

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・花の需要には時期的なものがあり、1月は正月でお金を使ってしまっても売れない。暖かくなると、入学式や入社式などで急に需要が多くなるため、毎年このことなので当たり前であるが、3か月先の4月頃は今年よりも大分良くなる（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンとなるため、ある程度状況は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・力強く良くなるとは言えないものの、ここ数か月の景気動向を見ていると、良い方向になっている。ただし、米国新政権の不確実性やそれに伴って株価が乱高下するようであると、金持ちの街の消費は冷えてくる。また、日本銀行の金利コントロールも長らく金利のない時代に慣れてしまった国民のマインドにどう影響するかは、プラス効果というよりリスクである（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・宣伝の仕方にもよるが、客の様子から、これから売れていくとみている。客も店を選ぶようになってきているため、徐々に差別化されていく。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・年末同様に文具の繁忙期を迎えるため、新学期向けの学童用品の販売量が増加する。年末から1月にかけて多くの商材の価格改定があり、値上げ直後は若干の買い控えも見受けられた。今後1～2か月もすればそれもなくなり、新学期に向けて購入単価が上昇し、売上増加につながる（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・新入学時期を迎えて、贈答や新規購入が見込まれる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商部門は引き続き好調である。年末から新年にかけて様々な施策を行っており、それが功を奏していることから、受注数が比較的伸びている。こちらは官公庁が中心ではあるが、民間企業の方もおおむね好調である。小売部門は、近くにディスカウントストアができたことにより価格競争に巻き込まれてしまっており、来客数が伸び悩んでいるものの、それほど大きな影響もなく、前年並みとなっている。何とか今後も現状維持できればよい。
	○	百貨店（営業担当）	・免税売上は順調に回復している。国内客によるボリュームファッションや食品の動きも微増ではあるが回復基調にあり、この動きは継続すると考えられる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・名目賃金の増加が続き、物価上昇圧力が徐々に落ち着いてくることに合わせて、消費者のマインドも徐々に改善、持ち直しの動きが続く（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高により、ハレの日消費の後にはリバウンドで節約傾向が続いてきたが、冬休み消費後のリバウンドは小さく収まり、物価高への慣れが感じ取れる。そうしたことから、2～3か月後の新生活、ゴールデンウィーク消費においてもリバウンド節約は少なく、月を通して安定した購買活動が期待できる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・持続的な賃上げが国内客の消費を押し上げる（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・春はオケーションも多いことから購買ニーズが高まると想定している。また、今後の賃金のベースアップ等への期待もある。
	○	スーパー（総務担当）	・賃上げの兆しがある。
	○	スーパー（食品担当）	・過去半年以上、前年を上回る売上を更新し続けており、しばらくはこの状況が続く（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・年明けは閑散期で、それを過ぎると通常期に戻る。波は余り大きくない業種だが、1～2月と比べて来客数は増えてくる。
○	衣料品専門店（経営者）	・多くの交流会に参加して顔つなぎをしている。	
○	衣料品専門店（店長）	・卒業式、入学式シーズンを控え、マーケットに対応する商品開発、Web上での情報発信等で事前準備を強化している（東京都）。	

○	家電量販店（店長）	・全体的に賃上げや手取り増加が進めば消費につながると考えられるため、政治や企業の判断が今後の景気に大きな影響を与える。新成人が前年と比べ3万人増加の109万人となることも追い風になる。新生活需要が一定数増えることにより、消費も拡大する。
○	家電量販店（店長）	・花見シーズンによる訪日旅行客の来店が増加すると予測している（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・新型車が発表され、新車のモデルチェンジも実施されたため、販売量の増加が見込まれる。
○	乗用車販売店（従業員）	・新規来店件数が増え、商談数も増えている（東京都）。
○	乗用車販売店（営業担当）	・決算期を越えるが、値上がり前に購入する客が増えるとみている。
○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の3～4月は、気温も上がり暖くなるため人の動きが活発になってくる。例年、3月は売上が伸び、大体1～2月の3割増しくらいにはなるので、今よりは良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・12月の忘年会シーズンが繁忙期のピークで、今月はやや落ち着いた状態だが、週末は忘年会並みの予約数が入っている。2月は今よりも更に落ち着くが、3～4月は歓送迎会の予約が入っているため、2～3か月先は良くなっていく（東京都）。
○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・賃上げのニュースも出ており、今後も景気は回復するとみている（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・2月から4月にかけて引き続き近隣大型コンベンション施設でのイベント予定がかなり入っている。その関係で、宿泊は非常に堅調な推移が続くと予想される。また、人気テーマパークの客も流れてきている。宴会関係は、歓送迎会などを中心に予約が見込まれるため、やや良くなる。
○	都市型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約数等の比較から、良くなる。
○	旅行代理店（従業員）	・大阪・関西万博や沖縄のレジャー施設開業による盛り上がり期待しているが、その影響で例年と比べてホテル代が高騰している。海外旅行は円安で引き続き低調に推移している（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・海外旅行の受付が増えている（東京都）。
○	タクシー運転手	・時折、空港で客待ちをしている。正月休み、休み明けくらいまではそれなりに忙しかったが、その後は暇な状態が続いている。春節になり、ビザの緩和等で増加が見込まれる中国人観光客の動向を注視していきたい。いろいろな問題はあがるが、タクシー業界にとっては歓迎すべきであることは間違いない（東京都）。
○	タクシー運転手	・2～3か月先は、期待も込めて動きは良くなる（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・客の表情が明るくなり、動きも多くなっている（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・年度末に向け案件、受注共に増加する気配がある（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・第4四半期に入り、B to B、B to C共に繁忙期に入る（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・今後の米国の動向により、輸出入への影響が考えられる（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・寒さが緩んでくれば来場者数の自然増を見込める。また、物価高や燃料費高騰などが落ち着いてくれば更なる来場促進につながるものの、期待は薄い。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・インフルエンザの流行が落ち着いてくれば、やや良くなる（東京都）。
○	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・賃上げ効果でやや良くなる（東京都）。

<input type="radio"/>	住宅販売会社（経営者）	・当社はホテルも扱っているが、国内ホテルの宿泊料金が月に2%程度上昇しており、ホテル業界を含め観光業界は良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、賃上げがなかなかできない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・大手企業だけでなく中小企業まで継続的な賃上げが可能になれば、良くなっていく。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・商店街の通行量がやや少なく、買物袋を持っている人も少ない。当店もそうだが、商売がなかなか思うようにはいかない。前年同月比でも100%に達することはなく、90%台で推移していることから、世の中の景気については今一つ力強さがない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費者には諸物価の上昇や先行き不安感があるため、積極的な消費は望めない。購入は買換えや必要な物に限定される。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家具〕（経営者）	・この先も現状のままで変わらない。物価が上がっており、耐久消費財を購入する余裕が段々となくなっているため、良くなることはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・入居テナントの撤退により、悪いままで変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	・最低限必要な印鑑が世の中には絶対に存在するはずだが、皆パソコンなどで発注しているのか、店頭での商材の動きが非常に少ない。低迷した状態が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・街に人がいない。需要がないのか、購入が外に流れている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費者物価指数の動きから、賃金との落差が非常に大きいため、生活が大変困難になる人が増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・インフレよりもデフレ経済のときの方が良かったと考えている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・いつもどおりで特に変わったことはないが、現状のままでは個人消費は伸びない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・インバウンドは変わらず微増の予想である。春の内祝い需要や企業の年度末予算消化に関しては例年どおりとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・インバウンドは引き続き堅調と予想している。世界情勢の変化、特に米国大統領の交代による景気の変化は気になるところではあるものの、当面の間は現在の回復傾向のまま変わらない。今後は金利上昇や給与所得の増加などにより物価高の影響も多少は薄れるとみられるため、大きく落ち込むことはない。変動はあるものの、長期的な視点では、現状の傾向が続く予想である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・物価上昇のなか、客の消費に対する堅調な姿勢は継続することが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・一般消費者の消費マインドは先行き不透明であり、現状のままでは、一層マイナス方向に向かうとみている。物価の上昇は現実的に目に見える状態となっており、具体的な経済対策等がない場合の懸念がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・食品等の値上げは継続すると想定している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・向こう数か月、消費動向が大きく改善又は悪化する材料が見当たらず、今の堅調な消費意欲が維持されていくものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・インバウンドの動きはしばらく継続する。また、国内消費についてもすぐに大きな変化があるとは想定していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・商品価格の上昇は今後も続く見込みであり、収入が増加しても当分の間は堅実な購買行動が続くとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・前年度よりも外国人による買上が多い状況で推移しているため、首都圏の店舗やショッピングセンターの業績も継続して好調である。現時点で訪日外国人が減る要因はないため、この状況は継続するとみている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・春節を控えて中国人観光客の来日予想が過去最高となっており、一定のインバウンド需要は見込めるが、1月から4月までの値上げ品目数が2024年の同期比で約6割増える見込みであり、国内内容の消費は依然として厳しいと予想される。そのため、結果として全体の景気は変わらないものと予測する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・春闘での賃上げが多くの業種で進む見通しだが、消費者がそれを実感できるか分からない。米国新政権の影響が株価にどのように反映するかなど未知数なこともあり、しばらく景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価高が続いているため、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・今のところ景気が上向く要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・都心部のようなインバウンドもなく、郊外においては撤退する取引先も多く、魅力度が低下し、購買意欲の低下が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・2～3か月先も今の余り良くない状態が続く、変わらない。特に、近くに大きい競合店ができたので、余計にそう考えている。そうでなくても、やはり節約志向が強くなっているように見受けられる。今後も同じような状態が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・来客数、売上、買上点数いずれも低水準で推移している。可処分所得が増えないことには、この傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・実質賃金の低下と貯蓄志向の高まりで、消費意欲が回復していない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商材の価格見直しが続いているため、客が買い回りをしている状況は当面続く。
<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、値上げの影響で売上は伸びているものの、販売量については前年割れが続いているため、物価と所得の上昇バランスが見合ってくるまでは同様の状態がしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・買上単価が上昇し、買上客数、販売点数が減少する状況は変わらない。ただし、減少幅は徐々に小さくなっていることから、買上単価の上昇分が上回り、売上はプラスに転じていく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・米の流通が安定しないとみられ、鳥インフルエンザも猛威を振るっており、史上最多の殺処分をした前々年に近づく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・物価の上昇が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人件費の高騰が影響している。景気が上向きとの判断はまだできない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・国内、米国の政治的な動きはひとまず決まったので、しばらく大きな動きはなさそうである。消費マインドが落ちるとは考えていないが、インフレが一服しないと伸び悩む（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・世の中全体の値上げの影響は継続しそうである。それにより、今月と同じような傾向が続く見込みである。自社商材の値上げを予定しているが、今後の推移は気になる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後も物価の上昇が続くことが想定されるなか、商品単価の向上は見込めるものの、買い控えによる買上点数の減少も懸念される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・ボーナス支給や年末年始の繁忙期も終わり、出費が続いたシーズン後で、特別な収入もなく、1年でも売上の落ちやすい時期に突入する。バレンタイン商戦などにも強くないため、買い控えや単価の低下、買上点数の減少が予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・どう転ぶか、先が読めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・特に良くなる材料は見当たらない。まだ円安基調であり、材料費も上昇し続けているため、商材がなかなか動かない。この先は若干期待はしているものの、今のところ状況はそれほど変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・物価上昇の悪影響はまだ続きそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・食品、消耗品の値上げが続いているため、現状がまだ続く。
<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、販売が余り芳しくない。ガソリン代の値上げが響いている。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・金利上昇など、慣れるまでは個人客の購買意欲の低下も考えられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻の影響で燃料や小麦などの価格が高騰している。また、季節の影響で葉物野菜も、例えばキャベツ1玉1000円などと価格が上がっている。そのなかで、今年4月以降に賃金ベースで5%、6%と過去のような賃上げが行われるのかどうか。そこまでの賃上げがないとすれば、景気は現状のままで変わらず、良い状態ではない。やはり、4月以降に賃金がどれだけ上がるかによって、景気の浮揚に影響が出てくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・中古車市況が厳しく、新車販売も鈍化している。決算月であっても厳しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・購入者の動向に良い意味で変化はない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業は過去数年にわたり国策補助金事業を追い風として受注を伸ばしてきたが、来年度の住宅設備関連機器への補助金の支給基準額が上がるとみられ、それがどのような影響を及ぼすか不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これからの花粉症シーズンに期待している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節的に販売量が急に伸びるということはないので、徐々に伸びてくれればよい。来月は恐らく少し伸びる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・1品単価は上がっているが、このまま上昇し続けていくということではない。販売量、販売単価のいずれもしばらくは変化なく推移する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・インバウンド比率が依然として9割を超えており、来客数は安定している。円安傾向も続いているため、当面はこの状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・春になって商材の入れ替わりに良い要素があれば、良くなるかもしれない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・法人関連の定例宴会等の予約状況はほぼ前年と同様に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・現状同様に、先行きの明るい情報はなく、引き続きコストアップが懸念されるため、ニーズ、機会、売上には期待できるものの、相殺される利益、景況感は見通せない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・個人消費がどれほど伸びるかは、経済循環が好調かどうかによるところが大きい。個人収入が増えれば期待を持てるが、価格高騰の影響が大きく、懸念される面もあり、不透明感が強い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・外食産業にとっては良くなる要因がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・全体的に賃金が上がらないと、価格高騰に対応ができなくなり、優劣がはっきりしてくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・インフルエンザ等の流行もあるが、総じて暖かい日が続いているため、客足の減少はみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・政治がかなり不安定になっているため、この先の景気に良くも悪くも影響を与える可能性がある。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・客は、住宅ローン金利に関してそれぞれ心配している。物価が上昇しているなかで住宅ローン金利も上昇する見込みのため、なかなか予定どおりにはいかない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍と比べて国内旅行は好調ではあるものの、円安傾向のため海外旅行は伸長がみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・良くも悪くも米国大統領次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・例年2月は静かになるが、3か月先は良くなるのか悪くなるのか、動向が読めない。このところ法人タクシー運転手の数が増えてきているため、それがどのように影響するかが懸念される。期待を込めて良くなる所だが、現状の動向から難しいかもしれない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・好転する材料が見当たらない。電車等のトラブル、急な降雨等によるタクシー需要に対しても、日本版ライドシェアが稼働してしまう。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・現在は受注が増加傾向にはないため、この先の景気も変わらない（東京都）。

□	通信会社（社員）	・インバウンドや流通問題による価格高騰に購買意欲が冷やされている。クリスマスからバレンタインデーにかけての嗜好消費がクールダウンしている。企業側の広告宣伝費抑制がみられる（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・物価や電気代の高騰が続く状況では、今後も大きな消費の改善は見込めない。
□	通信会社（局長）	・大きな経済的な手立てもないため、しばらくは下降トレンドが続く（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（営業担当）	・景気の影響なのか、低価格プランへの加入や解約件数が増えている。当社もいよいよ値上げを検討せざるを得ない状況になりつつある（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	・必要があれば買う、それ以外は買わない。このトレンドはなかなか変わらない。
□	通信会社（管理担当）	・当社の主商材である通信インフラの高度化は来年度予定のため、少なくともそこまでは変わらない（東京都）。
□	観光名所（職員）	・来客数が伸びていない（東京都）。
□	ゴルフ場（経営者）	・来客数が下げ止まるか見通せない。
□	パチンコ店（経営者）	・現状の景気はやや良いと判断したが、日本銀行が発表した政策金利の引上げ、原材料を始めとした諸物価の上昇は消費拡大のブレーキになることも予想される。当面の景気動向を注視したい。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・企業の予約などは戻ってきているが、深夜帯の一般稼働は少ないまま、何もせずに増えるとは考えられない（東京都）。
□	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・来館数の動きに変化はない。先行きに明るい要素がない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・前月までは当事務所も新しい契約が取れて、好成績のままで進んでいたが、現在は、政治の動きがみえなくなり、下方に進んでいる。そういった全体の流れ、ムードが悪くなっている。
□	設計事務所（経営者）	・特に変化が生じる要素はない。例年同様、年度内はこのままの状況となる。
□	住宅販売会社（従業員）	・今月はまあまあ好調だったが、3月を過ぎると一段落する。決算時期のため、年度末まではキャンペーンや大幅値引きなどである程度の販売量を確保できる。
□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きに変化はない。
□	住宅販売会社（総務担当）	・住宅に関する税制施策が不十分で、消費が喚起されていない。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	・良くなる兆しがみえてこない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向から見て、やや悪くなる（東京都）。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・値上げが更に加速し、売上は多少良いものの、利益率が落ちる傾向にある。また、高価格帯商材の値上げについては価格が高くなり過ぎる物もあり、今後の取扱を再考することも検討している。
▲	コンビニ（経営者）	・近隣に競合店が1店出店するため、悪くなる。
▲	コンビニ（経営者）	・コンビニ業界の末端においては、景気は良くなっておらず、特に来客数が伸び悩んでいる。物価高などによる買い控えもまだある。また、売上を上げなくてはいけないときに人員を確保できないため、景気は良くならない。
▲	コンビニ（経営者）	・賃上げの効果があり、1月は売上、来客数共に前年比3%程度増加する見込みである。平年より暖かい日が多く、外出する人が増えたためとみられる。賃上げの気運が高まっているが、我々コンビニ業界はこれ以上最低賃金が引き上げられると経営が難しくなる。本部へのチャージ額を下げてもらうしか生き残る道がなくなっている。本部担当者へ検討を依頼していきたい。
▲	コンビニ（エリア担当）	・米国大手半導体メーカーの株価急落の影響が気になる。株価が大きく低迷する可能性もある。

▲	コンビニ（エリア担当）	・現状では来客数が100%で、値上げしている商材が増えてきているため、売上にはプラスに働いているが、今後どこまで続くか分からない。メイン商材であるおにぎりに使われる米の価格改定などが発生してくるため、決して景気が上向いていくとは考えられない。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・鶏卵も鳥インフルエンザ発生により先行きが危ぶまれているため、今のところ回復は難しい（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	・一定の不安要素となる食料品やガソリン価格が落ち着かない限り、厳しい状況が続く。
▲	乗用車販売店（営業）	・販売車種がそろわずに、客の検討意識が下がってしまい、結果的に商談が長引くケースが最近が多い。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和補助金の縮小を受け、燃料以外の商品やサービスの買い渋りが懸念される（東京都）。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・賞味期限切れ商材を取り扱う店が繁盛するのは、不景気傾向であることの裏付けである（東京都）。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・米国との関係で経済動向がどうなるのか不透明である。
▲	高級レストラン（経理担当）	・飲食業に就く労働者を確保するのが著しく困難である（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・3か月先は米国新政権になって関税等が上がり、インフレ経済に入り、金利も上がるため、生活はどんどん厳しくなる。賃金のベースアップはあるものの、中小企業にまで波及するかという点と難しいため、企業業績も余り良くなり、一般消費者の生活水準は物価高によってますます悪くなる。
▲	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・食品業界からすると、資材、原材料、流通コストが上がっており、値上げをするしかないが、売れなくなるという悪循環である。社会全体の賃金が上昇しなければ物価高を乗り越えるすべはないが、中小企業は価格転嫁ができなければ利益確保が難しい。どちらが先かという問題に直面しており、深刻である（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に好調を維持しているが、2月以降の予約は一旦落ち着いている。年末年始での消費の反動が出る時期となるため、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザ流行の影響もあるなか、利用の自粛が懸念される。歓送迎会などの予約の動きも鈍く、景気はやや悪い方向となる。
▲	旅行代理店（従業員）	・交通、宿泊、食事、見学など、全ての費用が上がり続けている。結果として、団体旅行では予算の関係で参加者数が減少傾向にある。
▲	タクシー運転手	・物の値上がり激しく、今年も更に値上がりする物が増えるという予測が発表されている。客は生活費を優先する傾向にあるため、タクシー利用はなかなか増えていかない。
▲	タクシー運転手	・ガソリン、光熱費、食品等多くの物が値上がりしているため、当然タクシーの乗り控えがある。駅のタクシー乗り場に客が並ぶ光景は余りみられない。病院の送迎に限っては、高齢者が多いこともあり、以前と変わらず利用は良い。
▲	通信会社（社員）	・小口の引き合いが続いているが、9月にあった年度後半の契約打ち切り分をカバーし切れない見通しで、年度初めの計画は達成できない（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・じわじわと物価高の波が押し寄せてきており、収益を圧迫し始めているが、一方で販売価格への転嫁は一部の大企業に限られ、大半の中小企業は難しい（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・資材値上げの影響に加え、市場流動性が弱まっている（東京都）。
▲	ゴルフ場（従業員）	・米国大統領交代の影響は大きく、世界中が混乱する。また、物価の上昇が続くなかで、どんなに政府が賃上げを促しても、多くの中小企業は対応できていない。
▲	競輪場（職員）	・世の中に余裕がない。しかし、飲食店では、それなりに時間を潰せるカフェなど流行しているところもある。おいしいものがあり、長く滞在できて、ゆったりできる場所が好まれている。どちらかというと、公営競技を楽しむ層はわざわざ外出せず家で楽しむ傾向にあるため、厳しい傾向は続く。若年層は特に遊ぶ余裕がないので厳しい。

	▲	その他レジャー施設 [映画] (営業担当)	・客単価は上がっているが、動員客数自体は減少傾向にある (東京都)。
	▲	その他レジャー施設 [総合] (経営企画担当)	・野菜類を中心に身近な食品の値上げが相次ぐ一方、中小企業の賃上げが物価上昇率に追いつかず、買い控えや外出自粛が懸念される (東京都)。
	▲	その他サービス [学習塾] (経営者)	・物価の上昇や人件費の高騰があるが、授業料を上げられず苦勞している。景気は余り良くなっていない。
	▲	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	・近隣に商業施設ができるという話であったが現状進んでいない。ガソリン価格の高騰により公共交通機関を使う人が増えるかとみている。
	▲	その他サービス [学習塾] (経営者)	・人手不足が深刻化している。
	▲	設計事務所 (職員)	・建設費高騰に伴う事業中止など、民間の動きが停滞する傾向は変わらない (東京都)。
	×	一般小売店 [書店] (総務担当)	・少子化の影響を受け、メイン客である大学入学者は今年も確実に減少する。2か月後に行われる教科書販売事業に悪影響をもたらすことが予想される (東京都)。
	×	コンビニ (経営者)	・競合店の増加で従業員の確保が更に難しくなり、売上、来客数も減少していることから、更に厳しい状態が続く。
	×	衣料品専門店 (店長)	・手取りが増えないなかで、物価が急上昇している。
	×	乗用車販売店 (営業担当)	・賃金が上がらない限り、景気は良くならない (東京都)。
	×	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	・材料費、人件費の増加はこの1年でも無視できない上昇率である。再度の価格転嫁を行わないと全く利益が出ない状況が来期以降は予想される (東京都)。
	×	通信会社 (管理担当)	・物価上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場 (経営者)	・エネルギーや消耗品価格の上昇は減益の大きな要因である。賃上げ圧力は中小零細企業に更なる追い打ちを掛ける。これは企業努力でどうにかなるようなものではない。これから社会保険料の引上げと、更なる増税があれば消費マインドはますます低下する。
	×	ゴルフ場 (経理担当)	・素材やエネルギー価格の高止まりで固定費の回収に苦慮する環境は変わらず、利益を創出できるような状況ではない。春闘の状況によっては人件費負担が一層重くなることに加え、物価上昇圧力は続く。特に冬季は暖房需要のため光熱費負担が増えるなか、燃料油価格激変緩和対策補助金を12月に続き1月も縮小する上、ガソリン税のトリガー条項発動は無期限先送りと、負担増は大きな痛手となっている。景気改善に冷や水を浴びせることは自明であり、景気回復を論ずる状況にない。
	×	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・米国の景気に左右される。
	×	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・間もなく年度の替わり目となり、新しい情報もみられるが、総じてボリュームが少なく、建築業界における景況感は暗いものとなっている (東京都)。
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)	・勤務先の売上が伸び、決算ボーナスも出ることになっている。景気は上向きである。
	○	食料品製造業 (経営者)	・新しい客が増えており、新商品の投入によってこの先は良くなっていく。
	○	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・今より3～4月の方が受注量が増える見込みである (東京都)。
	○	化学工業 (総務担当)	・受注量が徐々に増えており、値上げも受け入れられつつある。
	○	電気機械器具製造業 (企画担当)	・AI関連製品の需要が拡大しつつあり、計画どおりに製品開発が進めば、景気も少しずつ良くなると期待している。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・自動車メーカーの業績は好調であり、従業員の賃金も上がる。景気的好循環を生み出している。
	○	金融業 (従業員)	・建設業では、売上は伸びているものの人手不足解消のめどが立たず、受注はあるのに仕事を請け負えない状況に不安の声が上がっている。一方で、長く続いた材料価格の高騰は一服したとみる事業者もあり、全体として今後の明るい見通しも出てきている (東京都)。
	○	広告代理店 (経営者)	・1月は閑散期なので、それと比べると3か月後は上向くと予想している (東京都)。



○	広告代理店（営業担当）	・現状、当業界は大手テレビ局の問題の影響があるが、3か月後には恐らく解決していると考えている（東京都）。
□	化学工業（従業員）	・先行きの受注量や生産予定を見ても、良くなる要因はない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・米国大統領の政策が3か月後どうなっているのか現時点では読み切れないため、先行きは分からない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現状は、医療品容器も化粧品容器も受注増加が全く期待できないが、当社の特色を生かした案件が舞い込んできたので、これが具現化すれば回復が見込める。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・しばらくビル再開プロジェクトが続き、当社の省力化機器が採用される予定なので、忙しい（東京都）。
□	精密機械器具製造業（経営者）	・物価高の影響が大きく、更に5%以上の賃上げ予想があるため、中小企業と大企業の格差が大きくなり、廃業等が増えるなどマイナスイメージが強い。
□	建設業（経営者）	・物価は上がり続けているものの、賃金が余り上がっていないため、しばらくの間はそのまま停滞気味とみている。
□	建設業（経営者）	・今のところは価格が落ち着き始めているが、今後は客の動きがどう変わっていくかが焦点になってくる。
□	建設業（従業員）	・様々な物の価格高騰が続いている。取引先にも単価を上げてくる場所がある。仕事量を増やせば現場に負担を強いることになる。それでは良い方に向かないと、現在最良の策を検討しているところである。
□	輸送業（経営者）	・新年度に向けて取引先が業務の見直しを行っており、もし見直しを実現すれば、現状の改善につながるものと期待しているが、実現性については今のところ不確定である（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量はあるが、輸出は全くない。今後も現状が続く予想である。
□	通信業（広報担当）	・当面、一進一退の動きが続く見込みである（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・インフルエンザ等の流行が始まっている。できるだけ早く落ち着くように願っている（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・店舗、賃貸の問合せが増えている。また、飲食業では人手不足、経費の増大などにより閉店する傾向が続くと考えている。
□	不動産業（従業員）	・マンション販売や賃貸リーシング状況などは好調ではあるが、人件費のほか工事費も高騰したままである（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・建築費、人件費等の高騰が浸透してきたからか、賃料改定の話にテナントが応じてくれるようにはなっているが、値上がり分の転嫁には到底至らない状況に変わりはない（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・自社の課題、問題は当然あると認識しつつも、このところの報道、ニュースに接しても好転につながりそうな環境にはない（東京都）。
□	税理士	・大企業は円安で利益がかなり出ているところも多いが、中小零細企業、特に飲食店、小売業は、原材料高や人手不足で良くない。お金を出せば幾らでもアルバイトの応募が来るのだろうが、それほどは出せない。国内企業の90%は中小企業なので、景気は良くない（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・利上げの影響が出ることも想定されるが、物価等にも期待ができない。
□	税理士	・米国の対日関税強化の度合いが懸念材料である。物価上昇に対応する力がさほど改善されているとは考えられない現状のため、景気は横ばいとみている。ロシアとウクライナの停戦等、米国には好材料を期待する。
□	経営コンサルタント	・受注増加は期待できない。大手企業が大幅に賃上げした場合、中小企業にとって更なる賃上げは難しい。したがって、人材採用がより困難になると予測される（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・回復傾向にはあるものの、燃料や原材料等の価格高騰の影響、先行きの不透明感も根強く、しばらくは変わらない。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3～4月は新入社員のスタンプ、ゴム印の注文があったり、小学校の児童名のゴム印があるが、システムの変更でゴム印を作らなくなったところや、新入社員数、児童の数自体が少なくなって、個数も減っているために、注文数も金額も伸びない。今年も同じような状況が予想される（東京都）。

	▲	金属製品製造業（経営者）	・既存の取引先からの大きな予定や案件はなく、新規取引先の獲得もうまく進んでいない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・取引量が減る旨を通知してきている取引先があり、穴埋め受注ができるかどうかによって状況は変わるが、見通しとしてはやや悪くなる。
	▲	建設業（営業担当）	・年度替わり前で、業界自体が繁忙期を迎えるが、景気自体は年明けに比べるとやや悪くなる。
	▲	金融業（従業員）	・中小企業と大手企業との賃金格差がますます広がっており、中小企業は人材確保に支障を来している。新聞報道で明らかになっているように、従業員のやりがいよりも給与額重視の意識の高まりから、中小企業における人材確保はますます厳しさが増す。
	▲	金融業（総務担当）	・今後も燃料費の高騰が続くこと、実質賃金が上がりず税金等は下がらないことなどを考えると、先行きの景気はやや悪化する（東京都）。
	▲	金融業（営業担当）	・今後の受注予測から、近々での受注回復は余り期待できない先が多い。また、米国新政権の経済対策において、追加関税等による対外競争力の低下を心配する声も多く、特に製造業においてはその動向を注視している。また、利上げによる金利負担の増加や設備投資マインドの低下についても心配する声がよく聞かれ、しばらくは様子見で状況を見極めたいと考えている経営者も多い。
	▲	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・状況的に今年も単価競争になることは否めない。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足解消のため新規採用の人員費は上がっているが、契約単価については値上げが保留されている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国新政権次第である（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度末に向けて引き合いがある頃だが、動きが非常に鈍く、例年以上の厳しさを想定している。
	×	金属製品製造業（経営者）	・国内では賃上げに加えて製品単価が上昇しているが、上昇を認めてもらった単価を海外製と比較され、海外現地生産又は海外から国内へ輸入する動きが顕著に表れてきている。国内企業は製品単価を上げたいが、受注量が減る可能性があり、ものづくり企業には頭の痛いところである。この傾向はしばらく続く。
	×	金融業（融資担当）	・今のペースで金利が上昇していくと、中小企業が利払いに耐えられなくなり、倒産企業が増える。
雇用 関連  (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・一定の需要が今後も継続する（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・4月入社確保に向けて、年間で最大の依頼が来る（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・全体的に賃金が上がり、消費が増え、景気が良くなってくるとみている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は堅調に推移しており、年度末に向けて現状が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者の状況が改善することは考えにくい（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材の供給に不安があるため、変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人、求職共に例年と変わらない。この先も現状維持が続く。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材依頼は堅調だが、求職者から人気のあるテレワーク勤務可能な求人が徐々に減ってきている。求人と求職のミスマッチが目立ってきており、今後の成約数が伸び悩む可能性がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・年度替わりに向けた人材の流動化による求人と考えると、景気の影響ではなさそうである。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・景気が良くなっているのは、外国人の消費活動による影響も大きい。日本人の賃金が上がり、消費が多くなっているとは考えられない。日本人のほとんどは賃金が上がっていない。求人数が伸びただけでは景気が良くなったとはいえない。業績を伸ばした企業がしっかり賃上げしてくれることを期待している。
□	求人情報誌制作会社（所長）	・物価が上昇するばかりで、比例した動きがみられない。	

□	職業安定所（職員）	・劇的に変わる政策がみえてこない。
□	職業安定所（職員）	・新規求人数の減少傾向が長期にわたって続いており、先行きも不透明である。
□	職業安定所（職員）	・人手不足を懸念材料としている事業所が多い。人手不足への対応のため、残業を増やす事業所も散見される。
□	職業安定所（職員）	・求人及び求職の状況に目立った変動はないものの、個々の企業及び労働者のレベルでは、収益悪化に苦慮する企業がある反面、生活が大きく改善するほどではないものの、賃金が上昇した雇用者もいる。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の状況も今は良い意味で安定していて、求人状況は悪くないが、採用にたどり着くケースは期待したほど多くなく、どちらかというとな材不足である。海外からの求職者も多いが、基本的には国内の求職者が求められ、外国人の採用は難しいため、状況は変わっていない（東京都）。
▲	人材派遣会社（経営者）	・大手企業の賃上げは、貧富の差の拡大につながるとみている。
▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃上げが伴わない状況が今後も続く（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・運送業を中心に、最近のドライバー不足やガソリンの価格高騰等による交通量の減少が中長期的には悪影響を及ぼす可能性があるという声がある。また、多くの業界において、容易に価格転嫁ができない下請という立場上、元請企業が示した発注価格で仕事を受けざるを得ないため、賃上げに対応できないなどの悪材料がある。一方で、政府によるガソリン代の引下げや賃上げへの対応を期待する声も多い（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	・3月末までの一時的な需要増加のため、4月以降は若干落ち着く見込みである（東京都）。
×	求人情報製作会社（経営者）	・借入金を返済できず、物価高で資材も高騰し、売上の消費税納付は待ったなしで、このままでは現金が底を突きそうである（東京都）。