他社に切り替える客が増えている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・最低賃金の引上げとともに手取りが幾らか増えたという実感が客の様子からは一切みられないため、現在の状態が続くとみられる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・先行きが見えず、景気が上昇するようには見受けられない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	・クリスマスはまあまあであった。年末年始の予約数は前年と大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・受験や卒業のシーズンに入るため、来客数の増加が期待できる。ただし、生活必需品やガソリン価格の上昇の影響で、可処分所得に占める外食費用の割合は低下し、週末のディナータイムの利用も増加しないとみられる。パートやアルバイトの入替え時期に入るため、採用も困難になる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・物価が上昇しており、来店する回数が減っているという話を客から聞く事が多い。常連客の来店頻度も下がっている。
	<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・今は年末なので売上が上がっているが、今後も現状以上に売上を上げることを考え行動するため何とかなる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・賃上げが図られるが、物価上昇により実質賃金が目減りすることも予測され、先が読みづらい状況である。今後は雇用関連の税制改革や社会保険料の見直しにより、少しでも景気が回復することを期待する。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・この時期になって、インフルエンザの影響で旅行の延期が出ている。気候の影響があり、自宅で過ごす客も増えている。スキーやスノーボードの客はかなり増加している。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・当面円安が続く雰囲気であり、大きな環境改善が見込めない。春休み先行き商戦が前年の水準まで到達していないこともあり、先行き不透明である。
	<input type="checkbox"/>	タクシー会社（営業所長）	・12月の来客数、単価共に減少傾向にある。来年は大阪・関西万博があり、近隣エリアは活気が出るかもしれないが、当地方まで恩恵があるかは未知数である。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・来年前半にかけて、個人向け通信サービスの料金の値上げや値下げが起こる前提にないので、競争環境は変わらず、景気も変わらない。
	<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、安定しているため、今後も大きな変動がない。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク（業務担当）	・現在、景気は悪くないが、今後もこのまま推移するとみられる。

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
	□	ゴルフ場（営業担当）	・1月は韓国や台湾といったインバウンドの動きが低調になるが、国内の動きは良くなる。2月以降はインバウンドも例年並みの予約状況のため、全体としては例年並みとみている。
	□	競艇場（企画営業担当）	・現在は好調であるが、2～3か月後の売上はほぼ横ばいとなる。
	□	美容室（経営者）	・物価高が続き、客が節約の方法を考えて生活しているため、2～3か月後に物価が更に上昇することがなければ、現状が続く。
	□	設計事務所	・急激に悪くなる様子もないが、現状がどこまで続くかも分からない状況である。
	□	設計事務所（経営者）	・建築コストの高騰や人手不足が続く見込みなので、着工に至るまでに時間が掛かっている。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・今年度中は大きな変化がないとみているが、3月に駅ビルがリニューアルするため、顧客の動きの変化に期待したい。
	▲	商店街（代表者）	・客が商品の購入を先延ばししているため、売上は伸びない。
	▲	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が少ない。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価はより上昇する。
	▲	百貨店（営業担当）	・物価高のなか、客の給与が上がり、消費意欲が高まるようには見受けられない。
	▲	百貨店（総務・経理担当）	・1月以降の売上低迷は例年の流れである。
	▲	百貨店（売場担当）	・来客数や受注個数が前年並みにもかかわらず、おせちの売上は前年を下回った。ここ数年、上昇基調だったものが本年にこのような結果になったのは、客の節約志向で単価が下落したためとみられる。売場の雰囲気も今一つで、年明けの動向が不安である。
	▲	スーパー（店長）	・来客数や売上が前年並みである。客が単価の低い商品を購入したり、購入点数を減らしたりする傾向にあり、今後は厳しくなる。
	▲	スーパー（店長）	・今後も値上げ商品が多数あり、更に客の節約志向が高まるのが予想される。ナショナルブランド商品からプライベートブランド商品への購入に移行する客が多くみられる。
	▲	スーパー（店長）	・これ以上物価上昇が続くようであれば、客の買い控えが発生する。
	▲	スーパー（店長）	・年明けから食品の値上げがある。
	▲	スーパー（財務担当）	・生鮮食品の相場高と値上げにより、1品単価の上昇が今後も続き、節約により1人当たり買上点数が減少する状況が続く。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・少し離れた場所に競合店が出店することになったため、今後は売上が減少する。接客や商品構成をしっかりと、競合店に打ち勝とうと考えている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン価格の値上がりを受け、物価が高騰することが心配される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・客1人1人に合わせた接客を心掛けているが、顧客化するスピードとし好が多様化するスピードがマッチしづらい。
	▲	家電量販店（副店長）	・テレビやパソコンの販売数量が減っており、改善がみられない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・全体的に物価が上がっているため、自動車関係に予算が回ってこないとみられる。
	▲	乗用車販売店（統括）	・メーカーからの供給が少ない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・円安が続く限り、物価高騰は消費者の購買意欲を削ぎ、生活必需品を優先し、我々の扱う商品のように我慢できる物は我慢する傾向になるため、今後、じわじわと影響が出そうである。
	▲	一般レストラン（経営者）	・電気料金を含めた物価やバイトの賃金など全てが高騰し過ぎて、個人飲食店では経営が追い付かない。単価を上げるにも限界がある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・現在は、冬のボーナスが支給されたため、人の動きが多少良くなっているが、もう少しすると消費が冷え込む。
	▲	観光型ホテル（営業担当）	・例年1月中旬以降は旅行客が減少する。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・冬場に積雪があると道路事情により来館することが困難になるため、天候次第で利用者数はかなり変わってしまう。天候の予測ができないうちは予約も控えめになる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・1月から3月は宿泊予約のペースが遅いが、前年と比較しても5%から10%予約が落ちている。
	▲	タクシー運転手	・忘年会シーズンの繁忙期でも夜が良くないため、年が明けても期待は持てない。
	▲	通信会社（広報担当）	・このまま物価は上がっても、賃金が上がらないという状況が続くのであれば、景気は回復しないという雰囲気がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高をカバーするだけの収入増加が、特に年金生活者においてあるわけではなく、高額療養費制度の上限額引上げなど負担増への防衛として買い控えが促進されるとみられる。
	▲	通信会社（総務担当）	・個人的には将来的に親の介護の心配があり、子供の学費等の負担がなくなったとしても、経済的には不安である。ビジネス的にもシニア層が多くなっているため、評価制度や処遇制度を見直さなければ、若年・中堅世代の活躍が見込めない。当県では観光収入が増えていくと考えられるが、人口減少で税収が減るなかで、公共交通機関の値上げも続いており、魅力を創出しない限り人口減少の歯止めはきかなくなる。
	▲	テーマパーク（営業担当）	・1月中旬から2か月程度閑散期に向かう。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰の流れで買い控えが多く、単価が上がりにくい状態になっている。今後も続きそうである。
	▲	美容室（経営者）	・単価を下げないと客が来ない状況で、売上が減少しているため、今後も景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・しばらくは予算に合わない状況が続き、代案として中古物件に流れる。そのため物件が不足し、供給量が少なくなり、全般に動きが鈍くなる。
	×	商店街（代表者）	・通行客は増加したが、高額商品については全くプラスの材料が見当たらない。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・新入社員の初任給は上昇しているが、10年程度勤務している人の給料が増加しておらず、物価などのことを考えると、今後も景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・本市には自動車関連企業が多く、景気は余り良くない状況で、今後も悪くなる。地方の少子高齢化はますます進み、人口減少が加速する。日本の5年後、10年後は更に厳しくなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・物価の上昇がおさまらないため、耐久消費財の家具に消費が回らない。
	×	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・物価上昇が続いているため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後も生産が好調である。
	○	化学工業（総務担当）	・人件費高騰等の課題は抱えるが、物価上昇に対応する利益確保によって景気は回復を見込む。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・延期されていた大型注文の生産再開や輸出注文等があり、生産量は微増する計画である。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	通信業（企画担当）	・データセンターの引き合い量は変わらないが、ICT関連については余った予算の駆け込み需要が見込まれる。サーバーやネットワークスイッチなどの機器の引き合いは好調に推移すると考えられる。
	○	金融業（支店長）	・公共受注や米軍基地向け工事受注の増加が期待できることから、将来の景気は若干良くなる方向にあると考える。
	○	不動産業（総務担当）	・需要時期もあり、来客数及び成約件数は良くなる見込みである。
	○	広告代理店（営業担当）	・物価高による影響があるものの、個人消費が多少持ち直している。
	○	会計事務所（経営者）	・補正予算が成立し、新たな補助金制度も動き出した。設備投資が促進されれば、コンサル支援場面も増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
□	食料品製造業（営業担当）	・前年の受注量が多く、今年度は前年と比べ少ない状況が続いている。	

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
	<input type="checkbox"/>	木材木製品製造業（経理担当）	・今後の為替の動向や米国の大統領交代が日本経済にどのような影響を与えるか不確定なため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・景気に関する好材料、悪材料共に目立ったものがない。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足により、景気に大きな盛り上がりはない。
	<input type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	・現時点では景気が良くなる材料も悪くなる材料も見つからない。
	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（総務担当）	・受注や鉄原材料相場に大きな変化はなさそうなので、現状と変わらないと見込んでいる。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・物価が高騰するようだが、ボーナスも例年どおりの支給があった。
	<input type="checkbox"/>	建設業（総務担当）	・継続的な大型物件が予定され、計画変更のリスクはあるものの、仕事をどのようにさばくかがポイントになる。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（業務推進担当）	・特に景気に関する大きなプラス要素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。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	・企業訪問におけるヒアリングにおいて、年明け以降2～3か月での大きな変化はみられない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・12月のギフトや土産品の販売量は大幅に減少しているが、1月の前半も同じ傾向になりそうである。今後は個人消費が一段と厳しい状況になる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高騰が予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（管理担当）	・当社は国内で生産した製品を主要市場である北米に輸出している。北米の市場自体に大きな変化はないものの、大統領の交代が予定されており、政策や関税の見直しによる影響を考えると、景気はやや悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業	・来年も様々な物価上昇が続いていく。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（経済産業調査担当）	・一層の賃上げがなければ、消費マインドの改善は難しい環境にある。
	<input type="checkbox"/>	—	—
雇用 関連 (中国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（事業部長）	・製造業のなかでも、特に自動車関連企業からの受注が増加する見込みである。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（求職者対応）	・2月以降、4月スタートに向けて仕事探しを始める人が多い。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（広告担当）	・技術職を中心とした慢性的な人手不足は、新卒、中途共に今後も深刻な状況が続く見込みである。今後は人手不足に対する設備投資の拡大も予測され、生成AIの普及、リスクリングの浸透などにより労働力の効率性を図る可能性も高くなるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・少なくとも景気が悪くなることがない状況で、政治の安定や経済政策の推進で、賃金が更に上昇することを期待し、消費が拡大に向かっていくものとみられる。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年明け以降も引き続き転職数は上昇傾向にあり、退職代行利用者も増えるともみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（支店長）	・業界によつての差はあるとみているが、求人数も余り増えておらず、景気が良くなる傾向は見受けられない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営企画担当）	・状況が変わる要因が想定できない。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（総務担当）	・景気の先行きの判断として求人広告数を1つの指標としているが、求人広告数は横ばいしないし若干減少している。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・地域の基幹産業である製造業、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、医療福祉の求人数は前年同月を下回っており、改善の兆しはみられない。人手不足感は強く、他地域から人材が流入するような地域でもないため、一朝一夕に問題は解決しない。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（事業所担当）	・年末年始に個人消費が増加し、景気を刺激する可能性はあるが、それは一時的なものであり、物価上昇等が落ち着くまで、今の状況は変わらないと考えている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・結局はマンパワーの問題であり、人がいないため受注できず売上を伸ばせない構図は変わらず、景気を良くするための素地はあるものの、生かされていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2025年3月卒業生を対象とした求人はあるが、求職者の多くが内定を得ており、応募者がいない状況にある。企業の採用意欲はあるが、求職者数には限りがあり、慢性的な人手不足が続く。
	▲	職業安定所（雇用関連担当）	・物価が高騰し、最低賃金が改定され、利益幅が縮小すると、賃上げを実施できずに人材確保が難しくなり、受注の抑制が起きて売上が減少するといった負のスパイラルを断ち切る要素が現時点で見当たらない。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・求人倍率は依然として1倍を超えて推移しており、人材不足感が強い。物価の上昇に賃金が追いついていない。
	×	—	—

#### 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）	・港湾地区の開発が来春、佳境となり、既にしゅん工した施設を含めバリエーションが豊かであることから、人流や経済への波及効果の期待が高まっている。また、来年は、万博や国際芸術祭も開催されることから、観光客やインバウンドも更に増えるとみられており、商店街としては夜型観光、消費にも貢献していきたいと考えている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・個人消費が少しずつだが回復している。以前は必要分だけを購入することが多かったが、ついで買いがみられるようになってきた。
	○	スーパー（店長）	・良い傾向が数か月続いている。
	○	スーパー（企画担当）	・年明け以降も商品単価の引上げが予定されており、売上の増加につながると推定される。来客数については、単価の低い店への買い回りが更に顕著になると推定されるため、業況は厳しくなるとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・当地域と香港、韓国との定期便就航により、飲食や土産の売上に少しずつ良い影響が出始めている。
	○	通信会社（営業担当）	・物価高もあり、客単価は低くなる傾向にあるが、来客数は安定している。新生活シーズンへの期待もあり、景気回復を期待している。
	□	商店街（代表者）	・観光客やインバウンドは増加しているものの、それを受け入れる飲食店やホテルは人手不足の状況が続いている。そのため、売上がかなり増加する状況ではあるものの、うまく売上につなげることができない状況になっていくとみられる。
	□	商店街（代表者）	・物価の上昇や燃料価格の高騰が続いており、年明けには燃料の補助金も更に減少するため、厳しい状況になるとみられる。
	□	百貨店（販売促進）	・様々な商品の値上げラッシュが続いているが、徐々に消費者が慣れていくとみられる。
	□	百貨店（マネージャー）	・物価、エネルギー価格の上昇が続いているため、早急な景気回復は見込めない。
	□	スーパー（企画担当）	・物価上昇に伴い、メリハリのついた消費や節約志向などがみられるなど、先行き不透明感がある。
	□	スーパー（人事）	・4月の春闘での昇給により業況が少し上向き可能性があるが、3か月後ではまだその効果が出ないとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・米国大統領就任により、各地の紛争に停戦の動きがあれば多少は物価が安定するとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・今月の売上が前年比では比較的良好だが、それ以上の伸長が簡単には見込めないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価が上がり税金の支払も大変であり、消費は良くならないとみられる。地方の中小企業は人件費も上がり、商売の規模を縮小するしかないため、今のままでは地方の景気は良くならないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ここ何か月かは現状が変わっておらず、近い将来も大きく変わらないとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・食品類の値上げが一層進むことから、景気が良くなり、悪い状況が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売業（営業担当）	・販売停止車両の販売再開が見込まれない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・車の長納期化が解消されない限り、良くはならない。
	□	観光型旅館（経営者）	・地域の集客量には限界があり、今後は周辺地域への回遊が進まなければ、更なる売上増加は難しい。一方、韓国の政情不安もあるが、春節の集客は今のところ順調に進むとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・光熱費の負担増加、物価上昇、人件費の上昇などの収益性を低下させる要因が多く、今後の見通しが良くない。
	□	通信会社（支店長）	・12月の販売状況が期待を下回るため、冬物商戦期明けの2月も期待できない。
	□	観光遊園地（主幹）	・特に状況が大きく変化するような予定がないため、現在の良い景気が維持されることが見込まれる。
	□	競艇場（マネージャー）	・物価高がまだ続いており、生活余裕資金の減少も懸念されるが、物価高騰の継続により生活資金のやり繰りに少し慣れてきており、この状況がもう少し続くと予想される。
	▲	商店街（代表者）	・地方都市の再生は、従来の商店街の概念から、一つのあらたな個、組織体として意識改革して情報通信ネットワークを拡大して競っていかねばならず、従来型の活性化や再開発による方策ではますます取り残されていくとみられる。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・賃金が上がらず、物価上昇だけが続いている状況であり、先行きに不安しかない。
	▲	スーパー（店長）	・今後も続く物価高の影響が懸念される。
	▲	スーパー（統括担当）	・買上点数の減少といった買い控えの傾向が以前より大きくなっている。来客数の減少、単価上昇、購入点数の減少傾向がより明確になっている。
	▲	スーパー（財務担当）	・更なる値上げで、節約志向がより強まり、販売促進を実施しない日は業況が厳しくなるとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・来店を続けている人も買上点数は減少しており、来店をやめる人の微増も継続しているとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・1月も、商品価格が上昇予定であり、更に消費意欲の低下は免れないとみられる。また、今年は年末年始の休暇が長く、その後の落ち込みが大きいと心配している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価高が予想を超えており、買い控えがみられる。
	▲	家電量販店（店員）	・売上増加は一過性のものであり、今後はまた値上げの影響で鈍るとみられる。
	▲	家電量販店（副店長）	・来客数が伸びてこない状況が続いており、通期で前年比95%で推移している状況がまた続くとみられる。
	▲	乗用車販売店（役員）	・物価上昇が影響するとみられる。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在は年末のため忙しいが、正月が明けると、2月一杯はほとんど客が来ず、最悪の状態であるとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・1月は成人式で忙しいが、成人式が過ぎると落ち着いてくるとみられる。また、インフルエンザが流行しているため、その影響が出ないか心配している。
	▲	美容室（経営者）	・客との会話でも、景気の悪い話が非常に増えている。
	▲	設計事務所（所長）	・建設業界でも倒産情報を幾つも聞くようになり、相変わらず好調な会社との差が出ていることから、やや悪くなると予想される。
	×	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・年度末の売上増加は、現在のところ期待できない。毎年、この時期から年度末にかけて、客からの見積依頼があるが、今年はその件数が少なく、今後は心配である。
	×	一般レストラン（経営者）	・年末年始の繁盛期に売上が伸びなければ、その先は、売上が例年並みになることはないと思われる。
	×	タクシー運転手	・四国遍路の仕事は、冬場はなく、3月頃から再び始まるが、今年のような忙しさはなく、平年どおりに戻るとみられ、売上は減少すると予想される。
企業 動向 関連  (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・食品業界は人手不足や設備投資への資金不足等の不安要因を比較的大きく受けている中小企業と、設備投資で人手不足をカバーできる大手企業の格差が大きくなっている可能性もある。しかし、M&Aによる何らかの統合へ向かう状況も確認できており、今後の利益確保などの生き残るための動きがみられる。

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	
	○	繊維工業（経営者）	・国内の経済情勢は一進一退であると考えているが、インバウンド需要が景気を引っ張っており、当分この傾向は続くと思われる。当社の客先はインバウンド需要が見込まれる立地にあるところが多く、しばらくは好調が持続されるとみられる。	
	○	通信業（企画・売上管理）	・視聴率の好調により、売上が堅調であり、2～3月についても期待したい。	
	○	金融業（副支店長）	・政府の基礎控除の引上げ等に伴い、手元の現金の増加が見込まれるため、景気はやや良くなるとみられる。	
	○	税理士事務所	・配偶者控除の拡大などに伴い、仕事をする人が増えるとみられる。	
	□	農林水産業（職員）	・夏秋期の高温は、過去に例を見ないほど青果物の生育に影響をもたらしており、以前から苗半作といわれてきたが、本年はそれ以上の影響が出ている。要因としては、青果物の卸売価格が上がらないなか、生産者は反収の増加を求め、種苗会社はそれに適した品種を育成してきたが、今年のような異常気象への耐性は従来の品種より劣る傾向がみられたことである。これらのことから、冬春産地のハウス栽培も3～4月頃まで影響が残るとみられる。	
	□	化学工業（所長）	・物価上昇の状況をみる限り、大きな変化は期待できないとみられる。	
	□	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への不透明感に加え、地政学的リスクの高まり、物価上昇、人件費を始めとした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（経営者）	・現在、様々な形で世界中の政権が代わっているなか、特に日本の地方政権等の動向が経済に非常に関係してくるとみられる。	
	□	建設業（経営者）	・資材価格、受注量の変化等がみられる。	
	□	建設業（経営者）	・来年の受注の見通しが非常に不透明である。	
	□	輸送業（経営者）	・現状より、売上が増えても対応が難しい状況である。	
	□	通信会社（総務担当）	・年度末に向けた売上見込みの積上げがほとんど伸びていない。	
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連広告は増加傾向であるが、原材料価格の高騰や最低賃金の引上げによる人件費増加等により各企業が広告費等を抑制している。結果、全体としては余り変わらない予想である。	
	▲	食料品製造業（経営者）	・海外から仕入れている主原料が為替等の要因により高騰することが予想され、価格に転嫁できず、利益が圧迫されると推測される。	
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・ハウスメーカーの受注が低調なまま進捗している。第4四半期は更に落ち込む見込みである。	
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・年末の掃除の影響でウェットクリーナーの売上が増加しているが、その反動で1～2月の売上が減少するとみられる。まだ円安の影響により資材が高騰しているため、利益を出すためには値上げが必要だが、卸売や小売の反応は悪いため、価格転嫁ができていない。	
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械関連の売上の低調傾向が続けば、当社の生産量や販売量も減退していく。	
	×	—	—	
	雇用 関連  (四国)	◎	—	—
		○	—	—
□		人材派遣会社（総務部長）	・当面は横ばいであるとみているが、少子高齢化が進み、将来的には人材ビジネス業界は厳しくなるとみている。	
□		求人情報誌（営業）	・求人件数は増加傾向だが、採用成功の割合に変化がなく、この先も大きな変化材料がないため良くも悪くもなく、横ばいが続くと思われる。	
□		求人情報誌製作会社（経営者）	・人の動きが多くなる3月までは求人数の増加が見込めない。	
□	職業安定所（求人開発）	・人手不足が続いていることは間違いなく、有効求人も増加しているが、社会保険の適用拡大や最低賃金の引上げにより、扶養範囲内にするための働き控えの影響が大きく、求人数の増加が、一概に景気の見通しにおいて明るい材料になるとは言えず、今後もしばらくは一進一退の状況が続くとみられる。		

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
	□	民間職業紹介機関（所長）	・景気が動きそうな要素が少ない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・地元企業の人手不足感が続いている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・食品、エネルギーの高騰に伴い、固定費となる広告費も抑えられている。
	×	—	—

### 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)	◎	—	—
	○	スーパー（企画担当）	・天候の長期予報では寒い冬とされており、特に衣服や住関連製品の売行きが改善が見込まれる。食品は堅調な推移が続くと考えられる。
	○	スーパー（経理担当）	・2023年12月から消費が冷え込んでいるため、その反動と賃金の引上げにより上向き傾向になると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げはどうか納得されている感があり、ベクトルの角度は低いものの、このまま僅かずつではあるが上昇すると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・景気は今年より良くなると予想しており、来客数や客単価の動きを注視している。一方、その後の動向には期待をしているものの、厳しい状況である。
	○	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ことに加え、年末年始で家電購入も増加している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・来年1～3月までの新車生産の予定がメーカーから発表され、前年比で2割増の配車が予定されている。決算期を迎える時期に大変良い知らせである。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産が順調であるため、登録や納車等販売関係は期待できる。また、初売りや決算セールなど大型イベントによる来場者にも期待できる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・前年と比較すると売上は増加している。通常であれば1月はコーヒーの売上が落ちる月である。しかし、当店では外国人客が顕著に増加しており、売上の底上げとなっているため、景気は良い方向を向いている。
	○	旅行代理店（職員）	・この1か月間、2025年2～3月の旅行商品の販売量が前年同期より好調であったため、売上は上昇すると考えている。
	○	旅行代理店（統括者）	・旺盛なインバウンド需要や福岡空港第2滑走路の運用開始、ホテル開業が続くため、景気は伸びていく。
	○	旅行代理店（統括者）	・春休みとゴールデンウィークの旅行の申込みが増えると予測している。
	○	タクシー（統括者）	・単価が減少傾向ではあるものの、乗務員採用は増加傾向であるため、会社の収支としては改善傾向で変わりない。
	○	通信会社（企画担当）	・年末の駆け込みが余り芳しくなかったものの、3月までの引き合いや相談は増えてきている。
	○	通信会社（社員）	・手数料などが増加する可能性がある。
	○	ゴルフ場（従業員）	・3月までは韓国からの旅行者を中心に順調に予約が推移すると予想されるが、その後は国内客が中心となると推測される。現状では予約状況が弱く、営業強化が必要である。
	□	商店街（代表者）	・現在若手の役員に活動してもらっており、その役員の元で指導を受けながら新しい年を迎え、今後の商店の発展に向けて努力していきたい。
□	商店街（代表者）	・米国や中国、韓国の情勢等があり、先行き不透明で判断しにくい状況である。	
□	商店街（代表者）	・高齢者が多い地方の商店街では年金生活者が多いが、年金が増えていないため、現状の物価高騰では消費に慎重にならざるを得ない。	

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"/>	商店街（代表者）	・公務員は昇給しているため消費が幾分良くなる可能性はあるが、小規模小売業に携わっている人の多くは景気が回復していない。物価は10%程度上がっており、生活が厳しいと考えられる。何より、以前はなかった子供食堂があること自体、生活に困窮している人が多くなっていることの表れである。貧富の差が広がっており、小規模小売業者は一段と厳しい状況になりかねない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕 （店員）	・正月明けはなかなか売上が伸びない。廃業する魚屋も結構出ると危惧している。高齢化に関する相談を受けることもあり、現在の販売状況を考えると、とても頑張れとはいえず厳しい状況である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・国内客の購買意欲が現状のままであれば、3か月後は新生活の行事が多くなる時期であるため勢いの衰えはないと見込んでいる。一方、現在のインバウンドの勢いを3か月後に上回ることは難しいと考える。インバウンドの需要はしばらく大きく変わることはないと予測している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新年度になり新しいスタートではあるが、消費に関する大きなモチベーションがなく、売上は厳しいと予想している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・物価上昇が続いており、モノの消費動向が良くなるとは考えづらい。顧客ごとのニーズをくみ取り、個別に商品提案をしていかなければ、前年の売上維持は困難である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・婦人衣料等、回復傾向にある部門もあるが、依然として全般的に消費マインドが弱い。インバウンド関連の売上は若干ではあるものの伸びている。今後も余り売上に期待できない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・人気キャラクター催事には集客が多く、自家需要の商材、し好性の高いブランド品・舶来雑貨への関心や購入意欲は継続している。また、スポーツ大会の開催でシューズ・ウェアへの関心は増加しており、紳士雑貨やブランド品・舶来雑貨の関心は継続している。加えて、商品価格は上昇しているもののクレジットやコード決済促進で客単価、商品単価は伸びており、新春需要や春の新生活需要に加え、国内外の観光客増加で商戦の活性化が見込める。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・政治や経済が不安定で、今後の先行きが懸念されることから、購入を控える客が多くなっている。年が明けると冬物の割引が本格化し、2月になると商品の入替えが徐々に始まり、春も早く訪れるという予報もある。しばらくは客の購買意欲も静かに動くと言想される。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・相次ぐ物価高により消費動向は厳しくなる。一方、春物などの衣料品も動きが鈍くなる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・米国新大統領の就任以降、為替や関税等の変化で日本経済が左右される懸念はある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・中小企業の社員やパート・アルバイトは賃金が上がっていない。物価が上昇し企業の収益は増加していると考えられるが、賃金が増加しない限りグレードの高い物は購入することができない。年金生活者も生活の質を下げなければいけない状況である。そのため、何とか今の収入で精一杯生活しているのが実情である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・12月は帰省を始め年末年始特有の消費行動に支えられ、売上は比較的順調に推移すると見込んでいる。一方、1～2月は反動で財布のひもが固くなり減少すると予想している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・インバウンドがプラス要因となっているが、日本人のコンビニの主力客層である若者の消費低迷がマイナス要素となり、差引きで現状維持の状況である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気上昇につながるような要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価高が続いており、3か月後も状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン価格や物価の高騰といったマイナス要因に対し、年収の壁対策など政府施策が生活に直結するかが鍵だと考えるが期待は薄い。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・経済政策にまとまりがない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・年末ということもあり少しにぎわったこともあったが、売上はそれほどではない。インターネットや通販による買物が増加しており、単価が下がっている。

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
	□	衣料品専門店（取締役）	・3か月先の季候は良くなり心理的に明るくなっていくが、物価高や政治の絡みがどのように消費者心理に影響があるかを考えると不透明である。4月以降の年度替わりの需要は多少あるが、そのことは景気とは関係がない例年の行事であるため、引き続き企業努力を行っていくという気持ちでいる。
	□	家電量販店（店長）	・収入は増えず、物価高騰で支出が増えるばかりとなり、景気が上向き要素がない。
	□	家電量販店（店長）	・例年より歳末商戦が盛り上がらない。来客数や単価共に大きく下降しており、財布のひもも固く成約率も良くない。しばらくは回復する要因もなく低迷が続くと予想している。
	□	乗用車販売店（役員）	・受注残の車両の配車は過去最大になる見込みであるが、新規受注については受注可能車種の制限が続いており、新型車投入も少なく遅延の傾向にある。
	□	乗用車販売店（代表）	・景気が変わるような要因が見当たらない。
	□	住関連専門店（経営者）	・物価が賃金の上昇以上に値上がりし、燃料油への国の補助金も減少しており、家具などの耐久消費財の購入には財布のひもが固くなると予想される。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・景気が厳しい状況ほどバーゲンセールは売上が伸長する傾向にあるため、1月のウィンターバーゲンセールには期待をしている。一方、コスト高が止まらないため、事業的には決して楽ではなく、引き続き業務のスリム化が求められている。結果としてそれが消費の疲弊につながり、小売業界では特にし好品を中心に鈍くなる傾向にある。
	□	観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行した後、例年の行事がほぼ復活している。今年の動きも例年並みとなり状況はほぼ変わらない。
	□	観光型ホテル（専務）	・先の見通しが立たないが、春に向けて予約が増えることを願っている。
	□	観光型ホテル（管理）	・1～2月は例年宿泊客が少ない。前年より予約状況は好調であるが、引き続き物価上昇や人件費高騰等、経費増加の要因があるため、前年並みの収益状況を見込んでいる。
	□	都市型ホテル（販売担当）	・食材費が値上がりしたため単価を上げるしかなく、古くからの顧客が街の飲食店へ行き先を変えている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・12月は年末や冬休みを利用した家族連れが多いが、3月にも春休みなど類似した傾向がみられる。桜観光で海外からの渡航客も多いと予想される。
	□	タクシー運転手	・不安定な世界情勢が続いており、インバウンドに支えられている現状は不安であるものの、しばらくインバウンド需要は堅調に推移すると考えられる。
	□	タクシー運転手	・この冬は、雪が多い関東以北の人が観光に来ることに期待している。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が良くなるようなきっかけがない。
	□	通信会社（役員）	・燃料費への政府補助金の減額や消費財の値上げ等が続く状況に賃金の引上げが追い付けておらず、改善する兆しがみえない。
	□	テーマパーク職員	・インバウンドは好調を維持しそうであるが、日本人客は寒さもあり客足が鈍ると予想している。
	□	観光名所（職員）	・市外からの来客の大半はマイカー利用者であることから、ガソリン値上げがどう影響してくるのかが心配である。
	□	ゴルフ場（従業員）	・来場者数の予想は難しいが、現状では前年より若干減少傾向にある。
	□	競馬場（職員）	・今後は景気動向で大きな要因が見当たらない。
	□	美容室（経営者）	・2～3か月先には景気は良くなると見込んでいるが、全体的には横ばいだと予想している。通常は12月には景気が良くなるが、キャンペーンを行っても客の財布のひもが固いため動きがない。2月は寒く客の購買意欲は上がらないが、3月には上昇してくると期待している。
	□	学習塾（従業員）	・景気が上向きになるような話題を聞かない。
	□	設計事務所（所長）	・業務の結果は2～3か月先に出てくるため、今月の景気が今後も継続する。
	□	設計事務所（所長）	・世界情勢の動きが材料や製品単価の価格に影響を与えると予測される。まだ価格上昇がありそうであるが、仕事の対価の上昇は期待できず、今後も業種によって景気のばらつきが大きい状況が続く。



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
	□	住宅販売会社（従業員）	・一部の需要が多いエリアでの建築条件付分譲事業は好調である。一方、他社と競合する場面も増えており、全体的には販売量や客の動きは現状のまま続くと考えられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・円安の進行と海外の経済状況により、今まで輸出で日本経済を支えてきた部分で費用が掛かる状況になっており、輸出産業が疲弊している。また、自動車会社の提携が報道されているが、自動車会社の設備投資のタイミングがずれており、今後見直しが必要になると考えられる。
	▲	商店街（代表者）	・収入が限られているなかで様々なものが値上がりし支出が増えている。食品など生活必需品優先で消費していくため、他の商材まで消費が回らないようである。今後の先行きが見えない状況である。
	▲	商店街（代表者）	・現在、政府の政策が混乱しているため、食料品以外は苦戦を予想している。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今月は、正月や退職者への花やお供えの花など必要とする場面が多々あった。2月はイベントがなく厳しい状況となり、3月下旬になれば卒業式などで、需要が増えると予想される。しかし、花の仕入価格が高騰しており、かなり運営しにくい3月になると予想される。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ここ数か月は変わらず厳しい状況が続いている。これから先、この状況が急激に良くなることはまずないと懸念している。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・消費者にとって景気向上の明るい話題がないことから、今後も消費に対し慎重な対応を取らざるを得ないと想定している。
	▲	百貨店（リーダー）	・今月が贈答品の最盛期であるため、今後の景気は悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・多くの人は収入が増えておらず、商品価格のみが上昇している。支出の多い年末年始を超えた後、消費は一層落ち込み、景気は後退すると考えている。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・年末年始に向けての年賀はがきやお歳暮、おせち等の季節商材の動きが鈍い。この状況は年が明けても続く予想され、客単価が上がっても売上自体は伸びないと考えている。
	▲	家電量販店（店員）	・消費者が財布のひもを緩める条件がそろわない状況下では、明るい見通しは考えにくい。円相場が円高にならない限り、状況打破は難しい。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・国内の賃上げが物価上昇を上回るか注視する必要がある。物価上昇の影響下でも国内経済が力強いとの判断で政策金利を上げる論調は否定しないが、一部富裕層のみの消費が強い状況を賃上げによって脱しなければ、本質的な消費増加、国内経済の強含みとはいえない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・物価高騰による消費減やインフルエンザなどの感染症による予約キャンセルが増加しており、売上減が見込まれる。
	▲	スナック（経営者）	・12月としては最低レベルの数字になっている。その要因は、物価高の影響による外食費の節約である。物価高は今後も続くと考えられるため、景気が上向き要素がない。
	▲	観光型ホテル（営業）	・先行受注が今一つ伸びない。特に、インバウンドの予約が悪い状況である。
	▲	通信会社（企画担当）	・このまま、光回線販売の低迷が続く見込みである。
	▲	観光名所（従業員）	・例年、この時期は客が少ないため、漫画とのコラボが少しでも誘客につながればうれしいが、若干山手にあるため道路凍結や積雪の心配もあり、客の減少が心配である。
	▲	理容室（経営者）	・1月には来客数が減少していく。例年、年度替わりに学生は就職などで移動するため、固定客が減少し来店客の動きが悪くなる。
	▲	美容室（店長）	・客との会話では、何もかも値上がりするため、生活しづらい状況だとよく聞く。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・事業内容のなかで今後3か月は売上が発生しない部門があり、季節要因であるが、景気がやや悪くなると予想している。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高や金利の上昇により、先行きが悪い状況になりそうである。
	×	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因がないため、景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連  (九州)	◎	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた商品購入が期待される。
	○	農林水産業（従業者）	・当初の予想どおり11月下旬から一気に気温が下がっており、冬の農作物にとって育ちやすい環境となっている。そのため、遅れていた農作物の生育が一気に進み、九州に野菜が回りだすと想定される。しかし、関東以北では年末の大雪の影響で野菜不足になることが想定されており、全国的には価格高騰のニュースは増えると想定される。
	○	家具製造業（従業者）	・業界では年度末に繁忙期を迎えるため、景気は良くなると予想している。しかし、例年と比較すると案件数や受注件数は伸び悩んでいる。
	○	化学工業（総務担当）	・前年比で損益が回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想される。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・各社のベースアップや最低賃金の引上げ等により所得が増えていく。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の需給に左右される。周りの状況からそれなりの半導体の需要があると予想され、それに伴う受注量が発生することも予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・外資系大手半導体メーカーの熊本進出をきっかけとして、新たなビジネスを追及できる環境となっている。
	○	輸送業（従業者）	・取引案件等の数も増えており、前年の状況と比較して良くなると予想される。
	□	農林水産業（経営者）	・人手不足や賃上げなど経営環境が大変厳しくなっているところである。生産や販売は何とか計画どおりに動いているが、資材高騰を含め利益確保が難しくなっている。年度末を控え来年度の予算作りを始めているが、大変厳しい年になりそうである。4月までは鳥インフルエンザの影響があり、安定しない状況であるため危惧している。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今期末までは、当初予算ベースで推移しており大きな増減はない。年度でみると8月以降の台数の上乘せなどの影響もあり、予算比で5%増加が着地点と予測している。
	□	輸送業（従業者）	・中国の景気や米国の新政権による影響が不明瞭で、景気の回復に期待できない。
	□	輸送業（総務担当）	・これまでも悪材料の情報はあるが、保管や出荷量をみると経済はスムーズに回っている。更なる円安の状況や政府、日本銀行の対応次第で状況が変わることも考えられるが、今のところこの景気が続くと予測される。
	□	通信業（職員）	・ここ数か月で大型案件のプレゼンによる受注が増えているが、今後、年度末に向けて更に受注量が増える見込みは薄い。
	□	通信業（経理担当）	・少なくとも当年度は販売計画どおりに受注できる見通しである。やや良いという状態が続くと考えている。
	□	金融業（従業者）	・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、乗用車の販売も回復傾向にある。一方、住宅や家電の販売は弱めの動きを示しており、物価上昇や人手不足などから、先行きについてはやや慎重な見方をする企業が増えている。
	□	金融業（営業）	・冬は寒くなることが予想され、冬物用品やレジャーなどの消費拡大が見込まれる。
	□	金融業（調査担当）	・金利や物価上昇の影響による消費の伸び悩みは継続すると予想され、大きな変化はない。
	□	金融業（調査担当）	・賃上げの動きが物価高騰のペースに追い付いておらず、消費者は慎重な購買スタンスを強めている。企業の人材不足も変わらず続いており、景気は現状程度で推移すると考えられる。
	□	金融業（営業担当）	・新たな受注があっても人手不足問題で受注を見送ることが、取引先の業種全般で常態化している。
	□	不動産業（経営者）	・今後の仕事の受注状況が良くなるとは考えられず、横ばいが続く。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、2～3か月先も景気は変わらない。	
□	広告代理店（従業者）	・世界情勢については若干注意が必要であるが、3か月後もしばらく景気に変化はみられないと予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	経営コンサルタント (代表取締役)	・自社Webのアクセス件数や問合せ件数に変化がない。
	□	経営コンサルタント (社員)	・年末年始のルーティン作業に追われ、新規の取組をする余裕がなさそうである。
	□	経営コンサルタント (社員)	・食品の2度の値上げにより売行きは悪くなっており、焼酎の購買が減っている。
	▲	一般機械器具製造業 (経営者)	・新規顧客開拓を進めているが、業界の低迷期ということで取引開始とはならず、更なる営業努力を進める必要がある。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・顧客からの情報を鑑みると、今後の景気は悪くなる。
	▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・過剰在庫と中国の景気悪化もあり、まだ悪い状況が続く。
	▲	建設業 (社員)	・例年、年度末を迎えるこの時期は非常に苦しい状況となる。手持ち工事で乗り越えたいが、手持ち工事の本数が多くないため民間工事に頼りたくても依頼が少ないのが実情である。自社所有の資機材センターや車両の整備に作業員を充てようと考えている。
	▲	経営コンサルタント (代表取締役)	・今月20日を過ぎた頃からインフルエンザがかなりの勢いで流行しているため、咳などへの抵抗感も出てきており、若干厳しい状況になることが予想される。
	▲	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・今後は市町村からの委託業務の発注件数が減少することが予想され、受注の機会が減少し、景気が悪くなることが予想される。例年1月に発注される業務があるが、発注件数が減少することで入札等で価格競争になることが予想されることから、景気が良くなるとは考えにくい。
	×	繊維工業 (営業担当)	・3か月先までは非常に悪い状態が続くと予想され、その後に期待するしかない。
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	・今後3か月の受注が大幅に落ちると予想される。
	(九州)	○	—
○		*	*
□		人材派遣会社 (社員)	・年度末の人員補充等が出るため求人や登録者に動きが出ると予想されるが、新年度に合わせた料金改定の提案等では、景況が良いとは実感できない。
□		人材派遣会社 (社員)	・年明けの新規案件の動きがない。
□		新聞社 [求人広告] (社員)	・インバウンドの購買意欲や購買先は限定的と考える。物価高もあり、消費者の購買意欲はクリスマスや年末を過ぎると、景気は現状のまま推移すれば良い方ではないかと考えている。
□		職業安定所 (職員)	・管内には小規模事業所が多く、補助金の減額によるガソリン価格の上昇などエネルギー価格の上昇による影響が広がる可能性がある。
□		職業安定所 (職員)	・新規求人数が減少している。人員確保をしている企業が多くなる一方、募集をしても応募がなくなった事業所もあれば、最低賃金引上げ等の影響で募集を断念する事業所もある。全体的に景気上昇の要因がみられず、今後も横ばいが続くと予想している。
□		民間職業紹介機関 (職員)	・景気が良いことに加え、働き方改革と若年人口の減少を考えると様々な業界で人手不足が続いており、2～3か月後もこの状態が続くと考えられる。
□		学校 [大学] (就職支援業務)	・為替相場が乱高下する状況が続くなか、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ている。採用予定数の充足率が芳しくない企業もあるが、2026年卒業予定者の採用活動に向けた採用意欲は継続すると予想している。
▲		人材派遣会社 (社員)	・求職者の動きは例年と比べて鈍い。求人を複数のWeb媒体に掲載しているが、応募数も減少し続けている。
▲		人材派遣会社 (社員)	・基準賃金の引上げによる料金交渉が行われているが、中小企業では急激なアップ額に耐えられないという声も一部の業種では聞こえている。派遣から直接雇用へ切り替えるケースが、例年より増加している。

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
	▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・年末にかけ食材やガソリン代などの生活必需品の高騰が気になる。一方、賃金も予想より上がらず、業種によっては下がっている。年明けから確定申告も始まり、税金問題や税制改正がどのような方向になるかで、景気は更に悪くなると危惧している。
	▲	学校〔専門学校〕(就職担当)	・物価上昇が高止まりしていることで消費意欲が下がり、企業は利益を計上しづらい状況が続く。
	×	—	—

## 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)	◎	家電量販店（営業担当）	・全体的なインフレ傾向で単価が上昇するとみている。
	○	商店街（代表者）	・今後3か月は、正月などもあり、人流が全体的に良くなる。特に観光業はインバウンドにより良くなるとみている。街の中では飲食業が良くなっていくが、物販は厳しい状況が続くとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	・今後ほどの業態でも人手不足が続くとみられるため、雇用問題、所得制限の見直しを早急に行う必要があるとみている。
	○	百貨店（経営担当）	・バレンタインデーやホワイトデーのギフト需要が増加するとみている。
	○	乗用車販売店（経理担当）	・年間を通して売上の伸びる時期であるため、売上が増加するとみている。
	○	観光型ホテル（企画担当）	・12月の販売室数が前年比30%増加なのに対し、翌年3月の予約室数は前年比78%増加と、プラス幅が大きくなっている。
	□	コンビニ（店長）	・来客数は前年と同様に推移している。現状では、景気変動する要因が見当たらない。
	□	コンビニ（経営企画担当）	・客足が活発で好調に推移しており、今後も継続するとみているが、1月以降は値上げが多く控えているため、購買意欲低下への懸念がある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・年末ということもあり、年間を通して1番売上を見込んでいたが、売上は減少したままで、客の購買意欲は余りみられない。今のところ景気は悪い状態とみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰や円安などの不景気の要因に変化がなければ、景気が悪化する可能性もあるとみている。
	□	一般レストラン（代表者）	・1～2月は人流が停滞することを懸念している。
	□	旅行代理店（マネージャー）	・ホテルや航空運賃といった旅行商材も高騰しており、重要性が低い出張が日帰りに切り替わるなど旅費を圧縮する会社が増えている。ただし、商材が高騰していても一定数の需要はあるため、売上の的には変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・例年では2～3月は学生の需要により景気が上向くが、物価上昇が続くと現状は変わらない見込みである。
	□	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は前年比で好調に推移している。特に個人及び法人は動きが活発で順調に伸びている。
	□	住宅販売会社（役員）	・新築物件の価格上昇と住宅金利の先高感もあり顧客の慎重姿勢は変わらないとみている。
	▲	スーパー（企画担当）	・国による電気・ガス料金の支援が、来年の1～3月まで実施されると発表されたが、12月19日からガソリン代への補助金減額により値上がりし、今後も上昇する可能性があることから、2～3か月先の身の回りの景気はやや悪くなるとみている。
▲	コンビニ（副店長）	・物価高騰などの影響により、多くの国民が貧窮するなか、ガソリン補助金が縮小されたことで、家庭や職場の状況が悪くなるとみている。	
▲	その他専門店〔陶器〕（製造）	・例年どおりだと正月休みの後は、観光需要が落ち着くとみている。	
▲	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・例年のように年末に売上が伸びなかった飲食店は、売上が下がる1～2月に苦戦するとみている。	

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
	▲	住宅販売会社（取締役）	・地価や物価高騰により、特に戸建ての注文住宅の建築需要が大きく冷え込んでいるとみている。ストックに余力があるが、来年下期は大きな危機感を持っている。
	×	—	—
企業 動向 関連  (沖縄)	◎	—	—
	○	窯業土石業（取締役）	・公共、民間工事の見積依頼が増加しており、受注増加が見込まれるため、売上回復を期待している。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進投資は、物価や人件費の上昇の影響で、消極的な状況が続いている。
	□	会計事務所（所長）	・諸外国の政治情勢により、為替変動を通じた物価への影響が不透明である。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連  (沖縄)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・年末年始は求人数が最も多くなる時期であるため、求人数の増加を見込んでいる。12月末と3月末は学生の卒業や退職、転職を考える時期であることが影響するとみている。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2026年卒の採用に向け、多くの学内説明会の申込みを受けている。採用数は前年ベースを公表する企業が多いが、新規企業からの求人も受けるため、前年と比べると増加するとみている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・年末に向けた求職者の動きが鈍い。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は減少傾向にあり、企業より景気が上向くような声が聞こえてこない。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高騰は続くとみている。
	▲	—	—
	×	—	—