

## 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)	◎	乗用車販売店（従業員）	・決算期に向けて、各店への配車がある程度進んでいることから、今後の景気はやや良くなる。利益が上向くことで、ベースアップに向けた原資も確保できると期待している。
	◎	旅行代理店（従業員）	・旅行需要が回復し、乗客数が増えていることから、今後の景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・インバウンドの来店が多く、活況をみせている。例年であれば、正月明けに動きが少し落ち着くが、今年は好調が続いており、例年になく動きとなっている。そのため、今後にも期待できる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年1月の景気は落ち込む傾向にあるが、今年は春節を前に中国人観光客が増加しており、観光地としては景気の良い状況にある。一般商店街の客足は隣接する都市部に流れているが、全体的な景気はやや良くなると期待している。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年であれば、冬の観光シーズンが終わると北海道を訪れる観光客の動きは落ち着くことになるが、ここ最近、航空運賃や宿泊料金が高くなり過ぎているため、春先の利用客が減るタイミングで、航空運賃や宿泊料金の値下げが行われると期待している。そのため、需要の底上げにつながり、国内線の利用客が堅調に伸びることになる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・今年は例年よりも春の訪れが早くなる予報が出ていることから、冬の間の光熱費が少しでも抑えられることで、客の消費行動が活発になると期待している。
	○	家電量販店（店員）	・大型暖房機の動きが悪いものの、エアコン目的で来店する客が増えていることから、今年もエアコンの販売が好調に推移すると期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・北海道においてはこれからタイヤ交換の時期を迎えることもあって、客の動きが活発になる。春を迎えて需要も増してくるため、今後の景気は上向くことになる。
	○	旅行代理店（従業員）	・景気の悪い状態が続いているが、4月から大阪・関西万博が開催されること、沖縄県でレジャー施設が新規開業することなど、明るい材料があることから、多少は販売量が増加することになる。
	○	タクシー運転手	・2月に冬の一大イベントがあることから、観光客、特にインバウンドの利用が増えることで景気はやや良くなると期待している。
	○	通信会社（企画担当）	・春商戦における販売施策の内容が、ここ数年で最も充実していることから、前年以上の販売量となることを期待している。特に今年は都市部だけではなく、地方での販売量増加も期待できる。
	○	観光名所（従業員）	・冬季シーズンの需要がピークを迎えるなか、春に向かって勢いが衰える気配もないことから、今後の景気はやや良くなる。ただし、交通機関や宿泊施設などの受入体制に余裕がなくなっていることから、景気が大幅に上向くとは考えにくい。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・季節的なこともあって、今後については、輸送量が徐々に増加することになる。特にインバウンドは前年を上回る利用が見込まれる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・賃上げの効果が出てきているのか、客がインフレに慣れたのかは分からないが、半年前と比べると客の動きが良くなっている。ただし、マンション市場を活性化させるためには、一層の所得の増加とインフレの抑制が必要である。
□	商店街（代表者）	・物価上昇が続いていることで、販売にも影響が出ている。このままでは景気が上向くとは考えにくい。景気がますます悪くなる懸念もある。	

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
	□	商店街（代表者）	・新年度を迎えて、ビジネス目的の来街者が増加するとみられるものの、景気を上向かせるほどの効果は期待できない。区域内で解体中のビルについて、解体後の計画に向けた動きがみえてくるようになれば、今後に向けた明るい材料となり、地域住民の来訪が増えるのではないかと期待している。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・例年2月及び3月は売上が好調なため、今後についても期待している。ただし、こうした動きは季節要因によるものであり、基調は今後も変わらない。
	□	スーパー（店長）	・インバウンドが増えているものの、それ以外に景気に変化するような要因が見当たらないことから、しばらくは現状維持の状態が続くことになる。
	□	スーパー（役員）	・物価上昇が続くなか、節約するときとぜいたくに金を使うときの2極化が以前よりも進んでおり、客の節約疲れがうかがえる。ただし、全体的な景気は今後も変わらないまま推移する。
	□	コンビニ（エリア担当）	・商品の一層の値上げが見込まれること、米の高値が続いていることから、客の生活防衛意識がますます強まることになる。ただし、今後も客に値頃感を訴えることで、客足は維持できると期待している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・1月の来客数が伸び悩んでいる。客単価は上昇しているが、来客数が増えてこないことから、今後も景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続いていることから、客の節約志向が続いている。こうした状況は今後も変わらない。
	□	衣料品専門店（店長）	・初売りの動きは良かったが、月末に向かって数字が落ち込んだ。需要の変化のスピードが早く、価格とのバランスを取ることが難しい状況にある。今後も予断を許さない状況が続くとみられる。
	□	家電量販店（経営者）	・景気が良くなるような要素が見当たらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・人気のある車種の受注が再開されたことで、新車の受注が好調に推移している。今後についても、新型車や受注再開車種が増えてくることから、好調な状況が継続することになる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売量が増えてこないものの、車検などのサービス収益が増加している。今後も同様の状況が続くとみられる。
	□	自動車備品販売店（店長）	・物価が上昇している一方で、客の所得が変わっていないことから、景気が良くなるとは考えにくい。
	□	住関連専門店（役員）	・販売量が増加傾向にあるものの、今後の商品の値上げが見込まれることから、客の節約志向が強まることになる。特に米の値上げは影響が大きい。
	□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・風邪薬やせき止め薬の需要が冬場に集中したことから、春を迎えて反動が出ることを懸念している。コロナ禍前に行っていた健康に関するセミナーを復活させることで、今後の売上につなげていきたい。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・当店ではインバウンド需要がなく、景気が上向くような要素も見当たらない。そのため、今後も景気は変わらない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・円安が続く間は、外国人観光客が好調に推移するとみられるため、外国人観光客の利用が多い飲食店は好調に推移する。一方、当店は、地元客の利用が中心であり、年配の常連客の利用がじわじわと減少しているため、現状維持が精一杯である。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・予約状況などから、現状と同様の水準で推移するとみられる。
	□	旅行代理店（従業員）	・物価高の影響が出ている。記念旅行などは以前と変わらずに行われているが、近場の温泉などに1泊するような気軽な旅行が減少している。こうした傾向は今後も続くとみられる。
	□	タクシー運転手	・冬期間のタクシーの売上が前年よりも増えている。乗務員が増加している効果もあって、今後しばらくは前年を上回る売上が見込まれる。
	□	タクシー運転手	・乗務員が不足しており、以前のような稼働量を確保できない状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・同業他社も同じような状況にあることから、今後の景気は変わらない。

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
	□	住宅販売会社（経営者）	・物価高が続いていること、今後の住宅ローン金利の引上げが見込まれることから、住宅建築を取り巻く環境がますます厳しくなることが懸念される。
	▲	商店街（代表者）	・中小企業の賃金上昇につながるような政策や消費税廃止などの減税が望まれる。国民の懐を増やして、消費を拡大させない限り、今後の景気は落ち込むことになる。
	▲	百貨店（売場主任）	・インバウンドによる売上は2月までは伸びるとみられるものの、4月以降は鈍化すると見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高が続いていることで、客は食べていくだけで精一杯となっている。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・個人消費が上向いてこない限り、景気が良くなることはない。
	▲	スーパー（企画担当）	・米、野菜を中心に商品単価の大幅な上昇が続くなか、足元の客の購買動向をみると、買上点数がじわじわと減っている。また、周辺店舗との価格競争も前年秋口から激しさを増している。このため、今後、食品に対する客の買物の仕方がますますシビアになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・物価高が続いていることから、買上点数が伸びてこない状況にある。インバウンドの動向次第では売上が落ち込むことも考えられる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・給料が変わらない一方で、物価が上がっていることから、実質的な手取りは減少している。このため、今後も客の買い控えは続くことになる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・燃料油価格激変緩和対策事業の補助金が段階的に縮小していることから、ガソリン価格が上昇しており、野菜の価格も高騰している。そのときの物価状況に客の消費動向が大きく左右されていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・インバウンドに支えられている業界は、当面堅調に推移し、景気を下支えするとみている。ただし、インバウンドの影響を受けない業界については、原材料価格や燃料価格の高騰により、経費がかさんでおり、今後も厳しい経営を強いられることになる。春闘の動向次第の面もあるが、今後の景気はやや悪くなると見込まれる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・今後も物価の上昇が見込まれるなか、当地ではこれ以上の値上げが難しくなっている。そのため、今後の利益確保が難しくなることが見込まれる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・今後については、観光の閑散期となるため、来客数の減少が続くとみられる。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・冬季観光シーズンに入ったこともあって、2月一杯までは集客が増加しているが、3月以降の集客が計画を下回っており、苦戦している。
	▲	旅行代理店（従業員）	・各地の冬のイベントが2月で落ち着いたため、冬季観光の繁忙期は2月までとなる。3月以降は閑散期となり、国内客やインバウンドの需要が落ち込むことになる。また、暖冬が続くことで、スキー客にも影響が出てくる懸念される。
	▲	旅行代理店（従業員）	・食料品や消費財、サービス料など、あらゆる価格が高騰し、なお価格が上がっていることから、旅行への支出が真っ先に削られる状況となっている。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・物価が高騰していることから、人の動きが悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	・様々な物が値上げされていることで、客は生活するだけで精一杯になっている。そのため、今後は客の来店周期が伸びることになる。特に年金生活者を取り巻く環境は厳しく、影響が顕著に表れるとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・今後も最低賃金の引上げが行われることになれば、当社の経営環境はますます厳しくなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利の引上げや4月以降の生コンクリート価格の引上げにより、建築コストの上昇が見込まれることから、今後の景気はやや悪くなる。景気を上向かせるためには、物価上昇を上回る賃上げが実施されること、住宅ローンの返済期間を50年程度まで伸ばすことなどが必要になる。

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
	×	スーパー（店長）	・新年度を迎えて、商品の価格がますます上がることが懸念される。賃金が増えれば、多少は景気が回復するかもしれないが、その見通しも立っていないため、今後の景気は悪くなる。
	×	スーパー（企画担当）	・来客数の減少は今後も続くと思われる。また、青果物が値上がりしていることで、客の買上点数が減少しており、販売量に悪影響が生じている。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	タクシー運転手	・物価上昇を上回る賃金の引上げが担保されていないことから、消費者心理が落ち込んでいる。そのため、今後の消費はますます停滞することになる。
企業 動向 関連  (北海道)	◎	—	—
	○	建設業（経営者）	・今後については、新年度の受注が始まることから景気が良くなる。実際の工事の稼働は4月以降になるが、計画や準備などで社内のマインドが上向くことになる。ただし、国会での新年度予算案の審議状況や公共事業費の予算額によっては、マイナスの影響が出てくることも懸念される。
	○	輸送業（支店長）	・現在の引き合い内容から、これから春商戦に向けて、輸入貨物の物量が増えると見込まれる。また、円安が続くなか、これ以上の円安進行は考えにくいことから、今後の景気はやや良くなる。新年度の料金改定に向けた協議が進んでいることもプラス材料である。
	○	通信業（営業担当）	・インバウンドの増加や半導体関連企業の進出といった動きに加えて、GX関連での投資案件の具体化も進んでいることから、今後の景況感は上向くことになる。
	○	金融業（従業員）	・金融政策の見直しなどにより、現在の円安傾向が是正されること、国による電気・ガス料金への補助が継続することなどで、物価上昇の影響が鈍化することを期待している。また、3年連続で大幅な賃上げが行われることになれば、個人消費にとって明るい材料となる。そのため、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）	・公共投資も民間投資も堅調に推移していること、効率化や価格適正化に向けた動きも着実に進展していることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、慢性的な人手不足、建設資材価格の高止まりなど、今後に向けて気掛かりな点もある。
	□	農林水産業（経営者）	・景気の悪い状態は4月までは続くと思われる。今秋の収穫が恵まれることを期待するしかない。
	□	食料品製造業（従業員）	・受注量が増えるような案件が特に見当たらない。
	□	建設業（従業員）	・建築費高騰の本格的な影響が出てくるのは半年先から1年先と見込まれるため、今後も景気は変わらない。
	□	建設業（役員）	・通常国会での予算案審議に不安は残るものの、新年度の公共工事について、今年度並みの新規受注を期待できる。民間建築工事については、複数の次年度繰越工事と新規案件の引き合いがみられる。これらのことから、当面はフル稼働状態が続くと見込まれる。
	□	広告代理店（従業員）	・賃金上昇に向けた動きが乏しく、景気が好転する要素が少ない。
	□	司法書士	・食料品やガソリンなど、生活に必要な物の値上げが続いている。国による物価対策や減税に向けた動きが出てこない限り、消費が縮小し、景気の低迷が続くことになる。
	□	司法書士	・過去の案件の掘り起こしを含めて、相続登記の受注量が堅調に推移していることから、今後も景気は変わらない。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・相変わらずの人手不足で、案件があっても受注することができない状況にあることから、今後も景気は変わらない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・4月以降、改正建築物省エネ法が全面施行されることから、新築住宅着工がますます減少すると見込まれる。また、少子化による人口減少により、地方の過疎化が想定以上に進んでいることもマイナスである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・価格改定に伴う値上げの効果もあって、売上は増加傾向にあるものの、取扱量は前年よりも減っている。また、新年度以降、建築鉄骨関連で大きな案件が少ないため、前年並みの実績を維持することが難しいとみられる。
	×	食料品製造業（従業員）	・4月に価格改定を予定していることから、販売量の減少が見込まれる。特売価格などの条件提示をすることで、前年並みの売上を確保できると見込んでいるが、1月比べると景気は悪くなる。
雇用 関連	◎	—	—
(北海道)	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・中国人観光客が回復していることから、関連するサービス業に良い効果が生じると期待している。
	□	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けて、人員体制を整える動きがみられることから、今後も求人数は減ることなく推移する。また、企業では若年層の早期退職に頭を悩ましており、良い人材の採用について熟慮している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・地方においては、中小零細企業が圧倒的に多いこともあって、仕入額の増加や燃料価格の高騰を受けて価格転嫁を進めている。一方、価格転嫁は客足の落ち込みや売上減少に直結することから、今後の人材募集について、慎重な姿勢が強まることを見込まれる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・引き続き人手不足を理由とした小売店の閉店がみられる。大きな変化の兆しもみられないことから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・当地の新規求人数は前年比マイナス7.8%と5か月連続で減少しており、月間有効求人数は21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が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数も、新規求職申込件数も大きな増減がみられない。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。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・学生の売手市場は変わっていない。企業の人手不足の状況は今後も続くとみられることから、景気は変わらない。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・外国人観光客は増えているが、求人数への影響はそれほどみられない。一方、物価高の影響で消費者の買い控えが進んでいることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—

## 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	◎	一般レストラン（経営者）	・これ以上悪くなることはないくらい悪いいため、春に向けて消費が活発になることへの期待が大きい。賃金が上がることも増え、景気が良くなるとみている。
(東北)	○	商店街（代表者）	・雪が落ち着き、暖かくなると徐々に人が出始める。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・雪が解けて道路事情が良くなることに加え、飲む機会が多い時期になるため、販売量は増えるともみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当県が外国人旅行者に好印象を与えているという話を聞く。外国人旅行者が増えれば、売上も増えるため、少し良くなるとみている。
	○	百貨店（催事担当）	・3月に新テナントのオープンを抑えている。オープン後は一定の売上、集客効果があるとみている。
	○	スーパー（店長）	・来客数が増加傾向にあるなかで、新規客に当店の商品の魅力を提案し続け、固定客に変えていく。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春先に向けて景気は上向いていくため、来客数の改善傾向は続くとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後も物価上昇が続くとみている。また、気温上昇により人の動きが活発になることで、来客数が増加することも期待している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・春物が本番の時期になるため、イベント等を行いながら集客していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期に向けてメーカーの施策支援も発表され、売上は徐々に伸びていくことが予想される。新型車の発表はないが、施策対象車種が増加していく。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期に入るため繁忙期が続く。また、新年度に向けて来客数も増加する。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしている。4月頃まではある程度受注量が見込めるため、今月よりやや良くなるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・今は良くないが、反動で良くなることを期待している。季節のずれにより商品のニーズのタイミングもずれている。新年度は人の動きと気温によるニーズに合わせた提案をすることで、売上に結び付けたい。
	○	一般レストラン（経営者）	・暖かくなれば人出が増える。また、3月には歓送迎会があるため、やや良くなるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・春先のインバウンドの先行予約は、平日、週末を問わず好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・インバウンド需要が盛り上がり、東北全体の宿泊販売が伸びている。4月以降の予約も桜の時期が好調に推移している。
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先2～3か月の先行販売額は、前年比106.5%となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	・春休みの先行予約状況は多少上向いている。関東や関西の大型レジャー施設を中心に、販売額は増加していくとみている。
	○	通信会社（経営者）	・3月には加入促進イベントの実施を予定しており、放送、インターネット、電話サービスの新規加入者数の大幅な増加が見込まれる。また、異動者が増加することから、集合住宅の通信サービスを中心に新規加入者数の増加が期待できる。このほか、アンテナなしの新築戸建て住宅も完成するため、放送サービスの新規加入者数の増加も期待できる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・石油関連製品の値上がりで金利の上昇は懸念材料だが、需要があり、客に購買力もあるため、しばらくは好景気が続くと思われている。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器、コンロ交換の問合せ、リフォームは屋外工事の問合せが増えると思われている。
	□	商店街（代表者）	・賃上げ等により所得は僅かに増加傾向にあるが、大企業以外、物価高騰に追いついておらず、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月も抗原検査キット等の商品が動いており、全体としての売上は悪くないが、日用雑貨や医薬品の売上は減少している。3月までは現状と変わらないとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・卒業、入学シーズンでもあり消費マインドは多少上がるとみているが、一時的なものであり、その後は期待できない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・エネルギー価格が更に上昇し、あらゆる商品、サービスの価格高騰につながっていくと予想している。しかし、景気が大幅に悪化することはないとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価上昇により消費者の負担が増しているなか、寝具類が買い控えの対象になっている。当業界は何年も低迷している。景気が上向くような対策を講じてほしい。
	□	百貨店（経営者）	・コト消費は活発になっていく。一方、物価高による節約意識のもと、モノの消費は更に鈍っていくとみている。高額商品の動向に期待したい。
	□	百貨店（従業員）	・生鮮食品を始め、物価高が続いている。生活防衛のため、購買は必要最低限であることに変わりはない。好転することはないとみている。
	□	スーパー（経営者）	・2月も仕入原価の上昇と経費増加は続く。競合店との関係から、小売価格への価格転嫁を一気に進めることができないため、経営環境は厳しい状況が続く。賃上げの話はあるが、地方の世帯当たりの可処分所得は増えない。1品単価の上昇は続き、売上も若干伸びるが、消費状況、経済環境に実質的な変化はないとみている。政府の景気刺激策に期待したい。
	□	スーパー（店長）	・上向き基調にあるが、各種値上げや相場高騰の影響もあり、これ以上良くなることはないと思われている。
	□	スーパー（店長）	・野菜の価格は落ち着くとみている。しかし、可処分所得が増えているわけではないため変わらない。
	□	スーパー（店長）	・変わる要素が見当たらない。

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"/>	スーパー（企画担当）	・食料品の値上がりや青果物を中心とした相場高は続く。必要な分だけ買うという客の節約志向は変わらず、販売点数は上がらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・客は売価によりスーパーやドラッグストアを使い分けるなど生活防衛のためよく観察して行動している。高齢者の割合が多い地域では劇的な景気回復は難しい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・値上げ基調が落ち着いた限り、買上点数の前年割れは続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務担当）	・景気が急に良くなるような要因は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価がこれだけ上昇している現状を踏まえると、景気が良くなることはあり得ない。安いものに客が流れていくことは仕方ないことである。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・売上は多少増加するが、人件費など経費の上昇により、トータルでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・売上が悪化するなかで経費ばかりが増えている。人もいない、休みもない、利益も出ないの三重苦で心身に疲弊している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商品の値上げに伴い売上は少し上がっているものの、来客数は変わっていない。景気は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・中学、高校の生徒数の減少で、制服販売の競争が激化している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・今後も物価高騰による節約志向は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・2～3月の卒業、入学、入社マーケットはそれほど変わらないとみているが、4月からの社会人の動きは前年よりも少し活発になると期待している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・春に向けた入学、卒業需要、新生活需要などはある程度見込める。消費者の購入モチベーションが上がるか否かは気温次第であり、読めない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・少子化のため、入学式のスーツを求めて来店する客は減少傾向にある。さらに、価格の2極化が進んでいる。景気が良くなるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・ガソリン価格等が値上がりしており、節約意識が高まっているが、春のベースアップ次第では変わる可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・決算、冬物の処分、新生活等による売出しが多くなるとはいえ、少子化や温暖化の影響で、販売量が多くなることは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・良くなる要因がないため、現状と変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・気温が高い日が多いことに加え、値上げもあり、配達灯油の買い控えがみられる。配達価格を聞いてキャンセルする客も出ている。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・4月以降の賃金上昇幅も不透明である上、原材料価格高騰などの改善が図られる見込みもないため、引き続き、客の財布のひもは固いとみている。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	・来客数や予約数が減少している現状では、当面上向きにはならないとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・円安の影響は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・好転するような要素がない。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	・物価高が収まらず、景気が良くなる兆しもない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・雪を見たいという、アジアを中心としたインバウンドの予約が絶えない。しかし、目的の施設の予約が取れないことによるキャンセルもあるため、余り変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・3～4月は入試や卒業式、入学式など学校行事がある。また、役所や企業の異動による歓送迎会があるため、利用者が多くなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しい。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・当地域ではほとんどが中小企業で、増益となる企業は一部である。苦しい状況が続くとみている。

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
	□	テーマパーク（職員）	・乗館率、買上率共に上がらない。客が手にとる商品は低単価なものが多い。物価上昇もあり、景気が良くなる雰囲気はない。
	□	観光名所（職員）	・予約数は前年並みを維持している。企画が好調で単価が上昇し安定しているため、良い状況は変わらないとみている。
	□	遊園地（経営者）	・物価上昇が続くなかで、順調な賃上げとなれば、家計にも余裕が出てくるかもしれない。
	□	美容室（経営者）	・物価高の影響でカットのみの客が多く、単価が上がらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・国策事業の関連で、多くの企業及び人の流れが出てきている。賃貸用地及び賃貸事務所の間合せが多く、土木工事と併せ大きな波が来ている。
	▲	商店街（代表者）	・米国大統領の打ち出した政策による混乱が収まるまでは変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・買い控えが続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・当地域の中小企業は賃上げができず、雇用や経営で大きな影響を受けている。
	▲	百貨店（企画担当）	・12月以降、来客数の減少が顕著になっている。
	▲	スーパー（店長）	・客単価や来客数は悪くないが、1月は前半から後半にかけて、少しずつ右肩下がりになっている。
	▲	コンビニ（経営者）	・年末年始の休日が明けても来客数は前年並みに戻らない。また、客単価はマイナス2%と、安い商品への志向が高まりつつあることから、景気は若干マイナス傾向にあるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・雪が少なく除雪業者の動きは鈍いため、販売量の増加は期待できない。景気の回復は見込めない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・燃料価格の上昇により、経費が大幅に増加している。さらに、賃上げが物価の上昇に追い付いていないため、買い控えが続くとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・物価上昇が続く、買い控えも続くとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・人件費の上昇や物価高騰の問題を個人事業主の力だけで解決することは難しい。
	▲	衣料品専門店（総務担当）	・光熱費の上昇に加え、地方では移動手段として車を所有せざるを得ないため、ガソリン価格の上昇が家計に重くのしかかっている。消費にマイナスの影響が出るとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・オーダー停止中の車は夏頃まで生産が見込めず、販売できないため、しばらくは低迷が続くとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・受注量の低迷が続くようであれば、売上は伸びない。
	▲	乗用車販売店（店長）	・販売数と収益の減少を補う特効薬もなく、利益確保が非常に難しくなっている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・ガソリン価格を始め物価は上昇しているが、収入は上がらない。よって、景気が良くなる見込みはない。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・今は購入せざるを得ない状況にあるが、春には財布のひもが固くなると予想している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・来客数は夜の時間帯だけでなく、モーニングも減ってきている。ランチは横ばいである。
	▲	観光型旅館（経営者）	・物価や税金、社会保障費等の上昇に賃上げが追い付かないため、しばらくの間は節約志向が続くとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・東北の顧客は中小企業が中心のため、先行きは不透明である。
	▲	通信会社（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の縮小により、ガソリン代が上がっている。地方での生活には厳しい。
	▲	競艇場（職員）	・例年2月から4月は常連客以外の利用がほとんどなく、売上が落ちる時期である。
	▲	美容室（経営者）	・米国大統領の打ち出す政策に、我が国の景気も大きく左右されるとみている。危機感を持って動向を見ている。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価が上昇傾向にあり、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	・新年度になり新規発注の時期となるが、資材高騰、工期の長期化は変わらないため、予算超過しないように発注件数を絞らなければならないという話を官民間問わず耳にする。受注件数の減少に直結するため、景気は悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・身の回りの全てのものが値上がりしており、客はますます価格に敏感になっている。全国展開しているドラッグストアやホームセンター、スーパーの価格競争が激化しており、商店街の店舗では太刀打ちできない。
	×	スーパー (経営者)	・物価高は継続し、食品の値上げも続いているため、プラスに転じることはない。
	×	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・米を筆頭に物価が急激に上昇している。特に2月と4月の値上げの動きが目立つ。米については、政府が積極的に対策を打たないと民間や自治体レベルでは何ともならない。先行きはかなり不透明である。
	×	一般レストラン (経営者)	・同業他社や出入り業者の話を聞くと、物価高の影響で悪くなるとの声が多い。
	×	一般レストラン (経営者)	・これまで動きが良かった法人客の予約数が年末辺りから減少している。個人客も減少傾向が続いている。
	×	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕 (従業員)	・金利の引上げにより、来場者数及び成約数は減少するとみている。
企業 動向 関連  (東北)	◎	農林水産業 (従業者)	・いちごなどの需要は多い。また、卒業、受験など祝い事があるため、果樹の需要も増える。
	◎	金融業 (広報担当)	・例年、春先は景気が上向く。また、中小企業の賃上げと、それに伴う価格転嫁の動きの浸透にも期待している。
	○	電気機械器具製造業 (営業担当)	・取引先の経営状況は改善が期待できる。
	○	建設業 (従業員)	・公共工事は見通しが立たないが、民間工事で年度末から年度初めに向けて契約が見込める案件が一定数ある。
	○	その他企業〔企画業〕 (経営者)	・当地の景気は観光客数に左右されるが、今冬は良い方向に向かうことが期待できる。
	□	食料品製造業 (経営者)	・物価高の影響で、客単価が落ちている。2月から製品を値上げするが、どのような影響が出るのか予測がつかない。
	□	食料品製造業 (製造担当)	・資材コスト等、もろもろ高騰するなかで、企業努力だけでは限界がある。価格に転嫁することも考えないと、一層収益が生み出しにくい状況になる。
	□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・年度末は稼ぎ時にもかかわらず動きがない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	・取引先の在庫調整は3月まで続くとみている。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	・自動車部品を生産している客先の生産量が落ちており、一時帰休を実施している。来月以降も継続するとのことで、生産量が回復するのはまだ先となる見込みである。
	□	電気機械器具製造業 (企画担当)	・半導体は政治判断の影響を大きく受けるため、米国の動きによって市場規模が大きく変わる可能性がある。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・良くなる情報も余りない。状況の変化は期待できない。
	□	建設業 (従業員)	・物価は上昇しているが、価格に織り込み済みである。
	□	建設業 (従業員)	・今後も物価高騰が続くとみているため、特に変わらない。
	□	建設業 (従業員)	・今後2～3年は受注量に変化はない。
	□	輸送業 (経営者)	・年明け早々、大手企業が一斉に今までにないレベルで初任給の引上げを打ち出している。これでは中小企業に人材は集まらない。この状況は今後数年続くとみている。物流業界は余り人気がないこともあり、人手の確保は喫緊の課題である。
	□	通信業 (営業担当)	・対面で営業活動が行えるよう、根気強く取引先に働きかけていく。
	□	通信業 (営業担当)	・特に大きな市場変動もなく、変わらないとみている。
	□	広告業協会 (役員)	・食料品やガソリン等の価格高騰による先行き不安から、個人消費が伸びない。このような状況では、広告業界の躍進は見込めず、更に悪くなるのではと危惧している。
	□	広告代理店 (経営者)	・取引先の動きから、来期の広告投資も今期並みになることが予想される。
□	経営コンサルタント	・日本銀行の政策金利の引上げがどう影響するか注目している。	
□	公認会計士	・人手不足、部材不足が早急に解消することはないため、小売業、サービス業、建設業等の景気がある程度良くても、全体としては今の状況とさほど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
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・4月に酒類の価格改定がある。消費マインドが向上することはない。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の一部では微増のところがあるものの、下請製造業は受注量、見積案件共に低迷が続いている。良い材料は見当たらない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・販売量の減少に歯止めがかからず、新商品の売行きも思わしくない。値上げも検討しており、プラス要素が少ない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前月末で事業継続を断念し、精算に向け準備している同業者、取引先が発生している。これから更に厳しさが増すことが予想される。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いの件数が全体的に減っている。客先の設備投資の話題も少ない。ガソリン価格や物価の上昇、人手不足にどう対応するかが課題である。
	▲	通信業（営業担当）	・年度初めの企業が多いことに加え、物価上昇も続くこととみっており、4月以降は取引先からの受注が少なくなるとみている。
	▲	司法書士	・金利上昇の影響を受けるとみている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	・政策金利の引上げが、景気に水を差すことを懸念している。
	×	農林水産業（従業者）	・水田の転作助成金の交付条件として新設された水張りルールにより、5年に1度水田に水を張って稲作できるような状態に戻さなければならないが、それに対応できない農家が当方を含めて多く存在している。このルールに係る労力増加や収入減少で、水田農業の縮小や水田農業自体をやめる農家が出てきている。貴重な水資源を無駄遣いする側面もある制度により、水田農業は加速度的に衰退していく。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格等の高騰及び官需、民需の受注の減少により、厳しい状況は続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・建設業、小売業、卸売業、メーカー共に、業績が芳しくないという情報は入っていない。継続的に求人があるため、良くなる見通しである。
	○	人材派遣会社（社員）	・来期の採用計画が出てきたこともあり、求人数は堅調に増加している。また、今期の採用計画の達成に向けて、採用の動きなどが出てくることも見込んでいる。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・春に向けて個人消費が伸びてくる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業で増産の話があり、人材提供の要請が増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	・賃上げなど良い要素はあるものの、米国新政権下の関税引上げなどが日本企業に影響するリスクもあり、先行きは不透明である。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・金利の上昇、エネルギー価格の上昇が企業の負担を大きくしている。さらに、賃上げが企業の利益を削るため、厳しい状況が続き、景気が落ち込む可能性は高い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・明るい材料に乏しく、景気の回復は当面期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・燃料や原材料の価格高騰が続く限り、現状は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足ではあるが、原材料、エネルギー、人件費等のコスト増加の影響で求人を控える企業もあるため、求人数の増加は見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・小売業を中心に経営が厳しいとの情報がよくある。新規求人の動きも鈍く、好転する材料に乏しい。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数はマイナス基調で推移しているが、振れ幅は小さい。
	□	学校〔専門学校〕	・米国大統領の交代による経済活動の変化は、すぐにはみられない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・近隣エリアでは、求職者数が下降線をたどっている。これまでと異なる数値の動きに、市場の停滞を懸念している。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・物価が上昇しているため、賃上げをする必要がある。そのためには販売価格を上げる必要があるが、なかなか難しい。	

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

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北関東)	◎	コンビニ（エリア担当）	・来客数自体が増えているため、今後についても景気は上向きと予想している。
	◎	一般レストラン（経営者）	・市で大きなイベントが予定されており、この閑散期には助かる。
	○	商店街（代表者）	・小学校の統合により1校の生徒数が増えたため、卒業アルバムの受注数も前年より大幅に増えて3けたとなっており、売上が良くなる。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・暖かくなれば、飲料関係が売れてくる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークを控えており、観光客が多数、駅や関連施設を訪れ、来客数が増えて積極的な消費が期待できるため、販売量も増える。やや良くなる方向で進む。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・通常なら移動の時期で飲食は活気付くので、国際情勢や賃上げ等が好条件に傾き、追い風になることを願っている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年度末は歓送迎会の時期なので、外での飲食機会が増えると予想している。
	○	観光型ホテル（経営者）	・暖かくなり、花の季節になるため、客の動きが良くなると予想している。
	○	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は観梅シーズンに入り、予約も好調を維持している。
	○	旅行代理店（所長）	・世の中の流れとして、今年もインバウンドの増加は右肩上がりが見込まれる。国内旅行者よりも先行して動きが出るとみている。この冬は比較的暖冬なので、早めの旅行シーズン到来に期待したい。
	○	タクシー（経営者）	・10月から1月まで毎月売上が増加しているため、この先も良くなるとみている。
	○	ゴルフ場（従業員）	・長期予報では3月以降、全国的に気温が高めの見通しのため、ゴルフの需要は高まる。予約も前年同日と比較し、若干ではあるが先行している。
	○	美容室（経営者）	・生活様式が様変わりしており、必要かそうでないかの見極めがシビアである。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・気温が暖かくなり、人が動き出せばよいが、いまだ食品の出回る量も少ないようで、現状維持ではないかと考える。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内は物価高のため、なかなか消費行動に結び付きにくい。一方、海外からの旅行者は堅調に推移すると予想されるため、将来の景気は変わらず、比較的良い状況が続く。
	□	百貨店（店長）	・首都圏を中心とした全社の売上は好調を堅持するが、北関東の当店の売上はほぼ横ばいに推移すると予想している。
	□	百貨店（店長）	・国民生活に影響を与える項目が著しく良化するとは考えにくい。賃上げ効果が全世代に波及してこない、中間層の回復はなかなか見込めない。
	□	スーパー（総務担当）	・価格が落ち着いてくれば回復も期待できるが、見通しが立たない。
	□	コンビニ（店長）	・今月は盛り上がりのないまま、低調に終わっている。このままの状態でも春を迎えそうである。
	□	乗用車販売店（従業員）	・受注残は少し上向き傾向だが、例年の状況にはまだ遠い。今後は増加してくるとみているが、厳しい状況は続く。
□	住関連専門店（店長）	・まだ不透明であるため、変わらない。	
□	住関連専門店（仕入担当）	・エンゲル係数は高止まりしたままで、そうしたなかでの支出は限定的である。節約志向の個人消費に変わる余地はない。	
□	その他専門店（総務担当）	・仕入単価が上がっているものの、売上に転嫁できそうにない。	
□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・主力の給食部門では、人件費の引上げが今後も続き、食材費も高止まりが続く見通しとなっている。受託条件の引上げについては、クライアントの了解はもらえているが、どうしても後追いとなるため、収支が圧迫される状況が当面続く。	

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
	□	都市型ホテル（経営者）	・ 外食産業は、材料原価は高騰しているのに、消費額は5年前と変わらない。結果的に利益が少なくなっている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・ 宴会売上は年度末に向けて、直近の受注に期待したい。レストランは正月の反動がようやく収まり、安定して来客数を稼いでいるが、若干前年割れしている。単価が上がっているため、売上は減少にはなっていないが気を付けたい。宿泊売上は相変わらず好調に推移している。
	□	旅行代理店（経営者）	・ 旅行業は閑散期が春先まで続くため、販売量の回復は4月中旬以降となる。
	□	旅行代理店（従業員）	・ 価格上昇分の全ては転嫁できないとみている。
	□	旅行代理店（営業担当）	・ 旅行は娯楽部門のため、生活費の後の支出となる。ガソリン価格の上昇や、このところの物価高では旅行業界の景気が上がるとは考えにくい。
	□	タクシー運転手	・ 2月も当然、景気が良くなるような気配はない。
	□	通信会社（社員）	・ 仕入価格の上昇による減収が懸念される。現時点では販売単価を上げることができないため、1人の客から得られる利益の減少をカバーするため、コスト削減と併せて新規顧客獲得に向けた営業努力を行っている。
	□	通信会社（営業担当）	・ 物価高や野菜の価格高騰もあり、全体としては変わらない。ただし、富裕層や大企業等の一部の待遇改善がある高所得者層の動きは別である。
	□	ゴルフ練習場（経営者）	・ 観光地のインバウンドも一時的なものであり、ゴミ問題や地元公共交通の混雑、飛行機の燃料不足等、長期的にみると国内に余り良い影響を与えないとみている。
	□	設計事務所（所長）	・ 国の施策がない限り、好調さは続かない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・ 見積り段階で受注を勝ち取っても、人手が足りず納期で折り合いがつかないケースが出てきている。受注と納期と人手を勘案しながら進めないといけなくなる。
	▲	百貨店（営業担当）	・ ガソリン価格の上昇や生活必需品の値上げは、一段と生活防衛意識を高める結果となっている。景況が改善する要因は見当たらない。
	▲	百貨店（営業担当）	・ 今後も各種行事が控えているものの、最近の購買動向の堅実化による数量やランクの見直しなどは避けられないと考えている。地方郊外店ではインバウンドの影響もないため、既存の顧客に対して消費意欲をかき立てる策をいろいろと検討していく。
	▲	スーパー（商品部担当）	・ 良くなる兆しがみえない。生活必需品の値上げの影響も大きい。
	▲	衣料品専門店（店長）	・ 今年は、食料品、燃料費等の多くが値上げすると予想が消費者に浸透しているため、財布のひもは固くなる一方である。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・ 物価高の影響が相当出てきている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・ 当地域の自動車メーカーの生産は順調だが、資材の高騰等で製造原価が高くなり、傘下のディーラーへの仕切り価格も高くなっている。そのため、当社にも影響が出てきている。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・ 特に良くなる手応えは全くない。客の動きや購買意欲は比較的落ち着いている。少し暖かくなって客の心理状態がどう変わるかにもよるが、身の回りでは良くなる要素が余り見受けられない。
	▲	通信会社（総務担当）	・ 漸減が続く流れに、止まる兆しがみえてこない。
	▲	通信会社（局長）	・ 物価高騰は止まらず、現行の給与水準は物価高騰の上げ幅には追いついていない。厚生年金の加入義務の導入等、一段と庶民の生活に大きな影響を及ぼすことが考えられ、先行きは不透明である。
	▲	テーマパーク（職員）	・ 今後はガソリン価格の上昇の影響が反映されるのではないかと推測している。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・ 金利上昇の発表があり、通常なら駆け込み需要が予想されるものの、一時的なものであり、最近の傾向だと影響はごく僅かになりそうである。逆に悪くなる要因の1つとなり得る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔家電〕 (経営者)	・何もかもが値上がりしている状況で、客の生活自体が苦しくなっている様子が目に見えて分かるようになってきた。やはり、必要な物以外は買わない、買えない、これが現実である。
	×	家電量販店 (店員)	・新生活や異動需要の季節だが、年々少子化の影響で期待が薄い。
	×	乗用車販売店 (経営者)	・政治が安定しないため、悪くなる。
	×	一般レストラン (経営者)	・物価は上がっているものの、給料は上がらない。最初に切られるのは外食のため、良くなる兆しがない。
	×	通信会社 (経営者)	・年明けから目に見えて販売量が減っている。明らかにインフレで、買い控えが発生している。円安でいまだに仕入コストは上がっているが、販売価格に転嫁していなくても売れないのが現状である。テレビをつければ賃上げの報道ばかりが目立っている。これでは中小企業しかない地方は一層衰退していくだろう。
	×	美容室 (経営者)	・他業種ではあるものの、廃業を余儀なくされた近所の老舗店を見て、暮らしにくい世の中だと実感している。廃業は選択肢の1つかと考え始めている。地方はどうやって生きていけばよいのであろうか。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・新規案件獲得の営業活動に注力しており、幾つか新しい仕事動き始める見込みである。また、長い間停滞していたロボット関連の仕事もようやく動き始める。
	○	建設業 (開発担当)	・取引金額について、相手の対応が良くなってきている。
	○	金融業 (営業担当)	・政策金利の引上げ、DXの進化、新NISAを始めとした貯蓄から投資への流れ等、環境変化への対応は進みつつあり、徐々にではあるが、3か月前より景気は良好となる見込みである。
	○	経営コンサルタント	・大手企業を中心とする大幅賃上げの動きが、どの程度中小企業等に波及するかは不透明だが、少なくともそうした産業界の動きは時間差を伴って、多少なりとも好影響をもたらすと考える。一部、物流関連の業種では消費関連の需要に底堅さもみられる。
	□	食料品製造業 (経営者)	・物価高に対して、消費者の購買意欲が減退しなければ現状維持で推移すると予想する。
	□	化学工業 (管理担当)	・新年度に確定している案件もあるが、受注量は前年度よりやや少ない。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・値上がりが続いているため、この先どうなるか分からない。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・4月から原材料の値上げの話が来ているため、今後どうなるか思案中である。
	□	金属製品製造業 (経営者)	・同業者と話をしても、景気は足踏み状態である。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	・例年見込める決算前の需要が今期は望めない状況のため、今月と同じ景況感になるとみている。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・まだ3月の分までしか受注をもらっていない。4月以降の動向を見ないことには何ともいえないが、景気が悪い状況は変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・今後2～3か月については、全く見通しが立たない。
	□	その他製造業〔消防用品〕 (営業担当)	・物価高の状況等もまだ続いている。
	□	輸送業 (営業担当)	・新年度に向かい、新生活用品、白物家電、冷蔵庫、洗濯機、テレビ、生活雑貨用品、寝具等は例年並みに動く予定である。2月は多少、物価高による落ち込みも予想しているが、3月末までには物量は例年並みに増える予定である。ただし、2024年問題のドライバー不足による車両不足で、配送繰りや手配車両のコスト高もあるため、利益は薄くなりそうである。
	□	司法書士	・具体的に1か月前、3か月前、半年前と比べて良くなったかといわれると、変わらない。ただし、大きな流れとしては、引き続き良い方に進んでいる。
□	社会保険労務士	・当地では、春に大きく変わるような案件はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・これから数か月にわたり減産になるため、どの程度影響が出るか、いまだ見通しが立たない。
	▲	建設業 (総務担当)	・発注量が前月と変わらず少なく、先行きも不安しかない。
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	・中国経済、特に不動産関連が悪く、良くなるという情報がない。
	×	不動産業 (管理担当)	・人材の流出防止や確保のために、賃上げも考えていかないといけないが、全ての物が値上がりして、賃上げ分の人件費を捻出するのに苦労しそうである。
雇用 関連	◎	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社 (経営者)	・暖冬傾向も見受けられるが、生鮮食料品、特に、青果物の生産が思うようにはいかない状況である。ただし、海産物については安く仕入れることができているようで、購買が増えている。寒さが落ち着かないなか、暖房費の高騰がやや厳しいため、財布のひもが固い状況ではあるものの、購買力は目に見えて、増えてきている。
	□	人材派遣会社 (社員)	・賃上げが中小企業に浸透するまでには時間を要する。
	□	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で、卸・小売、サービス業については増減を繰り返している。
	▲	人材派遣会社 (管理担当)	・都内等の仕事がある場所へ人材が移動し、地方の派遣会社は求職者不足のため、景気は下向きである。
	▲	学校 [専門学校] (副校長)	・人材不足が、今後どのような形で企業等に影響を及ぼすか不透明である。人材育成も含めた包括的な対策を講じていかなければ、企業の衰退に及ぶ可能性がある。
	×	*	*

#### 4. 南関東 (地域別調査機関：株式会社日本経済研究所)

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)	◎	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月は正月で金を使ってしまうと売れない。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い切れないものの、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。

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）	・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）	・春はオケージ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もみている。
	○	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）。

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	・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）。
	○	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。
	○	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。
	□	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。
	□	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。
	□	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）。
	□	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。
	□	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。
	□	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。
	□	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）。
	□	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。
	□	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）。
	□	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）。

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（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、国内客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き、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、客が買い回りをする状況は当面続く。
	<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。

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）	・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）。

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"/>	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としたいところだが、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）。
	<input type="checkbox"/>	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し好性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）。
	<input type="checkbox"/>	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。
	<input type="checkbox"/>	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）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると考えられる材料がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（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）。
	<input type="checkbox"/>	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。
	<input type="checkbox"/>	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）。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・来客数が伸びていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・来客数が下げ止まるか見通せない。
	<input type="checkbox"/>	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。
	<input type="checkbox"/>	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で、何もせずには増えるとは考えられない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	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）。
	<input type="checkbox"/>	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。
	<input type="checkbox"/>	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。

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）	・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）	・良くなる兆しが見えてこない。
	▲	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い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も難しいため、企業業績も余り良くなくなり、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）。

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）	・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	・物の値上がりが激しく、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、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、景気は良くなる（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。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	ゴルフ場（経理担当）	・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）	・A I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）	・しばらくビル再開発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、しばらくの間はこ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ところがある。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、もし見直しが実現すれば、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）。

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）	・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きており、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件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）。

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
	×	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、どちらかというと人材不足である。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）。	

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
	×	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）。

### 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）	・新聞広告やインターネットを見たという連絡が多く、口コミで評判が広がっていると考えている。これが1番効いている。
	○	スーパー（経営者）	・4月から、新たな病院で売店の仕事が決まった。準備のため、3月からは忙しくなる。20%ほど売上が増える予想である。
	○	コンビニ（経営者）	・競合店出店により現状は落ち込んでいるものの、今後は来客数等は徐々に回復すると予想している。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・2～3か月後は今よりは良くなる。皆の給料も上がっていくとみているが、いろいろな不確定要素も含まれているため、慎重に対応したい。単価自体が上がっていくので、相対的には利益は上昇する局面だとみている。
	○	高級レストラン（経営者）	・急激な景気回復は見込めないものの、賃金水準は上昇傾向である。人流増加の時期もあいまって景気の回復が見込まれる。
	○	観光名所（職員）	・旅行会社の企画募集ツアーの設定についての問合せが増えている。
	○	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得や各種イベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、より多くの来園客を期待している。
	□	商店街（代表者）	・中小の商店街は今後どうなっていくのか本当に悩みの種である。早くいろいろと考えないといけない。このままだと年々、客が来なくなってしまう。
	□	商店街（代表者）	・春節時期のインバウンドのにぎわいは、地方都市の商店には恩恵がない。商材の値上げ通知が絶えず、客に受け入れられるか心配である。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節的に、多少は商材の動きがあると期待したいが、消費者ニーズ、購入方法等に変化がみられ、当店としてはますます厳しくなりそうである。大きな動きは期待できない。
	□	百貨店（経理担当）	・原材料価格の上昇やガソリン等補助金の縮小、野菜類の高騰等で、依然として消費マインドは冷え込んでいる。必要な物だけを安く買うという方向にあるなか、百貨店の役割を明確にしていけないと厳しくなる。地方ではインバウンド需要に期待はできない。
	□	百貨店（営業担当）	・ここ数か月のことだが、良くなる要素はなかなか見つからない。賃上げの一方、ガソリン価格等の上昇があり、極端に悪くなるようなこともない。
	□	百貨店（店長）	・現在の物価高が、そう簡単に収まるとは考えられない。客の購買行動からも節約していることが見受けられる。また、当地では、大型店3店が閉店予定で、客の減少が見込まれる。
	□	スーパー（経営者）	・各種値上げが続き、ガソリン価格も上昇しており、消費マインドの変化に不安がある。
	□	コンビニ（経営者）	・暖かい気候になってくるが、2月は割と降雪も多くやや厳しい。もっと暖かくなれば別だが、やはり年末頃から3か月後くらいまでは、変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	・売上が増えるようなイベントはなく、現状のままでいくとみている。現状よりも悪くなると困る。早く野菜や他の商材の価格高騰が収まってもらいたい。
□	コンビニ（店長）	・来客数は特別大きく減っているわけではないため、天候が良くなり、購買が若干伸びてくれれば良くなる。ただし、これだけ天候の良い日が続いてもやや悪い状態なので、余り傾向は変わらない。	
□	家電量販店（店長）	・社会情勢や物価高の影響もあり、購買意欲が湧いてこない。	

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
	□	自動車備品販売店（従業員）	・物価高で客足が伸び悩み、良くなるまでとはいかない。
	□	一般レストラン（経営者）	・今年当店開業20周年の節目の年で、いろいろと施策は考えているが、気温等の影響により、大幅な回復は見込めない。
	□	スナック（経営者）	・今月の新年会シーズンは、さほど大きな流れはなく、これから先は余りイベントもないため、なかなか売上の伸びには厳しいのではないかとみている。
	□	観光型旅館（経営者）	・原材料費や人件費の価格転嫁のため、宿泊料金を10%程度上げたが、全国で宿泊料金が上がっているため、料金への理解が得られている。今まで過当競争で徐々に収益が減少する宿泊業界だったが、ようやく適正価格での販売が定着しつつある。宿泊客はやや減少しているものの、売上は若干上昇している。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・2月も季節要因で、客が非常に来館しにくい時期となっている。2月は1月の正月のような特定日がないため、客足は鈍る。ただし、唯一の動きとして、国立大学の受験日の時期は県外からの宿泊客が増える。トータルでは今月と変わらない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・3か月前と宿泊数の動きが変わっていない。インバウンドがかなり多い。
	□	タクシー運転手	・昼間の利用は高齢者の通院や買物が8割で、今までよりも低調である。夜は県庁所在地とは違って田舎なので、繁華街は少ない。歩けるような近くの店や自宅で飲むように予約している人が多い。夜12時を過ぎるとタクシーの動きはなくなる。
	□	通信会社（社員）	・年度末に向け転勤や新入学等の好材料はあるものの、飽くまで一時的なもので、長期での見通しはまだ不透明な状況である。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・食材費、燃料費、その他全ての経費が上昇しているなか、プレー料金に転嫁することが難しい状況が続いている。今後も周辺ゴルフ場の様子に変化がなければ、変わらない。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・冬休みが終わり、春休みまでの間は閑散期になるが、団体予約が少しずつ増えてきている。
	□	その他サービス [クリーニング]（経営者）	・原油、人件費、光熱費が高く、困っている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・中古別荘の販売は、以前と比べて高価格帯の物件が売れず、価格は低下傾向にある。
	▲	コンビニ（経営者）	・1月は前年と比べ売上がやや下がっている。物価高の影響か、いつもおにぎりを3個買う客が2個に減らしていたりするのをみていると、これから良くなるとは考えにくい。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・物価高や金利上昇の動きが販売台数の減少につながるのではないかと懸念している。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・物価高騰が続く感覚がある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。全国的にみても好景気とは実感できないのではないかと。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・客足が戻ったようにも考えられるが、客の様子からは一時的な雰囲気にもみえる。現に、先の予約の動きは鈍く、前年の能登半島地震の影響があった時期とさほど変化がない。
	▲	旅行代理店（副支店長）	・一定の需要増加は継続していると実感しているが、物価高による旅行代金の値上がりや製造業の景気に陰りが見え始め、少しずつではあるものの、受注量が減少している。
	▲	通信会社（社員）	・物価高の影響が続く限り、当業界は節約すべきもののカテゴリーに入っているため、悪くはなっても良くなることは難しく、厳しい現状が続く。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・増税、過剰なインフレ、金利上昇、公共投資の据置きと、景気浮揚策とは逆方向に進んでいる。
	×	商店街（代表者）	・現状のままでは店仕舞いする店が増えていく。
	×	スーパー（店長）	・地方小売店では、ガソリン価格が高いことも客足が向かない要因となる。物価高の状況が続いており、改善がみられない。

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
	×	コンビニ（エリア担当）	・利上げが発表されたが、企業であれば資金のやりくりに困り、一般家庭なら住宅ローンの返済額が大きくなるため、他の消費にお金を回せなくなる。結局は可処分所得が上らない限り、消費は拡大しない。
	×	スナック（経営者）	・悪い事案が重なり過ぎており、新型コロナウイルスの感染拡大中の最悪の時期並みに先行きが見えない。新型コロナウイルス感染症発生の最初の頃に緊急で貸してもらった融資の返済が、これまでで1番つらい。
企業 動向 関連	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復し、良くなる。
	○	*	*
(甲信越)	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・まとまった受注の話はあるものの、春以降の話のため、近々の予想には良い材料がない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・各種値上げが依然として続き、消費者の生活防衛行動も強いままだとみられる。
	□	建設業（経営者）	・本格的な冬を迎えて、受注量は落ちてきて、景気は現状と変わらないと見込んでいる。
	□	金融業（調査担当）	・非製造業の業況感は、観光関連業が引き続き底堅く推移するとみているが、機械器具卸や貨物等の製造業関連では慎重な見通しとなっている。製造業では自動車関連の持ち直しが期待されるが、電子部品デバイスなどでは回復に時間を要す見込みである。
	□	金融業（経営企画担当）	・大手企業の賃金は上昇しているものの、地方の中小企業の賃金上昇は遅れている上に物価上昇もあるため、変わらない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・物価高、原油価格の高騰、ガソリン補助金の縮小等、経費支出の増加が続いている。折込出稿は通販関連が前年比微増となっているが、全体的には前年比微減が見込まれる。金利の上昇等、消費者や企業の動向が不透明な状況が続いている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	・原材料費や人件費の高騰等、原価が上昇しているため製品価格を上げているが、前年並みの売上では厳しい状況に置かれている。また、海外への輸出も試みているが、結果が出るまでにはかなり時間が掛かりそうである。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・今後も原材料価格の値上がりが見込まれるため、やや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・現状、複数製品で物流の鈍さがある。活気が出てくるまでには時間が掛かりそうである。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・ガソリン、灯油等、燃料の値上げが、今後どのように響いてくるか心配である。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・毎年、地金価格が高騰するなかで、既に店頭での製品価格が大幅に上昇している。小売店はどこも1月の売上は芳しくないことから、更に売上は厳しくなるとみている。宝飾品離れも起きていて、先行きに明るさがみえない。
雇用 関連	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・半導体関連等の主要製造業の求人が増えるとともに、大手スーパーの進出が地域経済をけん引する可能性がある。
(甲信越)	□	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、製造業の求人は、現行製品の改良版が主となる回路、制御等の業種の求人はあるものの、新製品をデザインする機械、筐体設計の求人が乏しく、新製品への注力度が気になるところである。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・日々の生活が大変で、消費にお金が回らない。
	▲	職業安定所（職員）	・燃料費や物価の上昇、人件費増加の影響、政府の経済政策が流動的であることなど、国内経済の先行きが見通せない状況であることに加え、今後は米国新政権が及ぼす日本経済への影響や中国景気の動向などが懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比が、6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)	◎	衣料品専門店（売場担当）	・これから繁忙期を迎えるが、客の動向を見ると動き出しが早い印象を受ける。競合店を見た上で再来店する客も多く、丁寧な接客の成果が出ている。
	◎	乗用車販売店（経営者）	・今後3月までは販売需要は高まる見込みである。決算シーズンとなり、各社もいろいろとチラシやSNSで宣伝をすることで更なる盛り上がりを目指す。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・販売台数は前年より落ちているが、新車の在庫台数が少ないため、今までのような薄利多売の販売はなくなり自社客に大切に売らなくなった。1台当たりの単価は大幅に上がっている。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要は一旦落ち着き春需要に向けて予約・手配の対応をしている時期だが、春以降は新型コロナウイルス感染症発生前の例年とほぼ同じ件数が見込まれる上に、バス代やホテル代の高騰により、客単価が上がっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・団体旅行回復の有無によって当地域の景気は相当影響を受ける。海外からの旅行客は増えつつあるが、それに伴い街の雰囲気は良くない状態になっている。
	○	百貨店（総務担当）	・春闘などによる賃上げも大手企業を中心に前年並みかそれ以上との報道が目立っており、若年層を中心とした消費需要が期待できる。また、春節も1月下旬から始まっており、以前の爆買いという言葉に象徴されるような買い方はそれほど多くないが、円安ということもあって幅広い商品にインバウンドの動きが見受けられる。また、バレンタインデー催事も商品の値上げの影響を受けつつも、前年を上回る水準で推移している。
	○	百貨店（企画担当）	・高額品や食料品に加えて、継続的に売上が苦戦していた中間層向けの紳士・婦人ファッション衣料に動きが見え始めている。加えて、物価上昇により商品全般の価格が上がっているなか、購買客数も微増となっており、全体の売上増加に寄与している。
	○	百貨店（営業担当）	・現状の傾向が続けば、富裕層の購買やインバウンドの動向も良い方向に向かう。
	○	スーパー（店員）	・米の高騰がまた始まっているため、売上増加が見込まれる。
	○	スーパー（販売担当）	・3か月後は天候も良くなり来客数も増えて売上が良くなると期待する。
	○	衣料品専門店（店長）	・厳冬の期間が短くなり、春夏が早期に訪れると予想している。客の消費は冬より春夏秋にウエイトが掛かる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・繁忙期に入り来客も徐々に増えてきた。今月に入り在庫も増えてきたので、販売量も増える見込みである。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・新年度販売向けに受注量が増加する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・おおむね堅調に来ているため今後も期待したい。ただし、米国大統領の今後の政策や日本銀行の長期金利の変動許容幅の拡大など景気に影響する事案もあり先行きは不透明である。
	○	観光型ホテル（支配人）	・4月以降、大阪・関西万博の影響を懸念しているが、インバウンドの宿泊を始め、宴会の予約が少しずつ増えている。
○	都市型ホテル（総支配人）	・春の行楽シーズンに期待する。増大し続ける光熱費やその他仕入コストを販売価格に転嫁することが必要であるが、現実的には厳しい。	
○	旅行代理店（経営者）	・大阪・関西万博も近く始まるため、このまま客の反応が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）	・春から夏休みに向けた新規予約が増える時期である。今年 は新型コロナウイルス感染症の収束後初めて夏から秋まで当 地空港発のホノルル線の季節運航が毎日運航する。円安のま まなのでどう転がるか分からないが、ある程度の需要がある から運航があると考えられるため、うまく新規予約につな がるよう期待している。また、台湾や韓国は大変人気がある。
	○	通信会社（サービス担 当）	・引っ越しシーズンに合わせて、インターネットやインター ネット回線を利用したテレビサービスの申込みが増えてく る。
	○	美容室（経営者）	・春が近づき、年末にパーマやカラーを施術した客の来店も 見込めるため、2～3か月先は期待できる。
	○	住宅販売会社（従業 員）	・1月の来店客が購入につながると期待している。
	□	商店街（代表者）	・次年度の省エネ補助金等に期待しているが、それだけでは 全体の売上の一部にすぎず、それほど効果は期待できな い。
	□	商店街（代表者）	・来客数は飽和状態であるため、客単価が上がらないと売上 金額の増加につながらない。
	□	商店街（代表者）	・日用品や光熱費の高騰で、余暇や趣味に回せる金が減って いる。物価高がまだ続く見込みで、景気が良くなる要素はな い。
	□	一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・商店街で物販を営んでいるが、周りを見ても景気が良くな る兆しが見当たらない。
	□	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・飲食店で客の飲料注文数は、4月にビールの値上げが予告 されているため減少傾向になると予想する。料理の単価も上 がっており、アルコールの値上げが追い打ちを掛ける。
	□	一般小売店〔生花〕 （経営者）	・物価が安定しない限りこの状況はまだ続く。
	□	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）	・米国大統領やロシアによる動き、中国の動向など先行きを見 通せないことが多すぎて、景気がどちらに転ぶか現状では 判断できない。
	□	一般小売店〔生活用 品〕（販売担当）	・物価高騰による買い控えが続いており、景気回復の要素が 見当たらない。
	□	百貨店（売場主任）	・2月から値上げになる商品が4ブランドほどあるが、駆け 込み需要は余りみられない。また、上がるんだね、という程 度の反応である。午前中は年配客の来店が多く、カジュアル シューズの売行きが良い。高級商品が売れなくてもそちらで 補っている分、プラスマイナスゼロという印象を受ける。 全体として落ち着いている。
	□	百貨店（経理担当）	・今春闘においても持続的な賃金改善が大きく期待できる が、中間所得層を中心に物価高に対する生活防衛も続くこと から、結果的に景気は現状維持にとどまる。
	□	百貨店（営業担当）	・年明け後の販売状況を見ても、ここ数か月消費マインドは 特に変わっていない印象を受ける。
	□	百貨店（販売促進担 当）	・引き続き好調なインバウンドが来客数の底上げに貢献し、 国内消費も好調に推移する。
	□	百貨店（販売担当）	・推し活雑貨などの売上が増加中で、春の新学生・新社会人 などの購入が期待できる。
	□	百貨店（営業企画担 当）	・景気が上向くにはもう少し時間がかかる。
	□	百貨店（販売担当）	・値上げ後の買い控えの懸念がある。インバウンドは変わら ず好調に推移していく見込みである。
	□	スーパー（経営者）	・青果物の価格が安定せず、生野菜から冷凍野菜や水煮野菜 等への移行が心配である。
	□	スーパー（店長）	・物の価格が下がらず、買上点数が極端にこれ以上上がる見 込みがない。
	□	スーパー（販売担当）	・売上が下がる要素がない。強いて言えば寒さが影響する。
	□	コンビニ（企画担当）	・インバウンドの影響を受けない店舗は現状と余り変わらない 見込みである。
	□	コンビニ（エリア担 当）	・一部の賃上げが消費の拡大にはつながらないと考える。

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
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・春先もこの勢いは下がらずに乗客数が多い状態が維持できそうで、観光立地店舗のインバウンドなども見込める。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・インバウンドの増加という好材料はあるものの、全体の動きとしては現状が続く。起爆剤として大きな政策等が出てこない限りは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・消費者の金の使い方が賢くなっている。コンビニは比較的社会の景気に左右されにくい業態だが、米国大統領の就任で今後どのような変化が起きるかがやや懸念材料である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・1月の結果だけ見れば好調であったが、引き続き2月も好調となる目途は立っていない。受験期、新型コロナウイルスの感染状況、花粉症、節分、バレンタインデーなどの機会をうまく捉えて販売増加につなげられるか、余り楽観視できない空気に覆われている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・物価高が響き、横ばいが続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・短期的な視点で見れば日本銀行の利上げが決定したが、小売業界にとって直ちに状況の改悪にはならないと予想する。また、今後の景気判断となるトピックスで気になる点はなく、イレギュラーなことが発生しなければ身の回りの景気は変わらないと判断する。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・春物素材の入荷で顧客の呼び込みをするため、それなりの売上が期待できる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・ファッション系の商品が少し動き出し始めているが、まだ力強くはない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・物価高や人手不足への対策として、賃上げ等の取組を企業に促しているが、実際に賃上げの成果を十分に得られるのは一握りの企業のみで、日本全体の好景気に直結するとは考えにくい。政府による各種施策は余り効果が期待できない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・新生活需要で販売量は増える見込みだが、景気が良くなるとはいえない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・相変わらずの物価高と、政府による補助金の縮小で支出が増えている、生活費の増大に対して春闘の賃上げが前年並みでは景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・インフレの状況に加えて金利上昇によって住宅ローンの支払も増えることが予想され、消費者が高額商品の購入に慎重になっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・現状が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・これから春闘が始まり今後の給料が数字となって示されてくる。客のこれからの賃上げに期待する。少しでも暮らしにゆとりをみられるようになれば車の購入を考えてもいいという言葉に期待したい。もう少し生活インフラに関わる物価が落ち着かなければ、財布のひもは緩まない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・極端に悪くなることはないが、現状の良くない景気が続く。大手自動車メーカーの統合問題やメディア企業の問題が大きく影響する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・こじばらく、売上に大きな上下がない状態が続いている。ある意味有り難い傾向ではあるが、ガソリン価格の高止まり等外的要因もあるため、現状維持の状態がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・この先3か月から半年程度は、全体の流れに大きな変化は起きない見込みである。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅・施設・商業店舗など資材の値上がりや工賃の値上げによる職人不足等で現場が減りつつある。ただし、反対に小・中規模の改修工事は増えつつあり、プラスマイナスでは若干のマイナス程度という現状である。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・2月より歓送迎会、卒業式や入学式、入社、年度替わりと期待はできるものの、大幅な変化とはなりえない。物価上昇により節約志向も続くとみられる。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・為替変動による値上げも前年でおおむね織り込んだ取引先が多く、販売に大きな影響はないと予想する。ガソリンや光熱費の値上げなど消費者の意欲をそぐような悪いニュースがなければ景気の先行きは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・問合せ件数が減ってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（経営者）	・可処分所得が増えて消費が増えない限り、少子高齢化の現在では景気は良く横ばいであり、外国人観光客の受入れ拡大の波に乗れる企業のみが生き残っていく事になる。
	□	旅行代理店（営業担当）	・インバウンドが年間3600万人と予想以上に増えているため、オーバーツーリズムの問題はあるが、旅行人口が減少することはないと予測する。円安がしばらく続く見込みで、日本人の海外旅行の伸び悩みをインバウンド旅行者がカバーする形態となっており、景気は横ばいが続く。
	□	タクシー運転手	・現状、客足が夜の繁華街から遠のいており全く良いとはいえない状態である。しばらくはこの状態が続く見込みで、決して景気は良くなるとは考えられず、変わらないかもっと低迷していくかもしれないと非常に不安である。
	□	通信会社（営業担当）	・先の見通しが立たない。
	□	テーマパーク（職員）	・物販、飲食部門では原料価格の上昇に伴い売価改定の動きが見込まれる。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・今後しばらくは大規模な催事がなく、例年この時期は十分な集客が得られない。回復傾向の判断は、次の春季イベントの結果をみてからになる。
	□	ゴルフ場（経営者）	・引き続き価格転嫁が難しい状況が続く。
	□	美顔美容室（経営者）	・今月開始したキャンペーンセールが4月末まで続くため期待したい。
	□	美容室（経営者）	・物価が上昇するなかで賃金は上がっていないという声が多く、当分は今の状態が続く。
	□	美容室（経営者）	・物価高が変わらない限り景気は変わらず、先が見えない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・人件費、材料価格の高騰で販売価格が上がっており、しばらくはこの状況が続く。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積りの引き合いが少なく、年度末に向けて良くなる気配がない。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・原価高騰がストップしない限りこの状況が続く。
	▲	商店街（代表者）	・インフルエンザが流行しており、ガソリン価格も非常に上がっているため消費が活発にならないのは当然である。家庭の可処分所得がどんどんなくなっている。
	▲	スーパー（店長）	・今後も来客はセール日などに集中し、ほかは買い控えの傾向が続く。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請がまだ止まらない。
	▲	スーパー（店員）	・3月以降も担当カテゴリーにおいて多くの値上げが予定されている。
	▲	スーパー（店員）	・鍋物野菜の白菜やキャベツの高騰はしばらく続く見込みである。果物もしっかりで、みかんやいちごの価格が下がる気配がみられない。それに追い打ちを掛けるようにガソリン価格の値上がりも考えられるため、景気は悪くなる。
	▲	スーパー（支店長）	・米国大統領が就任し、新政権が今後我が国の経済に及ぼす影響が不安である。賃金の上昇などは一部大企業だけの話であり、中小企業においては決して満足のいく昇給は実行できない。物価上昇も輪を掛けて、今後も消費動向においては厳しさが続く。
	▲	スーパー（販売担当）	・価格上昇の圧力が全ての商品に懸かってきている。海外情勢も非常に不安定で、特に米国のインフレが収まらないという予測から、かなり厳しい経済状況になると危惧している。米の値段の上昇と、燃油価格の上昇を抑えられるかどうか鍵になる。
	▲	スーパー（総務）	・生活必需品が全て高騰しているが、給料がそれに追いついていない。生活は苦しくなる一方である。
	▲	コンビニ（店長）	・電気代や燃料油価格激変緩和の補助金縮小もあり、経費の上昇が身に伝わる。じわじわと景況感が悪くなる実感がある。政府の政策にかかっている。
	▲	コンビニ（店長）	・物価高は継続しており、止まる気配がない。売上は維持できているが、4月に入り環境が変化すると既存の固定客が減少するおそれ強い。
	▲	家電量販店（店員）	・購買意欲のある客が少ない印象を受ける。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・家電業界では2月は閑散期で売上が下がる。暖冬の影響で冬物の在庫を絞っていたところで寒さが厳しくなり、暖房器具の販売在庫がなくなりそうな懸念がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇により生活に係る支出が増額し、消費者の支出を抑えようという意識が強くなっている。点検の回数を減らす客や安い業者に切り替える客などが出てきており、今後その傾向が強くなるとみていると懸念する。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・既存客の年齢層が高くなっており、新規の客もほぼ来店がない。新規客の獲得が課題だが現状は厳しい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・食品の値上がりはまだ続く見込みで、ガソリン代も高騰している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・場所によってはインバウンドで大繁盛しているという話も聞くが、地方の居酒屋には全く関係がない話である。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・何ともいえない不安感が覆っており、国際情勢、物価上昇、税負担などで先行きが不透明である。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・3～4月の予約数は、現段階で前年の数値をやや下回っている。物価高や金利の上昇というネガティブな情報をマスコミがずっと流しているため、どうしても財布のひもは固くなる。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	▲	タクシー運転手	・1～2月は景気が低迷する月である。
	▲	観光名所（案内係）	・インバウンドが増えるのはいいけれど、日本人に全く元気がない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・増税が進んでいるためやや悪くなる。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話では、ガソリン代が上がり厳しいという声を聞く。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・物価上昇や人材確保のための経費が増加する。一方で、福祉用具貸与事業者の場合、価格転嫁が介護保険の制度上でできなくなっているため、非常に苦しい。また、市場環境変化による減収も引き続き発生すると想定している。
	▲	設計事務所（経営者）	・案件数が少ないため、先が見えない状態である。
	▲	設計事務所（職員）	・景気についてはこれからどうなるか分からないが、対米国の関係性を考えると大統領と首相との対話が重要になってくる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・ボーナスが出ても預貯金に回すのか、消費者は手元の金を使いたがらない。余裕がないのか必要最低限の工事しか出てこない。この先もこのような状態が続く。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・プラスに転じる話がない。
	×	コンビニ（店長）	・1月はパン類の値上げがあり、4月にはビールの値上げが予定されている。ますます先が見通せない状況である。
	×	通信会社（企画担当）	・物価上昇、燃料価格上昇に加えて、増税の懸念、米国新政権への不安等の先行きの不透明感から、更に悪くなっていく。
	×	住宅販売会社（経営者）	・建築資材が高騰しているため、物件の売値も比例して上がり、今後の売行きに影響が出ることが不安である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・都市部では需要があるかもしれないが、地方では厳しい状況である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・中国系電子部品製造社の設備投資需要が回復してきた。ただし、米国の動静によっては設備投資が止まるため、予断を許さない状況である。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・賃上げも実現されそうな気配があり、消費の拡大が期待できる。製造業の国内回帰が進んでいるため中長期的にも成長が期待できる。懸念点は増税である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・3月の年度末にかけての調整と、ゴールデンウィーク前の需要が見込まれるため、今より多少良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ある程度年齢が高い人でも働き先がたくさんあり、選択肢が増えることで定着率が下がっている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・全体的には厳しい状態が続くため、政府にはカンフル剤を投入してほしい。新たな予算を使用せずに景気浮揚を行うためには、高速道路の無料化を是非実施してほしい。流通が良くなれば地方まで活性化が進み、全体の景気が浮揚する。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の景気はやや良い状況であり、今後特に変わるような要因が見当たらないため現状のままと考える。
	□	化学工業（営業担当）	・中国向けA Iの影響など先行きが不透明である。

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
	□	化学工業（総務秘書）	・米国新政権による関税の影響は未知数であるが、日米関係から互いに深刻な影響を与える施策は回避されると考える。景気に特段の悪影響を与えるトピックは見当たらない。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・客側での消耗品の在庫調整が進んでおり、全体的に本来の注文量に戻りつつある。直近3か月程度で大きな変化があるような兆しはみられない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・現状余り多くない受注量はそのまま変わらない見込みであるが、1年後などやや先では受注が増えるという見方をよく聞く。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・良くなる見込みがない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・現状の受注量に応じた生産量は横ばいであり、この状況が続く。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリン代の高騰、米や野菜の価格高騰、各種商品の値上げで景気回復の材料がない。
	□	建設業（経営者）	・現内閣の政策がこの先どのように動くか、まだ見通しが立たず不安である。
	□	輸送業（従業員）	・運送業はこれから3月の繁忙期を迎えるため、仕事量は当面は増える見込みであるが、その後はどうなるか分からない。しかも、これから燃料費の高騰や金利増などで、経営面では少しずつ厳しくなっていく気配がある。
	□	輸送業（エリア担当）	・自社でも同業他社においても、取り扱う荷物の量に過去3か月間で大きな推移はなく、前年同月比でも大きな変化はない。今後大きく上下するようなトピックも見当たらず、このまま現状が続く見込みである。
	□	輸送業（エリア担当）	・年度末に向けて病院での検査も多く、特殊医薬品輸送は多くなっている。しかし、前年比では大差ない。
	□	金融業（従業員）	・経済的にイベントはなく、変わらない景気が続く。
	□	金融業（企画担当）	・受注価格が上がってこないと特に中小企業では給与を上げるにも限界があり、給与が上がらなると消費に向かない。当面、現状の景気が続く。
	□	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。
	□	広告代理店（制作担当）	・春に向けた各イベント等の企画も、長らく続いている物価高や材料の値上がりの影響を受け、広告予算が抑え気味になっている。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・初任給30万円時代といわれているが、中小零細にはその原資と体力が乏しい。
	□	会計事務所（職員）	・支給される給与等が増えても、食品やガソリン代等の値段も上がっているため、景気はさほど上向かない。
	□	会計事務所（職員）	・物価高の状況は続いているが、現在のところ価格に上乗せできている状況である。苦しい部分はあるが、業態としては利益率は高いためこのまま維持できれば、良くもならないが悪くもならない状態が続く。
	▲	食料品製造業（社員）	・中国の景気状況、米国新政権の動向を考えると、今後輸出販売は厳しい状況が予想される。
	▲	建設業（役員）	・客にメリットとなる国の施策がない。逆に、建築コスト、金利上昇などの懸念事項がある。
	▲	輸送業（経営者）	・補助金の縮小により軽油価格の上昇が始まり収益を圧迫し始めたが、荷主への値上げが通るのは当分先になりそうである。また、他業種では春闘での大幅な賃上げの見通しとの報道があるが、追従できるとは考えられず人手不足が加速する。
	▲	輸送業（従業員）	・電気・ガス、軽油・ガソリンなど燃料費の高騰が家計を圧迫している。結果、個人消費も伸び悩み、企業経営も低迷する可能性がある。
	▲	輸送業（エリア担当）	・輸出産業に大きな不安材料がある。
	▲	金融業（従業員）	・先行きへの不安により金を使わないようにする傾向が高まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	公認会計士	・今月は米国大統領の就任があり、米国の国際情勢の様子をうかがっている企業が多くみられた。特に投資については、金利動向を見極め控えている企業が多かった。輸出業に関しては、関税の引上げが予想されるなど今後の景気はやや悪くなる。
	×	食料品製造業（営業担当）	・販売数が減少している。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価がどんどん上昇しており、賃金が上がってもその実感がない。今後も買い控えが進む。
	×	鉄鋼業（経営者）	・今年中の物件や見積りが全くない。非常に悪い傾向である。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、これから更に数量の減少が続く見込みである。
	×	通信業（総務担当）	・皆じっと耐えている状態が続いている。賃金上昇、減税、助成金、物価安定が実感できて初めて少し金を余分に使ってみようという気持ちが起きる。これが景気が良い状態であり、今はそれがない。
雇用 関連  (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・2月から3月は年間で1番求職者数が活発に活動する時期であり、期待したい。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・年度末、新年度の求人数の増加により今後の依頼は増加する予定である。ただし、求職者数の減少、また、レベル感の一致があるかが懸念される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国新政権の動き次第ではあるが、メーカーでの設計開発の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見込みである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・政治が不安定なこともあり景気が良くなっていくイメージが持てない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・製造系の業務請負や労働者派遣業において、派遣先の業務低迷や人手不足もあり人材派遣会社は厳しい状況が続いている。同業者が倒産する話も耳にする。人材派遣会社を取り巻く環境は年々厳しくなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・県内で大きなシェアを占めるモノづくり企業や海外と貿易のある企業に取っては不透明さが続く。3か月後も様子見感が強く、景気の動きは変わらない。
	□	職業安定所（所長）	・求人企業によると今後の求人見込みに変化はなく、数か月は同様の傾向が続く。
	□	職業安定所（職員）	・インバウンド需要により非製造業の販売業種については好調という声も聞くなか、他の業種では原材料価格の高騰、最低賃金の引上げ、ガソリン価格の上昇等、経営に与える影響を懸念する声も多数聞かれ、全体的な好景気への転換という感触は持てない。
	□	職業安定所（職員）	・賃上げと物価の上昇がうまくマッチし、好循環となれば景気の回復が加速すると考えるが、世界経済の動向や為替の影響など先行きは不透明である。
	□	職業安定所（雇用開発担当）	・多くの主要産業において、前年比における求人数が減少傾向にある。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・3月上旬ぐらいまでは求職者の転職意欲も上がっているが、次年度の組織体制等も固まりつつあるなかで活動意欲の減退が見込まれる。企業側も新卒受入れ・教育研修などに傾注すると推察する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人動向において大きな変化はない。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・まず物価高の影響が大きすぎて、景気回復の兆しがみえないことから、今後景気が更に悪化する可能性がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分やや悪くなる。歓送迎会の予約状況が余り良くない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・大企業と中小企業の給与格差が拡大し、賃上げができない企業は更に人材不足が深刻になっていく。
▲	職業安定所（職員）	・人手不足といわれるなかでも、有効求人数が前年同月比で7か月連続減少している。	
▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げ等の政策転換を考えると、明るい材料が見当たらないという声が製造業の企業から届いている。	
▲	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
	×	—	—

### 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）	・今年はや暖冬傾向で天候が良いため、来客数の増加に期待している。先日大阪で展示会をしたが、改めて北陸新幹線敦賀延伸以降、関西からの客が減っていると実感している。とはいえインバウンドが絶好調であるため、大きな問題にはなっていない。
	○	家電量販店（本部）	・前年は補助金に影響されていたが、この先は売上、来客数も戻ると考える。
	○	乗用車販売店（従業員）	・例年この時期は雪による悪天候が多いため来客数が落ち込むが、予想されたほどの積雪がなく、来客数は安定している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年と比較して店舗の設備投資意欲が高まっている。
	○	一般レストラン（統括）	・米国大統領の施策や方向性が明らかになり、また、物価上昇が落ち着けば、消費者の行動も春に向けて活性化するとみている。
	○	タクシー運転手	・今が底ならば良くなるしかない。政府のいろいろな対策などによって所得が増えることで、タクシー業界も恩恵が受けられると期待している。
	○	通信会社（役員）	・新たなサービスメニューの導入により、解約数が減るとみている。
	○	競輪場（職員）	・前年同期も売上が伸びていたことから、当面の間は景気がやや良くなるとみている。
	○	美容室（経営者）	・春に向かって気候が良くなるため、景気も上向くと期待している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・物価や建築資材及び外注費の上昇幅が大きいいため、その分を価格に転嫁できるかが大きな課題となっている。特に能登地方での受注は多いが、現場の業者と利益を確保できるかどうかのポイントである。
	□	商店街（代表者）	・富裕層には消費の動きも見られるが、一般の人はまだ生活するのが精一杯という雰囲気である。賃金が上昇しているようなので、早く支出に回せるようになることを期待している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・1月と同様に、2月についても仕入価格が高くなる。野菜なども値上がりしているため客の財布のひもは固くなり、高価格商材の動きが良くならないと考える。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価高がこれからも続くともみている。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・良くなる要素もないが、底は脱したと考える。
	□	百貨店（売場主任）	・為替の状況にもよるが、このままの状況が続けばインバウンド需要は右肩上がりでも推移すると考える。株価が大きく下がらない限り、富裕層の購買意欲は旺盛な状態が続くとみている。反面、物価高や電気、ガス、ガソリン料金の高騰により、一般消費者の財布のひもは固くなると考える。
	□	百貨店（販売促進担当）	・高級時計やブランド品については今後も富裕層を中心に需要があるものの、日常的に買う生鮮食品やふだん使いのアプリ、旅行は節約志向の影響を受けるとみっており、差し引くと大きく売上を伸ばすのは難しいと考える。
	□	百貨店（販売担当）	・当面、低空飛行の状況が続くとみている。ラグジュアリー商材やインバウンドの伸長、食品を含む商品単価の上昇で客単価は向上する。しかし、来客数や購買数の減少、複数販売比率の低下など、客の慎重な購買行動に変化がない。新生活など生活必需品の需要が伸びる時期だが、ここ数か月のセール商材の伸び、ポイントアップやお買い得なキャンペーン、プレミアム券の使用の集中といった客の低価格志向から、当面伸びないとみている。

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（店長）	・4月以降、客の給与面がどうなるか分からないが、現状では厳しい状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・今後も多品目の値上げが控えているため、消費者の購買が鈍るとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店舗管理）	・景気が好転する材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇もあり、簡単には購買意欲は上がってこないと考える。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・食品価格や燃料費も上がっているが、販売量は引き続き前年を上回っており、衣料品は現在の景気状態が当分続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が続いているため、客の買い控えの傾向は続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・性能より価格面を重視した商品選定をする客が多く、主要商品及び中小物商品の購入価格帯が下がっており、前年より客単価が下がっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・物価高の影響は大きく、それと同時に可処分所得が増えない状況は変わらないため、しばらく現在の景気状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・ガソリン代を始め、物価高騰が続いていくと考えるが、極力値引きを抑えた商談を進めることで、収益は確保できる見込みである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・車の需要が一定程度継続しており、数か月前よりも改善している。新年度に入るまでこの状況は続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（役員）	・物価高などによる生活苦は続くとみている。こうしたなか、潜在ニーズを多く捉える必要のある耐久消費財や趣味嗜好品の販売は依然として苦しい状況にある。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・希望的観測だが、これ以上悪くならないと考える。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・人手不足により、定休日を設けたり、店内を満席にせず運営したりしているため、来客数が減少している。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・前年は北陸新幹線延伸などの話題があったが、今年は明るい材料が少ない。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・世間の様子などから、大変厳しい状態が続くそうである。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・新年会を始め団体客の減少が目立っており、2月以降も苦戦が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経理）	・能登半島地震の影響で、営業再開までにかかなりの期間を要する。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は3月後半から予約が入ってきており、4月からの大阪・関西万博開催によるインバウンド需要を期待している。国内旅行者の回復はみえない。生活必需品の価格が上がっているため、レストランの来客数の回復が弱い。宴会部門は学会の開催が回復しているため期待している。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・宿泊単価の上昇、輸送コストの上昇などが著しいため、実店舗を持つ旅行会社からオンライン上でのみ手続が行える旅行代理店に、更に客が流れるとみている。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・春先は歓送迎会や新年度に向けて何かと外出の機会が増え、タクシー利用が増えるため、現状より景気が良くなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（職員）	・物価上昇により買い控えが続くと考える。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・卒業や入学の時期に入り、来客数は増えると思われているが、新機種発売の情報がないため、販売数に大きな変化は望めない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・金利が上昇し、経済が活性化すると期待感はあるが、現時点では不透明である。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・次年度に向けた会費値上げの案内を出す時期にきている。値上げに対する会員からの反応には不安しかないが、現状では値上げが必須の状況である。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・これまで土地の供給が少なかった地域で土地の契約が始まったところなので、これから販売が促進されると考える。住宅の価格は高くなったが、金利が上昇傾向にあるため、金利がまだ低いうちに固定金利で借りようとする客がいるとみている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・日本銀行の政策金利引き上げで住宅ローンの金利見直しの検討も考えられ、先行きが不透明である。

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
	□	住宅販売会社（営業）	・住宅ローンの金利上昇と建設費高騰の不安に対する客の心理は読み切れないが、悪くなる方向であるとみている。ただし、価格上昇のスピードが思いの外遅いため、2～3か月内であれば、景気は下向きながら横ばいに近い流れになると考える。
	▲	商店街（代表者）	・駐車場の利用状況が例年同時期と比べて少なく、心配である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・客の婦人服に対する価値観が変わるとなかなか元に戻らない。
	×	コンビニ（店長）	・経費が上昇し、来客数が減少するなかで、販売価格の上昇が売上を支えている。特段景気が良いわけではない地方の状況を考えると、コンビニでの販売価格がこれ以上上昇すれば、景気が良くなることはない。当店舗では経費高騰のため、運営を維持するのが精一杯の状況である。
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業績低迷が続くなか、それでも受注水準は少しずつ右上がりで推移しており、今後もその傾向が続くとみている。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ用関連部品において、欧米を中心に受注が大きく伸長している。特に欧州においてはコロナ禍後に好受注となっていた一方で、在庫調整の影響により受注が低調に推移していたところ、調整が落ち着いて受注状況が一転したため、好景気となる見通しである。
	○	建設業（経営者）	・公共工事を主体に受注する当社では、年度末に向かって、公共工事の完成工事高が計上される。
	○	金融業（融資担当）	・観光業や飲食業などで、中国などアジア系の旅行客を中心にインバウンド需要が見込まれ、関連業種も含めて収益が堅調に推移するとみている。能登半島地震の復興需要も、インフラ整備などを中心に関連業種で受注が急増し、融資の申請も増加している。
	○	税理士（所長）	・観光業や飲食業、小売業におけるインバウンド需要の効果は大きい。
	□	繊維工業（総括）	・直面している経営上の課題として、人材の確保難、原材料価格の高騰、並びに需要の見通し不安を挙げる企業が増加しており、先行きの不透明感が強まっている。一方で、スポーツやアウトドア向け商材の本格的な売上回復への期待が高まっている。
	□	化学工業（総務担当）	・今後の受注量は変化なく推移する予定である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注の入り具合から、景気は変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・良くも悪くもならず、ほぼ横ばいで推移すると考える。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・客からの情報等から勘案すると、ここ2～3か月以内での変動はないと考える。産業機械関係や一部民生製品では春先より受注が増加する等の情報もあるが、現時点では余り期待できない。やはり新製品設備関係の受注の伸びがないことには、先々の売上増加は確信できない。
	□	建設業（役員）	・受注したい工事はあるが、人手不足のため思うようには取り組めないという事情もあり、先行きは依然不透明である。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元の物量は、ほぼ前年並みで推移している。
	□	通信業（営業）	・米国の政策の動きに連動し、株価や金利の動向次第で景気は大きく変わると考える。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からも法人客からも問合せが少ない。
	□	司法書士	・営業状況は悪くないにもかかわらず、人手不足で廃業する飲食業、小売業が多数ある。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・金利の上昇と価格高騰による住宅の買い控えや、建築工事における慢性的な人手不足が続くと考えている。
▲	輸送業（経理）	・客先との契約運賃は、国土交通省が示している標準的な運賃に比べて十分とはいえず、高速料金や燃料サーチャージが明確に区分されていないため、これからの価格交渉に課題が多い。	

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
	▲	金融業（融資担当）	・日本銀行の利上げにより、企業の利息負担は増加する。足元の物価高の影響や賃上げ圧力もあり、国内企業には厳しい状況が続くとみている。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(北陸)	○	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・求人広告掲載の問合せが増加している。
	□	人材派遣会社（社員）	・事務関係の求職者数が若干増加している。IT系の求人は引き続き需要があるが、人手不足が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕 (営業)	・業種間の好不況の差は更に広がる可能性がある。
	□	職業安定所（職員）	・冬のボーナスをもらってから転職を希望する求職者が一定数いるが、例年並みであり、景気の良しあしを理由としたものではない。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足、原材料費や光熱費の高騰による影響が今後も続くと考ええる。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は2か月連続で2倍を超えたが、新規求人数は前年同月と比べると2か月連続で微減となった。円安の恩恵を受けられない企業や価格転嫁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）	・求人の動きに変わりがなく、求職者数も頭打ち状況で、中小企業における人手不足が継続している。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・変わらず物価上昇、円安、能登半島地震と奥能登豪雨災害の影響が続いているため、状況が好転する要素や気配がみられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・求人数は高止まりの状態、今のところ減少することはないようだが、求職者の確保が難しくなっており、売上が落ちている。
	×	—	—

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	コンビニ（店員）	・価格が上昇している商品が増えているが、観光に伴う動きとして、特にファミリー層は購入量が多めとなっている。品ぞろえが豊富で、酒やたばこのほか、温かい食べ物も手軽に購入できる便利さから、コンビニを利用する人が多い。
(近畿)	◎	高級レストラン（企画）	・販売単価の上昇が続くほか、大阪・関西万博の開催で国内外からの利用客が増えると予想される。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・春の桜シーズンの到来や大阪・関西万博の開幕で、既に4月から6月は高稼働、高単価となる見込みである。
	◎	美容室（店員）	・大阪・関西万博の開催で、ホテル宿泊者による利用が少し見込まれるほか、卒業式や謝恩会のイベントが当たり前となってきたため、良くなることが予想される。
	○	一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	・大阪・関西万博の開催により、人の流れが増える。
	○	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・3月頃には気候が良くなるほか、3月から4月は人の動きも活発になるため、期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・4月の大阪・関西万博の開催により、特に海外からの旅行者が増えることを期待している。
	○	百貨店（販促担当）	・物価の上昇による食品の苦戦は、大きな懸念材料である。メーカーの値上げについては、購買への影響を検証した対応をお願いしたい。値上げによって会社の利益は増えても、消費者が離れてしまう事態を懸念している。ただし、インバウンド消費が引き続き大きく期待できるため、全体としては好調を維持できそうである。
	○	百貨店（マネージャー）	・物価の上昇による買い控えの傾向が、春以降の賃上げや子育て世代への補助、年収の壁の見直しなどにより、やや緩和すると期待している。また、春以降に食品売場のリニューアルを予定しており、共働き世帯をターゲットに総菜関連を強化する効果なども出てくる。

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（マネージャー）	・大阪・関西万博の開催でインバウンド需要は更に増える見込みで、売上の底上げが続くと予想される。一方、物価の上昇が更に顕著となるなか、国内の中間層は賃金が少し増えたとしても、生活防衛による選択消費の傾向は更に強まる。それに対し、富裕層については、資産価値が高い商材の購買が続く見込みである。
	○	百貨店（商品担当）	・4月から大阪・関西万博に伴う需要に期待している。消費の盛り上がりにつながるほか、外出需要の増加でファッション関連も動く予想しており、万博への関心が高いといわれる中国人などのインバウンドにも大いに期待している。
	○	スーパー（企画）	・12月には実質賃金が4か月ぶりに前年を上回ったほか、今年も大幅な賃金増が見込まれる。
	○	スーパー（企画）	・野菜価格の高騰が消費者心理に相当な影響を与えているが、2～3か月後には上昇傾向にも一定の落ち着きが出てくる見込みである。
	○	コンビニ（経営者）	・多くの商品の値上げが予定されており、客単価の上昇が期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・春になれば新入社員の来店が増えるほか、インバウンドも20%ほど増える傾向にあるため、売上が伸びる。
	○	コンビニ（店員）	・担当のエリアマネージャーが変わり、店の改革を進めていく方針に変更された。今後はいろいろと試していくなかで、手始めに店の強みである手作りパンに力を入れていくことになるなど、少し変化が出始めている。
	○	コンビニ（店員）	・寒さが和らげば、例年どおり、来客数が少し増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・ここ数か月は横ばいの状態が続いていたが、年明けから単価を含めて、少し上向いている。ただし、原価の上昇や為替の動きをみると、難しい局面であることに違いはない。
	○	衣料品専門店（店員）	・業界の繁忙期に入るため、良くなると予想される。
	○	家電量販店（人事担当）	・新生活関連の商品の動きが活発になるほか、早期に気温が上がる予想もあり、エアコンの動きが早まりそうである。
	○	家電量販店（企画担当）	・新生活関連の需要増加に加え、人事異動の時期が近くなってきたため、引越しに伴う家電等のまとめ買いが見込まれる。
	○	乗用車販売店（支店長）	・日本銀行による金利の引上げのほか、物価だけではなく、賃金も上がる。それに伴って株価も上がるため、景気は上昇傾向となることが予想される。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・新車の販売は相変わらず安定しており、3月に向けて点検等の在庫も増えるため、少し良くなる。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・年度末に向けた駆け込みが予想されるものの、物価上昇の継続などで良いニュースが少ないなか、購入意欲が高まるかどうか懸念される。
	○	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・徐々に円高傾向が進むと予想され、それに伴い物価も少し安くなる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年度末にかけて賃金上昇の期待が高まるほか、季節も変わるため、新しく身の回りの物を新調する動きが増える。それに伴い、景気は少し良くなると予想される。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新年度となるため、ユニフォームなどのまとまった受注が期待できる。
	○	一般レストラン（経営者）	・地元の野菜の収穫時期となるため、それを使った料理を出すことで来客数は増える。
	○	一般レストラン（店員）	・卒業や入学シーズンに入り、家族が集まる機会が増えるため、期待している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博による影響で、良くなる見込みが大きい。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博も開幕し、国内外から多数の客を迎える状況となるため、宿泊部門は今以上の売上が見込まれ、宿泊客によるレストランの利用も期待できる。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド需要が春にかけて増えるため、高単価での販売が可能となる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・当地では大阪・関西万博による需要は多くないが、桜のシーズン後は好転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
	○	旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博の開催が近づくことで、旅行マインドが高まる。また、万博では旅行をデジタルで疑似体験することで、その後にリアルな体験を求める傾向も予想されるため、やや良くなると見込んでいる。
	○	旅行代理店（役員）	・年明け以降、海外旅行の問合せが増えている。4月から神戸空港で国際チャーター便の就航が始まることもあり、今後はコロナ前の水準に回復することを期待している。
	○	タクシー運転手	・大阪・関西万博が控えており、天候などにもよるが、徐々に人の動きが出てくると期待している。
	○	通信会社（社員）	・新生活に向けての需要期となり、例年どおりであれば販売も増える。キャリア主導での施策もあり、来客数や販売の増加が見込まれる。
	○	通信会社（役員）	・2024年度のスマートフォン出荷台数は2797万台と、前年比で9.8%増える予想である。スマートフォン市場は回復傾向にあり、特にAIスマホの販売増加が期待される。
	○	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期になると来客数が増加する。
	○	その他住宅 [展示場]（従業員）	・今後も客の消費マインドは少しずつ上向くことが予想される。
	□	商店街（代表者）	・人出は増えているが、買い回り品の売上は良くない状況が続いている。
	□	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	・国内消費は良くないが、3月に入ると花見の季節でインバウンドの予約も増えるため、プラスマイナスゼロとなる。
	□	一般小売店 [野菜]（店長）	・米国大統領による政策で、日本にどのような影響が出るのかは不透明である。良い影響としては石油価格の低下が挙げられるが、それ以外は分からない。
	□	一般小売店 [呉服]（店員）	・景気が良くなっているかといえば、コロナ前は下回っているが、良くなっている。ただし、殺伐とした社会になっているのか、慶事に対する関心が薄れている。
	□	百貨店（売場主任）	・来客数が減少するなかで、客単価の上昇が常態化するなど、対照的な動きが定着している。利用頻度の低い中間層でも、特定の消費に高い料金を払う傾向がみられるなど、メリハリをつけたお金の使い方での消費を楽しんでいる。
	□	百貨店（企画担当）	・売上の大半を占める中間層の消費意欲が見通せないなか、少なくとも上向くことはない。初任給の引上げに関する報道もあるが、それで全階層の収入が増えるわけではない。
	□	百貨店（広報担当）	・百貨店では春物衣料が本格的に稼働するまで、バレンタインデー関連などの食品の動きが中心となる。
	□	百貨店（サービス担当）	・来月もバレンタインデーフェアの催事を中心に、来客数の増加が予想される。直近の好調な傾向に変化はなく、前年の実績を確保することが見込まれる。
	□	百貨店（宣伝担当）	・これから春節を迎えるが、中国の景気減速や韓国の政情不安などで、これまでのようなインバウンドの増勢は想定できない。国内客についても、物価上昇の影響で財布のひもが固くなっており、引き続き楽観視できない状況が続く。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・国内消費に関する外的要因には不確実な部分が多いため、景気が上向く要素は少ないが、大阪・関西万博を控えていることから、関西では5月以降、一定の盛り上がりが見込めそうである。
	□	百貨店（販売推進担当）	・近隣人口の減少により、卒業式などに伴うオケージョン需要は微減となっている。食品イベントなどの強化で、前年の実績を何とか確保する状況が続く。
	□	百貨店（マネージャー）	・前月から大きな変化はなく、全体的な来店状況や購買の動きは落ち着いている。一方、店全体への影響は小さいものの、インバウンドの来店や消費が増えている。こうした動きは中国人客によるものであり、今後もこの傾向が続くと予想される。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・物価の上昇や円安により、国内需要は今後も厳しい状況となるが、食料品などの生活必需品は比較的堅調である。ただし、衣料品関係では、コートなどの重衣料の需要は余りみられない。来月は中国の春節などで、インバウンド売上と外商売上については期待できそうである。
	□	百貨店（管理担当）	・ファッション関連に業績をけん引するような商材はみられず、インバウンド需要に頼らざるを得ない状況が続く。

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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・全体的に景気動向は堅調であるが、主要な海外特選ブランドの相次ぐ価格改定により、消費マインドが少し低下傾向となっている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・インフレ動向のほか、海外情勢、国内情勢共に不透明なため、良くも悪くも現状のままとなる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の安定や、給料の増加などを消費者が体感できなければ、景気が目に見えて良くなることはない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・原油価格が下がらない限り、商品の価格も下がらないため、この先も厳しい状況となる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・様々な原料や製品の原価が値上げとなるなか、価格転嫁はそれほど進まず、利益に影響が出ている。今後は米の価格も値上げとなるため、客単価は若干上がるものの、プラス1品の購入といった動きにはつながらず、販売点数は増えない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・来客数の推移は現状と変わらないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・物価が上昇する一方、賃上げの積極化や人材獲得競争の激化で、パートタイマーを含めた所得環境も良くなっている。その結果、低価格志向と高付加価値品の購入という、消費の2極化傾向がますます鮮明になっている。今後については、人件費の上昇による企業の負担増が、雇用情勢に与える影響が懸念される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・値下げ傾向に転じる気配はなく、しばらくは足元の傾向が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・今後は更に良くなるとは想定していないが、このまま好調が維持できそうである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・ガソリン価格や人件費の上昇などが、今後も店頭価格に影響する。店頭価格の上昇によるプラスの影響のほか、客の節約志向が強まるというマイナスの影響も続くことが予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・2月も暇な状況が続くそうであり、早く活気が出てきてほしい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・現状維持が精一杯であり、景気の改善は期待できない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・どの程度の賃上げが行われるかで変わってくる。全体的には2極化の進行が予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少ないほか、車検の予約も少ない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けて在庫の整理をする時期であるが、特に大きな変化はみられない。需要は低調で、生活必需品の購入が重視されている影響か、売上も良くない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・需要を喚起する新型車に乏しく、電気自動車需要の伸びにも期待できない。さらに、車両単価の上昇で、販売台数の大幅な伸びも望めない状況にある。ここ3か月ほど、販売台数は目標に届いておらず、今後も厳しい状況が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新車価格の上昇に起因して、中古車の仕入価格も高くなるなか、販売価格には転嫁しにくい状況である。客も慎重に安い店舗を探し、購入する傾向がみられる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・都市部では不動産価格が上昇し、売買の流通量も多いため、その部分をみれば景気は良いと判断できる。ただし、物価が上昇するなか、賃金の増加は追い付いておらず、実質賃金が減っている状況を見ると、今後の景況感是不変だと予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・高水準の円安が続くなか、春節などでの爆買いや新年度に向けての消費よりも、宝飾品が優先されるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・引き続き感冒薬などの医薬品や、衛生用品の売上は好調が続くと予想される。一方、今後は気温の上昇による花粉症の状況に加え、春物商材への切替え後も好調な売上が維持できるかが重要となる。現状は食品や生活必需品の値上げで客単価が上昇するなか、買上点数は減少となっており、今後も同様の状況が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇といった消費マインドの低下要因もあり、先行きが読めない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・春先までは、余り大きな変化はないと予想される。

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
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍以降、それまでの外食費が見直されているようで、貯蓄や旅行、買物、趣味などの別の娯楽に振り替えることで、豊かさを求める傾向となっている。外食をしないわけではないが、当分は景気が良くなるとはいえない状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・売上は安定している一方、材料価格の高騰が収まる気配はなく、業績の悪化につながっている。また、大阪・関西万博の開催に伴い、関西のパート時給も上がっているため、人件費の増加懸念はもちろん、人手の確保も心配される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・今年も異常気象など様々な事象が起きそうなほか、物価の上昇も追い打ちとなるため、期待できない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・2月から3月にかけても、インバウンドを含む個人客の動きが活発となりそうである。4月以降の大阪・関西万博関連の動きはまだ少ないが、通常の個人旅行が活発なため、特に心配はしていない。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・現状維持の動きが予想される。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・物価が上がり続けるなか、更に付加価値を明確にしなければ、淘汰されることになる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・客室単価の上昇は期待できないものの、インバウンドや個人客の利用により、前年並みの売上は確保できそうである。レストラン、宴会も定例開催の案件は受注できているため、その他の受注を期待している。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・米国の新政権の始動によって、日本経済がどのような影響を受けるのかが見通せないほか、大阪・関西万博についてもまだ不透明な部分が多く、今後の予想が難しい。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・良くなる要因が見当たらない。大阪・関西万博についても、今のところは景気をけん引するほどの影響はない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・今後も円安傾向が続くことで、物価が上昇する。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・地方経済の景気は滞ったままである。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・米国大統領がどのような政策を実行するかで、影響の出方が変わるが、特に大きな変化はないと予想している。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・来客数の前年比の増加率はほぼ一定で推移しているが、1月末からの春節で上向くことを期待している。
	<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・春闘を経て、4月以降に一定の賃上げが中小企業を含めて浸透するまでは、レジャーなどの非日常的な消費には選別がはたらくことになる。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すれば順調であるが、低価格プランの予約が中心であるため、景気に大きな変化はない。今後更に単価が上がるようであれば、景気も上向きと判断される。
	<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・年末年始の全国の売上は、安定して高い水準で推移している。この先も大きな変化はなく、好調を維持しながら推移しそうである。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・催事は順調に開催されているものの、人件費の上昇や資材価格の高騰で維持管理費が増加しており、収益の減少につながっている。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・インバウンドは今の好調が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球が開幕し、3月には公式戦があるほか、多くのコンサートが開催されるため、多数の来場者を見込んでいる。
	<input type="checkbox"/>	美容室（店員）	・パーマやカラーなどの単価の高いメニューの利用が見込まれるが、トリートメントなどの利用は控える客が増えそうである。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・都心のタワーマンションを中心に投資家の需要がみられる一方、実需は販売価格の高騰について行けなくなっている。それに対し、分譲マンション価格の高騰もあり、都心の賃貸マンションは賃料が上がっても、賃貸状況は順調な推移が予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・都心部の販売は好調で、郊外は不調という状況が続くそうである。

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
	▲	一般小売店〔時計〕 (経営者)	・今から2～3か月先には大阪・関西万博が控えているほか、年度替わりとなるため、何かと物入りな状況となる。一方、最近増えているのが、ネット通販との価格の比較である。販売の形態が異なるため、個人店舗と価格を比べられるのは厳しい。当店として景気が良くなるのは、容易なことではない。
	▲	一般小売店〔花〕(経営者)	・各商品の値上げの動きが続き、景気の後退が予想される。業種的に節約対象になりやすいため、売上に大きな影響が出る。
	▲	一般小売店〔化粧品〕 (経営者)	・化粧品ブランドのリニューアルは2月、3月も続くため、4月までは現在の傾向が続くと予想される。インバウンド需要が見込まれる都心店舗では、海外客の需要は国内ブランドが中心となるため、商材の入替えによる影響は小さいが、地方の郊外店舗では国内客を中心とした売上が、1月と同じく2%から3%減少する。
	▲	一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・生活に必要な食料品などの価格が上がっており、今後も上昇が続くと予想される。生活必需品ではない衣料品に回す予算の減少を実感しているが、物価が更に上昇すれば、そうした傾向は一層強くなることが懸念される。
	▲	百貨店(売場主任)	・物価の上昇が止まらない状況で、客の節約志向が更に強まるため、今後も生鮮品を中心に苦戦が予想される。
	▲	百貨店(外商担当)	・金利の上昇による円高傾向で、インバウンド売上の減少が予想される。
	▲	百貨店(マネージャー)	・近隣の大型商業施設の増床に伴い、一時的ではあるものの、来客数の減少が予想される。
	▲	スーパー(開発担当)	・物価の上昇が続くなか、消費は回復せず、労働者の賃金も上がらない。インフレを脱却しなければ、景気は良くならない。
	▲	コンビニ(店長)	・客単価の上昇で売上は横ばいか少し増えても、経費がそれ以上に増えているため、利益は実質的に変わらない。今後は悪くなっていくことが予想される。
	▲	衣料品専門店(経営者)	・様々な物の価格が上昇していく。特に補助が縮小しているガソリン価格などの上昇が、景気を押下げると予想される。
	▲	家電量販店(店員)	・会員数が減り続け、来客数も減少しているため、どれだけ良い商品を販売しても、売上計画を達成できない状況となっている。
	▲	家電量販店(店員)	・材料価格の高騰による家電製品の値上げで、客は必要でない限り、購入を考えなくなっている。2月は元々閑散期であるが、3月の決算期も、余り期待できない状況が予想される。
	▲	家電量販店(店員)	・世の中の景気が回復しない限り、業況が悪くなるのは当然である。景気対策の検討により、少しでも厳しい状況が緩和されることを期待している。
	▲	その他専門店〔食品〕 (経営者)	・中小企業が賃上げを行うまでは、インフレの傾向が収まらずに悪循環が続くため、しばらくは今の状況が続くと予想される。
	▲	その他飲食〔自動販売機(飲料)〕 (管理担当)	・ガソリン代補助の縮小や利上げ、値上げの継続と、苦しくなる材料しかない。
	▲	旅行代理店(従業員)	・賃上げは大手企業ばかりであり、一般の中小企業は取り残されている。
	▲	タクシー運転手	・相変わらずの物価の上昇に、客の財布のひもは固い。今後は格差社会のような風潮も目立ってきそうである。
	▲	テーマパーク(職員)	・今後の経済政策が報じられている内容であれば、先行きへの期待感は薄い。
	▲	競輪場(職員)	・様々な物の値上げが予定されている。やはり遊興費に使われる額が少しずつ減っており、来客数も年々減っているため、売上の減少につながっている。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕 (業務担当)	・経費の増加などで、先行きには明るい要素が見当たらない。
	▲	その他サービス〔学習塾〕 (スタッフ)	・物価の上昇に影響され、教育費の削減が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（経営者）	・どこかのタイミングで、地価の上昇傾向に調整が入らない限り、現状から少し低下気味の推移になると予想される。大阪・関西万博の終了までは、この状態が続く。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・価格転嫁の交渉に、予想以上の時間が掛かっている。
	▲	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）	・円安の動きに伴い、消費が減少しているほか、企業の倒産件数も増加傾向にある。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・同業他社のコンプライアンス違反が発覚し、その対応で当社にも人手の応援要請があったため、今後は本当に人手が足りなくなる。
	×	スーパー（経営者）	・燃料価格の高騰や、物価全体の上昇、増税懸念というトリプルパンチにより、景気が良くなるとは考えられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税やその他の負担が重いほか、食料品価格の上昇や社会保険料の負担も増えたことで、客が衣料品にお金を回す余裕がなくなっている。
	×	家電量販店（店員）	・商品価格が高いため、買換えの判断が更に遅くなっている。
	×	住関連専門店（店長）	・当店は欧州からの輸入が多く、現地のインフレは日本よりも更に厳しいため、原価の高騰も激しい。客の予算と実際の価格のギャップは広がる一方で、商談がスムーズに進まないケースが増えている。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で来客数が減っている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・コストの上昇が落ち着かないため、先が読めない。
企業 動向 関連  (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替はまだ円安傾向が続いているが、従来の事業内容に加えて、新規の商材を手掛ける可能性もあるため、先行きは良くなることが期待される。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・1月になり、出荷量は例年よりも少なくなっている。気温が影響している部分もあるが、耐久消費財の購入の優先順位が下がっている。ただし、今後は取扱製品の需要期に入るため、出荷量は増えると予想される。
	○	食料品製造業（営業担当）	・少しずつ気温が上がってくるとともに、飲料の売上も伸びる時期となる。前年のような価格改定もないため、やや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の開始が近づき、印刷物などの駆け込み需要が予想される。開催後も、しばらくは需要の増加が続くであろう。
	○	輸送業（営業担当）	・新生活の準備で、ドラム式洗濯機が売れる見込みである。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・いよいよ大阪・関西万博が開幕となるが、外国人観光客よりも国内客の来場が中心となりそうであり、関西は少なからずその恩恵を受けることが予想される。
	□	食料品製造業（従業員）	・野菜や果実などの原材料が不足しているほか、価格の高騰もあって利益が圧迫されている。商品を値上げすれば受注も減るため、様子見の状況である。
	□	繊維工業（総務担当）	・商品の品質による競争ではなく、価格競争が先行している。差別化のためには、愛用者のことを考えた、付加価値の高い商品を作るしかなく、その点を踏まえて商品を開発していく。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の取引先を除いて、増産の情報がない。
	□	化学工業（経営者）	・他社にシェアを奪われているわけではなく、どの分野の取引先も売上が落ちており、良い話が全くない。
	□	化学工業（管理担当）	・先行きは不透明なままとまっている。
	□	化学工業（企画担当）	・食品の需要は堅調に推移している。インバウンドの増加による影響だけでなく、食品の原料価格が上昇しても、販売価格に転嫁できる雰囲気がある。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・発注を控えられた案件が、比較的短い納期で改めて出てくることが予想されるため、収支に大きな変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇が続くなか、春闘によって賃金の増加が物価の上昇を上回り、実質賃金が前年比でプラスになるかが焦点となる。大手企業だけでなく、全体の労働者のおよそ7割を占める中小企業で賃上げが進むかがポイントとなる。

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
	□	金属製品製造業（経営者）	・米国大統領による輸入関税の引上げが、自動車産業にどのような影響を及ぼすかが不安である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・製造業の活動が低下しており、今後もこの傾向に変化はないと予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に賃金の増加が追い付かなければ、厳しい状態は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大型の受注が少なく、売上が伸びない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価の上昇に歯止めがかからず、先行き不透明な状況には変化がない
	□	建設業（経営者）	・今後の景気も、現状のような緩やかな上昇傾向となりそうである。
	□	建設業（経営者）	・建設資材や技能労働者の不足により、人件費や建設費の増加が進み、取引先の予算とコストの差が広がっている。計画中の物件も、予算不足により着工できない可能性がある。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年2月、3月は販売が減少するため、少し悪化する。
	□	広告代理店（営業担当）	・3月までは比較的好調な動きが続きそうであるが、4月以降は不透明である。
	□	経営コンサルタント	・当面は今の状況が続くと予想される。大阪・関西万博による好影響が期待されるものの、それを口にする中小企業の経営者は少ない。
	□	司法書士	・物価が上昇するなか、起業や事業の拡大といった案件はないため、現状と変わらない状況が続く。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・コストの上昇に対し、販売価格の値上げができず、厳しい状況である。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月程度では、値上げなどの状況に変化はないため、現状と大きくは変わらない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・靴下企業の業績は、多くの輸入品と一部の国内生産で成り立っている。輸入に関しては1ドル120円から円安に大きくシフトしたままで、その分は価格転嫁ができていない。また、国内生産については、原材料価格の上昇分を販売価格に転嫁できていない状況である。靴下企業の置かれている現状は、大変厳しいままとなっている。
	▲	建設業（経営者）	・地方の中小企業による賃上げが、物価の上昇ペースを上回ることは難しい。
	▲	輸送業（経営者）	・ガソリン補助金の縮小で燃料費が増えるため、仮に収入が増えても収支は悪化する見込みである。採算がギリギリの仕事は断わらざるを得なくなるため、全体的な売上も減ることになる。
	▲	金融業（営業担当）	・物価の上昇に加えて、日本銀行による政策金利の引上げが決定し、金利負担は企業、個人共に増える。企業の賃上げも一部の大手企業に限られるため、消費は悪化する可能性が高い。
	▲	不動産業（営業担当）	・衣料品はWeb販売が増え、実店舗での購入が減っている。将来的には店舗の空室率が上がることで、賃料が下がり、景気も悪くなる。
	×	輸送業（営業担当）	・賃金などの改善を進めてこなかったため、優秀な社員数名が退職してしまった。人手不足の状況から、荷物の受注を減らさざるを得ない。
	×	通信業（管理担当）	・物価の上昇が激しいため、最悪の状況が予想される。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政府の経済対策は十分ではなく、日本銀行の利上げによる影響も懸念される。
	×	金融業（営業担当）	・物価は更に上がり、個人消費にも大きな影響を与えることで、景気の減退が予想される。大企業は黒字傾向であるが、中小零細企業は赤字となるほか、倒産に追いやられる可能性がある。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・インフレ対策や景気対策を早急に講じるべきである。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・年明け以降は求職者の動きが最も活発化する時期であり、企業も4月に向けて採用意欲が更に高まるため、需給状況は良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催とともに、良くなってくる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博の開催期間中は、一時的に求職市場がにぎわうと予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業のプロモーション費用については、大阪・関西万博の開催もあり、今後は前の四半期を上回ると予想される。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・年度末に向けた一時的な求人の増加に、大阪・関西万博関連の求人の増加が重なっている。その一方で求職者は少なく、求人を募集しても採用につながりにくい状況が続いている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用活動の早期化が進み、新3年生に向けた春休み期間のイベントには、企業による多数の申込みが見込まれる。
	□	人材派遣会社（支店長）	・特に良くなる見通しはなく、来年度も厳しくなると予想される。
	□	アウトソーシング企業（社員）	・人材募集を行って新たに採用しても、すぐに1人前には仕事ができない。人手不足の状況にあるなか、教えながらの作業には無理がある。
	□	職業安定所（職員）	・12月の新規求職者数は前年比で増加となった。雇用保険受給者による新規求職の登録数は、前年比で12か月連続の減少となっていたが、増加に転じている。
	□	職業安定所（職員）	・ここ数か月の求職者の動きは前年比で微減と、大きな変化はみられない。今後もしばらく大幅な変動はないと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・例年、これからの時期は新年度に向けた求職者の増加が見込まれるが、今年は想定を超えることはない。また、通年では求職者が微減の傾向にあることから、ここ2～3か月も大きな変化はないと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・米国の動向など海外情勢に不安要素はあるが、短期的には求人数に大きな変化はないと予想される。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的に求人数が増えるものの、求職者が少ないため状況は変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業による人材確保への強い意欲を感じるが、景気の回復が実感できるような、事業拡大などの動きは見当たらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・先行き不透明な状況が3か月後も続きそうであり、企業が受ける影響は見通せない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・一定のスキルが必要で、自動化が困難な業務では今後も求人が出てくる一方、一般的な技術者は対人での対応力が優れていなければ、自動化の対象となるかもしれない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米国大統領の就任により、世界情勢は更に混とんとしてきた。米国大統領が就任後に様々な大統領令を発出しているが、日本がこのスピードに対応できるとは考えられない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業の初任給は上昇傾向にあるが、福祉、医療業界の賃金はそれほど変わっていないなど、業種や企業規模による差がみられる。また、物価の上昇以上に賃金が上がる期待はもてず、年収の壁問題への対応にも政府の危機感薄い。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・2～3か月先の物価上昇に関する情報がある一方、求人条件の向上が追い付いていない。
	×	—	—

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連  (中国)	◎	観光型ホテル（副支配人）	・春になれば桜を目的とした利用客が増えてくる。
	◎	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着き、景気は良くなる。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・春になるため、3月後半からの予約数が徐々に増えている。
	○	商店街（代表者）	・春になると、観光客を含め、動きが出てくるとみており、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・宇治抹茶が品切れ状態なので、都会のインバウンドが続く限り、抹茶の注文は続くとみられる。

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
	○	百貨店（広報担当）	・社内では来客数増加に向けた企画を計画している。外部要因として、前年から続く賃上げ、初任給引上げによる期待感が少なからず出てくると見込んでいる。
	○	百貨店（営業担当）	・旅行、式典等のイベントが戻り、需要が発生する。
	○	スーパー（販売担当）	・中国の日本へのビザ免除再開による春節の観光客の増加や大阪・関西万博開催による海外からの観光客の増加が見込める。
	○	スーパー（販売担当）	・賃上げが中小企業へと波及すれば幾分の上昇は期待できる。
	○	コンビニ（店長）	・季節が春へと変わっていくので、インバウンドが増加するとみられる。また、国内の動きも暖かさとともに活発になると推測する。
	○	家電量販店（販売担当）	・新生活需要に期待できる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・ここ数か月の案件がある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦から早期決算セールに突入し、客の動きが活発になっている。ガソリン価格高騰により、ハイブリッド車への乗換えの相談が増えている。しかし、前月同様に他社車検やネット保険に切り替える客が増えているのが懸念材料である。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後決算期に入り、市場の動きが活発になってくることが見込まれる。何としても年明けの好調な状況に軌道修正していきたい。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・アクセサリ、呉服、ペットなど、高額な娯楽商品が売れている。生活必需品以外に使える金があるとみられる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・春に向け外国人の増加に期待する。
	○	バー（経営者）	・来客数が増加する。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・1月は例年来客数が少なく、3月下旬以降は来客数が伸びる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・2月の飲食は多少リスクを持って考え、良くて前年程度と考えているが、宿泊は少しずつペースが上がっているため、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・先行予約はインバウンドの桜ツアーなど堅調に推移しているが、他地域と比較すると需要の拡大は見込めない状況である。一方で、国内外共に米国大統領の今後の政策が大きな影響を与えるため、先行きが見通しにくい状況である。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・瀬戸内国際芸術祭、大阪・関西万博等、大型イベントの開催を控えていることから、予約が好調であり、需要を見込んでいる。
	○	タクシー会社（営業所長）	・大阪・関西万博での人流が当地域にも波及することを期待したい。新たな観光プランや車両の入替えなどを進めている。
	○	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は舟券の発売時間が長くなるため、売上が増加する。
	□	商店街（理事）	・これ以上景気が悪くなるとは考えられないが、景気が良くなる可能性も低い。
	□	一般小売店〔食品〕	・商品の値上がりは今後も続くが、給与の増加は期待できず、景気が良くなる要因が見当たらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・商品の仕入価格は値上がりするが、販売価格に転嫁できない物が多く、景気の上昇は見込めない。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・来客数が増加しないため、今後も余り変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・毎月新しいことに挑戦し、何とか前年実績を上回っている。
	□	百貨店（営業担当）	・ハレの日に需要は若干あると考えるが、買い足しの単品買いや低価格志向へ変わってきている。気温の変化もあるが、例年3月中旬頃まで寒さが続き、春物の動きは鈍いとみられる。

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
	□	百貨店（売場担当）	・今年の春以降も顧客の購買動向に大きな変化はないとみられる。都心部の百貨店では依然としてインバウンドが好調とのことだが、地方では全く影響はない。ただ懸念されるのは、あらゆる物が値上がりしており、ラグジュアリーブランド等の高額品で一部影響が出始めている。
	□	百貨店（外商担当）	・相変わらずガソリン価格など、物価の上昇が続いていることで、消費者の購買意欲が低下している。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇が春以降も進むと予想され、景気回復はまだみえてこない。
	□	スーパー（営業システム担当）	・食料品の値上げが続々と発表されているため、販売数量の増加は難しい。また、メーカー商品から価格の低いプライベートブランド商品への移行がみられる。特売販促を組んでいる日とそうでない日の来客数と販売量の差が大きくなっている。また、地方では余り賃上げの実感はないため、客の節約志向は高まり続ける。
	□	スーパー（販売担当）	・年始は来客数が多く好調だったが、月の後半には通常に戻っている。物価上昇が続いているため、買い控えをしている客が多い。
	□	コンビニ（エリア担当）	・客に金利上昇や世界経済の大きな変化に対する不安感があるため、今後、更に財布のひもは固くなる。このため、景気が大幅に良くなるとは考えにくい。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・店舗を営んでいるオーナーの経費負担が増えてきている。電気料金、水道料金、人件費など固定費が上昇しているため、売上が拡大しても追いつかない状況が発生している。
	□	コンビニ（支店長）	・物価と賃金の格差が広がっており、個人、企業共に苦しい環境が続く。
	□	衣料品専門店（経営者）	・商品の値上がりで、職人の仕事が厳しくなり、仕事をやめる職人も出ており、良い商品ができなくなっている。
	□	家電量販店（店長）	・賃上げが行われているとは聞くが、客の購買意欲は低下し、売上も伸びていない。
	□	家電量販店（副店長）	・景気に改善の兆しはみられないが、大幅に悪化する要因も見当たらない。ただし、ガソリンの価格高騰は懸念される。
	□	乗用車販売店（業務担当）	・景気に変化はなく、現状がもう少し続く。
	□	乗用車販売店（リース担当）	・全ての物価が上昇しているのに対して、給料が増加しないため客が節約し、景気は良くならない。
	□	乗用車販売店（統括）	・メーカーの出荷量により販売量に影響が出ている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・新商品は出ず、円安も止まらないため、景気が変わることはない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・どっちつかずの売上で判断がしにくい状況が続いている。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・人件費が上がり、ガソリン価格を含む光熱費が高く、客の財布のひもが緩むことは当分ないとみられる。
	□	その他専門店〔時計〕（経営者）	・賃上げはあるが、先行き不安もあり、景気が上向くとは考えられない。
	□	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が今以上に良くなる要因がなく、悪くなる要因もない。
	□	一般レストラン（経営者）	・寒さのせいでインバウンドが減っているが、春にはまた増えることを期待している。
	□	一般レストラン（経営者）	・メイン食材である肉、米、野菜、卵の価格の更なる上昇で、客の来店回数が減少することを危惧している。客の節約志向から、来客数が減少し、ディナータイムの利用も回復しない。
	□	タクシー運転手	・観光客が少し減少しており、2月も寒さが厳しくなることから、客の動きが鈍くなる。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	・利用料の延滞、回収率のいずれもこの数か月ほぼ横ばいとなっているが、今後は物価の上昇が家計を圧迫する可能性がある。
	□	通信会社（企画担当）	・サービス提供側として、通常のキャンペーンしか予定しておらず、特別な変化が期待できないが、消費者側の動向についても、景気が変動する要因はない。
	□	通信会社（総務担当）	・政府が特段の景気対策や期待される施策を検討しているように見受けられないため、2～3か月先の景気は変化がないとみられる。

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
	□	テーマパーク（営業担当）	・閑散期に入っており、春までは来客数が大きく動かない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況は例年と変わらないが、1月同様インバウンドの予約が良くない。国内の予約は伸びているが、全体では前年同期の予約状況と比べ、7割程度となっている。
	□	美容室（経営者）	・客の節約志向がなくなれば景気は上向くが、今のままでは景気は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・建築コストの上昇が続いているため、新型コロナウイルス感染症発生前より成約に至るまで時間が掛かっている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新しい年がスタートしたとはいえ、景気の先行きが不透明であり、春先くらいまでは回復のめどが立たないものとみられる。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・各企業が賃上げを提示していくなか、少しずつ景気が回復していくことが見込まれるが、その流れが地方にくるまでには、少なくとも3か月程度掛かるとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・景気は徐々に回復しており、少し明るい兆しが出ている。
	▲	百貨店（営業担当）	・商圏内の駅前に競合店が現れ、街中心部の活性化を阻害することが考えられる。
	▲	百貨店（売場担当）	・特に野菜などの生鮮食品の高騰で、客に節約志向が働いており、来客数に変化はないものの、売上が伸び悩んでいる。また、今月は化粧品の不調が目立っており、女性の生活必需品にまで影響が出ている可能性がある。
	▲	スーパー（店長）	・今月、ガソリン価格が上昇したが、今後は他の商品も少しずつ値上げが進行するため、客の財布のひもが固くなる。
	▲	スーパー（店長）	・電気、ガス、ガソリンなどの値上げは更に家計を圧迫していくと考えられる。また、所得においても、前年限定であった特別減税がなくなることから、支出が増えることは考えにくく、客の節約志向がますます進むと予測する。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上げに客が対応できていない。
	▲	スーパー（店長）	・引き続き客の節約志向が強く、割引日やイベント催事日に来店が集中しており、何もない平日の来客数と売上が大幅に落ち込んでいる。
	▲	スーパー（総務担当）	・燃料費等諸物価の上昇で、必要品のみの購入が続きそうである。
	▲	スーパー（業務開発担当）	・客の生活防衛で、買上点数が減少し、来店頻度が低くなると考えられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・今後も1品単価の上昇が続き、売上は前年を上回る状況が続くものの、同業他社との価格競争が激しくなり、仕入価格及びコストの上昇を価格転嫁できなくなり、営業利益が減少する。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が余りない。限りある資源を大切にする意識が生まれつつあり、新しい物を買うというより、今あるものを工夫して長く着るといった風潮になるとみている。
	▲	衣料品専門店（代表）	・電気料金、物流費、保険料、食料品価格などの上昇により、消費者心理の冷え込みが起こると考える。
	▲	家電量販店（企画担当）	・現政権がどんな景気対策を実施するのかははっきりしないため、景気が良くなることはない。
	▲	乗用車販売店（店長）	・販売できる車種が限られており、来客を見込める新商品不足により、景気は悪くなると考えられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・多少賃上げがあっても、それ以上に物価が上昇しているため、これから景気が良くなる要因がない。
	▲	一般レストラン（店長）	・ガソリン価格など物価の高騰で来店を控えている客が増えており、今後もその状態が続くことを危惧している。
	▲	旅行代理店（経営者）	・海外旅行について、各国不安材料が多く、国内においても余り良い材料がない。
	▲	旅行代理店（支店長）	・引き続き円安が続くと予測されており、回復は難しいと想定する。旅行需要が増えてくる春並びにゴールデンウィークに向けてプロモーションを強化していく。
	▲	タクシー運転手	・季節的な傾向ではあるが、春に向けて人事異動があったり、気候が良くなったりすることに伴い、人々の動きが活発になるとみられる。
	▲	通信会社（広報担当）	・価格高騰だけが続く状態なので、このままでは景気は悪くなり続ける。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	通信会社（営業担当）	・賃金の上昇が物価上昇に追いついておらず、また、年金生活者は収入が増加するわけではないため、今後の光熱費や食料品価格の上昇で生活必需品以外の消費が鈍化するとみられる。
	▲	通信会社（企画・総務担当）	・一部消費者の高単価な新商品への購買意欲は伺えるが、相対的な物価上昇の影響か、商品の性能よりもお買い得な商品への乗換え傾向もある。その傾向は特に中高年で顕著であり、今後も続くとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・急激なインフレが客の財布のひもを固くしている。さらに、中小企業に関しては、税金、賃金、社会保険料の負担が大きくなり、利益が出せず、現金確保が難しいなどの問題も出てきている。
	▲	設計事務所	・年度末までは新規案件が少なくなる見込みである。
	▲	設計事務所（経営者）	・来客数の回復が遅れており、売上の伸びが期待できない。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・少子高齢化のなかで、将来に向けて良くなることは全体的に考えにくく、シェアの奪い合いの激化が予想される。
	×	商店街（代表者）	・消費が落ち込んでいる状況で金利上昇の話が出て、消費者心理が冷え込んでいるため、景気は悪くなる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・ローンを抱える世代は金利上昇で消費を抑える。
	×	コンビニ（エリア担当）	・来月、競合店が近くに進出する。また、年度末に工事が多くなると考えられるが、確証はない。商品価格が1年前と比べて2～3割上昇しているのに対し、給料が2～3割上昇している事業所はない。今後は春から夏にかけて、何か政府の対策がないと、非常に厳しい状況が続く。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・大手企業は、春闘で大幅なベースアップがあるとみるが、地方の中小企業は人件費を大幅にアップすると、人件費率が上がり、経営が圧迫される。前年から仕入価格も何段階か値上がりし、末端客に価格転嫁すると買い控えや売上減少につながっている。内部留保がほとんどない中小企業の救済制度や助成金等を強く求める。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数や購買金額の減少が改善されない。
	×	美容室（経営者）	・物価上昇が客にかなり影響を与えており、客の消費に余力がない。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後は忙しくなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	会計事務所（経営者）	・補正予算での企業補助金の増加が企業活動の活発化につながり、賃上げが消費増加につながることを期待したい。
	□	農林水産業（従業員）	・全体的に悪いまま続きそうな気配がする。
	□	繊維工業（財務担当）	・価格転嫁をしても、コストの上昇を吸収しきれない。
	□	化学工業（総務担当）	・米国大統領による関税引上げの動向など、懸念事項がある。
	□	化学工業（総務担当）	・先々の受注量や販売量に変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け注文水準に変化はなく、現状が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足が大きく影響しているとみられる。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・生産量に関する好材料がない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・電子機器部品製造装置の受注や引き合いが引き続きあるものの、液晶関連、車載関連、実装部品は生産調整等により受注量が減少傾向にある。
	□	建設業（経営者）	・世界中が混乱しており、自国も安定政権ではないので、個人消費も企業の投資も慎重にならざるを得ない状況にある。
	□	建設業（総務担当）	・予定物件の受注と受注物件を問題なくこなすことに注力する。
□	輸送業（業務推進担当）	・特に景気に関する大きなプラスやマイナスの要素はなく、取引先にも目立った動きはない。	
□	輸送業（営業担当）	・顧客に景気動向についてヒアリングしたが、2～3か月後には大きな変化がないとの感触を持っている企業がほとんどである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（企画担当）	・地政学的なリスクはあるものの、電気料金高騰や半導体不足などのリスクもなく安定しているため、データセンター関連の供給に影響がないと想定される。基本的には顧客の計画的なスケジュールで販売量も安定するとみられる。
	□	金融業（支店長）	・消費者については、賃上げ効果により、消費意欲が高まる傾向にあるが、企業については、物価上昇分を販売価格に転嫁するタイミングが難しいことから、景気回復はまだ先であると考える。
	□	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期であるが、今月と同様の推移と予測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・春に値上げを実施する予定であるが、客離れや大幅な物流減少が発生しないようにするため、対策が必要である。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・政策金利の上昇に伴い、住宅ローン金利が上昇することが予想され、新設住宅着工戸数も減少することから、何も施策を打たなければ、住宅業界は厳しい状況が続くとみられる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・液晶パネル用途は末端市場の需要が低迷している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・ガソリン価格や交通費が上昇傾向にあることに加え、電気料金も3月に再生可能エネルギー発電促進賦課金の値上がりを見込んでいる。そのため、現状より損益分岐点は上がり、売上や生産量の増加で補っていかねばならず、先行きは厳しくなる。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国向けの製品を多く輸出しており、大統領交代により関税の問題が起きることが予測されていることから、出荷量への影響を懸念している。また、国内においては賃上げの流れはあるものの、市場全体の景気は停滞しており、一般客向けの製品の販売が鈍い。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くならない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報から判断すると、景気は良くならない。
	▲	建設業	・物価上昇は続く。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・産業で弱めの動きが続いており、地域の先行きに関する明るい材料が乏しい。
	▲	広告代理店（営業担当）	・今後も物価の上昇傾向が続くと予想しているため、見通しが立たない。
	×	—	—
雇用 関連  (中国)	◎	人材派遣会社（求職者対応）	・4月開始に向けての求人数が例年どおり増加する。
	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・人材紹介においては、新年度に向け、例年どおり求職者数、求人数共に増加傾向となる。第2新卒の転職についても動きが出てくる。
	○	人材派遣会社（事業部長）	・大企業だけでなく、地場の中小企業も含めて、賃上げのムードは高まっており、4月以降の契約では例年以上の賃上げが見込まれる。
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	・派遣先企業への値上げ交渉を予定しており、その結果次第である。ただし、これは派遣スタッフへの適正処遇の実現を目的とするものであり、当社にとって利益率が向上する施策ではないため、やや良くなる程度の影響とみている。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	・諸物価高騰による購買マインドの低下が懸念されるが、インバウンドや賃上げによって徐々にではあるが景気は上向く。
	□	人材派遣会社（支店長）	・景気が良くなる要因が特に見当たらない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・理系を中心とした売手市場が続く。特に情報系学部の学生のニーズはますます高まる。理系というだけでかなり有利である状況と比較して、文系の学生はコミュニケーション能力の高さが成功の鍵となっている。文系でも本人が希望すれば技術職として採用する企業も増えている。
	□	職業安定所（職員）	・直近の新規求人数は前月、前年同月と大きな変化はなく、慢性的な人手不足の状況にある。求人意欲は高いものの、それに見合うだけの求職者はおらず、ミスマッチも多い。労働市場が閉じた地域では、一朝一夕に改善する兆しは今のところない。

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
	□	職業安定所（事業所担当）	・大手企業を中心に売上等が好調であり、賃上げムードが高まっているものの、円安や原材料価格の高騰などにより、大幅な賃上げがなかなか厳しい状況の中小企業もある。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・今後2～3か月では景気の良しあしに影響を与える事象がない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足により賃金が高騰しているが、物価の上昇に伴っていない。生活は依然苦しく、この状況は今後も続く。
	▲	求人情報誌製作会社（総務担当）	・引き続き、広告掲載件数は減少傾向である。加えて物価や金利の上昇があり、先行き不透明である。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・飲食店の値上げラッシュに耐えかねたビジネスパーソンが生活防衛のため外食を控える傾向がより顕著になる。飲食店は元より、それら関連業界にも少なからず影響が及び、経済全体が縮小の方向に向かうとみている。メンタル面においてもマイナスに影響する。
	×	—	—

#### 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	◎	その他専門店〔酒〕（経営者）	・1月は12月の反動で大変不況となった。しかし、今後2か月で桜の開花が進み、酒類の販売も増加することから、売上は増加するとみられる。
(四国)	○	商店街（常務理事）	・地元の港湾地区の開発が進み、今春しゅん工する大型施設が増える。それに伴い、利用者数の増加に加え、瀬戸内国際芸術祭や大阪・関西万博の開催もあり、大きく人流が増えると思われる。これらの恩恵を着実に消費に結び付けるための知恵と努力が試されている。
	○	商店街（代表者）	・長年の懸案事項であった私有地の利用も、3月にオープンする予定となり、多くのイベントも開始される。これに伴い、経営者のマインドも、前向きになってくるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・県立アリーナの開業や瀬戸内国際芸術祭の開催などにより人流が活発化し、その恩恵を受けると見込んでいる。
	○	コンビニ（店長）	・物価高騰による節約志向も、限界がきたように感じている。買い控えの傾向はあるものの、必要なものは、必要なタイミングで購入する様子がかがえ、以前の消費スタイルに戻りつつあるとみられる。
	○	コンビニ（総務）	・前月、前々月と売上が若干回復傾向にあり、今後も維持若しくは回復が期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの配車は期待できる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・県外からの旅行者やコンベンション参加者の来県に加え、インバウンドも増加傾向にある。業種によりばらつきはあるが、現在よりも好調に推移するとみている。
	○	旅行代理店（部長）	・ナショナルイベント開催に伴い、インバウンドの増加やMICE参加者の需要拡大を期待している。
	○	タクシー運転手	・2～3か月先は、例年のことながら、異動や入学等により、人の動きが活発となる。また、12月や正月に多く消費していた状態が落ち着き、2月になると小遣いを自由に使える余地ができるという声が出てきており、その状況が続くとみられる。タクシーの台数は少なくなってきたり、平日は間に合っているものの、週末は間に合っていない。
	○	通信会社（営業部長）	・賃上げを示唆する動きがみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価高などの不安要素はあるものの、新生活需要が喚起されることから、景気は好転すると想定している。
	○	美容室（経営者）	・3～4月は卒業や入学シーズンになるため、客も動いてくれるとみられる。
	□	商店街（代表者）	・自然災害による街の消滅や困難な復興については、これ以上考えたくもないが、現在の首都圏中心な街づくりは人災であり、これによって消滅する都市や街が急増する。ほとんどの地方都市は、もはや限界に近づいている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・悪い状況が続いている。4月以降も、メーカーからの仕入価格の上昇や燃料価格、ガソリン価格の高騰など様々な要因が影響して、景気は余り良くならないとみられる。

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
	□	一般小売店〔生花〕(経営者)	・予約が入ってきているため、平年並みの状況を予想している。一方で、市場の商品の入荷量が極端に減っていることが懸念材料である。
	□	百貨店(販売促進)	・特段に良くなる要素も、悪くなる要素も見当たらない。
	□	百貨店(マネージャー)	・物価高は当面継続するとみられる。
	□	スーパー(店長)	・値上げが続いており販売点数の低迷も継続すると考えられる。
	□	スーパー(企画担当)	・賃上げなど各社で実施しており賃金は上昇しているが、為替の影響などによる物価の上昇が続き、消費者の財布事情は依然として変わっていない。先行きは不透明である。
	□	スーパー(人事)	・ガソリン価格の値上げ、野菜の価格高騰、米の不足感と価格高騰など不安要素が多くあるなかで、米国の動きや日本銀行の金利上昇などの変化によってマクロ経済に与える影響がプラスかマイナスかは、判断しきれない。
	□	コンビニ(商品担当)	・パレスチナとイスラエル間での停戦の合意もあり、ウクライナとロシア間でも停戦で情勢が良くなれば、景気も上向くとみられる。
	□	衣料品専門店(経営者)	・衣料品関係の商売は、非常に厳しい状況が続いている。現在の季節は冬だが、冬物は客が既に購入していることから、今後は気温に左右される。気温が暖かい状態を継続すれば、早めに春物を購入する客も出てくるため、気温次第である。
	□	衣料品専門店(営業責任者)	・食料品を中心とした物価の上昇が止まらず、顧客との会話のなかでも大いに心配する声が多く、明るい会話が少ない。
	□	家電量販店(副店長)	・2～3か月前と比較すれば回復傾向になっているが全体の販売量でみると大きな変化はみられない。
	□	乗用車販売業(営業担当)	・オーダーストップ車の再開のめどが立たない。
	□	乗用車販売店(役員)	・メーカーの生産台数に大きな変化はない。
	□	観光型旅館(経営者)	・客室数の限界があり宿泊単価の上昇も一巡しており、当面はこの状態が続くとみられる。
	□	都市型ホテル(経営者)	・賃金が上がっても、人件費の高騰が物価に反映されることで、結果として客の消費意欲の増加につながる効果があるかどうかは疑問が残る。
	□	通信会社(営業担当)	・来客数は安定し増加傾向にあるが、客単価は物価高の影響もあり下落傾向にある。
	□	観光遊園地(主幹)	・国際線の定期便に増便、減便の予定がなく、現状が続くと予測される。
	□	競艇場(マネージャー)	・給料アップを先取りする風潮はまだ続くとみられ、今月と同じペースが続くと予想する。
	▲	商店街(代表者)	・現状の燃料価格の高騰に原材料高が続いていく場合は、厳しい状況が続くため、大手企業のように賃金を上昇させることが難しい状況にある。顧客の財布事情が改善しなければ、景気の上昇も実現しにくいとみられる。
	▲	スーパー(統括担当)	・先頃の物価高や将来不安に加えて、ガソリン価格の高騰により、店に行く回数を減らすとの意見も聞かれた。
	▲	スーパー(財務担当)	・物価高の影響により、祝い事以外は節約志向が強まっている。
	▲	コンビニ(店長)	・これから節約が始まると考えている。
	▲	衣料品専門店(経営者)	・賃金上昇が物価高に追い付いていない。
	▲	家電量販店(店員)	・各種値上げの影響により、若干の買い控えが起こるとみられる。
	▲	美容室(経営者)	・何かしないと少しずつ悪くなるとみているが、対策が思い付かない。
	▲	設計事務所(所長)	・建築費の高騰が、住宅建設や設備投資に影響を及ぼし始めている。
	×	一般小売店〔酒〕(経営者)	・増税や物価高騰の影響により、消費者の財布のひもは、ますます固くなるとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	衣料品専門店（経営者）	・地方は特に厳しくなると考えている。商店街の空き物件もかなり増えてきている。10年前であれば家賃が高くて、地元の中小企業が借りていたが、物価高で消費も冷え込み人件費も上がり設備投資どころではなく、事業の縮小しかない状況と考えている。一部では、地方の景気持ち直しなどの動きもみられるが、地方の中小企業は景気が悪い実感しかないと感じている。これからまだ景気は悪くなるとみられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・2～3月は、合格、卒業、転勤などに伴う来店機会の増加が見込まれるが、大人数での来店は少ない傾向が続いている。そのため、前年比では減少するとみられる。
企業 動向 関連  (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・食品業界においても、給与が5%以上増加する可能性が高くなった。また、原料費、燃料費、最低賃金の上昇を含む経費の増加に伴い、商品価格の引上げも確実に進んでいる。物価高に追い付く給与の引上げの機運が醸成されつつあるとみられる。
	○	繊維工業（経営者）	・インバウンド需要により、来日記念として自分用や土産用に小物雑貨を購入するケースが多い。アイテムの種類や価格帯もこれらの需要に合致しており、今後もインバウンド観光客の増加が見込まれ、さらに需要が増えるものとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注数が回復基調にあり、4月からの回復を見込んでいる。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーは年末の掃除用に11月、12月の売上は上がるが、その反動で1月、2月の売上が落ちる。円安の影響で外国人観光客が増えているが、以前のような爆買いではなく、サービスや観光目的で来ている人が増えている。マスクのような商品の売行きは芳しくない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・世の中がGX、DXそしてHXに向かっていく過程のなかで、着実に新しい農業や工業分野で効果が出ている。地方創生も、これから本番になるとみられる。
	○	通信業（企画・売上管理）	・例年、年度末が最も広告の動きが活況であり、期待している。
	○	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連の広告増加に加え、大阪・関西万博への期待による旅行やホテル関連広告の増加が見込まれることから、やや良くなる予想である。
	□	食料品製造業（経営者）	・国内外の原材料が高騰しており、販売価格に転嫁できないため、利益が圧迫されることが予想される。
	□	化学工業（所長）	・米国の政策に左右されるため、非常に予測は困難である。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械の受注案件が少なく、回復の兆しがみえない。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・米国の新政権による影響がネガティブに働くことが想定されるなか、更なる円安基調及び継続的な物価高の解消にはまだ至らないと考えている。
	□	建設業（経営者）	・建設資材の高止まりや金利の先高感、顧客の購買意欲の低下等がみられる。
	□	建設業（経営者）	・公共事業予算が、どの程度割り当てられるかといった問題があるとともに、民間の事業も予定はあるものの確定していない。
	□	輸送業（経営者）	・不安要素の先行きが見えない。
	□	通信会社（総務担当）	・年度末に向けての売上見込みの積み上げがほとんど伸びていない。
	▲	農林水産業（職員）	・消費者物価の上昇に対し、所得の伸びが追いつかない地方経済は厳しい状況にある。大企業と中小企業、1次産業と他産業、大都市と地方の格差拡大が続く傾向は否めない。
	▲	金融業（副支店長）	・売上や収入が変わらない状況下での金利の引上げがあり、企業は金利負担が増加し、一般消費者は給与所得が増えないなかで物価が上昇しているため、今後はやや悪化するとみられる。
	▲	税理士事務所	・良くなるための法律の改正案などが無い。
	×	—	—
	雇用 関連  (四国)	◎	—
○		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り求人数の増加が予想される。
□		人材派遣会社（総務部長）	・求職者の動きに比例するとみられる。

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
	□	職業安定所（求人開発）	・周辺企業からは、今春賃上げへのプレッシャーに加えて、増大する人件費、エネルギー価格、物流価格、原材料価格の高騰、米国新政権による為替相場や関税の影響等を不安視する声も聞かれ、先行き不透明な状況で一進一退が続くのではないかとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・新年度の求人の動きが活発になる3月頃までは大きな変化はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感は変わらない。求人を実施している会社では、初任給を引き上げている。
	▲	求人情報誌（営業）	・県内中小企業では、採用の早期化が進みつつある。2026年卒学生に対する新卒採用活動が本格化してきたが、学生の大手志向や都会志向が変わらず、打ち手が見い出せていないため、人員確保に苦慮する状況が続く。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告には需要がある一方で、商品広告やセール広告などは微減傾向である。
	×	—	—

### 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)	◎	—	—
	○	商店街（代表者）	・昇給する傾向が強いため、景気はやや良くなると判断しているが、客によっては全くそのような影響を受けない人もいるため、景気が変わらないことも考えられる。
	○	商店街（代表者）	・特に理由はないが、最近の業況から若干良くなると期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・卒業シーズンとなり春には花のイベントが多くなるため、その分売上を期待している。
	○	百貨店（リーダー）	・年度末の移動に伴い、贈物の需要が高まると予想される。
	○	スーパー（総務担当）	・野菜の価格が落ち着き、新年度からの賃上げなどが実施され、消費動向が上向くことに期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数増加が続いており、インバウンドの影響も少なからずみられる。
	○	家電量販店（店員）	・為替の変動で円高傾向になれば、若干改善する可能性はある。今年は景気回復に期待をしている。
	○	家電量販店（従業員）	・新生活に向け、家電の需要が増える。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーより2月、3月の新車生産予定台数の発表があり、前年と比べ2割増しで新車が供給される。新車の売上が計上され、決算の好材料になることが予想される。
	○	乗用車販売店（役員）	・1～3月のメーカー予定生産台数が高水準であるため、登録や納車等の販売は期待できる。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・インフルエンザなどの感染症が落ち着いてくると予想されるため、多人数での飲み会等が増えることを期待している。
	○	観光型ホテル（営業）	・職場旅行など年度明けの受注や問合せが例年と比べて活発であるため、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月先に春休みとなり桜のシーズンを迎える。当地には国内外問わず旅行者が多くなることが予想される。
	○	旅行代理店（職員）	・桜のシーズンからゴールデンウィークに向けての需要の増加に期待している。
	○	旅行代理店（統括者）	・当地空港の第2滑走路オープンに伴い航空発着便が拡大する。地方創生予算も拡大し、好調な企業業績と個人消費が継続していく。
	○	タクシー（統括者）	・業界で単価向上の施策が積極的に行われている。この流れはしばらく続くかと予想している。
	○	通信会社（企画担当）	・引き合いが増えており、受注額や受注数共に確度の高い見込みが増えている。
	○	テーマパーク職員	・暖かくなりレジャーや行楽シーズンを迎えれば、客足も戻ると予想している。
	○	観光名所（職員）	・聞き取りによると、今後も客の増加が見込める。
	○	理容室（経営者）	・業界的には卒業や入学、就職シーズンとなり、客の動きが良くなるため期待している。

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
	○	美容室（経営者）	・4月は入学などの行事もあり、人出が増えるため景気がやや良くなることに期待しているが、現実には厳しいと考えている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・年度初めは契約の見直しや季節要因で仕事量が増加することから、現在よりもやや良くなると想定している。
	○	学習塾（従業員）	・学業への消費が増加している。この動向が一過性のものとは考えられず、家庭も徐々に余裕が出てきている。
	□	商店街（代表者）	・商店街全体では、売上が増加していない。地元客の購買力は物価高騰の影響で回復していないが、インバウンドの増加により小売業者によっては景気が良くなっている店もある。全体の見通しとしては、景気は変わらないと予想している。
	□	商店街（代表者）	・新聞やマスコミ、国会などで年収の壁について議論があるが、そのことは零細企業の当店には影響はなく、少しでも物価が安くなるような施策を議論してほしい。
	□	商店街（代表者）	・商品価格が上昇しているため積極的に買物をする意欲はなく、今後もこの状況が続いていく。
	□	商店街（代表者）	・自分の楽しみを我慢している若者は少ないが、高齢者は実質所得が減少するため将来を不安に思い買物に慎重になっている。
	□	商店街（代表者）	・年度末に向けて少し忙しくなるかもしれないが、中小企業は前年と比べ単価も上げられないため、経常利益は変わらないと考えられる。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・寒さが続いている影響で全国的に大型野菜やりんご、かんきつ類等の生産量が上がっていない。この異常気象は今年限りの一過性ではなく、今後も影響を受けると予想され、厳しい状況が続く。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・様々な物が値上がりしており、消費者も苦しい状況になっている。本当に忙しい魚屋や飲食店はほんの一握りで、かつかつで仕事をしている店舗が多いのが現実である。このままでは将来が見通せず、早い景気回復を望んでいる。
	□	百貨店（企画担当）	・春休みやゴールデンウィークなどの時期となるため来客数は増えると予想されるが、婦人靴の需要としては厳しい状況が続く。
	□	百貨店（企画担当）	・商品単価の上昇により客単価は上昇しているが、来客数が減少し、売上は前年並みの見込みである。仕入れ条件の悪化に加え、人件費増加を理由とした様々な費用増加により、利益の減少傾向が続く。
	□	百貨店（経理担当）	・物価高の影響や顧客の購買行動の変化により、今後も厳しい状況が続くと予想される。
	□	百貨店（営業担当）	・インバウンドはハイコスト商品へ志向を変えており、プレゼント用はギフトや自分への御褒美に自家需要商材を購入するなど好調となっている。また、紳士衣料雑貨やキャラクターグッズは堅調な動きとなっており、リビング商材や好性の高いブランド品・舶来雑貨需要は依然購買意欲が高い。価格は上昇しているが、クレジットやコード決済利用で自家需要とギフト需要増加が見込める。また、国内外の観光客増加や海外定期航便が再開し、クルーズ船の寄港増加で街のにぎわいが回復している。インバウンド需要や土産、美術工芸品需要が見込め、加えて、スポーツ大会の開催で関連商品の需要が増していくと予想される。
	□	百貨店（業務担当）	・財布のひもが固くなると生活防衛意識はなかなか解除されない。特に高齢客は必要な物を吟味し、必要なだけ購入しないことが非常に多くなっているため、この2～3か月での回復は見込めない。
	□	百貨店（経営企画担当）	・商品の値上げが相次いでおり、継続する物価高への消費者の意識は依然として強く、状況が好転することはなかなか難しいと見込んでいる。
	□	スーパー（店長）	・米国大統領が就任してからの我が国に対する影響は不透明であり、関税や為替の動きは注視が必要である。我が国に与える影響は決してプラスには働かないと考えており、景気は横ばい若しくは悪化すると判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・春闘により一定の賃金増加が考えられるが、再びの物価上昇で消費は伸びないと予想される。このため、景気は上向くことなく、低迷した状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・電気代やガソリン代など価格上昇は依然と続いているが、手取りが増加している人は少なく、景気が良くなるか不透明で不安である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・消費喚起施策を望まれるが、今のところそのような様子もなく、消費者の節約志向は継続すると予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・客が魅力を感じるキャンペーン等で来店動機を感じてもらえれば、現状の売上を維持していけると考えている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・インバウンドのプラス要素は継続すると予想される。また、価格高騰のため今後も低価格志向は続いていく。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気変化の要素がなく、横ばいで推移すると考えられる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・日本銀行の利上げや企業の賃上げが家計に与える影響を期待しているが、購買意欲の大幅な上昇は期待できない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	・気温が低いため、早朝と夜の客単価が上がる時間に来客数が少なくなっている。加えて、原材料が高騰しているため、おにぎり、弁当、総菜の値上げが徐々に進んでおり、買い控えが続いていくと予想され、売上増加につながらないと危惧している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・物価が上昇していることに加え、何か不足して困っている状態ではないため、引き続き購買意欲は低いまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・収入が増えない中、物価高の影響により生活必需品の支出が増加している。金を使う動機がなければ、景気が上向く方向にはならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・業界全体の今年の実績は前年比で良好であるが、前年の特殊要因の影響が大きい。2月、3月になるにつれ影響が薄れることが考えられるため、根本的な改善にはならない。しばらく上向く状況ではない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・景気が変わるような要因が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・安定した販売供給量は見込めるものの、新規受注可能車種の制限が続くなか、金利上昇の影響が不安要素である。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・このところ置き家具業界では景気の冷え込み感がある。大企業では初任給の大幅アップの報道があるが、中小零細企業では賃上げに対する資金源が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・2～3か月先は徐々に暖かくなるため、来客数も若干増加すると予想される。また、3～4月には人の出入りが激しくなり、コーヒーの需要は高まっていく。
	<input type="checkbox"/>	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・現在、当モールのアパレル業種以外は比較的堅調に推移しているが、気候や物価などに大きく左右されるため、先行きは不透明である。また、他のエリアについては、賃上げする事業者もある一方、その分のコスト増加を商品に転嫁せざるを得ない企業もあり、そのことは消費者にも悪い影響が出ると考えられる。物価高を大きく報じているため、確実に他のエリアにも買い控えが発生する原因となる。
	<input type="checkbox"/>	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・可処分所得が貯蓄や消費に回るような収入がなければ、本場の景気回復にはならない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・2月、3月は少しずつ予約が入っており、1月より予約が多くなることに期待しているが、先行き不透明のため景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・景気が良くなる要因が見つからないため、先が見通せない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（管理）	・ここ3か月と同様に前年よりも宿泊単価は若干上昇する見込みであるが、宿泊客数には余り増加が見込めない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（統括者）	・先行きは為替と国内の景気次第で変わってくるが、現時点では影響がない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・女子ゴルフの大会があるため、ゴルフ客が増加すると予想されるが、それ以外では客の増加は期待できない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・今年度の中頃から順調に推移しており、現状を維持できると予想している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・年度末に向けて向上する要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（業務担当）	・セキュリティ需要の高まりが一過性のものだとすると、継続しての販売は難しい。
	□	通信会社（役員）	・生活物資等の値上げや高止まりに加え、賃金の横ばいが続く見込みである。
	□	ゴルフ場（従業員）	・暖かくなると韓国からの観光客は減少するが、地元客や国内エージェントへの営業を強化し、この好調な状態を維持していきたい。
	□	ゴルフ場（従業員）	・地理的に冬場は厳しい状況にあるが、暖かくなれば例年並みになると判断している。
	□	競馬場（職員）	・景気動向で大きく動くような要因は見当たらない。
	□	美容室（店長）	・売上が前月より落ちており、この先景気が良くなるとは考えられない。
	□	設計事務所（所長）	・仕事の結果は2～3か月先に出る。今月の状態が変わらないため、3か月先も変化がない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・日本銀行の政策金利上げにより住宅ローンの金利に影響があれば、客の動きは今以上に期待できる。
	▲	商店街（代表者）	・僅かな収入の増加や給付金などを支給されても先行き不安な物価高であるため、景気が上向くことは難しい。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・今後は人手不足により需要に応えられない可能性があり、仮に人手不足が解消しても、人件費の高騰が顕著で利益を圧迫するおそれがある。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・寒くなり商店街への来街者は少なく売上は期待できない。物価高騰のため、客はし好品に高額な資金は回せず売上は伸び悩むと考えられる。
	▲	百貨店（企画担当）	・日本銀行による利上げの影響や、国内外の政治運営状況が、中小企業やそこに勤める消費者の支出にネガティブな影響を与えると予想している。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・物価高は今後も続くものと想定しており、消費者の買い控えは更に拡大すると考えている。
	▲	スーパー（経理担当）	・年度末に向かい、4000品目の値上げが控えているため景気が悪くなるのが考えられる。
	▲	コンビニ（店長）	・米国新政権誕生で、日本経済が難しいかじ取りになると予想される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・決算期が終わり、恐らく来客数が減少する。
	▲	住関連専門店（従業員）	・高単価の秋冬商材の需要が落ち着くため、売上は若干悪くなる。
	▲	スナック（経営者）	・ガソリンや食料品などの物価上昇の影響が外食機会の減少につながっている。そのことは、家計を支えている中高年層の来客数減少にみられる。
	▲	観光型ホテル（支配人）	・値上げで単価は上がっているが、利用者数の減少や物価高騰等で経費は増加している。そのため、全体としてはマイナス傾向となっている。
	▲	タクシー運転手	・運転手不足を感じないほど一般客のタクシー利用が減少しており、現状維持が難しい状況になっている。
	▲	美容室（経営者）	・2～3か月先になると春の需要期となる。美容業界では春には客のファッションに動きがあり、上昇気分になってくる。また、メーカーも新製品を出す傾向があり、商品にも動きが出るため景気回復が期待できる。加えて、景気対策を政府に望んでいる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・価格高騰や賃金上昇等を取り巻く環境が厳しく、売上への転嫁ができないため、厳しさが続くと思定される。
	▲	設計事務所（所長）	・材料や商品単価の上昇が続き、加えて人件費の増加により建設費が上昇すれば建築着工数が減少すると予想され、世界情勢に大きく左右されそうな状況となっている。引き続き生活必需品の価格上昇も懸念され、地方では仕事の対価としての収入がどこまで上昇するか疑問である。
	▲	設計事務所（代表）	・今後も原材料価格の高騰や人件費増加が続くと予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・インバウンドや不動産投資による景気底上げに陰りがあるため、予算がないために実施しなかったインフラ整備等で建設・土木業を基にした経済の立て直しに期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・世の中が様々な面で混乱しており、2～3か月先の景気は良くなるとは考えられない。
	×	衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も相変わらず鈍いか、今より悪くなると予測している。
企業 動向 関連  (九州)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた納品が多い。
	○	化学工業（総務担当）	・前年比の損益は回復傾向にあり、今後もこの状況が続く。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・スペース確保と人材の採用ができれば、仕事は必ず付いてくると引き続き確信している。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・前年は稼働停止をしなければならない状況であったが、今年は休日出勤が組まれたことで2月、3月はそれぞれ予算比で増産傾向にあり、若干景気が上向き見通しである。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・今までの過剰在庫が減ってきており、徐々に生産が回復してくるものとみている。
	○	建設業（従業員）	・久しぶりの公共工事の案件が出ており、これを受注できれば景気は良くなるが、取れなければ悪くなる。また、法人税などの負担が増加すると状況は一層悪くなる。
	○	輸送業（従業員）	・人の動きが増加する時期であるため、多少は上向きになると予想される。
	□	農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザの発生は3～4月まで続く予想されるため、原料不足が大きく心配される。その影響による被害はその時期だけでなく今年いっぱい被害を受けるため、更なる拡大を懸念している。販売面では2月は厳しいが、3～4月は移動や行楽シーズンであるため期待はできる。今後は原料不足をどのように対応できるかが勝負である。
	□	農林水産業（従業者）	・大阪より西では、気象が平年どおりに落ち着きつつある。新型コロナウイルスの感染症発生がなければ、3～4月までは、農産物は潤沢に出てくる可能性が高い。しかし、収穫した農作物の在庫を置けることが前提であるため、暖冬が1週間でも続くと流れが変わる可能性がある。
	□	家具製造業（従業員）	・年度末に向かい例年どおりに一定の景気は回復するが、期待以上に成果を上げられる材料は特にない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年には原価が値上がりしたため当社でも販売価格を上げているが、その影響で受注が下向き傾向となっている。今後は受注関係はWebに一層力を入れなければ苦しくなると考えられる。産地の動向は、厳しい状態が続くと危惧している。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・工事現場の人手不足や建築費の高騰が原因で顧客の建築計画が中止したり、あるいは延期の解消見込みがない状況となっている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・年度末に向かい、当社を含め材料を取り扱う企業や客が手持ちの在庫調整に入るため、大きな変化はなく現況がしばらく続くと予想される。
	□	輸送業（従業員）	・米国新政権による、中国やメキシコなどに対する関税の影響がどの程度あるか不透明である。九州は自動車産業を中心とする輸出が多く、影響が拡大する可能性が高い。
	□	輸送業（総務担当）	・景気が良くなる材料が乏しく見通し判断が難しい。物量に関しては変わらないが、倉庫の需要が一息ついた状況となっており、乱立していた倉庫建築も徐々に落ち着いている。
	□	通信業（職員）	・年末から年明けの受注量が年度当初の想定よりも多く、部門受注予算は達成する見込みとなっているが、年度末に向けて大きな動きはないと予想される。
	□	通信業（経理担当）	・官公庁が施主となる案件で当初の見込み以外の受注がある等、現在の堅調な状況がしばらく継続すると予想される。
	□	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットなどの売上は拡大傾向にあり、乗用車の販売もやや回復傾向にある。一方、住宅や家電の販売は弱めの動きをしている。また、物価上昇や人手不足などから先行きについてやや慎重な見方をする企業が少なくない。
□	金融業（営業担当）	・日本銀行の利上げが決定し、今後は中小企業による資金調達は消極的になる予想である。状況を確認しながら動いていく状態にある。	

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
	□	金融業（営業）	・物価高への対応が必要である。政策や賃上げ次第でその後は景気が上向きとなる可能性もある。
	□	金融業（調査担当）	・物価高を受けての企業の価格転嫁は徐々に進展しているものの、厳しい経営を強いられている地元企業は少なくない。消費者も慎重な購買スタンスを崩しておらず、当面は現状程度での推移が続くと考えられる。
	□	金融業（調査担当）	・金利上昇が決定したことから企業業績への影響が予想されるため、状況を確認しながら動くことが考えられる。
	□	不動産業（経営者）	・周りの企業や知人の話では、余り景気に変化はない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・当地では再開発に伴う大型ビル開業のトピックはあるものの、広告関係への影響は感じない。
	□	広告代理店（従業員）	・1月に米国大統領が就任したが、まだそれほど多くの変化は起こっていない。ガザ侵攻については休戦が伝えられているが、これがいつまで続くか予断を許さない状況である。ロシアによるウクライナ侵攻もすぐに停戦とはならない状況であり、3か月後も景気に変化はみられないと予測している。
	□	経営コンサルタント（社員）	・まだ節約志向が続いている。
	□	経営コンサルタント（社員）	・これから3月決算に向けて内向きの動きになるため、新しい動きは期待できない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の客からは、この数か月で景気回復が見込まれるような気配がないことを多く聞いている。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの情報からでは、景気は若干悪くなる。
	▲	建設業（社員）	・第4回の発注予定やゼロ県債、繰越工事等の発表があると若干気持ちが落ち着くが、着工するまでは不安であるため、早急の発注を望んでいる。
	×	繊維工業（営業担当）	・海外生産が多くなっているため国内の工場に受注が十分に回っておらず、ここ20年で最悪の状態である。急な賃上げが影響している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・今後も受注の減少が見込まれる。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・令和6年度は市町村こども計画の策定業務が大半の市町村で発注されたが、2月以降、福祉やまちづくりに関するアンケート調査や計画策定の委託業務の発注を多く見込めないため、景気が悪くなることが予想される。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・3月は契約更新月の人が多いため、転職を考える人が最も多い時期である。仕事を案内するために他で就業している登録者に状況を確認すると、4月からの仕事を希望している人が多い。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・3～4月は年度の替わり目となるため、景気の下降を懸念している。
	□	人材派遣会社（社員）	・物価高や賃上げなど先行きが不透明であるため、現状が続くと考えている。
	□	人材派遣会社（社員）	・現在、料金改定などの案内を実施しているが、どの業界も厳しく慎重な状況が続いており、すぐには景気は良くならない。
	□	人材派遣会社（社員）	・新規登録者が例年の90%を割り込んできており、登録者獲得に苦戦している。来期に向けた料金交渉を実施しているが、まだ従業員の昇給すらできる状況ではなく、派遣社員の昇給は厳しいという声もあり、派遣先を変更せざるを得ないケースも増えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・30歳代以下の求人は活発で、新入社員の初任給も高くなっているものの、銀行などの若手の離職や転職が激しい。給与より、職場環境やスキルアップを優先する傾向がある。
	□	職業安定所（職員）	・人員を確保できたという事業所が一部あるものの、全体的には人手不足感が強い。景気上昇の要因がみられないことから、今後も横ばいを予想している。
	□	職業安定所（職員）	・地域の高齢化による人手不足や人件費等のコスト増加分の価格転嫁がなかなか進まない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	民間職業紹介機関（職員）	・コロナ禍並みの出来事が起こらない限り、現況は変わらない。米国新政権による関税の引上げ等で世界景気に影響が出る可能性がある。新卒人材は少なく、取り合いになっており2～3か月では大きく景気は変わらない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・現時点では、景気の変化に影響を与える要素が見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・米国新政権の始動により国際情勢の不確実性が高まり、我が国の経済環境も大きな影響を受けることが予想される。2024年から続く円安の影響や物価高騰で実質賃金が改善する見通しも立たないなか、景気が上向いていく実感がないため今後の景気は変わらない。
	▲	*	*
	×	—	—

## 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)	◎	—	—
	○	百貨店（経営担当）	・年度初めに当たり、新生活需要や返礼ギフトが増加するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・野菜果物を陳列するようになって、客単価が上昇している。
	○	コンビニ（店長）	・近隣の集客施設の工期終了に伴い、来客数が増加するとみている。
	○	乗用車販売店（経理担当）	・季節要因で良くなるとみられる。
	○	一般レストラン（代表者）	・沖縄県でプロ野球やサッカーのキャンプが開催されるため、観光客が増えるとみている。
	○	観光型ホテル（企画担当）	・1月のホテル販売室数が前年比40%増加に対して、1月末時点での4月の予約室数は前年比74%増加と、プラス幅が大きくなっている。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は好調に推移しており、直近は個人受注が伸長している状況が続いているため、今後もこの流れは続くと思われる。
	○	住宅販売会社（役員）	・再開発地域での住宅建設や本島北部での大型レジャー施設開業も控えていることから、投資的需要も活発になるとみられる。
	□	商店街（代表者）	・商売によって偏りがある状況からすぐに変化は起きないとみている。観光業や飲食業と比較して物販業の景気は良くないため、厳しい状況だとみられる。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	・商品の過剰な値上がりにより、今後飲食で苦戦するとみている。
	□	スーパー（企画担当）	・米を始めとした各食品の値上げにより、今後も節約志向と単価上昇が続くとみられる。そのため、今後2～3か月の景気は横ばいが続くと思われる。
	□	コンビニ（副店長）	・賃上げ、社会保障見直しの気運はあるものの、今後の情勢では逆戻りしかねないとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は年明けセールでの売上を期待していたが、想定より売上は上がっていない。客の購買意欲も感じられないため、景気は悪いままだとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・国民の生活問題をどうにかしないと、景気は良くなりませんとみられる。
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	・2月は観光客が少ないため落ち着く時期である。
	□	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・来客数は悪くないが、物価高の影響で売上が良くない状況である。物価が低下する要素はないため、景気が良くなる実感はない。
	□	通信会社（営業担当）	・生活品の値上げラッシュがあり消費者が出費を抑えてしまっているため、今の景気はしばらく続くと思われる。
	▲	コンビニ（経営企画担当）	・米の価格高騰により、米飯類の販売価格を引き上げざるを得ない状況である。今回の値上げについては、消費者の購買意欲を大きく低下させるおそれがあるとみている。

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
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・県外出張が徐々に増えつつあったが、宿泊先の確保または高額な宿泊費により、今後は出張の回数が減るなど何らかの影響があるとみられる。
	▲	住宅販売会社（取締役）	・改善の見通しがなく、現状が続くのではないかと危機感を持っている。
	×	家電量販店（営業担当）	・沖縄県が実施するキャンペーンが2024年6月～2025年1月のため、対象商品であるエアコンと冷蔵庫の反動減が起きるとみている。
企業 動向 関連  (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・プロ野球キャンプシーズンも始まり、今年度も円安の影響で国内外からの観光客も増加が期待されるため、個人消費の拡大が見込める。
	○	窯業土石業（取締役）	・受注状況に大きな変化はないが、見積依頼が公共、民間ともに増加傾向にある。
	□	輸送業（経営企画室）	・米国新政権の発足による貿易関連産業への影響がみえない状況ではあるが、大型レジャー施設の開業に伴い観光需要の増加に期待できる。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進活動は、業種業態で違いはあるものの、先行き不透明な経済情勢を受けて、引き続き慎重な状況が続くとみている。
	□	会計事務所（所長）	・為替、金利、米国など国外政治情勢がどのような影響を与えるのか不透明感が強い。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連  (沖縄)	◎	—	—
	○	*	*
	□	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼が積極的展開や事業拡大のためではなく、単に人材を穴埋めするためのものが増えている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・求人募集も業種によって反応が薄く、人材確保に苦戦している。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・前年同月の増加率は高かったが、今年は前年同月ほど求人数が増加していない。今後3か月は横ばいの求人数だとみられる。
	□	職業安定所（職員）	・求人を提出する企業からは、景気回復に関する声が聞こえてこない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年より前倒しで求人を受けたり、説明会を実施しているため、例年より早くピークを終える可能性があると考えられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高が改善されない限り消費行動の抑制は続くため、現状は続くとみている。
▲	—	—	
×	—	—	