

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) | | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） | ・4月中旬以降の予約数が順調に増えていることから、これから観光シーズンを迎えて、例年を大幅に上回る来客数が期待できる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・最近の傾向として、ゴールデンウィークに旅行で地域外に出掛ける住民が少しずつ減っていることから、今後、来街者が増加し、飲食店などが売上を伸ばすことになる。例年、これからの時期は道外客や外国人観光客が少しずつ増えてくるため、土産店や宿泊施設、交通関連の利用客が増加するとみられる。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・2月になり、雪の多い日が続いたことで、きれいな雪を見ることができた外国人客が喜んでいる。また、日本人メジャーリーグの活躍が日本の印象を良くしている面がある。これらのことが、今後の観光にプラスになると見込まれる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・季節が変わり、目新しい商品が出てくる時期となることから、客の購買意欲が今よりも上向くことになる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・今後、エアコンの販売量が増えることが期待できる。白物家電の動きが良くなっていることもプラスである。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・決算期に向けて、新車の登録台数が増えてくると見込まれる。賃上げも多少は進むとみられるため、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・桜の開花、ゴールデンウィークなど、春の行楽シーズンを迎えて、人出が増えることになり、それに伴って来客数も増加することになる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・現状が悪すぎることから、今後の景気はやや良くなる。4月になると、大阪・関西万博が始まるため、国内旅行者の動きが多少活発になると見込まれる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・春の新生活・新入学需要により、通信端末の販売量が増加することになる。現在のところ、客の反応が前年よりも良く、契約に結び付くケースが増えており、こうした勢いが衰えるような要素も見当たらないため、前年以上の販売実績となることを期待している。 |
| | | 観光名所（従業員） | ・外国人観光客の入込について、これまでに見られなかった中東や南米の国からの利用が増えていること、勢いが衰えるような気配もないことから、今後も好調に推移することになる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・ここ最近の好調の要因がよく分からないため、今後の動向を読みづらい。ただし、今年は大阪・関西万博が開催されることから、北海道を訪れる観光客が減少することが懸念されるなど、若干の不安もある。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・依然として物価高が続いていることが、景気回復の足かせとなっている。 |
| | | 一般小売店（経営者） | ・極端な変化がみられないことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・今後も賃金のベースアップが物価の上昇に追い付かない状況がしばらく続くとみられることから、景況感が上向くことは期待できない。売上の好不調がインバウンドの入込数に左右される状況は変わらないことが見込まれる。 |
| | スーパー（店長） | ・増税の話題が出てきていることから、今後の景気が大きく変わるとは考えにくい。ただし、旅行や推し活など、自分の好きなことには積極的に金を使う傾向もみられるため、春休み期間中は一時的に消費が上向くことになる。 | |
| | コンビニ（エリア担当） | ・ここ半年の来客数の推移から、今後も景気は変わらない。 | |

| 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 |
|----|----------|------------------|---|
| | | 衣料品専門店(店長) | ・2月は人事異動を理由としたスーツ需要の高まりという特殊要因により、売上が上振れしたものの、そのほかの客の来店が増えていないことから、今後も安定した売上増は期待できない。 |
| | | 衣料品専門店(エリア担当) | ・景気を上向かせるような対策が特になく、野菜を中心に物価高も続いていることから、今後も客の節約志向が続くことになる。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | ・今後も商材の安定的な供給が見込まれることから、現在と同じような水準で堅調に推移することになる。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | ・今後については、新型車の発売などはないものの、年次改良に合わせて、生産がストップしている車種の受注が動き出すことが期待できる。そのため、これまでどおり順調に推移することになる。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | ・最近では新車の値上げが頻繁に行われていることから、車を乗り換えずに続けて乗ることを選ぶ客が増えているため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 自動車備品販売店(店長) | ・物価が上がり続けているため、景気が良くなるとは考えにくい。 |
| | | 住関連専門店(役員) | ・商品の販売動向が大きく変化するような要因が特に見当たらないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | その他専門店[医薬品](経営者) | ・顧客向けのイベント開催にめどが立ってきたことから、イベント開催を通じて、以前のような活気が戻ってくることを期待している。 |
| | | その他専門店[造花](店長) | ・現状のままでは変化は見込めない。購買意欲が高まるような提案を考えない限り、今後も変化のないまま推移することになる。 |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | ・観光客の利用が増えていることはプラスだが、食材費や光熱費などの価格が上昇していることで経費負担が増えており、利益の減少が続いている。経営的には値上げをしないと利益を出せない状況となっているが、値上げをすると地元客が離れる懸念があることから、実施できない状況にある。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | ・食料品や様々なサービスの価格が上昇していることから、客が旅行に充てる費用を抑える傾向がみられる。海外旅行は回復傾向がみられるものの、一部の富裕層による動きであり、全体的な底上げには至っていない。これらのことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・雪のある期間はタクシーの売上が増える傾向にあるが、4月になり、雪解けが進むとタクシーの利用が減り、売上が2割から3割程度減少することになる。ただし、当社では乗務員が増えていることから、年内は会社の売上が増加すると期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・イベントやインバウンドの動きから、今後の来客数が増加するとは考えにくい。 |
| | | 美容室(経営者) | ・ここに来て客の来店周期が定着してきたことから、これ以上景気が悪くなるとは考えにくい。ただし、景気が良くなると判断できるまで、しばらく時間が掛かりそうである。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | ・住宅ローン金利が下がる見込みも、資材価格が低下する見込みもないことから、今後も同じような状況が続くと危惧している。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | ・客の所得を基準とすると、分譲マンションの販売価格はいまだにかなり高く、中間層まで需要が広がっているとはいえない状況にある。分譲マンション市場の安定と成長には、所得の一段の伸びが必要である。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・住宅ローン金利の上昇、建築コストの高止まりといったマイナス要因に加えて、4月から改正建築物省エネ法が全面施行されることから、工期に遅れが生じることが懸念される。新年度から新たに始まる補助金の効果で消費者マインドが回復することを期待したい。 |
| | | 商店街(代表者) | ・物価が上昇していることで客が買物に慎重になっている。 |
| | | 百貨店(売場主任) | ・グループ会社のある他地域では、景気が低迷していることから、今後の景気はやや悪くなることが懸念される。 |
| | | スーパー(店長) | ・物価の上昇率ほど、賃金が増えておらず、最低限の生活しかできない人が増えていることから、今後の景気はやや悪くなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------|--------------|--|
| | | スーパー（企画担当） | ・米、野菜、卵などの主力食材の値上がりが続いていること、地方では賃上げの実感が乏しいことから、家計支出における負担の度合いが増している。そのため、今後も買上点数の減少傾向が続くことになる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・今後、米や野菜の価格は落ち着くかもしれないが、エネルギー関連の補助金が縮小しているため、食費に回る金額が減少することになる。そのため、景気は現状よりも悪化することになる。 |
| | | スーパー（役員） | ・米や野菜の高値が続いていること、4月から酒類の値上げが予定されていることから、今後、消費者の節約志向が高まることになる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・主食の米の流通状況や価格動向が不透明なことから、今後も客の生活防衛意識は変わらない。し好品の売上減少が続くことになる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・食料品を始め、あらゆる物の価格が高くなっている。賃金が上がっても生活費に回るだけで、経済への波及効果は考えにくいことから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・地元客の来店が徐々に減少していることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・商品単価が上がっているものの、売上はそれほど伸びていないことから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・現状のマイナス要因がすぐに改善されることはないとみられるため、景気が良くなるような要素が見当たらない。当面は、販売量の減少をサービス部門の在庫増で補う状況が続くことになる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・大阪・関西万博の開催が当地の観光需要に影響することを懸念している。また、米国の関税やロシアによるウクライナ侵攻、物価高の動向などが複合的に影響を及ぼすことも懸念される。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・1室当たりの宿泊人数が減少していることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・冬季観光の期間が終わり、これから4月頃までは観光の端境期となり、年間を通じて航空需要の少ない時期となる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。ただし、当地の観光需要をけん引しているインバウンドについては、ゴールデンウィークから初夏にかけて増加傾向が続くと期待できる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・アウトバウンドについては、米国大統領の動きがリスク要因となり、余り良い動きとはならないことが懸念される。また、当社の営業形態から、インバウンドの動きはほとんど影響がないため、景気が上向くようなプラス材料が見当たらない状況にある。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後、閑散期を迎えることから、景気はやや悪くなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・人の動きが余り活発ではないため、今後の景気はやや悪くなる。人の動きを上向かせるような国の対策が行われることを期待している。 |
| | | 美容室（経営者） | ・市販の安価なカラー剤やカラートリートメントを利用する客が増えていることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | × | スーパー（店長） | ・個人消費が上向かない限り、今後も厳しい状況が続くことになる。 |
| | × | スーパー（店長） | ・これから新年度を迎えて、物価がますます高くなることが見込まれる。物価の上昇幅を上回るような賃金の増加がないと消費動向は回復しないとみられる。 |
| | × | タクシー運転手 | ・物価の上昇を後追いするような賃上げでは、今後の消費拡大を期待できない。儉約生活に慣れてしまった人も多く、賃上げで増えた分が貯蓄に回ることも懸念される。 |
| 企業 動向 関連 (北海道) | | 輸送業（支店長） | ・4月以降の業務の引き合いが増えていることから、現状と比べると、景気は上向くことになる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・今後については、官民、土木建築のいずれも受注が進むことになる。実際に工事が始まり、稼働が上向くこともプラスである。人手不足の影響はお盆までは少ないとみられるため、順調に出来高が積み上がることになる。ただし、年度内に発注される官民の工事量が最終的にどの程度の量になるかはつきりしていないことが気掛かりである。 |

| 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 | |
|----------|----------|----------------------------|---|--|
| | | 建設業（役員） | ・新年度予算案の年度内成立にめどが立ち、予算執行の不安がなくなったことから、今後の景気はやや良くなる。新年度の公共工事の受注見通しと民間建築工事の受注状況から、新年度はフル稼働状態でのスタートが見込まれる。 | |
| | | 通信業（営業担当） | ・インバウンドの好調な入込が続くなか、ホテル建設の動きが活発なことに加えて、半導体関連企業の進出に伴って複数の業種、業態に好影響が生じることが期待できるため、今後の景気はやや良くなる。 | |
| | | 金融業（従業員） | ・インバウンドや国内観光客がコロナ禍前を上回っていることから、今後、財・サービスの消費が増加することが見込まれる。また、物価上昇率を上回る賃上げが実現することで、個人消費のマインドが改善することも期待できる。 | |
| | | その他サービス業 [ソフトウェア開発]（経営者） | ・来年度の受注単価が予想以上に上昇したことから、今後の景気はやや良くなる。 | |
| | | その他サービス業 [建設機械リース]（営業担当） | ・国内建設投資について、当面堅調に推移すると見込まれることから、今後の景気はやや良くなる。 | |
| | | 農林水産業（経営者） | ・これまで景気が良くなることを期待していたが、一向に改善が見込めない状況となっている。5月以降、かなりの高温となる予想も出ていることから、全く先が見通せない状況にある。 | |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・今後の受注量が大きく増減するような案件が見当たらないことから、今後の見通しも変わらない。 | |
| | | 建設業（従業員） | ・施工者不足、工事費の高騰といった状況はしばらく改善しないと見込まれるため、今後も大きな変化はないまま推移する。 | |
| | | 広告代理店（従業員） | ・景気が底を打ったとみられることから、これ以上景気が悪くなることはない。 | |
| | | その他非製造業 [鋼材卸売]（従業員） | ・新年度を迎えて、仕事の動きが一時的に停滞することになる。ただし、物価高騰や円安の状況、世界情勢の動向によっては、景気が大きく変わることも見込まれるなど、先を見通しにくい状況にある。 | |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・現在の需要の伸びはある程度のところでは鈍るとみられるが、それよりも前に当社の製造能力が追い付かなくなることが懸念される。また、仕入れ面での不安や人手不足の影響なども懸念されるため、現状と比べると、受注量や販売量ははや減ることになる。 | |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・若い世代の人口が顕著に減少していることから、今後も新築住宅着工棟数は落ち込むことになる。さらに、金利が上昇基調にあることから、若い世代が戸建て住宅を購入することがますます難しくなることが懸念される。 | |
| | | 司法書士 | ・販売量はさほど変わっていないものの、物価高騰の影響で売上に対する経費支出の割合が以前よりも高くなっている。そのため、身の回りの景気は緩やかに悪くなることが懸念される。 | |
| | | × | 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、今後、販売量が減少することが見込まれる。 |
| | | × | 司法書士 | ・インバウンド需要で潤っているのは一部の限られた業種のみであり、それ以外の業種は宿泊費高騰などの経費負担が増していることから、今後の景気は悪くなる。景気を上向かせるためには、米を始めとした農産物の安定生産に向けた効果的な対策、ガソリン価格や電気料金の高騰への対策などが必要である。 |
| 雇用 関連 | | - | - | |
| (北海道) | | 人材派遣会社（社員） | ・どの企業も若年者の早期退職に悩んでいる一方で、人材補充や業績拡大に向けたキャリア採用の動きが活発である。また、4月に入社する新卒採用者は、早期退職も見込んだ採用数となっているものの、即戦力とはならない。これらのことから、現在の中途採用が活発な状況はしばらく続くことになる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|--|
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・米や野菜の価格高騰など、家計を圧迫する要因が多いことから、スポットワークがますます増えると見込まれる。ただし、景気そのものへの影響は少ないとみられる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・物価高を払拭できるような明るい材料がない限り、景気は大きく変わらない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・当地で全国規模の菓子のイベントが開催される予定があるため、観光、製菓、食品卸といった業界において、プラスの影響が生じることを期待している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・当地の新規求人数は前年比マイナス7.3%と6か月連続で減少しており、月間有効求人数は22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） | ・人手不足の状況は変わっていないことから、今後も大きな変動はないとみられる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・中途採用における求人の手段が増えていることで、求人企業も求職者も短絡的な動きをするようになってきている。スキルアップなどによるクオリティの管理が後手に回っており、労働市場におけるリスク要因になることが懸念される。 |
| | x | - | - |

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------------|------------------------|---|--|
| 家計動向 関連 (東北) | | コンビニ（エリア担当） | ・気温が上昇すれば来客数は増える。また、桜の時期には外国人客が増えることが予想される。特にビザの発給要件が緩和される中国からの観光客が増えるとみている。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・インバウンドの拡大により、春の行楽シーズンの先行予約が好調である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・桜のシーズンやゴールデンウィークはイベントが増える。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・人事異動や暖かくなる時期を迎え、酒を飲む機会が増えるとみている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・今月の来客数は前年の約8割だが、3月には決算セールもあるため、この先は持ち直すとみている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・雪の影響がなくなれば多少上向く。しかし、4月にはまたビール類などの値上がりが控えており、どこまで影響を及ぼすかが不透明である。 |
| | | スーパー（店長） | ・現時点で競合店に負ける要素はなく、来客数、売上共に順調に伸びるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来客数は伸び悩んでいるが、物価高の影響で客単価はやや上昇、買上点数は横ばいである。今後もこの状況に変化はないが、近隣の競合店の閉店により、売上は伸びるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今後数か月は来客数、客単価の伸長が続くとみている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・季節要因もあり、売上はやや増加するとみている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・春らしい天候になり、出掛ける気分になるとみている。来客数が増えれば売上も期待できる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・センター試験の日程が例年より遅かったことに加え、寒波の影響もあり、入学、入社準備に遅れがみられる。今後それらの客が戻ってくることを期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・天候も落ち着いてくるため、来客数の増加が見込める。また、決算期の受注残が売上につながっていくとみている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車の発表があると聞いている。それが本当であれば、春先から夏場にかけて収益の増加が見込める。 |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・決算セールもありこの先2～3か月は需要増加が続くとみている。 | |
| | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者） | ・売上は苦戦しており、売れるタイミングが今までとずれてきているのかもしれない。新年度に向けて物の動きが活発化すると予想しており、売上の増加を期待している。 | |

| 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 |
|----|----------|-----------------------|---|
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・物価上昇率と賃金上昇率に不均衡が生じているが、店舗の大幅入替えを始めとした鮮度アップの取組を行う予定であり、来客数の増加を見込んでいる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・当店は会社関係の客もいるが個人客も多い。暖かい季節になれば人も増え、歓送迎会なども開催されるため、来客数はやや増えるとみている。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・ゴールデンウィークに期待したいが、物価高が続くとそれも難しい。ただし、ロシアとウクライナの戦争が終結に向かえば、好転する可能性もある。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・グリーンシーズンに入り、国内旅行の受注が増えるともみている。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・3月以降は一気に暖かくなるため、光熱費などの負担が減少し生活費に余裕が出てくる。新築住宅の完成が見込まれる時期でもあるため、放送、通信、電話の同時加入者数の増加も期待できる。また、大型キャンペーンも始まるため、放送、通信サービス共に加入者数の増加が見込まれる。 |
| | | 競艇場（職員） | ・3か月後、施設内で新店舗のオープンを予定しており、イベント開催も検討している。来客数、売上共に多少は増加するとみている。 |
| | | 美容室（経営者） | ・国の新年度予算案の修正案をみると、消費拡大につながることを期待でき、客の消費意欲は増すとみている。 |
| | | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・住宅設備機器はエアコンの交換に関する問合せ、リフォームは屋外工事が増えるともみている。また、補助金の活用についての問合せも増えるともみている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・賃金や年金支給額の上げが物価の上昇に追い付いておらず、高所得者層を除いて生活が苦しくなっている。景気は小康状態である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・来客数が少ない状況と、価格上昇による買い控えは続くともみている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・物価高にあえぐ人が多く、2月の悪い状態と変わらないともみている。 |
| | | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | ・景気が低迷している状況は続くともみている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・来客数は好調に推移するが、化粧品ブランドの撤退等もあり、厳しい状況は継続するとみている。 |
| | | 百貨店（催事担当） | ・当面、客の生活防衛意識は高いまま変わらないともみている。 |
| | | 百貨店（従業員） | ・来客数は店舗都合による特需で引き続き増加し、春物アイテムのまとめ買い等の購買行動も続くともみている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・周りの企業からも賃上げの意向があるという話を聞く。地方でも可処分所得が増加することを期待したい。国の新年度予算が成立し、景気対策等予算執行がなされ、消費喚起が進むことを期待したいが、時間を要するため、消費の動向は変わらないともみている。 |
| | | スーパー（店長） | ・売上が悪くなる要因は見当たらないが、客が米の価格に敏感になっているのが気になるところである。 |
| | | スーパー（店長） | ・現状からの大幅な伸長はないともみている。 |
| | | スーパー（店長） | ・物価高騰が続くなか、節約志向は続くともみている。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・野菜や米の価格が高止まりしており、2～3か月は変わらないともみている。販売数を維持するには、利益を圧迫することになるが、チラシやセールによる販売促進を行わなければならない。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・物価の上昇に賃上げが追い付いていない、年金生活者の世帯が多い地域ほど変わらないともみている。 |
| | | スーパー（商品担当） | ・商品価格の上昇により長らく続いていた買上点数の減少は、回復の兆しがみられる。特に組合せ商品や増量企画を実施している商品群の販売量が増加している。 |
| | | スーパー（業務担当） | ・景気が急に良くなることはないともみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・毎月商品の価格が上がっている。賃金が上がっていない分、かなり厳しくなるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・人の動きは良くなっているが、来客数の増加は期待できず、現状と余り変わらないともみている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・現状を維持できれば良しとするが、それもなかなか難しい。 |

| 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 |
|----|----------|------------------------|--|
| | | コンビニ（店長） | ・収入と物価高騰のバランスが悪いので、消費者には余裕がないように見える。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・4月に選挙があるため、商売に影響が及ばないように気配りが大事になる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・今後も物価高騰による買い控えは続くとみている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・不安定な天候の影響もあるが、物価上昇に伴い、衣料品の価格に厳しい客層が増えている。イベント用途などモチベーションと連動した需要以外は苦戦している。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・寒波の影響で客の動きが悪い。また、光熱費の増加が家計を圧迫することが考えられる。回復に時間が掛かる。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・新入学、新生活の需要が落ち着き、閑散期に入る。ただし、気温が上昇することで、エアコンを始めとする季節商材の需要が盛り上がると、前年のように景気が上向く可能性がある。 |
| | | 住関連専門店（インテリアコーディネーター） | ・物価は上がり続けており、収入は増えないのに支出は跳ね上がっている。景気が良くなる要素は見当たらない。 |
| | | その他専門店〔靴〕（経営者） | ・食料品の値上げが続き、客の財布のひもは固い。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・当面、販売価格は高値で推移することから、節約志向は継続するとみている。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・価格が上がっており、特に配達灯油は割高であるためか販売量が落ちている。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・現時点での予約状況と例年の3～4月の状況をみても、良くなることは期待できない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・同業他社からも値上げの影響を受けているという話を聞く。消費者は外食自体を控えている。予約状況をみても、先が明るいとは言い難く、2～3か月先も同様な状況が続くとみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・暖かくなると景気は上向きになるが、それ以外で良くなる要素が見当たらないため、大きくは変わらないとみている。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・来客数が前年を割っており、特に夜の集客が少ない。伸びる要素が見つからない。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・手取りは増えず、生活が苦しい状況は変わらないとみている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・良くなる要素がないため、変わらないとみている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・東北の顧客は中小企業が中心のため、物価高や人手不足などで先行きが見えないケースが多い。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・生活必需品や食費の高騰もあってか、余暇に関する消費は拡大傾向になく、春旅行の先行受注状況も芳しくない。卒業、入学の祝いに関連する旅に期待したいところだがなかなか厳しく、横ばいを想定している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・状況が大きく変わる材料に乏しい。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・当面、物価高の状況は変わらない。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・天候不良でキャンセルした客が戻るとみている。しかし、価格高騰により買上率が下がっているため、変わらないとみている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・インバウンドは落ち着く時期になる。しかし、国内客も若干増加しているため、現状の景気の良さを維持できるとみている。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・物価上昇と賃上げの見通しは不透明である。 |
| | | 美容室（経営者） | ・ガソリンなど多くのものが値上がりしているため、客の財布のひもは固くなっている。 |
| | | その他サービス〔寮管理〕（管理人） | ・政府の予算案は直ちに執行されないため、変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・住宅受注は伸び悩んでいるが、鉄筋コンクリート造りの賃貸マンションの受注が好調で、売上を支えている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・当店のメイン客である法人客は今もほとんど動いていない。米国の政策の影響を受けて、企業関係の動きが止まり、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 | |
|--------|----------|----------------------|---|---|
| | | 商店街（代表者） | ・円安と物価上昇によるインフレの懸念がある。 | |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・商品の値上げが続いており、いずれは一般客が購入できる水準を超えてくるとみている。 | |
| | | 一般小売店〔雑貨〕（経営者） | ・米など生活必需品の値上がりや響いている。また、地方では値上げの話聞いたことがない。 | |
| | | 百貨店（経営者） | ・様々な販売施策を打つものの、メインターゲットであった団塊世代が後期高齢者となり、少しずつ消費意欲は減退し、販売量も減少している。また、少子化により新入学・セレモニー需要も減少している。 | |
| | | スーパー（店長） | ・値上げが進み、実質可処分所得は徐々に減るとみている。 | |
| | | コンビニ（経営者） | ・気温が低いため来客数が増えない。暖くなれば増えるかもしれないが分からない。 | |
| | | コンビニ（経営者） | ・販売量は改善の要素が見当たらず、微減が続くとみている。雪が少なく、依然として除雪業者の動きが鈍いことも販売量の減少につながるとみている。 | |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・春闘の結果、物価の上昇分を上回る値上げが実感できる状況にならなければ、景気の低迷は続く。 | |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・今後もスーツの需要は減少していくため、今まで以上に客単価が重要になってくる。 | |
| | | 家電量販店（従業員） | ・ペースアップの状況次第で変わる可能性がある。 | |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・メーカーの存続が危ぶまれていることに加え、販売停止中の車種がかなりあるため、売上は伸びないとみている。 | |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・受注生産をしているが、2～3か月後の受注量は少し減少している。 | |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・物価や税金の上昇に値上げが追い付かないため、消費も慎重になり、景気は下向きになるとみている。 | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・雪のシーズンのインバウンド需要は増えているが、グリーンシーズンが課題である。 | |
| | | 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、前年同期比92%となっている。 | |
| | | タクシー運転手 | ・2～3か月後は暖くなるため利用者数は減少する。しかし、入学や入社、人事異動に伴う歓迎会や観覧会などでは利用者はいるとみている。 | |
| | | 通信会社（営業担当） | ・季節による変動はあるが、物価高騰が続いており、全体的に節約志向が強くなるとみている。 | |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・取引先も金利負担の増加による景気停滞や逆戻りを強く警戒しており、引締め傾向がみられる。 | |
| | | × | スーパー（経営者） | ・3月から5月まで値上げが続くため、実質可処分所得は伸びない。値上げの伸びが物価の伸びに追い付かず、節約せざるを得ない状況が続く。 |
| | | × | コンビニ（経営者） | ・除雪代は掛からなくなるが、利益を出しづらいつら状況は変わらない。さらに、本部の施策により、廃棄やその他の負担も増えるため厳しくなる。 |
| | × | 乗用車販売店（店長） | ・顧客からは、生活必需品の値上がりやきついという話や車まで金が回らないといったネガティブな話をよく聞く。直近に車両本体価格への物価上昇分の価格転嫁があり、特に輸入車部門で大きな影響を受けている。 | |
| | × | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・米の価格高騰は極めて広範囲にわたり深刻な影響を及ぼしている。国の対応は十分ではなく、危惧を抱いている。国だけでなく自治体レベルでも対応すべきではないかと考える。 | |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・低価格帯の店にも足が向かなくなるくらい財政的に苦しいとなると、景気が上向くことはない。景気は悪くなる。 | |
| | × | 設計事務所（経営者） | ・官公庁案件において、建設価格の高騰が止まらず、既発注案件の予算確保のため、新規案件の発注を見送るという報告が多数聞こえてきている。新規案件数の減少により、ダンピングの発生が予想されることから、厳しい状況になるとみている。 | |
| 企業動向関連 | | - | - | |
| (東北) | | 農林水産業（従業者） | ・政府の備蓄米が放出される。また、野菜では春キャベツが収穫期となり、価格も少し落ち着くという話を耳にする。価格が落ち着けば従来どおりの消費になっていくとみている。 | |
| | | 食料品製造業（製造担当） | ・鉄道会社のキャンペーンにより、駅周辺店舗の売上増加が見込まれる。 | |

| 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 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・在庫調整後の受注予測が例年を上回っている。年度末の在庫調整での減収が取り戻せるかどうかは不透明である。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・量産部品の引き合いが少しずつ増えている。 |
| | | 金融業（広報担当） | ・インバウンド需要の更なる増加が予想される。季節要因による出費は落ち着く。一般家庭に賃上げの実感がようやく浸透してくるとみている。これにより消費拡大の期待が高まる。 |
| | | 公認会計士 | ・製造業は相変わらず人手不足、部品不足等で業績の悪い会社が多いが、小売業、サービス業、建設業では業績が伸びている会社が増えている。この状態が続けば、全体としての景気はやや良くなるとみている。 |
| | | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・ゴールデンウィークに向けて、交流人口の増加に期待している。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・新規の案件は少なく、景気が良い業種も限られているため、景気は変わらないとみている。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・半導体製造の顧客動向を見ても、開発計画の前倒しや後倒し等の変化はないため、現状維持が続くとみている。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・客先の情報から、この先2～3か月も動きが鈍い状況は変わらない見込みである。 |
| | | 建設業（従業員） | ・材料費や人件費は上昇しているが、今のところ価格に織り込むことができている。 |
| | | 建設業（従業員） | ・民間案件を中心に、当面は見積り作業や設計業務の先行対応が続く。受注契約に結び付くのは次年度後半になる見通しである。 |
| | | 建設業（従業員） | ・人手不足、資材高騰も続いており、今後も変わらない。 |
| | | 建設業（従業員） | ・これ以上の案件には対応ができないことから、景気が今より良くなることはない。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・今年の賃上げは、業界を問わず各社予想以上の大幅な増加を表明している。人材確保を有利にするためであり、いかに人材確保に苦労しているかが分かる。当社もその流れに乗るが、それにより更に利益を確保しづらい状況になるため、景気が良いといえる状況にはならないと予想する。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・野菜の価格高騰など大変厳しい状況は、まだ続くとみている。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・顧客からの値下げ要求が厳しくなっているが、それに応えられないとしても、誠意を持って対応していく。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・人気機種の新モデル発売に伴い、旧機種の需給がストップし、客に提供できない状況になっている。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・良くなる話が聞こえてこない。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・物価高が改善されない限り、抑制的な消費行動は新年度も続く。販売促進費の増大には慎重な企業が多く、広告業界の景気は上向かないとみている。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・テレビ局の不祥事の影響もあり、メディアに対する不信感が根強く残りそうである。価格高騰を受けて、広告費増額の動きも制限されることが予想されるため、これまでと余りは変わらないとみている。 |
| | | 経営コンサルタント | ・賃上げの時期になるが、物価の上昇に見合う収入の増加が実現する可能性は低い。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | ・米国大統領の政策の影響は分からず、先行きは不透明である。 |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・イベントの予定はなく、春までにぎわいがいない状態が続くとみている。 |
| | | その他企業〔協同組合〕（職員） | ・見積案件や受注依頼の数は変わらないとみている。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・政府が備蓄米を放出することにより、今後は米の取引価格が下がるとみている。生産コストの上昇分を補えるかは不透明である。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・原材料価格の高騰のため、値上げの実施を予定しており、販売量の更なる減少が予想される。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・印刷業界はかなり厳しく、見通しが立たない。他の広告やサービス部門でばん回するしかない。 |

| 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 |
|----------------------|----------|------------------|---|
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・金利の上昇やゼロゼロ融資の返済、賃上げ、労働力不足は、地方の中小企業にとって大きな痛手となっている。また、廃業、倒産する同業者もあり、その予備軍が水面下に存在する状況は今後も続くともみている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・当面は新規案件の需要はなく、維持保守がメインとなるため、変わらない若しくはやや悪くなる見通しである。 |
| | | 司法書士 | ・相続登記義務化による需要が一段落している。 |
| | x | 窯業・土石製品製造業（職員） | ・原材料価格等の高騰及び官需、民需の工事の減少により、今後も厳しい状況が続く。 |
| 雇用 関連 (東北) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・新卒の採用活動は前倒し傾向にあるため、4月の入社入れが落ち着いたタイミングで、中途採用での人材確保の動きも強まりそうである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（経営者） | ・雪解けが進み春になると気持ちが上向きになり、消費行動につながる。また、インバウンドも期待できる。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・直近では周辺の企業で減産による人員削減等が発生しているが、春以降に増産の話なども出ているため、景気は上向くとみている。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・米国の関税政策の影響を見極めたいとする企業がある。また、2～3か月後のこの時期は新しいことに挑戦する企業は少なくなる。特に飲食業や小売業はアルバイトが入れ替わる時期のため、業績向上につながるプラス要素は見当たらない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（経営者） | ・物価が上がり続けるなか、賃金も上げざるを得ない状況である。多くの中小企業では利益が減少している。インバウンド需要も期待したほどではない。景気改善を期待できる要素が見当たらない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・好材料も少なく、景気の回復は見込めないため、現状のままとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・物価が安定しない限り、変わらないともみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人数が大幅に増加する要素がなく、有効求人倍率は微減か横ばいが続くともみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業廃止や人員削減をする事業所が散見される。一方、求人数は人手不足により底堅い。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・マイナス基調で推移していた有効求人数が、横ばい圏内の動きになっている。今後も推移を注視する必要がある。 |
| | | 学校〔専門学校〕 | ・経済の状況に大きな変化はないともみている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数の伸びはIT分野など特定の業種でみられるものの、全体的に鈍化している。米国の関税政策により、製造業を中心に景況感が下振れすれば、景気は多少悪化するとみている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数は前年比マイナスであり、数値は少しずつ右肩下がりになっている。 |
| | | アウトソーシング企業（経営者） | ・従業員の手取りを増やせるように、引き続き客との間で契約金額の増額を交渉していく。 |
| | x | - | - |

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) | | 旅行代理店（経営者） | ・3か月後は繁忙期に入るため、現在よりも販売量が増える。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・これから暖かくなっていくと、飲料関係が大分出るとみている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・ゴールデンウィーク中は旅客の移動が増えることが期待でき、高単価のギフト商材や食料品、さらには気温上昇により飲料全般の需要が増えることから、売上増加が見込める。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・ゴールデンウィーク等により行楽客が多くなるため、やや良くなる。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | ・希望的観測だが、徐々に暖かさも出て春になると、人の気持ちはやや上向きになるため、人出も若干は良くなると期待している。日々、客の呼び込みに努力していきたい。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|---|
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | ・年度末等、宴会や外食の機会が増えてくと予想している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・暖かくなると、花が咲きイベントも増えるため、やや良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・外食産業の2月はどん底だが、3～4月の歓送迎会シーズンと5～6月の総会シーズンは会合が増えるため、若干良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・宿泊部門も料飲部門も前年に引き続き、高稼働を維持している。 |
| | | 旅行代理店（所長） | ・前年の状況や全国的な今後の見込み情報をもて、インバウンド需要は高まると想定されるため、新年度以降はある程度の数字の上積みが見込めると考えている。 |
| | | タクシー運転手 | ・歓送迎会の時期なので、少し期待できる。 |
| | | タクシー（経営者） | ・12月、1月と増収が続いているため、この先も良いと想定している。 |
| | | 美容室（経営者） | ・食料品、燃料費等の物価高のしわ寄せが、サービス業にもろに荒波のように被ってきている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・天候が良くなって旅行や行楽に出掛ける機会が増えれば、景気は大きく落ち込むことはない。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・ウクライナとロシアによる戦争が解決するような話がある。うまく解決してくれれば輸入品が安く入って物の値上がりや客の買い控えも抑えられるのか、新年度に期待する。 |
| | | 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。海外旅行客は堅調に推移すると予想される。将来の景気は変わらず、比較的良い状況が続くとみている。コロナ禍もほとんどない状況なので、積極的に動く事業者が多い。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・物価高に伴い生鮮食品や日配品の不振が続いている。可処分所得の増加は見込めず、消費マインドは改善しない。 |
| | | 百貨店（店長） | ・所得増加と物価上昇がきつ抗しており、実質賃金が大幅にプラスになるイメージが湧かない。一段と2極化が進む可能性もあり、進み方によって、景気動向は左右される。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・備蓄米放出等の政府対応により、一時的な改善もあるかもしれないが、収入は変わらないため、景気回復の要因が見当たらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・3か月後はゴールデンウィークで、景気はまた良くなるとみている。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・新生活の時期だが、客単価が前年比90%と厳しい状況である。関連商材販売の強化を徹底させ、単価向上を目指す。現状の課題は配送員不足である。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・車両価格の値上がり等で受注は伸びていない。受注残も厳しい状況が続いている。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・現状を考えると変化はない。 |
| | | 住関連専門店（仕入担当） | ・天候の影響でやや販売量が持ち直しているが、それ以外の景気改善要素はなかなか見当たらない。物価高騰に伴い節約志向はまだしばらくは続く。 |
| | | その他専門店（総務担当） | ・この先の物件が少ない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・連休があるため期待はしたいが、良くなる兆しはみえない。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務） | ・給食部門の新年度からの新規入札案件は、例年どおりの数があった。ただし、入札に手をあげる業者数は例年より少なかったようにみられる。人手不足が重荷となり、入札面においても慎重に取り組んでいる業者が多いとみている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・今年の春闘の賃上げの結果次第である。 |
| | | 通信会社（社員） | ・近い将来では変わらないだろうが、当業界への物価高の影響が懸念される。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・米価の高騰で、備蓄米の放出は行ったものの、近年の米不足の根本対策に目を向けていないため、今後一定程度の値下がりがあったとしても、以前の価格へは戻らないと予測する。全般的な物価高の影響からも、現状維持のままではないかと考える。 |

| 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 |
|--------|----------|-----------------------|---|
| | | テーマパーク（職員） | ・安定した天候を期待するが、ガソリン価格の値上げ等、マイナス要因があり、来園者数が増加するとは考えにくい。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・ゴルフシーズンに入り、土日の予約は好調なもの、ゴールデンウィークは前半と後半で分かれるため、中日の動きが鈍い状況となっている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・不動産に対する問合せや動き等が、当地では余り芳しくない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・卒業式や入学式等のハレの日需要や新生活準備といった消費は変わらず堅調である。生活密着の衣食住消費はセーブする動きがみられる。今後、劇的な景気回復要因も少ないと予測できるため、身の回りの景気は現状維持か若干下向くと考えている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・2月は比較的暖かく雨天もなかったため、来客数は良かった。3か月後は通常に戻るとみている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・当地の自動車メーカーは北米向けの輸出が多いため、米国の関税25%アップの状況を注視し、心配している。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・将来的に税金が上がるのではないかと不安があったり、インフレ傾向で物価も高くなっている。ガソリンも高く、価格が動くことがないため、全体的に消費が低迷している。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・先行きは不透明である。 |
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | ・来客数や売上の停滞に加えて、野菜等の生鮮品の不作と価格高騰の影響がある。また、加工食品、原材料の値上げも続き、原価率が上昇し利益の確保が難しい。メニューの値上げをせざるを得ないため、注文数が低迷し、悪循環になると予想している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊とレストラン部門は順調に前年実績、予算をクリアしているものの、宴会売上が伸び悩んでいる。1件当たりの単価はアップしているが、コロナ禍を経て、会合自体がなくなったり、参加を強いることができなくなったこともあり、人数、受注件数が戻り切っておらず、売上を単価上昇分でカバーできていない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・2～3か月後が例年、販売の谷であることと、前年比での漸減傾向が止まらないため、やや悪くなる。 |
| | | 通信会社（局長） | ・米国の経済がどう動いていくかにより、日本にも影響が出てくる。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・これまで安泰だった大企業が大きな動きをしていて、時代の転換期に入ってきたようである。一時的に景気は下降する。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・住宅ローンの金利が上昇傾向で、買い控えがあるとみているため、やや悪くなる。 |
| | | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業） | ・様々な物の値上げが続く限り、生活をする上で支障をきたすか、あるいは資金的に余裕があるかのいずれかが、リフォームや改修への動機になるとみている。 |
| | × | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・結局、減税は行われず、増税という形になっている。客の中には、生活が苦しく米も買えない、電化製品にお金を回せないという客がかなりいる。地方のことも少し考えて政治をしてもらわないと、地方の小売店は潰れてしまう。 |
| | × | スーパー（商品部担当） | ・商圈エリア内に、3か月後に新規モールの出店予定がある。現状でも厳しい状況が更に悪化する。 |
| | × | 家電量販店（店員） | ・耐久消費財の買換え促進策があればよいが、現状では厳しい。 |
| | × | 乗用車販売店（経営者） | ・政府の不安定さや、米国の動向を考えると悪くなる。 |
| | × | 通信会社（経営者） | ・物価高騰がいまだに続いており、先行き不安で買い控えがますます顕著になっている。 |
| | × | ゴルフ練習場（経営者） | ・消費者の買い控えで、悪くなる。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・食料品、電気料金等、生活を圧迫するほどの負担増を強く実感している。 |
| 企業動向関連 | | - | - |
| | | 金融業（営業担当） | ・全体的に、個人消費は引き続き拡大するとみている。 |
| | | 化学工業（管理担当） | ・5～6月頃の受注量は依然として厳しい。 |

| 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 |
|-----------------------|-------------|---|---|
| (北関東) | | 窯業・土石製品製造業 (総務担当) | ・年度内は生産に追われている。 |
| | | 一般機械器具製造業 (経営者) | ・米国政権による関税の影響がどう動くか分からないが、輸出関連の仕事は間違いなく減る傾向が予想される。 |
| | | 電気機械器具製造業 (経営者) | ・景気が良くなるとかこれ以上悪くなるという話は聞かない。このままの状況で動くのではない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業 (経営者) | ・ここ2～3か月は価格改定により、若干良くなっている。これから先は、余り改定はないため良くならない。2～3か月先は全く分からない。 |
| | | その他製造業 [消防用品] (営業担当) | ・物価高の状況等もいまだ続いている。 |
| | | 輸送業 (営業担当) | ・新年度の4月に向かい、新生活用品、白物家電、家具、寝具等の生活雑貨は前年並みの物量を確保予定である。しかし、現状の燃料価格の高騰と引越し需要、ドライバーや車両不足が重なり、全ての依頼に対する協力会社の車両も高く、コスト高となっており、利益は薄くなりそうである。 |
| | | 経営コンサルタント | ・大手、中小企業の賃上げもそろそろ落ち着き、一定の方向性がみられるところだが、消費面にどの程度押し上げ効果があるのか不明である。米国の産業貿易政策が国内にも影響し続けるとみている。 |
| | | 司法書士 | ・法改正はそれなりの力があるようで、まだ数年はこのまま変わらずに、各事務所でもや良い状態がずっと続いていく。 |
| | | 社会保険労務士 | ・予算が無事成立したとしても何も変わっていない。地方創生をきちんと進めてほしい。 |
| | | 金属製品製造業 (経営者) | ・取引先からの受注量を見ても、やや悪くなる。 |
| | | 電気機械器具製造業 (経営者) | ・中国経済が悪化している。材料が廃番となるため、1年分の製品を作り、その間に次の材料の試験を行う。次の材料が認定されるまでの約1年は作業があるが、その後はこの製品の作業はなくなる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業 (総務担当) | ・主要取引先から、販売量が増えず在庫が増えているため、この先も減産傾向になるとの話があった。先行きもかなり厳しくなると予想している。 |
| | | 建設業 (総務担当) | ・発注量が少なすぎる。補正予算の効果も想定されたほどではなく厳しい。 |
| | | × | 食料品製造業 (経営者) |
| | × | 不動産業 (管理担当) | ・賃上げをしないと今後の会社運営にも支障が出てくるおそれがある。ただし、現在の利益状況ではそれほど賃上げはできない。今後も価格改定交渉は継続予定だが、それ以上の物価高が続くと非常に厳しい。 |
| 雇用 関連 (北関東) | | - | - |
| | | 人材派遣会社 (経営者) | ・時期としてはまだ寒い日が続くものの、卒業シーズン、退職、入学等の節目のギフト商材や制服等の衣料が目立ってくる。ただし、賃金の方が追い付くかどうかは心配がある。ガソリン価格、灯油等は落ち着いてくれればという期待はあるが、財布のひもは固い。公共工事については依然として伸びてくる。 |
| | | 人材派遣会社 (管理担当) | ・4月より派遣単価が上がる取引先が数社あるため、やや良くなる。 |
| | | 学校 [専門学校] (副校長) | ・物価上昇により買い控え等の行動も予想されるが、雇用状況が良く、賃上げも見込まれるため、今後も消費行動は活発化するとみている。 |
| | | 人材派遣会社 (社員) | ・当社の取引先の宿泊施設では、稼働はずっと変わらず、ある程度高い予約率で推移している。物産店と話をすることがあったが、観光客関連の販売数があり、今は外国からの観光客もたくさん来ている。地域的にも世界遺産があるため、入込客の動きがある。 |
| | 人材派遣会社 (社員) | ・50～60代の求職者が多く、企業の求める層とのギャップが大きい。企業側にもシニア層の積極的採用を理解してもらい、採用活動を進めてほしい。 | |

| 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 |
|----|----------|-----------|--|
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人の動向について、医療福祉分野は増加傾向で推移している。建設業は減少傾向で、製造業、卸・小売、サービス業については増減を繰り返している。 |
| | | * | * |
| | x | - | - |

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) | | 商店街（代表者） | ・寒い時期にもかかわらずレスポンスが良かったので、気候が良くなってくると、もっと客の反応が良くなることは想像に難くない。イベントの準備をしているが、問合せやレスポンスは良い数字が出ている。心配なのは、米国大統領の再登板による不確実性である。世の中の消費マインドが冷え込まなければ良い（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | ・現在の案件が始まれば確実に向上する。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（店員） | ・2月は最低だったが、3月は卒業式、4月は入学式、入社式と花屋にとっては売れる時期となる。当然、今より良くなるはずである（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・乗換えサイクルが近づいている客が多くいるため、販売が増える（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（経理担当） | ・社員のリテンションと新規採用のために従業員報酬を継続して上げる施策を投入しており、当面の労働力は確保できていることから、供給体制はおおむね整っている。受注残高の状況から、需要は足元の水準が維持され、対応する供給も整っているため、周辺の景気は上向く（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・3月は年度末ということもあり歓迎会等の予約がかなり入っている。今月はアルバイトが足りず宴会予約を断る日が何日かあった。3月もアルバイト等、人員の確保ができないと宴会をキャンセルすることになるのではないかと心配がある（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・新年度の行楽シーズンとなるため需要は高まる。既に高単価に設定しており、予約も順調に伸びている。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・春のゴルフシーズンの到来で、気候も安定している時期なので、来場者数が増えることが見込まれる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・単純に今月の景気がかなり悪かったため、今月よりは回復する。建売が全く売れていないが、街並みに緑が映えるゴールデンウィークには販売が進むとみている。また、子育てグリーン住宅支援事業のGX志向型住宅は、子育て世代だけでなく全ての世帯が対象になるため、今まで補助金の対象ではなかった世代の建て替えにかなりニーズがあると見込んでいる。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | ・暖かくなれば外出も増え、イベント、行事も行われるようになる。 |
| | | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | ・4月の新入学、新学期シーズンに向けて、今以上に学童文具の需要が増える。また、学童文具の購入者は近隣のみならず、やや遠方からの来店も見受けられる。毎月のように文房具の値上がりがあるものの、幸いにも価格転嫁ができていたため、結果として、客単価の上昇につながっている（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | ・希望的観測ではあるが、やや良くなることを期待したい。 |
| | | 一般小売店〔傘〕（店長） | ・春夏の新作展示会では遮光、遮熱の商材が多く、これからの季節に期待ができる。 |
| | | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | ・このあと数か月後の案件、特に外商部の物件が相当数決まっているというのがある。ただし、余りにも良いというほどではない。徐々に伸びているようである。 |
| | 百貨店（営業担当） | ・4月以降のベースアップ、所得増加傾向に期待している（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 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | 百貨店（営業担当） | ・インバウンドを中心にラグジュアリーの需要は高位安定が続く気配である。また、気温の上昇とともに国内のボリュームファッションや食品需要も更に活性化してくる（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・郊外百貨店のデパ地下等のデイリー商材の売場では、物価高によりスーパー等に客が流れるケースもあり、来客数の増加には至っていないが、コアな百貨店顧客は物価高にも慣れて単価上昇傾向もみられるため、少しずつではあるものの全体的な売上の底上げ傾向が予想される（東京都）。 |
| | | 百貨店（財務担当） | ・持続的な賃上げが期待できるなか、国内客の消費が上向く（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・近隣マンションの入居開始に伴い、新規客の来店が増えると思込んでいる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・賃上げの流れがある。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・春闘の回答が好調なところが多く、賃上げの機運が高まっている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・新生活での行動範囲において、外食する店舗や相手が定まるまでは、コンビニでの中食需要が高まると期待している。また、春休みになり、土産など高単価商材の売上や、花粉飛散が本格化することでマスクやティッシュなど外出先での急な需要での利用も見込める。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・今後は好天が続き気温も上がってくるため、行楽重要も増えて、販売量の増加が見込める（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・良くなってくれないと、どうしようもない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・マーケットの動きが分かる入学、卒業シーズンを控え、SNSによる情報発信強化、PRに努め、3月も計画をクリアできるよう準備中である（東京都）。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・花見シーズンによる訪日旅行客数の伸びは前年を超えてくと予想している（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新車販売、サービス部門共に順調に伸びてきている。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・今後いろいろな露出が増えることで、新しい客を呼び込んでいける。花粉飛散量のピークが来るため期待が大きい。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（営業担当） | ・客単価の高い外国人観光客が売上全体をけん引しており、前年比5%前後の増収が続いている。この傾向は春から初夏にかけても続いていくものとみている（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・例年であれば2月は1年のうちで最も売上の悪い月である。寒さで客足が鈍くなるためである。しかし、今年の2月は結構大きなケータリングが入ったために例年よりも売上がやや良く、来客数も少し増えている。2～3か月先は暖かくなっていくため、3月から5月にかけては少しずつ売上が伸びて、やや良くなる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・企業ごとの優劣はあるものの、おおむね好調のため、景気も上向き傾向にある（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・例年2月は1年で最も売上の悪い月であるが、今月は思いの外良い。ただし、3～4月まで上向きになるかは分からない（東京都）。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・気温が上がると外出する人が増える。3月の予約は前年より出足が良く、増えている（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・2～3か月先の仕事をしているため、間もなく春になり、活気が戻ってくるのではないかと期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・新型コロナウイルス感染症発生前もそうだったが、2月が終わると春に向かって人の動きが多少活発化する。ただし、コロナ禍を経て生活習慣が変わり、深夜の行動は昔のように復活するとはなかなか考えられない（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・2～3か月後の4～5月は、例年どおりサラリーマンや一般客の動きがやや良くなる（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・客の様子から、やや良くなる（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営企画担当） | ・4月以降、新年度から業務開始する契約が増加することを期待している（東京都）。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・年度末の需要が高まる時期のため、店頭販売も期待できる（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|--|
| | | ゴルフ場（経営者） | ・暖かくなると客も動く。ゴルフ場の来場者数が良いと聞くため、ゴルフ練習場の来場者数も多くなる見込みである。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・インバウンド効果に期待が持て、なおかつ気候的にも徐々に暖かくなり、人の動きが活発になることが予想される。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・当社はホテルも扱っているが、国内ホテルの宿泊料金は月に2%程度上昇しており、ホテル業界はこれからも良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、大手企業のように賃上げができない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・契約できそうな物件が増えてきている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・物価が上がっているため、それ以上に賃金が上昇することを期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・当地の百貨店がイベントを開催した影響か、新規客が少しずつ増えており、商店街の雰囲気も大分良くなっている。それが若干だが数字、売上に表れている。今後また頑張っていきたい。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・先行きが見通せないため、補助金に関わる仕事、商材を紹介していこうと考えている。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・来客数は多少増えてきてはいるものの、やはり価格が上がっていることもあり、販売にまで結び付くことはなかなか難しい。今後もこの状況が続く（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・従来であれば新年度に向けた準備などがあるはずだが、来客数は伸び悩んでいる。また、当店は路面店だが、この寒さから、客は外出を控えてパソコン等でオーダーをしていると考えられる。最近は量販店でも印章業界のテナントは少なくなっており、非常に低迷している。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・当社の製品では強いていえば新茶の時期だが、それも最近では余り関係ないようである。今年もさほど期待はできないかと悲観してしまう（東京都）。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・個人消費は引き続き富裕層が中心となってけん引するとみているが、一般消費者は価格を冷静に比較して購入する傾向のまま変わらない（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・物価高が続き、今後も高止まりの様相を見せるなか、賃上げに関する報道があり、当面の間は現在の傾向が続く。課題は物価上昇率に届かない賃上げ率であり、実質賃金が上がらない以上、大きな伸びは期待できない。米国政権の交代については今のところ大きな影響はみられないが、中東、ウクライナ情勢によっては、エネルギー価格の高騰に伴って更に物価が上昇する懸念が残っており、予断を許さない（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・これからの季節は、新生活、様々なオケージョン等で来客数の増加が見込めるが、売上増加に結び付くかが課題である。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・現状の食料品を中心とした値上がり傾向が続くと、どこかで消費マインドが冷え込む可能性もある。先行きの不透明感はあるが、景気が上向き兆しはみられない（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・米国政権による追加関税等の影響や、相次ぐ値上げなどにより、先行きが不透明である（東京都）。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・物価高騰や為替などのマクロ経済環境はここ数か月で顕在化しており、今に始まった変化ではないため、特段向こう数か月で大きな変化が起きる材料がない。当社は識別化されたロイヤルティが高い顧客により売上が支えられており、いわゆるポラリティの影響を受けにくい構造となっている（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・インバウンドは引き続き好調を維持するとみられるが、物価の上昇に伴い国内消費の先行きに不透明感がある（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・価格の上昇が売上や利益に直結するわけではないものの、今は客の感覚が敏感になっている。購買意欲がもう少し戻るにはまだ時間が掛かる（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・生活必需品や食料品を中心とした値上げなど、国内消費に関して注視しなければならない要素もあるが、景気が大きく変動する要素は特に見当たらない（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------|---|
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・野菜や米など日常生活に直結する物の価格が高く、消費に対する客のシビアな感覚は変わらない。賃上げが中小企業まで進み、所得の増加を実感できることで消費への機運が高まることを期待したいが、しばらくは変わらない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・直近の傾向から、変わらない（東京都）。 |
| | | 百貨店（管理担当） | ・優待販売などのお得な時期には販売量が伸びるものの、開催時期以外は余り良くなり、消費者の購買意欲が高まっているとは考えられない（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | ・現状のまま変わらない。競合店ができたことによる影響が続いていたが、徐々に回復傾向にある。まだ良くなるところまではいっていないが、競合店の影響がない店は良くなっているため、やや良くなることを期待している。 |
| | | スーパー（店長） | ・米や卵等のコモディティ商材の値上げが収まらないなかで、客の価格への意識は非常に強くなっている。客単価は上がっていくが、購入点数は横ばい若しくは若干の減少傾向が続く。 |
| | | 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、全体的に販売量の増加がみえてこない（東京都）。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・販売量、来客数減少の一方で、単価が上昇するという傾向がしばらく続く（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今月の初めに競合店が1店出店してきたため、これから先やや景気が良くなるのか悪くなるのか、見通しが立たない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・値上がり商材が多く、競合のスーパーとの価格差が課題になっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・季節を考えると今月よりは売上が伸びるが、前年同期と比べて来客数が伸びておらず、100%を超えていないことから、やはり現状維持よりもやや悪くなっていくとみている。政府は減税などをしようとしているが、国民の暮らし向きは余り変わらず、まだ財布のひもは固いような気がしている。物価も上がっているなか、買上点数が0.5点程度減少している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・来客数の伸びは変わらず、客単価は高止まりの傾向が続いており、この状況が続く（東京都）。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・単価の上昇により売上が増加傾向の店舗はあるものの、それによって利益が増加する見込みは薄い（東京都）。 |
| | | コンビニ（従業員） | ・できるだけ低価格の商材を選ぶような客が増えている。2～3か月先では何も変わらない。手取りが増えて、物をどんどん買えるようになれば、景気も少しずつ良くなっていく。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・いまだ円安の影響が続いており、仕入価格が上がっていることと、客が随分買物に慎重になっていることがある。これから春に向けて期待感はあるものの、特段良くなる理由も悪くなる理由も思い当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（統括） | ・目的購入ばかりで、ついで買いが低迷しているなか、客単価が上がりにくくなっているため、この先大きく上積みがあるとは考えられない。 |
| | | 衣料品専門店（役員） | ・食料品や光熱費の値上がりで、衣料品を買う余裕がないようである。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・賃金が上がっても可処分所得は増えてこないため、生活防衛意識はまだしばらく継続する。そのなかで無駄遣いを減らしながら必要な物には納得できればお金を出す傾向になり、来客数の減少を高単価商材の販売が増えることでカバーするとみているため、大きな変化はない。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・物価上昇に加えて燃料費の高騰もあるため、現状がまだ続く。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。金利の上昇が予想されるため、住宅ローンを抱えている人が車の購入を控えているのではないかとみている。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・例年どおり決算後の反動減があるとみている。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・良くも悪くも販売量を左右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 |
|----|----------|------------------------|--|
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・食料品価格が上がっており、車に掛ける予算がない（東京都）。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・建築、リフォーム市場においては、2025年度も前年と同様の国策補助金事業があり、需要喚起が期待できる（東京都）。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・先が読みにくいが、変わらないのではないかとみている。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（統括） | ・現在、景気はやや良い状況だが、更に右肩上がりに良くなるものではなく、現状が続く（東京都）。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員） | ・これといって上昇又は下降する理由は見当たらない（東京都）。 |
| | | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・物価高への対策が行われていない（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（営業担当） | ・直近の予約状況は前年と同様のペースで推移している。法人関連の宴席の回復基調から明るい兆しがかがえる（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（役員） | ・春に向かい、季節、オケージョン等、売上の的には追い風の良い時期となるが、引き続き上昇傾向の原価、経費などのコスト高に相殺され、不安定な状況は変わらない（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・悪い方に向かっているままで変わらないということであり、決して良い方向に向かっているという意味ではない。 |
| | | その他飲食〔カフェ〕（経営者） | ・物価上昇の波は家賃、建築費等に波及している。しかし、賃貸物件の需要は衰えず、周辺住民、新規参入店舗共に増加傾向にある（東京都）。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | ・諸物価の上昇に対する対応もしっかりできる環境であることは間違いのないため、現状は維持できる（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・宿泊は近隣の大型コンベンション施設次第というところもあるが、この先も各種催事やイベント開催が多く見込まれるため、現状と変わらない状況で推移するとみている。また、新年度を迎え、歓送迎会などを中心に各種宴会等が多くなると見込んでいる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・今後は政府からどのような経済対策が具体的に出てくるかにより大きく左右される。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・今年は降雪があり、スキーが活況である。特にインバウンドのスキーが全体を押し上げている。インバウンドは好調のまま推移する（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・大阪・関西万博開催につき、上期は関西方面の送客を見込んでいるが、ホテル代の高騰に加え、既に供給が減少していることから、早めの予約を促している（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・円相場が混迷している（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・前年からだが、物価上昇がますますひどくなり、食料品だけでも負担額が大きくなっていると客が話している。物価上昇が収まらないことは我々の商売にとっても痛手である。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・交渉中の案件及び工事等が増加に至っていないため、景気は変わらない（東京都）。 |
| | | 通信会社（社員） | ・慢性的な人材不足と、既存社員のスキルやメンタル面の停滞により、中小企業にとって成長軸がない（東京都）。 |
| | | 通信会社（局長） | ・いまだ先行きが見えないため、政治と経済の両面で将来的に明るい施策等がみえてくれば上向きに転じる可能性はあるが、今のところは変わっていない（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・良くなるような材料がない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・賃金が上がらない限り変化はない（東京都）。 |
| | | 通信会社（経理担当） | ・全般的に値上げが継続しており、世の中の賃上げがどの程度物価に追い付いていくのか、様子見ムードになるのではないかと。 |
| | | 通信会社（経営企画担当） | ・物価上昇は続くとみられるため、消費に関するトレンドは変わらない（東京都）。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・通信インフラの光ファイバーへの転換が進んでおらず、競合他社とのサービス劣後解消できていない。来年度からサービス提供開始予定の工区があるため、開始による若干の回復を期待する（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・今後も米国の方向性によって左右される（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 |
|----|----------|-------------------------------|---|
| | | 観光名所（職員） | ・旅客が増えたのは一時的なものと考えている。前年度より若干来客数が増えているものの、新型コロナウイルス感染症発生前の実績にはまだ届いていない（東京都）。 |
| | | 競輪場（職員） | ・米価や電気、水道、ガス、インターネット等インフラ関係の料金が高騰している。良い材料が何もないので、景気が上向く気配はない。海外向けのサービス等も検討せざるを得ない時代になってきている。 |
| | | その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人） | ・令和の米騒動により、身近でお金の掛かる遊びが減らされるかもしれない（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当） | ・政治不信があるため、変わらない（東京都）。 |
| | | 美容室（経営者） | ・早く暖かくなり、来店頻度が早まってくれば良くなる。 |
| | | その他サービス[立体駐車場]（経営者） | ・周囲の状況に特別変化がないため、横ばいではないかと考える。 |
| | | その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括） | ・来館者数に変動はない。物価上昇に歯止めがかからない状況が続いている（東京都）。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・全体としては大きなマイナスはないものの、人材が不足しているため、やや足踏み状態である。年度末ということもあり、求人をして頑張っているが、新しい人材の確保は非常に難しくなっている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・物価と賃金の上昇バランスが悪く景況感が良くないため、民間案件は今までどおりで、上昇の期待はできない。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・金利上昇に伴い、金融機関の貸出し条件のハードルが上がっている。 |
| | | 一般小売店[家電] （経理担当） | ・ここ2か月は特に来客数が少なく、売上が見込めない。広告も出していないため、以前より問合せも減っている。 |
| | | 一般小売店[米穀] （経営者） | ・消費者物価指数等が上昇しており、値上がりに消費者がなかなか付いていけず、買物に慎重な姿勢が見受けられる（東京都）。 |
| | | 一般小売店[酒類] （経営者） | ・生活に必要な様々な物の値上がりが続く限り、好転するとは考えられない。 |
| | | 一般小売店[茶]（営業担当） | ・仕入価格が上がっており、今後値上げせざるを得なくなるため、買い控えがあるかと心配している。 |
| | | 一般小売店[書店] （総務担当） | ・当社の主要取引先の1つである大学の学生数は、少子化により減少している。新年度予算は、良くても今年度と同等程度であり、減少が見込まれる。また、現在は春闘の交渉が行われているが、要求時点で世間水準以下の内容となっている。会社の業績が芳しくないため、高水準の要求を行ったとしても実現する可能性が低い。4月以降に昇給が実施されたとしても、従業員は景気回復を実感しにくい（東京都）。 |
| | | 百貨店（企画宣伝担当） | ・物価高が続くなか、現状では良くなる要素が見当たらない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・地方の食品スーパーだが、競合店が現在改装中のため、来客数、売上共に伸びているが、1人当たりの買上点数は減少している。可処分所得が増えないことには、この先は期待できない。エンゲル係数が高くなっていることと、食品価格の上昇があり、かなり厳しい。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・4年も続いている値上げで消費者は価格上昇に慣れてきており、販売点数も落ちなくなっている。現状がこのまま続いていくことが予想され、消費自体は低迷していく。 |
| | | スーパー（ネット宅配担当） | ・値上げが更に進み、節約志向が高まる。特に、既に決まっている水道代の値上げは金額的にも大きいので、影響が出るかもしれない。 |
| | | スーパー（食品担当） | ・2キロメートル先に競合店がオープンするため、やや悪くなる（東京都）。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・物価上昇が続いており、野菜も高い。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・アルバイトの求人広告には反応がない。時給を大幅に引き上げても応募者がいない。このままだと営業が成り立たない。 |

| 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（経営者） | ・近隣には高齢者が多いが、亡くなるなどで来客数が減っている。街道沿いとはいっても立ち寄って買物をしていくほどではなく、駐車場のみ仮眠などで利用されており、直接売上には結び付かない状況にある。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・物価上昇に賃上げが追い付かないと考えている。特に当店近辺は中小企業勤めの住民が多く、大手企業のような賃上げは期待できない。今後も賃上げが続くようだと、当店も立ち行かなくなる心配がある。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・米国の政策が具体的になってきて、関税を掛けられる物が増えてきそうである。輸出頼みの日本経済も影響を受けるとみている（東京都）。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・来客数に鈍化傾向がみられるため、3か月後はやや悪くなる。 |
| | | 衣料品専門店（従業員） | ・不安要素となっているガソリン価格や食料品の値上がりなどが落ち着かない限り、厳しい状況が続く。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・大手金融業については初任給で30万円を超えるなどの話があるが、中小企業で4月以降それほど賃金上がるかという点で難しい。したがって、物価が上がっても、大手メーカーに勤めている人はそれほど大きな影響はないかもしれないが、全体の80%を占める中小企業に勤める人には影響が大きく、今後も景気は良くならない（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（営業） | ・新型車がなかなか出ず、客の買換えサイクルが長くなっている。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・経済対策を打たないと、内需が冷え込みインバウンド頼みになっていく（東京都）。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・米国の動向の影響が遅れて出てくる。 |
| | | 高級レストラン（仕入担当） | ・米価を筆頭に、依然として仕入価格が上昇し続けており、収まっている印象は受けない。この状態が続けば経済活動の停滞を引き起こし、悪化の兆しが見え隠れする（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・3か月後も物価高が続くが、その割に人件費が伸びない。もっと減税しないと国民生活は豊かにならない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・米国大統領の動向により世界の政治経済が大きく揺れ動いており、今後も予断を許さない状況が続く。とりわけ米国の輸入関税引上げを含め、保護主義化が世界と国内の輸出企業に影響を与えるため、対応が落ち着くまでは景気が悪化する。 |
| | | その他飲食〔カフェ〕（経営者） | ・消費者にとってもマイナス要因が多く、購買が鈍化している。中小企業もマイナス要因が多く、原料費や流通コスト、利息の上昇、円安による様々な影響がある。このような状況のなか、利益を出すこともままならない。賃上げが重要課題となっており、これが改善されない限り、景気は良くならない。格差社会の広がりについても政府が真剣に考えてほしいと切に願っている（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・新年度になるタイミングで様々な料金の更なる値上げが予想される。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・いろいろな物の値上げが続いているため、夏の旅行は低予算になるとみている（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・しばらく利用が少ない日が続くとみている。物価高に加え賃金が上がらないため、電車やバスの利用に客が流れている。交通費としてタクシー代は高い物になっているのかもしれない。 |
| | | 通信会社（社員） | ・年度途中での契約打ち切りによる受注減少をカバーできないまま年度が終了する見込みで、採算が取れるか取れないかの瀬戸際となりそうである（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・物価の上昇が続く状況では、積極的な支出が見込めない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・実質賃金の上昇は一般家庭ではまだ追い付いておらず、購買意欲よりも節約意識の方が大きい（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 |
|-----------------------------|-----------------------|--|--|
| | | ゴルフ場（経営者） | ・仕入れや消耗品価格の上昇に加え、光熱費と燃料費の高騰が更に利益を圧迫する。賃上げ圧力が今後も収まらないことを考えると、より一層業務の効率化を考えなくてはならない。減税や社会保険料の引下げなどで実質的な賃上げを政府に強く望む。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・国民にとって、減税や社会保険料の負担軽減等は有り難いが、それに伴う国や自治体の歳入減少により将来的にどのような影響が出るか、大変不安である。 |
| | | その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員） | ・物価上昇により、マイボウラーの来場頻度減少が考えられる（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設 [映画]（営業担当） | ・物価高と政策に不安定さがみられるためである（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当） | ・物価上昇が続く一方で、中小企業の賃上げが追い付かないことが想定される。また、金利上昇による住宅ローン等の負担が増え、消費を抑える傾向が懸念される（東京都）。 |
| | | その他サービス[保険 代理店]（経営者） | ・物価高がまだ続く。 |
| | | その他サービス[学習 塾]（経営者） | ・新年度に向けた集客がうまくいっていない。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・建設費高騰のあおりを受けて、民間の動きが停滞している（東京都）。 |
| | | その他住宅[住宅資 材]（営業） | ・建築資材の生産販売量が減少しているのが現状である。物価上昇による資材費の高騰で単価に転嫁できた場合は売上として減っていないように見えるが、製造業にとっては厳しい（東京都）。 |
| | × | 一般小売店[家電] （経営者） | ・今は突発的に新築などの話がきているが、その後も継続的に話があるかという点、とても不安である（東京都）。 |
| | × | 衣料品専門店（店長） | ・価格の上昇が止まらず、買上点数の減少傾向が続いている。 |
| | × | 乗用車販売店（総務担 当） | ・決算月の後でもあり、売上が一息つく。 |
| | × | 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（経理担当） | ・素材、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、物価上昇圧力は継続すると考えている。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1月に縮小した上に、ガソリン税の暫定税率廃止は先送り、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、「楽しい日本」を語る以前の問題である。 |
| | × | その他サービス[学習 塾]（経営者） | ・物価高の影響で教育費に回せるお金が少なくなったという親が多くなっている。景気はこの先も悪くなる。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | | その他サービス業[ソ フト開発]（従業員） | ・業績により、賃上げや決算賞与など、社員への還元がある。 |
| | | 出版・印刷・同関連産 業（経営者） | ・2月よりは受注量が増える予定である（東京都）。 |
| | | 出版・印刷・同関連産 業（営業担当） | ・当店のすぐ裏に飲食店を中心とするにぎわい施設があるが、そこで行われるイベントによって飲食関係の客入りが徐々に増えることが見込まれている。人の流れの拡大によって、4～5月頃にテナントからの注文などがもう少し入ることが予想されるため、上向く（東京都）。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・業界の繁忙期に向かい、受注量が増えてくる。 |
| | | 電気機械器具製造業 （企画担当） | ・半導体製品の需要拡大が今後も続くことが予想される。製品開発、原価低減も順調に進んでいることから、景気は少しずつ良い方向に進んでいく。 |
| | | 輸送用機械器具製造業 （総務担当） | ・自動車業界では、従業員の人件費アップも定着しつつある。物価高の影響はあるものの、景気の好循環を期待できる。 |
| | その他製造業[化粧 品]（営業担当） | ・物価高が来店周期を延ばす要因となっているが、季節要因で売上は伸びる見込みである（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 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | 金融業（従業員） | ・あらゆる業種で人件費の増加が経営課題となっている。賃上げの余力に限られる中小企業では人材確保が難しくなっており、1人当たりの生産性を向上させるための人材育成にも課題が多い。原材料価格の上昇も続いており、地元事業者は厳しい経営環境に置かれている（東京都）。 |
| | | 不動産業（従業員） | ・インバウンドは引き続き増えており、特に中国からの団体旅行が多くなっている。宿泊需要は引き続き増加が見込まれる（東京都）。 |
| | | その他非製造業〔商社〕（従業員） | ・受注実績からみてやや良くなる（東京都）。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・原材料の値上がりが多く、売価を上げざるを得ないため、売上が落ちる心配がある。 |
| | | 化学工業（従業員） | ・価格改定の準備が終わり、2～3か月後に実施する。売上は一時的には上がるものの、その後は落ち込むので、トータルでは変わらない。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・2～3か月後は新年度に入り動き出すが、まだ大きな動きにはならないため、基本的には変わらない。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・新規案件が具現化すれば一気にV字回復も期待できるが、決め手に欠ける。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・一部の取引先から新製品の受注があるなどポジティブな動きはあるものの、全体的には変わらない。しかし、前月、前々月より若干ではあるものの期待感がある。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・昔開発した商材が今頃になって売れている。やはり新製品を開発し続けていかないと企業は生き残れない（東京都）。 |
| | | 建設業（経営者） | ・物価が上がり続けているにもかかわらず、賃金は上がらない。店舗や住宅の家賃も上がらないため困っている。 |
| | | 建設業（従業員） | ・燃料費の高騰がまだ続いている。取引先も値上げを余儀なくされている。仕事量は少し増えてきているが、内容はかなり厳しい。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・新年度にあった特需は過去のものとなってしまい、現況改善の具体案も示されていないため、現状が続く（東京都）。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・荷主の国内出荷量は予定より低迷している。輸出量は変わらない。今後もこの状況が続くそうである。 |
| | | 金融業（総務担当） | ・ガソリン価格の高騰や食品等の値上げ、人件費高騰はまだ続き、賃上げが物価上昇に追い付いていないことから、景気はまだ回復しない（東京都）。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・製造業は現状と同程度で推移する見込みである。ある程度の動きが維持されていた不動産についても、駅より遠い物件での価格下落がみられ始め、やや渋い動きがみえつつある。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・賃貸の状況も余り変わらない。都心では賃料の値上げが厳しいようだが、当地はそうでもない（東京都）。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・当社の賃貸物件は半年ぶりに入居率100%になった。しばらくは現状が続くそうである。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・今後もテナントの退去は予定されておらず、当面はビル賃貸環境は良い（東京都）。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・今後の消費税が上がるのか下がるのか気がなる（東京都）。 |
| | | 税理士 | ・米中の影響も大きいですが、国内では、大企業は円安の影響も受けて随分利益が出ているものの、中小零細企業はやはり原料価格高騰、人手不足、人件費高騰に対応できずにいるところも多いため、余り変わらない（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 | ・この先も物価上昇が続くとみられ、景気が良くなる材料がない。 |
| | | 税理士 | ・米国大統領の政策が景気に影響するのはもう少し先のことだと考えている。物価の上昇はあるものの、大手企業の初任給引上げは他の賃金も押し上げるであろうことから、良くも悪くも均衡を保ちそうである。 |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあるが、取引先の廃業や工場等の閉鎖がしばしばみられることや値上げ実施の影響がこれから出てくるため、不透明感が強い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------------|----------|-------------------------|---|
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(経営者) | ・既存物件の値上げが保留されている(東京都)。 |
| | | 食料品製造業(経営者) | ・値上げせざるを得ないが、それによって需要が落ちていく(東京都)。 |
| | | 金属製品製造業(経営者) | ・米国の関税等による影響がある。 |
| | | 一般機械器具製造業(経営者) | ・取引先に予告されている受注量減少のうち、まだ始まっていないものもあり、それらが始まるのが今後2～3か月先である。 |
| | | 精密機械器具製造業(経営者) | ・車で来ている従業員の通勤手当が規定を下回っているため改定した。来月は賃金改定で今年はペースアップを検討しているなど、比較すると諸経費全体で15%くらい上がっている。取引先にも交渉しているが、単価改定の反映を拒否されているため、非常に苦しい。 |
| | | 建設業(経営者) | ・価格が高騰し、予算額に合わない案件が出始めており、いろいろなところから情報が回ってくるようになってきている。 |
| | | 輸送業(経営者) | ・物価高や米国政権の影響により悪い方に向かっている(東京都)。 |
| | | 金融業(従業員) | ・中小企業と大手企業との賃金格差はますます広がっており、中小企業は人材確保に支障が生じている。格差は今後も広がるとみられるため、政府の対応が必要である。 |
| | | 広告代理店(従業員) | ・売上増加は見込めないが、仕入価格が高騰しており、利益を圧迫し始めている。 |
| | | 広告代理店(従業員) | ・メイン商材の1つにマイナスの要素がある(東京都)。 |
| | | 経営コンサルタント | ・人件費の増加、採用の更なる難しさが大きなインパクトになっている。今までは平均4000円程度の昇給が、9000円に向かう見込みだが、大手企業のような万円単位に及ぶような賃上げはとてできない(東京都)。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者) | ・米国の関税次第である(東京都)。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業(所長) | ・年度明け早々に資材値上げの話が出てきており、営業活動で苦戦を強いられる。 |
| | × | 建設業(経営者) | ・減税しないため、悪くなる。 |
| | × | 建設業(営業担当) | ・建築コストの上昇により案件の減少が顕著になってきており、数か月で改善できる要素がない。 |
| | × | 広告代理店(営業担当) | ・テレビ局のコンプライアンス問題の影響から、しばらく当業界の状況は余り芳しくないとみている(東京都)。 |
| 雇用 関連 (南関東) | | - | - |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・社会課題解決型の提案が好調である(東京都)。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・現状の環境に大きな変化はみられず、緩やかな上昇傾向が続く(東京都)。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕(担当者) | ・悪いなかでも全くの新規が20件から30件余りあり、年度替わりに伴う動きも今のところ40数件つかめているため、それらの仕事が入ればかなりの数になる。ただし、予定なのでどうなるのか分からず、待つのみである。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・取引先から4月以降に向けて予算を削減するなどの話が出ておらず、求人依頼も同程度で推移することが見込まれる。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・時給引上げが難しいなか、スタッフの確保が難しい状況は変わらない(東京都)。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・新年度を迎える企業が多いが、求人数については今年度と変わらない予定の企業が多い。賃金上昇に伴い派遣労働者の時給も上がっているが、採用力向上には至らず、マッチ率も今年度から大きく改善する見込みは薄い。 |
| | | 人材派遣会社(営業担当) | ・全体的には企業からの求人は年度末まで増加し、3か月後には一旦落ち着くとみられる。派遣総契約数としては、年度明けに若干落ち込む可能性があるもののある程度回復するため、現時点と比較すると微増とみている(東京都)。 |
| | | 人材派遣会社(営業担当) | ・求人、求職者の状況は変わらないが、景気回復に直結していない。 |
| | | 求人情報製作会社(経営者) | ・上向く材料が今のところない。物価高、資材高騰などが当社の取引先の経営をも圧迫している(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 |
|----|----------|-----------------|--|
| | | 求人情報誌制作会社（営業） | ・少し先に景気が良くなるような兆しは見受けられない。給与を上げれば求職者が集中するだろうが、一部の人々の給与が上がるだけでは全体の景気の底上げには至らない。全体的に手取りが上げれば、世の中の景況感も変わってくる。 |
| | | 求人情報誌制作会社（広報担当） | ・現在は余り景気が良くなる要素も悪くなる要素もない（東京都）。 |
| | | 求人情報誌制作会社（所長） | ・良しあしに影響するきっかけがみえない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・直近の求人数は増加傾向にあるものの、動きは弱く、先行きは不透明である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・価格転嫁は途上である。人手不足を懸念材料としている事業所が多い。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・円安で業績好調の輸出企業でも、原材料費及び人件費の高騰に苦しんでおり、為替レートによっては業績が一気に悪化することを心配する声が複数聞かれる。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・企業からの求人状況は良いが、採用が進まない。求職者は比較的いるものの、求人企業とのマッチングがうまくいかず、なかなか決まらない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・物価の上昇が止まらないため、やや悪くなる（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・4月採用も落ち着き、派遣依頼も減少することが予想される（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・派遣受注は前年を上回っているが、人材の争奪戦が激しく、成約に至らないケースが増えてきている（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・不安要素だらけで、好調な情報はインバウンドのみである。価格転嫁は避けたいが、値上げせざるを得ない状況となっている。先行きの不透明感は根強く、特に製造業に関しては米国の関税次第で対外競争力の低下が懸念されるため、不安である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・建設業からは、人件費の増加と残業規制による工期の長期化により業績が悪化しており、この先体力のない会社は存続が難しいという声も届いている。また、製造業においては金利上昇が続いていることから設備投資に消極的になっているとの話も聞く（東京都）。 |
| | x | - | - |

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) | | 一般レストラン（経営者） | ・キャッシュレス決済業者のキャンペーンが3月に予定されていたり、当市の新年度予算に商工関連対策企画が組み入れられているという噂もあるため、天候に大きく左右されることがなければ、良くなるはずである。4月から当店の周年キャンペーンを行う影響もあるため、良くなるようにしたい。 |
| | | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | ・忙しくなったからといって、葬儀屋の理念である人の不幸に付け込まないことや、事前の見積り、丁寧な施行等をしっかりと守っていきたい。 |
| | | スーパー（経営者） | ・前年と比べて恐らく来客数は減少する。道路拡幅で居酒屋が閉店したり、1日3回来店していた客が老人ホームに入居するなどあり、新規の客を増やさなければ、来客数は増えない。一方、新規取引先が増えるため、これから忙しくなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・競合店出店時は大きく売上は減少したものの、客足に復活の兆候がみられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・暖かくなってくれば、来客数は増える予想である。全てにおいての値上げが早く収まってほしい。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・期末や人の移動の時期でもあり、物価高騰も落ち着きを見せてきているため、景気は上向きに転ずるとみている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・1～2月がかなりひどい月だったが、これ以上悪くはならず、ある程度、物価高に客が慣れて、少しずつ動きが出てくるとみている。3月は県内で各種イベントがあるため、県内外からの客の動きも出てくる。 |

| 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 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 観光名所（職員） | ・外国人のスキーや雪見客が多くみられ、スキーリゾート関連と近隣の飲食店や宿泊施設は好況である。雪解け以降の見通しはつかみにくいが、インバウンド需要に多少の期待をしている。 |
| | | 遊園地（職員） | ・正月期間に続いて、卒業旅行のシーズンに向けたセールスやイベントを打ち出すことで、より多くの客の来園を期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・今の商店街の傾向からみて、本当に人が通らない。買物客が来るような店もなくなっているため、今後1～2年がどうなっていくのか心配しながら、街をみている。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・人の移動の季節ではあるものの、賃貸住宅には生活必需品が完備され、以前のようなこの時期の売上は期待できない。ひたすら買換えを待つだけの静かな状況が続く。消費者もよほどの施策が出てこないと購入には至らず、厳しい状況である。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・原材料、野菜類、燃料費等の高止まりが続くようであれば、日常買い回り品を除く部分の消費は厳しい状況が続く。3月は年間でも売上がある月なので、人流と併せて購買意欲が高まることを期待する。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・全般的には春闘を迎え、賃上げの期待感もあるが、電気料金を含め、米価の高騰等、物価高である。実質的に賃金はマイナスという状況で、どこまで消費に向かっていけるかというのは、まだ分からない。 |
| | | 百貨店（店長） | ・大きく変わる要因がない。我々小売業にとって、現在の物価高が収まれば状況は変わってくるだろうが、その兆候もみえない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・賃上げ幅の伸びも見込めそうなので、マイナスにはならないとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客が比較的、単価の低い商材を望む傾向にある。コンビニは割高感があるため状況は厳しいものの、コンビニ特有のお金の使い方もあるので、それほど変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・エネルギー高だけではなく、物価高も大きく生活に影響している。 |
| | | コンビニ（店長） | ・値上げも大分進み、客の購買意欲に影響は少ないとみていたが、多少影響は出てくるだろう。気温が高くなってくれば、いろいろと商材も動いてくるため、良くなるとは想定しているものの、金額面では余り良い情報がないため、総じて変わらない。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・集客の減少が続いている。 |
| | | その他専門店〔酒〕（店長） | ・米価上昇も大変だが、価格上昇だけではなく米の調達も難しくなっている。また、日本酒も原料価格が上がっているため、必ず価格に転嫁される。後々どのような状況になるかというのは、そのときになってみないと分からないが、給料や手取りがどのような状態になるか次第ではあるが、物価上昇の方がはるかにスピードが速いため、更なる2極化が予想される。 |
| | | スナック（経営者） | ・そろそろ企業では異動の時期になるため、本来なら歓送迎会などで忙しくなるはずである。最近の傾向をみていると、本当に皆早く帰るし、会自体を余りやらない傾向も出ているようで、当てにならない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・地元客の動きは良くないものの、首都圏からの客の動きが順調である。また、僅かだがインバウンドも増加傾向にある。降雪の心配のない5月以降は、首都圏からの客も一段と動き出すため、売上の良い状況が続く。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・現状の予約数は、2～3か月前の今月の予約と変わらないため、同じ動きになるかとみている。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | ・物価上昇の影響を受け、旅行業界も価格改定が進んでいるが、極端な仕入価格の高騰により、旅行代金を引き上げなければならず、これを受けて客の動向も鈍くなると考える。 |
| | | タクシー運転手 | ・10月以降、段々と悪くなっている。10月は前年比90%、11月は85%、12月が90%、1月は92%で今月は85%くらいである。以前は深夜2時まで動いていたものだが、今は12時には終わってしまう。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|-------------------------|----------|----------------------------|---|--|
| | | 通信会社（社員） | ・4月以降の新サービス開始やエリア拡張で、加入増加を狙いたいところだが、未知数な部分も多く、現時点では動向が読めない。 | |
| | | 通信会社（社員） | ・上昇傾向になることは難しく、物価上昇と賃金上昇の兼ね合いではないかと考えている。 | |
| | | ゴルフ場（副支配人） | ・前年1年間やここ3か月の様子、周辺コースの状況をみても、改善する様子が見受けられない。 | |
| | | その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者） | ・一般客については、引き続き良い状態が続くと予想される。団体客が新型コロナウイルス感染症発生前まで戻ればよいが、現状7割程度にとどまっている。 | |
| | | その他サービス[クリーニング]（経営者） | ・原油価格の高騰に困っている。 | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・当市は以前、移住希望者数が上位だったが、県内の他市や他県が取組を強化した結果、移住希望者数は減少傾向にある。このため、別荘に関する需要は減っていくと予想される。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・良くなる材料はほとんどない。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・客の様子から、必要な物以外にはお金を使わないように見受けられる。 | |
| | | コンビニ（経営者） | ・1～2月は売上と来客数がほぼ同じで、前年をやや下回っている。これから暖かくなるにつれて、人の動きも活発になるが、この物価高でこの先どうなるのか。給料日前の3連休は、天候は良くても人は入らず、悲惨であった。期待をしないで発注していたが、それ以下の動きである。 | |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新型車イベントが乏しく、足元の受注が1割程度減少しており、回復の見通しが立っていない。 | |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・物価高の影響が収まらない。 | |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・新年度に更なる価格改定等、物価高による値上げが予定されており、消費が伸びにくい状況である。 | |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・食品や生活必需品の価格高騰に対して、特に、中小企業では、控除枠据置きや労働時間短縮のなか、昇給もままならず、高い経営手腕を有する会社しか生き残れない雰囲気が出ている。 | |
| | | スーパー（店長） | ・物価が高く、値上がり止まらない。主食やガソリン代が高くなり、ぜいたく品につながる商材は数字が伸びにくくなっている。 | |
| | | × | コンビニ（経営者） | ・良くなる要素がない。 |
| | | × | スナック（経営者） | ・経済が混乱しきっているから正直どうなるかわからない。デフレが終わるのは望ましいことなので、頑張ったい。 |
| | × | 都市型ホテル（スタッフ） | ・年末年始の回復傾向は一時的な雰囲気だったが、それが間違いなかったかのように、日を追うごとに悪化傾向に向かっている。個人客の減少や法人の鈍化、物価高、金利上昇、悪い要素しか見当たらない。 | |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | | - | - | |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・大口の受注が見込まれ、生産量が増える方向である。 | |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・半導体需給が回復し、やや良くなる。 | |
| | | 建設業（経営者） | ・春らしい天候になりつつあるため、工事の問合せも少しずつ増えてきている。 | |
| | | その他製造業[宝石・貴金属]（経営者） | ・地金が高騰しており、販売したら同じ値段では制作できないため、販売不振でも簡単に値上げすることもできない。新しい物を数多く作ることは当分難しく、客にも在庫に目新しさが無いといわれるが、しばらくこの状況は続く。 | |
| | | 金融業（調査担当） | ・観光関連は、積雪が多いスキー場周辺を中心に需要は堅調なもの、物価高で個人消費に抑制姿勢がみられる。製造業は半導体関連を中心に、少しずつ受注持ち直しの兆しも予想されるが、まだ時間を要する見通しである。米国政権の政策の影響も懸念される。 | |
| | | 金融業（経営企画担当） | ・3か月先程度では、まだ変わらないと考える。 | |

| 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 |
|----------|----------|---------------------|--|
| | | 新聞販売店〔広告〕 (総務担当) | ・消費喚起のための折込チラシ出稿が微増ではあるものの増えており、今後もその傾向が続くと予想される。 |
| | | 食料品製造業(営業統括) | ・諸物価の上昇により、消費者の購買意欲の減退がみられる。特に、ワインのような嗜好品については敬遠する傾向にある。 |
| | | 食料品製造業(総務担当) | ・原材料価格の値上がりが続くため、やや悪くなる。 |
| | | 電気機械器具製造業(経営者) | ・耐久消費財への支出が低迷していることに加え、新生活向け商材売上の減少が予測される。 |
| | | 電気機械器具製造業(従業員) | ・今後の株価、円相場によって左右されるとみているが、影響は非常に大きくなる。 |
| | × | 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。 |
| | × | 電気機械器具製造業(経営者) | ・注文や見積案件が減っている。資材価格、人件費、光熱費は高騰しているが、販売価格は変わらない。周囲でも明るい話や好調だという話は聞かない。 |
| 雇用 関連 | | - | - |
| (甲信越) | | 人材派遣会社(営業担当) | ・地方には中小零細企業が多く、ペースアップは見込めないため、購買意欲が湧かず消費に回らない。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・変化する要因が見当たらない。 |
| | | 民間職業紹介機関(経営者) | ・物価上昇が賃金上昇に追いつかず、中小零細企業は困難な状況が続いている。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・前月と変わらず、ガソリンなど燃料費の上昇や物価高、人件費の上昇による影響、政府の経済対策が流動的であること等、国内経済の先行きは見通せない状況である。また、自動車の輸入関税引上げなど、今後は米国政権が日本経済へ及ぼす影響や中国経済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、7か月連続で減少している。 |
| | × | - | - |

6. 東海(地域別調査機関:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|------------|---|---|
| 家計 動向 関連 (東海) | | 商店街(代表者) | ・物価上昇に比例して給料も上がっている様子である。 |
| | | 一般小売店〔結納品〕 (経営者) | ・春になって暖くなれば少し景気も回復する。 |
| | | 一般小売店〔高級精肉〕 (常勤監査役) | ・米国での関税政策の影響は懸念される。 |
| | | 一般小売店〔土産〕 (経営者) | ・駅周辺の観光客の動きを見ると、個人客は新型コロナウイルス感染症発生前に比してやや少ない程度まで戻ってきている。ただし、団体客についてはいまだ戻る様子がない。 |
| | | 百貨店(総務担当) | ・本年も春闘などによる賃上げが大企業だけでなく中小企業にも及ぶことが想定され、また、初任給の引上げなどによる若年層の消費行動、自分消費の需要に期待したい。政府の備蓄米放出などで米価格の下落も想定されるが、引き続き物価は高い状況にある。ホワイトデーの需要で和菓子や洋菓子の伸びにも期待したい。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | ・5月頃には日本人の購買行動がもう少し活発化して復調すると予測する。 |
| | | スーパー(販売担当) | ・4月になればいろいろと新しい生活が始まるため、その支度としての買物も弾み景気が良くなることを期待する。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・店舗によってはインバウンド需要などが見込める立地の店舗もあり、今よりも更に来客数が増えることが期待される。 |
| | | コンビニ(店長) | ・3月から4月でまた値上げがあるようだが、ペースアップで給与が上がる企業が多く、米の値段も落ち着く期待もあり景気はやや良くなると予想する。年収の壁問題がなかなか進まないのは気に掛かるが、103万円から上がることは間違いないだろうから実現すれば景気回復に寄与する。 |
| | | コンビニ(店長) | ・4月になり転勤等で人の動きが活発になる。 |
| | 衣料品専門店(店長) | ・今年も暑くなるという予報により防暑グッズや夏物衣料の購入が早くなっているため、前年以上の売上が見込める可能性が高い。 | |

| 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 |
|----|----------|-------------------------|---|
| | | 家電量販店（店員） | ・客の反応が良い。購買意欲が高い印象を受ける。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・インフレの影響で新車価格が年々上がっており、価格改定前に購入することを検討する客が増えている。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（社員） | ・新年度教育機関向けの販売増加が見込まれる。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当） | ・物価高騰、賃上げ動向は気になるが、現時点では特段悪影響はない見込みである。 |
| | | 高級レストラン（経営企画） | ・卒業、入学、入社や昇進等のハレの日需要やゴールデンウィークの人の集まりに期待している。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・引き続き順調に予約を受注しており増収傾向にあるが、春闘による賃上げや原材料費高騰に伴い、損益については予算を許さない状況である。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・春からゴールデンウィークにかけての宿泊需要、レストラン需要に期待する。宴会の歓送迎会取り込みが弱いのはコロナ禍の影響である。また、全てのコストが上昇しているが、上昇分を価格転嫁し切れないため、収益率は低下している。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・暖かくなると客の動きが更に活発になる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・4月以降、会社の新年度や新学期が始まると年間のスケジュールが決まり、夏休みを海外で過ごす家族連れの計画も立てやすくなる時期になるため、予約に期待している。今年の夏は円高の波に期待する声が客からも多く、人気のハワイ、台湾、韓国はもちろん、特にグルメと世界遺産が多いオーストラリアに期待している。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・天候が余りにも寒かったり雪が降ったりで、旅行業界としては良くない状況が続いていたが春になれば回復する。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・旅行しやすい時期となり、気候的要因で取扱は増える見込みである。大阪・関西万博を目的とした団体旅行の問合せも増えている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・厳寒の冬が終わり旅行しやすい春シーズンの到来で、観光、スポーツ団体などの旅行関連素材の利用頻度は増加し、引き続き好調に伸びていくと推測する。今まで余りなかった大阪・関西万博の問合せもここに来て毎日のように増えている。大阪・関西万博による需要は間違いなく増加する。 |
| | | タクシー運転手 | ・寒波が収まって徐々に暖かくなり、歓送迎会や花見等が増えてくれば客の動きも徐々に良くなると期待したい。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・何がイベントの盛況要因か不明だが、いろいろと動き始めている印象を受ける。 |
| | | 美容室（経営者） | ・2～3か月後は春を迎え、年末に来店した客の再訪が見込めるため期待できる。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | ・4月から開始予定のキャンペーンにより新規客が見込める。 |
| | | その他住宅〔室内装飾業〕（従業員） | ・リフォーム工事の見積依頼が増えてきている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・安価な店は好調だが、高価な店は普通かやや悪い状態である。人出は多いが客単価は相変わらず低い。 |
| | | 商店街（代表者） | ・所得の増加も必要であるが、まずは米やガソリン等の生活必需品の価格がもう少し安価に落ち着かない限り景気は良くならない。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・回復気味とはいえまだ厳しい状況である。 |
| | | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・4月から多くの物が値上がりするため、賃上げがあっても実際に給与の手取額が上がることが確認できてからでないといふ景気は良くならない。2～3か月先はまだ様子見の状態が続く。夏のボーナスが出て、本格的に賃金の上昇が実感できるまでは変わらない。 |
| | | 一般小売店〔果物〕（店員） | ・3か月ほどでは変わらない。 |
| | | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当） | ・物価高が進むばかりで、依然として明るい材料は見当たらない。 |

| 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 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | 百貨店（売場主任） | ・1月末から2月中旬頃まではインバウンドの来店が多く売上も上がったが、これからは少し落ち着く見込みである。商品の在庫が余りないため、店頭にないことを告げると今すぐ買いたい客は帰ってしまう。また、靴が買っても附属品までは手が回らないため、クリーニングなどの売上も厳しい状態が続いている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・給与アップと物価高による商品単価上昇により、客単価は少しずつ上がり続けると予想している。また、食料品や高額品は引き続き好調を維持しており、気温の高まりに合わせて紳士、婦人共にファッション関連商品も動き始めている。当面この流れが続く。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・向こう3か月も食品やガソリンなどの価格が上昇ないし高止まりすることが見込まれ、生活防衛的な選別消費が進むことによって景気は鈍化する。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・回復傾向にあった景気も現状は一服した印象を受けるが、この後また回復すると予測する。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・今後は気温の上昇とともに衣料品や食料品などの活発な動きが回復する。客の購買意欲がそれほど落ちているようには見受けられない。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・既にUV商品が動き出すなどしており、季節商材の動きが読めない。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・値上げの影響がなく購買意欲が保たれれば大きな落ち込みはない見込みである。大阪・関西万博の開催によりインバウンドは引き続き好調に推移する。 |
| | | スーパー（経営者） | ・来客数に対して売上が伸びない。生鮮食品、特に青果や鮮魚の価格が落ち着かないと、いつまでも物価上昇が続く不安感がある。 |
| | | スーパー（店長） | ・人件費や運送費等も高騰しており、商品値上げをせざるを得ない状況にあるため、買上点数は伸びないと予測する。 |
| | | スーパー（店員） | ・米の単価が毎月上昇しているが、政府備蓄米放出で多少下がると予想する。米以外の商品についてはまだ値上げが予定されているため、相殺しても現状程度の売上は継続していく。 |
| | | スーパー（店員） | ・値上げに次ぐ値上げで、消費者が使える金に限界がある。 |
| | | スーパー（店員） | ・春になり大雪などの天候不順のリスクはなくなるが、野菜や米が安くなるのか見通しが立たないため、買い控えまではいかずとも財布のひもは固いままである。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・客単価の前年比の上昇はまだ継続しており、しばらくは現状維持が続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・電気料金、人件費の高騰が利益を圧迫する。 |
| | | コンビニ（店長） | ・米国経済の状況が日本経済にどのように影響するのか、それが我が国の消費者の行動にどのような影響を及ぼすのかが未知数であり、先行きが見通せない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・競合店の不振傾向によりやや復調の兆しはあるものの、物価高によりコンビニそのものの来客数増加は期待できない。競合店と客の奪い合いをしているだけである。手取りが増え、消費意欲が向上することを望む。 |
| | | コンビニ（本部管理担当） | ・米国大統領の就任後、彼の発言で景気が動く事があり予測が難しい状況である。一方、小売業界のトピックスとして目新しい話はなく、今後も景気は変わらないと判断する。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・世間では、賃上げ実現による個人消費の拡大と好景気への転換を期待しているようだが、多くの中小企業や小規模事業所では、期待しているような賃上げの実現は困難である。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・2～3か月先は新年度が始まり売上もやや落ち着く時期であるが、大きな変化はない見込みである。 |
| | | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・景気は変わらないが物価は上がり、消費者が許容していく段階に入った印象を受ける。商品単価はこの先もまだ上がりそうな気配がある。電化製品はこれまでが安すぎたものもあり適正価格の見直しが進んでいる。単価が上がり短期的には売上も上がるだろうが、し好品が売れるというより生活必需品の単価が上がっているだけなのでどこかで頭打ちになると予測する。 |

| 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 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・春闘でかなりの賃上げが予想されるが、米や野菜など食料品の高騰があり、生活費が上がっているため景気が良いとはみられない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・良くなる材料がない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・1台当たりの販売単価は上がっているが、売れる車が限られており、販売台数が大幅に改善する状況にはない。売り方、利益率を上げるしか方法がない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・賃金上昇を期待する気運があり、世の中の市場感覚が良くなるように期待したいが、実際の手取り収入の増加はまだ数か月先の話である。これからいろいろな物の価格が上がるとの情報もあり、まだ大型消費財への購入意欲の高まりは期待できない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・はっきりとしたマイナス要因はなく、アクセス数も下がってはいないため、特に悪くなることはない見込みである。例年どおりの春が来る。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・新築の現場が減っており、その分を改修工事で補っている状況である。改修工事においては各企業の厚生施設などが増えてきており、反対に新築の企業関係の施設については平行線である。小規模のリフォーム工事が増えてきており、上述の内容で景気は平行線である。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（経営者） | ・消費者の購買意欲が向上する理由が見当たらない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・自店の客には年金生活の年配者が多いため、物価高で足が遠のいている。新たにSNS等を使って広告を行っても、人件費等の自店の体力を考慮するとこれ以上の伸びは期待できない。 |
| | | その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | ・前年は値上げに続く値上げで販売量が漸減していたが、年が明けて1月から2月は前年よりも販売量が3%程度増えており、底を打った感がある。光熱費や生活必需品の大きな変動がなければ、安定した状況が続く見通しである。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・予約状況を見ると前年比で5%程度の伸びがある。本来2~3か月後は観光シーズンのため大きく伸びるべき時期であるが、ややプラス程度で推移すると予測する。当地域は温暖で気候が良いことから旅行先に選ばれているため、良い天候が続けば景気の後押しになる。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から判断した。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・情報機器の値上げが止まらない。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・予約状況が少ないためまだ分からない。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・物価が上昇している。 |
| | | テーマパーク職員（総務担当） | ・例年この時期は大規模な催事がなく、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） | ・異常気象リスクも高く、引き続き客単価上昇は見込めない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価が上昇しているが賃金は上がらないという客が非常に多く、賃上げが話題になっているが現実には手取りまで上昇している人はなかなかいないため、当分景気はこのままの状態が続く。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・資材、人件費の高騰が続いている。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | ・悪い状態から好転の兆候がまだみられない。 |
| | | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業） | ・繁忙期終了後どうなるか、これから施策を練る必要がある。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当） | ・米国大統領の発言が余りにも自国主義的であるため、周りが動揺して先行きの不安が多い。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・給与は緩やかに上昇しているものの、物価高を補うまではいかず、消費の伸びは見込めない。 |
| | | スーパー（店長） | ・光熱費やガソリン代の高騰で今後も節約志向が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・1品単価の上昇鈍化に加え、買上点数の前年割れの状況により、客単価が前年を割り込むようになっている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | スーパー（店員） | ・毎月のように米の値上げが発生し、現在は客単価の上昇に貢献しているが、今後の原料に非常に不安がある。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・米国への輸出関税の問題が不透明であること、燃料代の高騰が収まらないことが懸念事項である。食品の高騰は今後多少は落ち着くことが予想されるが、米の流通量の問題もあり、国際情勢の不安から景気が悪化する可能性が高い。 |
| | | スーパー（総務） | ・公共料金や物価の上昇で支出が大きくなり、家計に影響を及ぼしている。必然的に買い控えが予想される。 |
| | | コンビニ（店長） | ・4月に食品、飲料、アルコールの値上げが予定されているため、景況感は悪くなる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・米や野菜等の物価高の影響を受け節約志向が強い様子で、客単価が若干下がっている。 |
| | | コンビニ（商品企画担当） | ・値上げが加速することで、若干の消費の冷え込みが想定される。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・元々高額商品を扱っているため、一見客の購入はますます厳しくなる。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・2月から3月で年間の60%の売上があるほど、今の時期は繁忙期である。自店においては2月の売上予算を達成し、集客も売上も伸びている。この勢いは来月まで継続するが、2～3か月後にはピークを越えてしまうため現在と比べて悪くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・とにかく全てのものが高くなり家計の負担が大きくなってきた。それに伴い、客の節約意識も高まっている。世界情勢も不安定で株価も下降気味等、取り巻く環境も不安な流れが続いている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新車目当ての乗客が前年と比べて8割ほどになっており、それに比例して新車の販売台数も落ち込み始めている。中古車も相場が上がりが始めており、価格を見て諦める客もいて、余り良い状況ではない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・繁忙期であるはずのこの時期に、新車販売、サービス共に売上が悪い。4月以降は車両の供給も制約が入り厳しくなる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・新型車がデビューしたが、思うようには販売数が伸びていない。車両本体価格が大分値上がりしていることが原因と考えられる。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・海外、国内動向によって大きく左右される。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・米の値上がりなどがレストランのメニュー価格にも反映され、昼食時はいつも満席であった店もこの頃は空席が目立ち始めている。価格の安いところに客が流れており、以前のように客足が戻っていく勢いがみられない。 |
| | | 観光名所（案内係） | ・何もかも値上げばかりで、このままではどう考えても悪い方向に向かう。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・毎日増税や値上げの話題があり、なかなか娯楽に金を回すことが難しくなっている。明るい将来の話題がないため、景気も悪くなる一方である。消費税やガソリン税等がなくなれば景気は回復すると考える。 |
| | | 理美容室（経営者） | ・客からは、物価が上がっても賃金が上がらないため生活が厳しいという声を聞く。 |
| | | 美容室（経営者） | ・あらゆる物価が上がっているため生活必需品が優先され、美容院の景気は良くない。 |
| | | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・4月から運搬費・産廃処分費等経費の値上げ案内があり、介護サービス報酬には転嫁できず、人件費も上がることになるため、運営が苦しいところである。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・多少円高傾向になっているが、景気は相変わらず伸び悩んでいる。 |
| | | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | ・物価高で毎月材料費・人件費が上がり、以前に出した見積りでは仕事が取れない。施主も理解してくれるが、工事は進まない。現状の厳しさが続く。今後物価が下がることはもう期待できない。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・全てのものが値上がりしている状態で景気が良くなるわけがない。 |
| | × | 乗用車販売店（経営者） | ・現在の需要増加は来月までとなる見込みで、4月以降の販売量はかなり落ちると予想する。 |

| 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 |
|----------------------------|----------|---------------------|---|
| | × | 乗用車販売店（従業員） | ・物価高に加え、米国の関税の問題が本格化すれば景気は明らかに悪くなる。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・各商店や仕入先などで値上げラッシュが見込まれている。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・世間が外食をするような雰囲気ではない。 |
| | × | 設計事務所（経営者） | ・企業案件が中止になり再開の見通しが立たない。 |
| | × | 住宅販売会社（従業員） | ・4月以降、また部材費が上がるという状況で戦争終結後の復興や金利の上昇が更に向かい風となるのは避けられない。不安で仕方ない。 |
| 企業 動向 関連 (東海) | | - | - |
| | | 化学工業（営業担当） | ・電材向けのクリーン容器の注文が3月から4月で増加しており、特に台湾向けが増えている。 |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・米国の関税について方針が決まれば、設備投資方針が定まり、今まで足踏み状態だったプロジェクトが再開するなど半導体向け設備の受注が増えることが予想される。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・中途採用や派遣社員がなかなか決まらないということは、求職者にとっては選択肢が増えていることと考えられる。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・年度末は物量が多くなるが、今年は例年以上に多い。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・扶養家族の収入の上限改正が議論されている。変更されれば、もう少し働く時間を増やして収入を増やす人が出てくるだろう。いわゆる推し活には支出を惜しまない人たちのお陰で、舞台等のチケットはなかなか取りにくい状況が続いている。収入が増えれば、そうした傾向はますます強くなっていき、景気を良くしていく。 |
| | | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・自動車産業の方向性がみえないため、新規の依頼も少なくなり世情は大変困っている。特に金型業界は大変な様子である。 |
| | | 食料品製造業（経営企画担当） | ・食品業界全体として春先に向けて更に価格改正の動きが激しくなり、消費マインドの停滞が懸念される。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・現状の景気はやや悪いが、取引先の様子などからこの先も良くなる傾向が見受けられず、このまま変わらない。 |
| | | 化学工業（総務秘書） | ・景気に悪影響を与える特段の問題がない。世界の紛争も収束に向けて動き始めている。急激な円安も一服しており、中期的には景気安定を模索する流れがある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営管理担当） | ・受注量、販売量の見込みから判断した。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・米国の対中関税の問題はまだ表面化していないが、今後は価格上昇による売上減少などの影響が出てくる可能性がある。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・原材料価格が相当な値上がりをしたため、販売価格に転嫁されかなりの値上げが進んだが、受注量は横ばいが続いており、今後もこの状態が続く。 |
| | | 建設業（役員） | ・市況としては、減税などの特例控除も毎年減ってきている。住宅購買の意欲が出てこない。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・設備投資、消費共に横ばいの見込みである。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・運送業はこれから繁忙期に入る。繁忙期が終わった後がどうなるか、荷主からの計画はまだ教えてもらえていない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・人材不足で人件費等は上がるものの、会社の売上はほぼ横ばいである。企業の投資では大手は良いが、中小までは手が回らない様子である。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・建築、住宅、工場といった生活基盤となるような設備投資は、個人でも法人でも将来の発展を遂げるための投資であるが、荷動きを見ているとそれらが抑制されている印象を受ける。このままでは景気の拡大は望めない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・販売動向から判断した。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・受注価格にコスト上昇分を転嫁できないと、特に中小企業にとっては更なる賃上げは困難であり、賃上げができないと個人消費も上向かない。当面現状の景気が続く。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・今後は前年と同様に晴れの日や暖かい日が徐々に多くなる見込みであり、外出や遠出をする人は増加していくと予想する。今後も売上の増加傾向は継続し、前年を上回る状況が続く。 |

| 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 |
|------------------|--------------|-------------------------------|---|
| | | 広告代理店（制作担当） | ・寒さが和らぎ人が外出するようになれば、屋外でのイベント企画等も前年を上回る売上が期待できる。 |
| | | 行政書士 | ・現状維持である。 |
| | | 食料品製造業（社員） | ・燃料費、原料費の値上げが続いており、商品単価を見直し値上げの準備をしているが、それによる販売量の減少が懸念される。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・景気が上向き要素が見当たらない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・現在の受注量増加は年度内の予算消的要素が強いように見受けられるため、4月以降は落ち着く見込みである。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・同業間では新年度の前半は仕事が乏しいという見方があり、受注の改善の兆しが余りみられない。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・良くなる要素がほぼなく、悪化の可能性が高い。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・高いガソリン代、高い米、高い野菜、今後電気代まで値上がりして、この先生活していく自信がない。 |
| | | 通信業（法人営業担当） | ・高度経済成長期から継続した、より少ないコストで最良な品質を追い求めるというスタイルのビジネスを展開していると、企業側が提案・生産活動を継続できなくなっている。日本人一人一人、企業一社一社の当たり前の感覚を変えていく時期が来ている。一時、景気はドンと落ち込むと覚悟している。 |
| | | 金融業（従業員） | ・米国大統領の就任以後、世界経済から我が国も徐々に影響を受けようになる。 |
| | | 金融業（従業員） | ・物価高が収まらず、その状況に賃上げが追いついていない。米価格の高騰も解決されないイメージが強いいため、この先も景気は下向きになる。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・中小企業や個人経営など収入より支出が増えているため明るい未来が想像しづらく、新たな事業を展開しようにも人や金のバランスがうまく取れない。 |
| | | 公認会計士 | ・米国の景気動向に大きく影響を受けており、株価も下落傾向である。大統領の施策で関税の適用などが今後輸出産業を中心に大きな打撃を与えることが予想される。また、年収の壁の撤廃が適用されない方向に進むことで、より消費の停滞が予想される。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・ガソリン価格の補助金の縮小、米の値上がりなど身近な物の価格が驚くほど上昇しており、何らかの対策がなければ、消費は更に冷え込む。 |
| | | × | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） |
| | × | 鉄鋼業（経営者） | ・今年中は良くなる見積りも話もない。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | ・引き合いが減少しており、今後は数量が減少する。 |
| | × | 通信業（総務担当） | ・景気を刺激するような施策や方針設定が何もされないのを見てみると、ひたすら節約して将来に備えなければという気持ちになり、購買意欲がどんどん失われる。必要最低限の買物となり、景気は上向きでない。 |
| 雇用 関連 (東海) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・3月を目前に少しずつだが登録希望者数の増加の兆しがみられる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・年度末には送別会の予約が増えている。 |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・当地域の自動車メーカー及びその関連部品加工については売上が回復傾向にあり、3月以降も回復を見込んでおり年度計画も達成できる可能性が出てきた。同メーカーの2025年の計画は世界生産1000万台のペースに戻す動きもあり、このまま上向きことを期待する。 |
| | | 民間職業紹介機関（窓口担当） | ・求人数の依頼も求職者も1年で1番動く時期であり、多くの成約が見込める。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・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。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・ポジティブなニュースがなく、景気回復に期待を持ってない。 | |

| 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（所長） | ・人手不足のなか、採用数を増加するよりも賃金の引上げにより若年者の定着を検討する企業が多く、人手不足ではあるが求人数の伸びは見込めない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・一部大手企業の大幅な初任給の賃上げ情報は聞くが、米価格の上昇を筆頭に様々な物価高騰が続くなか、多くの中小企業では現状の経営難の状況においては大手企業と同等の賃上げは厳しいという声もあり、まだ好景気へ転ずる見通しは持てない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・世界経済の動向が不透明な状況にあることや、物価高騰による消費者のマインドの低下が懸念される。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・大規模な物流倉庫の新規建設という話を聞く一方、製造業での人員整理という情報もあるため、先行き不透明である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・物価高、米国の関税の動きなど不透明な要素が多い。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | ・原材料費や人件費の高騰などにより、求人票の提出を控えている企業もある。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・年度末という季節性もあり採用決定は進展する見込みであるが、年度が替わるなかで徐々に活動候補者の動きは鈍化し、2～3か月後には採用決定数自体は落ち着く。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・新卒採用求人について、今後2～3か月先で大きな変動はない見込みである。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・次年度の求人活動開始に伴う大学内での企業説明会の参加企業は、医療福祉系の出展申込件数に変化はなく、顔ぶれも例年どおりである。 |
| | | 人材派遣業（営業担当） | ・賃金や物価の上昇、さらには米国の関税による影響もあり、自動車産業を中心にマイナスの影響が出始める。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・売手市場となり、求職者にとっては選択肢が多くなり、企業間での人材獲得が厳しくなっていく。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数を前年同月比でみると、総数、フルタイム・パートタイムがいずれも2か月連続で減少している。 |
| | x | - | - |

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） | ・気象予報によると、好天に恵まれそうなので、売上の伸びに期待したい。とはいえ、インバウンドの増加は桜の開花状況次第という面が強い。 |
| | | 商店街（代表者） | ・春の観光シーズンが近づいてきたことや米国有力紙に行くべき旅行先として当市が紹介されたお陰で、観光客増加への期待が大きい。 |
| | | コンビニ（店舗管理） | ・雪の影響はなくなるものの、好転の材料が見当たらない。 |
| | | 家電量販店（本部） | ・積雪による影響から徐々に回復すると考える。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・大雪が続き来客数に影響があったが、今後はイベント等の予定があるため期待している。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・天候のリスクを除けば、春物商材の入荷量は前年より増加傾向にあり、今後の売上が期待できる。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・これから天候が良くなるため、通常の客入りが期待できる。 |
| | | 一般レストラン（統括） | ・年度末、新年度、ゴールデンウィークと、何かと人が動く時期になるため、2月と比較すると外出や外食の機会が増えると考えられる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・3月後半から団体やインバウンドの宿泊予約が回復しており、同じく宴会の予約も件数が伸びている。 |
| | | 都市型ホテル（役員） | ・引き続き、インバウンド需要により稼働率、客室単価は維持できるとみている。 |
| | | タクシー運転手 | ・新年度に入ると歓迎会があり、外出の機会も増えると考えられる。また、花見などでタクシー利用が増えると思われている。 |
| | | タクシー運転手 | ・この後は良くなるしかない。これ以上は悪くならないと考える。 |
| | | 通信会社（役員） | ・新サービスの導入により、通信サービスの解約数の減少を見込んでいる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | テーマパーク（役員） | ・天候が通常どおりになれば、乗客数も増えると考え。ただし、北陸新幹線の延伸から1年が経過するため、特需的な動きは落ち着いてくるとみている。 |
| | | 競輪場（職員） | ・インフレにより主な利用客である中高年男性の名目賃金等の収入が上がっているのか、売上高が上がっている。インフレの継続により、売上が更に増えるとみている。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店長） | ・天候が回復し、4月中旬までは新生活のための需要が見込めるが、5月は停滞するとみている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・今が底とみているが、良くなる要素も見当たらない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・大阪・関西万博の開催で訪日外国人が増え、インバウンド売上は好調に推移するとみている。前年5月は過去最高のインバウンド売上を記録しており、今年の5月も前年並みかそれを上回る訪日外国人の来店を見込んでいる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・国内旅行や外出準備といったファッションに関係する需要や化粧品の新作、機能商品の発売もあり、前年並みに推移するとみている。米国有力紙による当市の紹介記事の影響で、前月からはレストランを中心にインバウンドが増えている。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・天候は良くなる見通しだが、購買率が数か月低迷していることから、数か月での改善は見込めない。しかし、春からの大阪・関西万博開催による景気拡大やトラベル需要、新生活需要などを取り込めれば、今より良くなる可能性がある。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後もメーカーによる値上げが予測されることから、景気回復の見通しは厳しい。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・価格改定による商品価格の高止まりを予測しており、買上点数の底上げができれば安定した売上を確保できると考える。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・春物の売上に期待をしているが、天候次第ということもあり、先行きは非常に不透明である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・米や食品の価格が高止まりしているため、景気はやや悪い状態が継続するとみている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・悪天候で売上が低迷しているが、客単価自体が下がっており、天候の影響だけではないとみている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新車の価格が高くなっているため、購入に対する慎重な様子はしばらく続くとみている。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・現状は買換えを中心とした商談が多く、一定の受注はあるものの、受注できない車種もあるため、大幅な増加は見込めない。 |
| | | 住関連専門店（役員） | ・新年度に向け、動きが出てくる時期ではあるが、ここ数か月の動向を見ていると景気が回復するような兆しはない。 |
| | | スナック（経営者） | ・一般的にゆとりがなくなってきたとみている。しばらくこの状態が続くとみている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・北陸新幹線の延伸効果は落ち着き、仕入費用や固定費は増えてきている。平日の集客の弱さが大きな課題となっている。 |
| | | 観光型旅館（経理） | ・1年前の能登半島地震による損害のため、休業状態が継続している。再開までにかかりの期間を要する見込みである。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・宿泊費、交通費など全てが値上がり傾向である。それでもホテル、貸切バスなどの予約は確保しづらく、今後影響が大きくなるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・卒業、入学シーズンは来客数が増え、少し変化がみられるが、前年と比べると大きな変化はない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・先行きが不透明で判断できない。 |
| | | その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人） | ・新年度より会費の値上げをするが、会員数にどの程度の影響が出るか、全く見通せない状況である。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・日本銀行の利上げにより、住宅ローンの金利も上がると予想される。 |
| | | 住宅販売会社（営業） | ・基本的に好材料が思い当たらないため、変化はないと考える。ただし、今後の原価の高騰によっては、下振れ方向に変化するとみている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|----------|--------------------|--|
| | | 一般小売店〔精肉〕 (店長) | ・報道にあるように、かなりの数の商品が値上げされることから、消費者の財布のひもは固くなる。豚肉の動きは良くなるとみているが、牛肉の動きがますます悪くなり、景気はやや悪くなると考える。 |
| | | スーパー(総務担当) | ・米の販売価格が高騰しているだけでなく、それにより外食価格も高騰しているため、景気はやや悪くなるとみている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | ・社会的状況の不安定さや気候変動により客がナーバスになっており、動きがやや悪くなると考える。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・物価高が続いているため、購入したい商品があっても安価なものを選ぶしかなくなる。 |
| | | 乗用車販売店(役員) | ・米国大統領の施策により、自動車などの関税問題の影響が特に海外取引の面で出てくると考える。大手製造業における活況に陰りが出てくることを懸念している。 |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | ・現在の予約状況は、前年の受注に対して約85%しかなく、景気の良さはみられない。 |
| | | 通信会社(職員) | ・物価高がおさまらないため、景気はやや悪くなるとみている。 |
| | | パチンコ店(経理) | ・このまま金利や物価が上昇すれば、景気は悪くなるとみている。減税や賃上げが必要であると考え。 |
| | | 美容室(経営者) | ・ガソリン、光熱費、生鮮食品、米とあらゆるものの価格が上がっており、間違いなく消費は落ち込む。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・物価や人件費の高騰と人手不足が重くのし掛かり、受注しても施工が追い付かず、売上も伸ばせない。 |
| | | × | 商店街(代表者) |
| | × | その他専門店〔酒〕 (経営者) | ・これだけ値上げが続くと、嗜好品である酒類は後回しになるのが当たり前である。消費者の収入が増えない限り、先行きは暗い。 |
| 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、いまだ受注量は震災前の水準には戻っていないが、この先は緩やかに増加していく見込みである。 |
| | | プラスチック製品製造業(広報) | ・断熱リフォーム需要の微増を見込んでいる。 |
| | | 一般機械器具製造業(経理担当) | ・自動車関連部品や産業用関連製品の受注状況は、前年比及び計画比共にこの先数か月は未達となる見通しである。オートバイ関連部品においては、欧州向け中心に前年末から旺盛な受注が続いており、前年比、計画比共に超過となる見通しである。ただし、いずれの製品群も2~3か月先は当月よりも増加する見込みである。 |
| | | 電気機械器具製造業(営業担当) | ・新規案件の見積依頼件数に若干の増加がみられる。また、目先1年前から数か月前に見積り提示した案件の受注が徐々に決まりつつある。新規案件の金型や設備関係の顧客の動きがようやく出てきている。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前のように金型や設備の完成後に即量産化へ移行するかはまだ分からない状況で、今後も顧客からの情報収集に努め、動向の確認を行う必要がある。 |
| | | 建設業(経営者) | ・年度末完成工事が売上に計上されるため、5月の完成工事高及び営業利益が増える。 |
| | | 金融業(融資担当) | ・地域の主力である製造業は売上が増加し、利益率の改善がみられる。観光、飲食関連もインバウンドを含めた来県が継続している。 |
| | | 税理士(所長) | ・顧問先の受注状況を聞いてみると、特にサービス業が順調な印象を受ける。また、年度替わりの歓送迎会需要で、飲食店には徐々に予約が入っている。暖かくなるにつれて入出が増えるため、今よりも消費は拡大するとみている。 |
| | | 繊維工業(総括) | ・スポーツやアウトドア向け商材の本格的な売上回復を期待する声が高まっている一方、先行きについて需要の見通し不安を挙げる企業が増加している。特に、自動車用途の商材について、米国政権の関税引上げによる影響を懸念する声が出ている。 |
| | | 金属製品製造業(経営者) | ・2~3か月先の分の注文の入り具合から、景気は変わらないと考える。 |

| 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 |
|------------------|----------|-------------------------|---|
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・全体の工作機械受注額はほぼ横ばいとなっており、景気の動向として余り変化はない。 |
| | | 建設業（役員） | ・マーケットに需要はあるものの、人手不足がかなり影響し、受注したくてもできない難しい状況が続くとみている。 |
| | | 輸送業（管理会計担当） | ・企業間物流の物量に大きな変化はないとみている。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・個人客だけでなく、法人客からの問合せも少ない状態である。 |
| | | 司法書士 | ・企業の利益の減少は、人件費、原材料価格の高騰が要因であるとみているため、景気が悪化しているわけではないと考える。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・ここ数年は物価高や賃上げ圧力が、企業の利益を圧迫する要因となっている。足元では金利上昇による利息の負担拡大や米国政権の不透明感があり、景気が改善する兆しがみえない。 |
| | x | 輸送業（経理） | ・業務に係る全ての価格が高騰していることに加え、あらゆる物価も上昇しているため、利益が出ない。 |
| 雇用 関連 (北陸) | | - | - |
| | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・求人広告の見込み数が増加傾向である。 |
| | | 人材派遣会社 (社員) | ・求人状況に変化がなく、新たな積極的求人はない。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・特に外国人観光客が増えているが、外国人は土産を買わない傾向があるため、製造関係の業種への波及効果が小さい。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・2～3か月先の求人数は今と余り変わらないとみている。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・有効求人倍率は約2倍で高止まりとなっており、原材料費、光熱費、燃料費の高騰や最低賃金引上げ等、中小企業を中心に企業環境が厳しくなっている。一方、大手企業の決算状況を見ると、増収増益の企業が多い。こうした状況が今後も続き、総合的に景気は変わらないとみている。 |
| | | 民間職業紹介機関 (経営者) | ・求人の動きに変化がなく、求職者数も頭打ちの状態である一方、中小企業における人材不足は継続している。 |
| | | 学校 [大学] (就職担当) | ・変わらず物価上昇、円安、能登半島地震や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) | ・当社は人材派遣会社だが、派遣するスタッフの確保が難しいだけでなく、派遣先の新規開拓や派遣スタッフの労務管理をする正社員に退職者が出た際の補充まで難しくなっている。労働力人口の減少が日本経済の縮小につながると考える。 |
| | x | - | - |

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|----------|---------------------------|---|
| 家計 動向 関連 (近畿) | | 百貨店（サービス担当） | ・今後モインバウンド効果が続くほか、各種イベントや大阪・関西万博による効果で来客数も増え、前年を上回る好調な動きが続くと予想される。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・備蓄米の市場への放出で、米の価格の安定が期待されるほか、4月から5月にかけて当店の食品売場の改装を予定しており、売上の増加が期待できる。 |
| | | 観光型旅館（団体役員） | ・例年、気候が暖くなる時期には、学生の卒業旅行などにぎわいが出てくる。 |
| | | 都市型ホテル（フロント） | ・4月から大阪・関西万博が開催されるため、既に多くの企業による研修旅行の問合せがあり、予約が満室となっている。 |
| | | 一般小売店 [鮮魚] (営業担当) | ・インバウンドの予約が3月後半に集中して入っている。 |
| | | 一般小売店 [手ぬぐい] (経営者) | ・当社の商品は季節商材が多いため、暖かくなってくると売上が伸びてくる。 |
| | | 一般小売店 [菓子] (営業担当) | ・3月になれば、販売量も若干増えてくると期待している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|---|
| | | 一般小売店〔書籍〕 (管理担当) | ・季節による売上や来客数の差はあるが、3月、4月の新学期需要に対応していくことで、来客数が上向くことを期待している。 |
| | | 百貨店(企画担当) | ・大阪・関西万博の開催効果で、インバウンドが更に増えることを期待している。 |
| | | 百貨店(販促担当) | ・気候が大きく変化する時期であり、気温の動きが消費に大きな影響を及ぼす。その一方で、モチベーション需要には期待できるため、セールスポイントを明確にした取組で需要の獲得を目指す。大阪・関西万博でのインバウンド需要にも少し期待できる時期となる。 |
| | | 百貨店(売場マネージャー) | ・大きく改善する要素は見当たらないものの、気温の上昇で春物商材の動きが活発化する見込みである。また、桜の時期になれば訪日外国人も増加し、消費が活発になると予想される。 |
| | | 百貨店(特選品担当) | ・大阪・関西万博の開催による集客の増加に期待している。 |
| | | 百貨店(販売推進担当) | ・大阪・関西万博が開催されることで、人流が増え、消費が活発になることを期待している。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・気候が良くなって観光シーズンとなるため、朝晩の来客数も約15%増える見込みである。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・気温が上昇し、外出が増える季節となるため、やや良くなる。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・大阪・関西万博の影響で来客数の更なる増加が見込まれるほか、商品の値上げラッシュによる客単価の上昇傾向も、しばらく続きそうである。 |
| | | コンビニ(店員) | ・例年2月が来客数、売上共に最も減少する。 |
| | | コンビニ(店員) | ・少し前から手作りパンの販売計画を見直し、売れ筋商品を増やしたり、手頃な価格の商品を増やしたりと、試行錯誤を進めてきたことで、店内製造のパンの売上が130%に増えている。廃棄を減らす努力よりも、品ぞろえを増やして購買意欲を高める方向で、今後も売上の増加を目指したい。 |
| | | 衣料品専門店(店員) | ・繁忙期に入るため、3月、4月は来客数も増え、やや良くなると予想される。 |
| | | 家電量販店(経営者) | ・リフォーム関連の補助金が正式に再開されるため、販売量の増加を期待している。 |
| | | 家電量販店(人事担当) | ・今年は暖くなる時期が早まる予想もあり、花粉症や黄砂による部屋干し需要や空気清浄機などの需要に期待が高まる。また、今年も猛暑の予報があるため、省エネ性能の高い、高機能で高単価のエアコンの需要も高まりそうである。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | ・メーカーによる新車の発表やモデルチェンジもあるため、購入の増加が見込まれる。 |
| | | 乗用車販売店(支店長) | ・期待も込めて、今年度の後半に向けて、好景気となる可能性はある。 |
| | | その他専門店〔宝石〕 (経営者) | ・食料品や米などの価格が落ち着いてきたため、今後は良くなっていく。 |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | ・春は卒業や入学、転勤、異動などで人の動きが増えるため、予約の増加に期待したい。 |
| | | 高級レストラン(企画) | ・今年4月からの大阪・関西万博の開催による、国内外からの宿泊客の増加や、客室単価の上昇が予想される。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・暖かくなると人通りは増えるが、物価の上昇で消費者の財布のひもは固い。 |
| | | 一般レストラン(店主) | ・暖かくなれば、客の動きも良くなると期待している。また、インバウンドも増えることを期待している。 |
| | | その他飲食〔洋菓子〕 (管理担当) | ・大阪・関西万博の開催による影響が期待される。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | ・まだ楽観はできないが、予約は前年比で10%の増加となるなど好調である。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・宿泊の予約率は前年を大きく上回っている。インバウンドは依然好調で、中国や韓国からの客が増えている。レストランは直前の予約が中心であるが、こちらも前年を上回る見込みである。 |
| | | 都市型ホテル(客室担当) | ・桜のシーズンは海外からの予約もおおむね好調であるが、オーバーツーリズムの影響で国内需要が落ち込んでいる。宿泊税の引上げ情報も、国内客が離れる要因となっている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|---|
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・少なくとも、大阪・関西万博の開催期間中は宿泊需要が期待できるものの、飲食需要にはそれほど期待できない。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・国内需要は春休みやゴールデンウィークに伴う増加が期待されるほか、インバウンド需要は春のシーズンでの一定の回復が見込まれる。また、単価も上昇傾向であるため、緩やかな景気の回復が予想される。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・大阪・関西万博の影響で稼働率の上昇が見込めるが、光熱費の高騰が懸念される。 |
| | | タクシー運転手 | ・大阪・関西万博の開催が近づくなか、今後は来場者の動きもあって、タクシーの利用は増加する。 |
| | | 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は服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減少し、暖かくなれば増加する。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | ・住宅価格が高止まりする状況は、当面続くと予想される。ただし、その状況に客も慣れてきたため、消費マインドも以前と比べて回復傾向となる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・ここ数か月は同じような傾向で推移しており、今後も変わらないと予想される。 |
| | | 一般小売店〔花〕（経営者） | ・物価の上昇による影響が続く。 |
| | | 一般小売店〔化粧品〕（経営者） | ・インバウンドの恩恵のある店舗は好調であるが、国内客相手の店舗は来客数が減少するなど不安要素が多く、今後も来客数の減少と単価の上昇の動きが予想される。また、ポイントアップなどに大きな反応がみられるなど、客の購買意欲は決して高くない。内外価格差が激しい、東アジアからのインバウンドが訪れる店舗は期待できるものの、国内客はしばらく停滞が続くと予想される。 |
| | | 一般小売店〔野菜〕（店長） | ・全体的に景気が良くなる気配はないが、悪い方向に向かっている感覚もない。インバウンドが訪れる地域は潤っており、今後も上向くが、国内客を対象としている地域が良くなるとは考えられない。 |
| | | 一般小売店〔呉服〕（店員） | ・着物を販売しているが、今の時点で仕立ての依頼が入っていないため、2～3か月後の売上も増えることはない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・様々な対策を実施しているものの、利用客数の減少に歯止めがかかる気配はない。こちらが直接声を掛けられる常連客に限れば、資産価値が見込まれる買物には積極的な動きがみられる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・少なくとも良くなることはない。生活必需品の値上げが続くなか、百貨店での商品の購入は後回しになったままである。物価が上がっても、大企業以外ではそれほど給料が増えていないことも要因とみられる。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・国内客向けの売上は、今後の気温の上昇に伴い、通常の動きに戻ることが期待される。一方、大阪・関西万博の影響は現時点で考慮しておらず、インバウンド売上にも引き続き注意が必要とみられる。 |
| | | 百貨店（宣伝担当） | ・現在の傾向はしばらく続くため、消費の2極化がより一層進むと予想される。国内の中間層によるハレの日消費がどこまで回復するかは不透明であるため、今後は富裕層やインバウンドへの対応に注力する。 |
| | | 百貨店（売場マネージャー） | ・相変わらず円安傾向であるが、物価の上昇や商品価格の高騰により、婦人用品や婦人服などの購入意欲が弱い。一方、高級ブランドや金製品などの外商売上や、インバウンド売上が好調に推移するなか、大阪・関西万博が4月に控えていることで、今後も若干期待できる。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・インバウンド需要が盛り上がる一方、国内の富裕層には来店を控える様子が見られる。ただし、世界情勢に大きな変化がない限り、全体としてはおおむね好調な状況が続くと予想される。 |
| | | 百貨店（商品担当） | ・物価の上昇を含めて、不透明な部分が多い。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・光熱費の高騰や物価の上昇で、生活必需品以外の買い控えが進んでいる一方、インバウンド売上は鈍化しつつも、一定の売上の拡大がみられる。また、富裕層の消費が安定的に推移する傾向にも、大きな変化はないと予想される。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・日米金利格差の縮小によって円高が進行しているため、インバウンド売上の増加が落ち着くことが予想される。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------|--|
| | | 百貨店（マネージャー） | ・ここ数か月は全体的に大きな変化がみられない。足元の商圏を中心とした国内客やインバウンドの動きについても、特に大きな変化はない。この傾向は今後も続きそうであるが、良い変化としては、中国人客を中心とした来街客が少しずつ増えていることである。 |
| | | 百貨店（管理担当） | ・業績全体をけん引するような商材が見当たらない。 |
| | | 百貨店（商品担当） | ・大阪・関西万博の開催による需要の増加は、国内客を中心に一定の動きが出てくると予想される。ただし、世界経済の先行き不透明感は拭えないほか、足元は物価の上昇で食品の買い控えが進むなど、先行きへの不安は大きい。 |
| | | スーパー（経営者） | ・物価の上昇に収入の増加が追い付いていないため、消費は伸びない。 |
| | | スーパー（店長） | ・物価の上昇が続いており、特に衣料品関係は厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後は客が賃金の増加などを体感できる状況にならなければ、現状の消費動向に変化はない。 |
| | | スーパー（店長） | ・物価の上昇に収入が追い付いておらず、今の状況が続くと予想される。 |
| | | スーパー（店員） | ・まだ価格が下がりそうにないため、厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・来客数も安定しており、特に良くも悪くもならないと予想される。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・いろいろな商品の値上げが予定されており、4月はビールや耐ハイなどが対象となる。その前にまとめ買いの特需が予想されるが、その後は反動も出るため、全体的には増加が期待しにくい。今後は、価値のある商品をいかに販売できるかが重要となる。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・暖冬から一変して、最強クラスの寒波が襲来し、鍋つゆなどの冬物商材の売行きは堅調に推移している。今後は、季節を先取りする売場と売れる商品にずれが生じる可能性はあるが、季節が進むにつれてずれも解消されるため、今後の人の動きや行楽需要が期待される。 |
| | | スーパー（企画） | ・4月からは、各社による賃金のベースアップや、パートの時給引上げなどもあるが、物価の上昇は続いているため、景気の大きな変化にはつながらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・4月からはアルコール類の値上げも決定しているため、今後の対策を考える必要がある。 |
| | | コンビニ（店長） | ・米や卵などの異常な値上がりは気掛かりであるが、今のところ売上は横ばいで安定しているため、今後の動きは見通せない。直近の数か月については、大きな変化はないと予想される。 |
| | | コンビニ（店員） | ・特に変化はみられず、暖かくなればまた旅行者が増えるほか、今まで以上に忙しくなると予想される。 |
| | | コンビニ（店員） | ・物価の上昇が落ち着かない限り、景気の改善はあり得ない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・天候を含めて、春先からやや持ち直すと予想されるが、原価の上昇がまだ続いているなか、消費への影響が懸念される。また、米国による輸入関税の引上げによる影響など、未知数の部分も多いため、景気はしばらく横ばいが続く。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・今年も値上げが進むと予想されるが、過去数年と比べると厳しくなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・米国大統領による関税政策やウクライナへの対応など、世界経済に影響を与える言動が多く、世界が振り回されているため、しばらくは様子見となる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・客からは、まずは必要な物を買うという声が多い。今後はしばらくは、車が売れにくくなりそうである。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・車両の販売状況は、引き続き安定している。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・米国による輸入関税引上げや、車両価格の高騰、高齢者や若年層の車離れなど、自動車業界全体として良い環境にあるとは言い難い。さらに、強化を図ってきた電気自動車の需要も厳しい状況にある。当ブランドの本国の状況も厳しいなか、現時点では好転す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 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・中間層の賃金が上がらなければ、景気が良くなっている実感は得られない。新入社員の初任給引上げの報道は多いが、それだけでは購買意欲の向上にはつながらない。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・メイン商材ののりが不作のため、今年は更に原価の上昇が進んでいる。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当） | ・米国大統領による政策の影響が予想しにくいいため、今後の景気判断が難しい。ただし、消費者の間では物価上昇への諦めが強いことから、極端な節約や買い控えなどは起きないと予想される。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（管理担当） | ・感冒薬などの医薬品や衛生用品の売上は、気温の上昇に伴い減少していく。その一方、今年は花粉症の症状が厳しくなると予想され、予防商材も含めた花粉症関連商品が売上増の中心となる。それに対し、食品や生活必需品は値上げの影響で客単価が上昇しているものの、買上点数は減少している。今後も引き続き、同様の傾向が続くと予想される。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・生活に必要な日用品の価格が一通り上がると、次は水道・光熱費や学費のほか、様々な手数料の値上げが始まっている。あらゆる物が値上がりするなか、宝飾品価格の上昇を気にしないような世代の客は、そもそも来店機会がない。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（総括） | ・物価上昇の影響で消費意欲が低下し、購買に慎重になっている。 |
| | | その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | ・商品の値上げもあるため、売上の増加は期待できない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・原材料価格の高騰で、販売価格を改定せざるを得ない状況であるため、来店動機などへの悪影響が続く。低価格メニューなどで安心して外食できる環境を作り、来店につなげていくことで、少しずつ外食産業の景気も回復すると期待している。 |
| | | その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当） | ・商品の値上がりにより、消費者の生活は訳の分からないうちにひっ迫していく。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・政情不安や世界的な戦争による悪影響もあり、良くなるとは考えられない。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・3月の予約状況は好調で、4月以降は大阪・関西万博関連の動きはまだ少ないものの、一般の団体客や好調な個人客の動きが続くと予想される。ただし、ゴールデンウィーク前後の日並びが悪いため、大きな期待はできない。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・最近の社会情勢をみても、上向きそうな要素が特に見当たらない。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・原油価格の高騰や、物価の上昇などで、当分の間は消費に影響が出る。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・大阪・関西万博の開始が2か月以内に迫ったが、全く盛り上がりおらず、客からの関心も低いままである。開催がもう少し近づけば盛り上がるといわれているが、その状況にはない。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・やや動きは出てくるものの、大阪・関西万博の影響でホテルや航空券の価格が高騰し、予約が取りにくくなる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・引っ越しのシーズンとなり、加入の問合せが増える時期であるが、解約の問合せも増えているため、業況全体としては変わらない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・携帯電話やスマートフォンの端末価格の高騰で、客の購買意欲は高くないが、生活必需品として底堅い需要がある。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・所得税の課税基準が定められた時代とは物価水準が異なるため、その調整は必要とみられる。米国大統領の就任で不安要素もどんどん増えるため、先行きに期待できる要素は見当たらない。 |
| | | 観光名所（企画担当） | ・春節が始まって中国からの観光客が増えたが、前年比での全体的な動きに変化はない。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・新年度の賃上げがどこまで浸透するかによって、景気が大きく左右される。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・予約状況や入込客数は良いが、価格を上げると入込客数が減少するため、なかなか景気は良くならない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------------------|---|
| | | その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) | ・物価の上昇や人件費の増加が顕著となるなか、コストの削減に注力することで、現状を何とか維持できている。 |
| | | その他レジャー施設 [球場] (経理担当) | ・プロ野球のシーズンが開幕し、公式戦や日本代表の強化試合のほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者が予想される。 |
| | | 美容室 (店員) | ・オーダーを見送る動きも、少しは解消されると期待している。 |
| | | 住宅販売会社 (経営者) | ・春の異動シーズンが始まる時期ではあるが、例年ほどの活発な動きがない。このまま鈍い状況が続くことも予想される。 |
| | | その他住宅 [住宅設備] (営業担当) | ・給与、特に手取りが増えなければ、生活を維持できないほどの物価上昇となっている。 |
| | | その他住宅 [情報誌] (編集者) | ・大阪・関西万博の開幕やインバウンドの増加による影響で、賃金の上昇する業種は増える見込みである。物価の上昇による悪影響を上回る、消費マインドの回復となるかどうかで、景況感は変わる。 |
| | | 一般小売店 [時計] (経営者) | ・食品を始め、あらゆる物の価格が月ごとに高くなっている。生活を維持するのに必要な物の購入が優先されるなか、時計は購入を後回しできる物に入るため、心境としては穏やかではない。当店にとって景気が良くなる状況は考えにくい。 |
| | | 百貨店 (マネージャー) | ・物価の上昇により、客の意識のなかで、商品を指名買いするよりも、価格を優先する傾向が高まっている。 |
| | | 百貨店 (マネージャー) | ・大阪・関西万博の開催を控え、一定の集客は予想されるが、節約志向に変化はないと予想される。それに伴い、国内の中間層による購入は、価格の上昇による影響で厳しい状況が予想される一方、富裕層の間では投資目的の手堅い消費が続きそうである。全体のポイントとなるインバウンド消費は来客数の一定の増加が期待されるものの、客単価の低下により、好調なのは一部の地域だけで、当地域への恩恵は少ないと予想される。 |
| | | スーパー (販売促進担当) | ・前月と比較すると徐々に販売量が落ち込んでいるなど、財布のひもが更に固くなっている。さらに、米の供給などでは不透明な部分も多く、価格の上昇や、それに伴う買い控えが更に進むと予想される。 |
| | | スーパー (企画) | ・食料品価格の上昇が続くなか、主食である米の価格も以前の約2倍に上昇し、家庭での負担感が強まっている。今後は備蓄米の放出が予定されているが、依然として高水準にとどまることが予想される。単価の上昇が購入点数の減少につながるなか、今後は現在の傾向が続くか、更に悪化が進むと予想される。 |
| | | スーパー (開発担当) | ・具体的な景気対策が実施されていない。大企業の賃上げは発表されているが、中小零細企業はかなり厳しいため、景気が良くなる可能性は低い。 |
| | | スーパー (社員) | ・2年前から続く値上げにより、客の節約志向が定着しつつある。それに伴い、売上の厳しい状況は当面続くことが予想される。 |
| | | 家電量販店 (店員) | ・物価の上昇が続いており、客はより慎重にお金を使うようになっている。家電でも、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の価格が値上がりし、表示金額をみるだけで客が驚く状況である。どうしても買う必要がなければ、購買意欲も低下傾向となっている。 |
| | | 住関連専門店 (店長) | ・欧州からの輸入販売を行っているが、年明けから現地のインフレやエネルギー価格の高騰で、仕入価格が値上がりしたため、3月からやむなく販売価格を上げるようになった。原価の上昇や物価の上昇に歯止めがかからない。 |
| | | 一般レストラン (企画) | ・2月中旬に値上げを含むメニューの改定を実施したが、客単価は想定どおりとなっている。今後は来客数の確保が課題である。 |
| | | 一般レストラン (店員) | ・これから先は、物価上昇の影響がかなり出てくる。 |
| | | 観光型旅館 (経営者) | ・業界内での淘汰が進むと予想される。 |

| 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 |
|------------------------|----------|----------------------------------|--|
| | | 旅行代理店(役員) | ・春休みや卒業旅行のシーズンとなり、大型レジャー施設を中心に間際予約が見込まれるものの、全体的に単価は下がる。一方、今年のゴールデンウィークは前半の日並びが悪いため、国内旅行、海外旅行共に、長期の旅行需要が見込めない。 |
| | | タクシー運転手 | ・全体的な経済政策だけではなく、低所得者の賃金の底上げが必要であるほか、やはり物価の上昇が厳しすぎる。 |
| | | 通信会社(経営者) | ・今後もインフレの継続で、人件費や原材料費の増加が見込まれる。 |
| | | 通信会社(社員) | ・3月は年間で最大の繁忙期であるため、その後は販売が徐々に落ちてくる。 |
| | | その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設](企画担当) | ・物価の上昇によるレジャーマインドの低下が懸念される。特に、ファミリー客への悪影響が予想される。 |
| | | その他サービス[学習塾](スタッフ) | ・体験入会には参加しても、その後の入会率がふだんよりも下がっている。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | ・今の状況が続くと予想されるため、収益は増えない。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・富裕層の強い購入意欲により、都心の分譲マンション価格は高騰が進んでいるため、会社員は共働き世帯でなければ買えない水準となっている。また、郊外物件も建設費の高騰で販売価格が上昇し、販売のスピードが遅くなっているほか、今後は完成在庫が増えると予想される。 |
| | | 住宅販売会社(総務担当) | ・物価の上昇に賃金の伸びが追いついておらず、今後もこの傾向が続くことが懸念される。 |
| | | 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) | ・世界情勢の不安定化で、先行きはやや悪化する。 |
| | × | 一般小売店[ガラス細工](店長) | ・足元の状態をみても、良くなるような材料が見当たらない。 |
| | × | 一般小売店[花](店員) | ・物価の上昇が続くなか、日用品以外の支出が減っている。3か月先の販売量にも期待できず、売上は減少することが予想される。 |
| | × | 百貨店(売場主任) | ・米国の政策変更による為替への影響など、先行きの不透明感が高まるなか、今後も物価の上昇は続くと予想される。年金世帯の多い郊外では買い控えの傾向が高まっており、今後は更に加速することが予想される。 |
| | × | 衣料品専門店(経営者) | ・一般家庭では食料品の購入で精一杯であり、洋服を購入する余裕がない。 |
| | × | 衣料品専門店(経営者) | ・物価の上昇が続くため、財布のひもが固いままであり、賃上げも正規社員だけにとどまる。非正規社員は最低賃金の引上げで時給が上がるものの、労働時間の短縮などで実質的な収入は減少する。 |
| | × | 家電量販店(店員) | ・主に住宅のリフォーム関連商品を取り扱うなか、4月以降の値上げ情報が多いにもかかわらず、値上げ前の購入増加にはつながっていない。既存の商品が使えなくなれば買換えにつながるが、優先度は他の商品の方が高い状況であり、補助金による訴求効果はあるものの、大きな効果はない。 |
| | × | 家電量販店(店員) | ・全ての商品の価格が上昇しており、賃上げが進まなければ、何をしても景気は良くならない。貧富の差が大きくなることで、厳しい状況は今以上に加速すると予想される。 |
| | × | 家電量販店(企画担当) | ・新生活需要期に入るため、ある程度は売上の増加が期待できるが、電気やガスなどの光熱費や食費の上昇が懸念される。また、積雪地域での過去最高の大雪などで、国民の不安が更に高まるため、厳しい状況が続く。 |
| | × | その他飲食[ジャズバー](店員) | ・物価の上昇による悪影響が予想される。 |
| | × | 競輪場(職員) | ・物価の上昇による影響が大きいほか、時期的にも客単価が下がるタイミングとなる。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | | 木材木製品製造業(経営者) | ・例年、冬は注文が増える時期となるが、今年は異常な寒波の影響が大きい。営業に行っても、雪の影響で何もできないケースや、雪によって配送が止まって売上が落ちるケースもあり、苦戦している。ただし、この状況が終われば、その注文が改めて出てくるため、売上は増加が予想される。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当） | ・大阪・関西万博の開幕で、ある程度の特需が期待され、受注量も増えると予想される。 |
| | | 建設業（経営者） | ・年度末にかけて、少し良くなることが予想される。 |
| | | 輸送業（商品管理担当） | ・例年3月、4月は引越シーズンとなるため、家具の売上が増える。 |
| | | 金融業〔保険〕（経営者） | ・大阪・関西万博の開催が控えており、ホテル需要の増加とともに人流の増加も見込まれる。ただし、業況への効果は限定的と予想される。 |
| | | 経営コンサルタント | ・取引先の再開発ビル周辺では、大型の空き店舗にも大手ディスカウントストアの出店が決まり、開店目前となっている。これには都心部でのインバウンドの増加が、間接的に影響している部分もある。また、大阪・関西万博の期間中は景気の押し上げが期待できる。 |
| | | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・4月には大阪・関西万博が開幕となる。無事に開幕できるのが不安視される一方、ターミナル駅周辺では様々な関連イベントが用意されているため、今後の盛り上がりが見込まれる。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・気候が良くなってくれば、農産物の出荷も安定してくるが、近年は急激な気候変動も多く、どうなるかは予測が難しい。それに伴い、今後も厳しい状況が続くと予想される。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・4月以降も物価が上がる話があるため、行楽の時季に入るものの、売上に大きな変化はない。 |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・更に良くなる材料は、今のところ見当たらない。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・新商品やオリジナル商品の開発で、他社との違いを明確に出来なければ、価格競争が避けられない。情報が乏しいなかでの開発に苦慮している。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・取引先からの増産の情報がない。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・年度末が近い割に、受注が伸びてこない。 |
| | | 化学工業（製造担当） | ・特に景気が上向くような見通しが立っていない。 |
| | | 化学工業（管理担当） | ・取引先の業況も不透明感が強いので、先行きは見通せない。 |
| | | 化学工業（企画担当） | ・食品の需要期を過ぎたが、販売量は堅調な状態であるのに加え、春は需要の若干の増加が見込まれる。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・A I関連、半導体関連を除く産業の景況感は、非常に厳しい状態が続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・現在の低迷した業況が続くと予想される。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・物価の上昇懸念は払拭されず、先行き不透明な状況に変化はない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（役員） | ・取引先に対する、工賃の引上げに向けた交渉が難航している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・今後も建設資材価格や労務費などの価格上昇が続く。計画時から修正された予算でも、現状の価格との差があるため、取引先も苦慮している。働き方改革で、監理技術者の時間外労働にも制約があるため、工事を受注できない状況である。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・1年前から検討中であった、新規の仕事が5月から始まりそうであり、増加した経費も少しは補えると予想している。 |
| | | 司法書士 | ・大阪・関西万博の開催があるものの、物価の上昇が止まらないため、景気が良くなるとは考えられない。 |
| | | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・材料費の増加に伴い、利益が減っている。 |
| | | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・受注量や見積量がまだ少ないため、2～3か月後も状況は悪い。 |
| | | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者） | ・インフレが進み、金利が上がりがつつあるなか、可処分所得の伸びは追い付いていない。インバウンド需要を別にする、食料品以外の商材は今後も販売不振となることが予想される。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・新規案件が減っており、取引先の間では様子見の傾向が高まっているなど、停滞感がある。 |

| 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 |
|------------------|-----------|---|---|
| | | 窯業・土石製品製造業（管理担当） | ・物価の上昇が続くなか、個人消費の減少に伴い、取引先からの受注量も減少傾向にある。中小企業の春の賃上げ動向が注目されるなか、賃上げが物価上昇を上回り、実質賃金が前年比でプラスとなる可能性は余り大きくない。このまま物価の上昇が続けば、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される。 |
| | | その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・今後も物価の上昇が続く。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・荷物量は増えているが、人手は減り続けているため、職場環境が悪化し、更なる人材離れを招いている。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・金利の動向が注目されるほか、ガソリン価格の高騰に伴い、運送業界は危機的な状況となる。 |
| | | 不動産業（営業担当） | ・インターネット経由の販売が増加する一方、実店舗の売上が減っているため、アパレル店舗の撤退が今後も続き、景気は悪くなる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・年度初めは広告費用を抑える企業が多いため、例年どおり少し悪化すると予想される。 |
| | × | 繊維工業（総務担当） | ・円安による原材料価格の高騰や、人件費の増加により、利益の確保ができない状況である。労働組合からは更なる昇給の要求が出ているが、対応が困難な状況となっている。 |
| | × | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・取扱商品の需要期である3月、4月が終わる。さらに、全体的な物価の上昇で財布のひもが固くなれば、取扱商品が耐久消費財であるため、購入の検討が後回しになる。 |
| | × | 通信業（管理担当） | ・景気の良くなる兆しが見当たらず、実際に良くなる要素もない。 |
| | × | 金融業〔投資運用業〕（代表） | ・根本的な問題の解決を避けて、目先の利益を確保しようとしても、一時しのぎにしかならない。 |
| | × | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | ・インフレ対策が不透明ななか、先行きが見通せない。 |
| 雇用 関連 (近畿) | | 人材派遣会社（営業担当） | ・大阪・関西万博による求人の増加に加え、地域の活性化による消費の増加が期待される。 |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・大阪・関西万博の終了までは、現状が続くと予想される。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・物価の上昇などはあるものの、関西企業の広告、プロモーション関連の動きについて、大阪・関西万博の影響もあるのが、前向きに検討する企業が増えている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・大阪・関西万博の開催が迫り、警備を中心とした求人が増加する見込みである。その一方、建設関連は様々な費用の増加などで、求人は足踏み状態となっている。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・2027年卒の夏のインターンシップに向けた、5月から6月のイベントに対し、出展の動きが増える見込みである。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | ・インフレと賃上げのバランスの悪化が懸念される一方、大阪・関西万博の開催効果には期待できる。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・来期も今のところ大きな案件はないため、しばらくは厳しい状況となる。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・大阪・関西万博関連の求人は時給が高いものの、その他には全体的な底上げの動きがない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・今後本格化する2026年卒の新卒採用において、募集企業数は前年よりも増加傾向にある。全体として採用意欲は引き続き高いことから、短期的に景気の大きな変化はなさそうである。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・1月の新規求職者数は前年比で減少となった。若年層の新規求職申込みが減っている一方、中高年層の申込みは増えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人、求職共に、現状が大きく変わるような材料がない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・多くの事業所からは、人手が足りないため受注を断っているとの声を聞く。人材の確保が進まず、今の状態が続く限りは、状況は変わらないと予想される。 |
| | 職業安定所（職員） | ・例年は4月採用に向けて、求人活動が活発になる時期であるが、今年は求人、求職共に例年並みか、若干下回る状況である。業況が悪いという事業所は少ないが、これから良くなる気配も少ない。 | |

| 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(営業担当) | ・求人、求職者共に横ばいの推移が予想されるため、状況に大きな変化はない。 |
| | | 学校[大学](就職担当) | ・学生による売手市場の傾向と、企業の手不足は変わらない。一部の業界では初任給が引き上げられているものの、景気が上向いている実感はない。 |
| | | 学校[大学](就職担当) | ・コロナ禍が明け、求人意欲は以前の水準に戻りつつあるが、物価の上昇に見合った賃金の増加が、一部の業界や大企業だけにとどまらず、医療や福祉業界にも波及してこない限り、景気回復の実感は湧かない。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・インフレと賃上げの好循環が形成されるまでには時間が掛かる。 |
| | | 新聞社[求人広告](営業担当) | ・大阪・関西万博も始まり、インバウンドは更なる増加が予想されるが、物価の上昇に対する有効な対策が打てなければ、国内消費は冷え込む一方となる。 |
| | | 学校[大学](就職担当) | ・初任給の引上げが報じられているが、多くの企業は対応できておらず、学生側も物価の上昇を理由とした地元志向が根強い。 |
| | x | - | - |

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 |
|--------------|--|------------------------|---|
| (中国) | 家計動向関連 | 高級レストラン(事業戦略担当) | ・繁忙期を迎える。 |
| | | 観光型ホテル(営業担当) | ・例年1~2月は来客数が少なく、3月から回復する。 |
| | | 都市型ホテル(宿泊担当) | ・桜シーズン以降、国内外共に団体及び個人の受注が好調であり、前年を上回る予測をしている。また、全体的に単価も前年を上回る水準で推移している。 |
| | | 商店街(代表者) | ・春になると、人の動きが活発になり、観光客数も増加する。 |
| | | 一般小売店[洋裁附属品](経営者) | ・これから暖かくなってくると、徐々に来客数が増加する。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・このままインバウンド需要が続けば良くなっていく傾向にあるとみる。国内需要は相変わらずであると見込んでいる。円安やガソリン価格等物価の高騰など、先行きが不透明であるため、大きな期待はできない。 |
| | | コンビニ(店長) | ・この春に向けて、賃金が上がる企業が増えると期待している。 |
| | | コンビニ(支店長) | ・賃上げが進んでいるようにみられる。 |
| | | 乗用車販売店(営業担当) | ・決算商戦の時期に入り、来客数や販売台数が増えている。新規の来客数も増えており、3月も引き続きにぎわいそうである。要因の1つに、4月からの税制改正があり、車種によっては環境性能割や重量税が上がるため、3月中の登録を希望する客も増えそうである。 |
| | | その他専門店[和菓子](経営者) | ・今の状況が継続すれば景気は良くなる。 |
| | | その他小売[ショッピングセンター](支配人) | ・今までも伸びてきており、マイナス要因はない。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・今の景気が最悪の状況なので、少なくとも今より景気が良くなる。 |
| | | 観光型ホテル(副支配人) | ・春の桜の咲く季節になると、桜観賞を目的とした客が増えてくる。 |
| | | 都市型ホテル(総支配人) | ・3月の宿泊予約ペースが前年と比べ2%良くなっており、4月も同様の動きがある。料飲部門は前年同等の動きがある。 |
| タクシー会社(営業所長) | ・これから観光シーズンを迎える。大阪・関西万博や芸術祭など、人流が活発になると予想している。 | | |
| 通信会社(工事担当) | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気は良くなる。 | | |

| 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 |
|----|----------|----------------|---|
| | | テーマパーク（業務担当） | ・3月の予約が徐々に入っている。4～5月のゴールデンウィークは満室状態である。その他はこれからといった様子である。 |
| | | テーマパーク（営業担当） | ・閑散期から春の繁忙期に向かうため、景気はやや良くなる。 |
| | | 競艇場（企画営業担当） | ・4月以降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（代表者） | ・客が余計な物は買わず、最小限の購入にとどまることが多い。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客が商品の購入に慎重なため、厳しい状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔食品〕 | ・食料品の値上げは続いており、販売数量の増加は期待できない。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・新茶が摘み取られる6月までは好景気が続くと考えるが、新茶の相場次第なので先行きは不安である。価格が高騰することは確かなものとみられる。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・年度替わりで忙しくなるはずだが期待感がない。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・物価の高止まり、又は更なる値上がりなどが懸念される。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・衣食住における物価高は継続し、ヒット商品の兆しもなく、大幅に購買動向が変わるとは考えられない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・月によって売上の変動が激しく、景気は良くなったり、悪くなったりの繰り返しである。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・米国政権の動きやウクライナ情勢等の世界的な動向が地方にまで影響を及ぼしている様子がひしひしと感じられる。先行きは全くみえない状況である。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・物価上昇が続き、景気が回復する要因が見当たらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・3月以降も食品の値上げは続くようで、大幅な景気回復は期待できない。パートの時給アップもこの春はなかった。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後も食料品中心に値上がりが継続する予想であり、現状と変わらないとみられる。大幅な所得増の予定はなく、更に客の節約志向により、低単価商品への移行が進むとみられる。来客数の前年維持が必須である。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後も商品値上げの予定があり、1品単価が上がると、販売数量が落ちる状況が続くとみられる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・物価高騰もあり、客の購入が必要最小限にとどまっている。この状況がまだ続きそうである。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・ガソリンや米の価格の高騰など、生活の根幹部分となる物の価格が上昇する一方で、所得は横ばいのみなので、状況は変わらないとみられる。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・野菜や米など、商品単価の上昇が続くと考えられ、買上点数の大幅な増加はない。 |
| | | スーパー（営業システム担当） | ・野菜価格の高騰やその他食料品の値上げの影響で販売量が落ち込んでいる。客が必要な物だけを買う傾向は当分続く。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・物価が上昇しているため、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（業務開発担当） | ・節約ではなく、買いたくても買えない雰囲気さえしている。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | ・主食の米類や他の食品の値上げが予定されている。また、水道光熱費も値上がりするため、経営面で不安材料が多い。現状維持も難しくなるため、客向けのキャンペーンを利用して売上を上げる対策がより一層必要となる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・外出する人は増えているが、物価が上昇しているため、しばらくは景気は厳しい状況となる。 |
| | | 衣料品専門店（代表） | ・減税を先送りにして増税路線を推進しているうちは、景気回復は見込めないとみられる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・景気に大きな変化がなく、現状のまま推移する。 |
| | | 家電量販店（販売担当） | ・新生活需要に期待できない。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・物価高がおさまるとは考えられないが、来客数は前年並みを維持しているため、景気は余り変化しないとみられる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・物価が全体的に上がっており、車購入まで予算が回らない様子である。 |
| | | 乗用車販売店（業務担当） | ・この先も目新しい商品投入もなく余り変化はない。 |

| 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 |
|----|----------|------------------|--|
| | | 乗用車販売店（リース担当） | ・米、野菜、ガソリンなど、いろいろな物の価格が上昇しているため、景気は良くならない。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | ・メーカーの供給量が変わらない。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・相変わらず円安が響き、いろいろな物が値上げになり、ガソリン価格や光熱費も上がってインフレ状態なのに、消費者は金がない。今後、値上がり分の売上が伸びても、実質の利益の伸びはないとみられる。 |
| | | その他専門店〔土産物〕（経営者） | ・いろいろな物が値上がりして、客に以前のように買物を楽しむ様子がみられず、必要な物だけを厳選して買っていくことが続いている。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | ・社会保障の施策等に先行き不安を感じて、消費は伸びないとみられる。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・国内の一般団体は、4月13日から開催される大阪・関西万博が一部に影響し、伸び悩みが見受けられる。インバウンドは例年並みのツアー予約はあるが、個人については不透明である。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・大企業では賃金のベースアップがあるが、地方ではその影響がほとんどない。これから生き残りを掛けて人員削減などが必要となる。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・円相場に大きな変化はなく、世界的に硬直している感があり、2024年度内はこのまま推移する。また、2025年度において期待されるゴールデンウィーク需要も、メインである海外旅行、特にチャーター商品における機材確保が難しく、地方空港にとって大きな課題となっている。 |
| | | タクシー運転手 | ・今月は寒波の影響で外出する人が非常に少なく、今後も繁忙期を迎えるものの、非常に厳しい。 |
| | | タクシー運転手 | ・景気が好調な状況は変わらないとみられる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・年度末から年度初めにかけて、特に価格の変動要素がなく、新サービスのリリースもない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・景気回復に向けて前向きな政策はなく、すぐに景気が良くなるとは考えられない。特に当県は人口の流出が続いているため、新年度を迎えるにあたり、どの程度の人が残ってくれるかによる。 |
| | | 通信会社（企画・総務担当） | ・通信業界においては、客が他社へ流れることはあっても、通信関係の契約そのものを解約することは考えられない。 |
| | | ゴルフ場（営業担当） | ・3か月先までの予約状況は例年と変わらない。長期予報によると、3月以降の天候は例年より暖かいため、来客数が増えると期待している。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価の上昇が続いているため、景気は変わらない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・2～3か月では客の生活スタイルに大きな変化はないため、景気は変わらない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・コロナ禍で検討していた新築や改修の費用が、建築費の高騰により大幅に膨れており、実現までかなりの労力が必要となっている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・来場者数が伸びてくる状況までしばらく掛かる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・景気の先行きが不透明である。 |
| | | 住宅販売会社（事業推進担当） | ・基本的に変わらないとみている。新しい米国大統領になり、少しでも良い方向になればと考えるものの、金利が上昇しており、景気回復の要因は少ない。 |
| | | 住宅販売会社（住宅設計担当） | ・少子高齢化の流れのなか、長期的には減少傾向の一途とみられる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・光熱費や食料品などの物価高が落ち着かないと、衣料品に掛ける金額の割合は今後も低くなるとみられる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・駅前の競合店が街中から人を集める施策をしているので厳しくなるとみられる。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・今月は寒かったので来客数が増えなかった。価格高騰により、客の買物がよりシビアになっており、夕方の値引き商品の売上が高かった。ギフト解体セールを実施したが、調味料が例年以上に勢いよく売れた。 |
| | | スーパー（店長） | ・来月も値上げラッシュが続くが、客のディスカウントストアへの流出や買い控えで若干厳しくなる。 |

| 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 | |
|----------------------------|----------|------------------|--|--|
| | | スーパー（店長） | ・物価上昇に伴い、商品に価格転嫁される。米や卵といった生活必需品も価格が大幅に上昇しており、販売数は80%前後で推移している。一般消費者の生活が苦しくなっていることがうかがえる。 | |
| | | スーパー（財務担当） | ・あらゆる物の価格の高騰による節約で、客の低価格志向が一層強まり、買い回りによる1人当たりの買上点数の減少が続き、売上も減少する。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・物価高に見合う収入増加がない客が多い。新しい物は消費されず、今ある物をうまく使っていく状況となる。その結果、物が売れないため、縮小する市場のなかで客の取り合いになる。 | |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・毎年、今の時期は1人暮らしを始める人が多くなるが、今年は動きが少なくなっている。このため、今後は売上も減少するとみている。 | |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・3月下旬から4月に入ると動きが激減することが予想される。ここをどう乗り切るかが来期の状況にも影響してくるため、3月は重要な月となる。ここは踏ん張り時である。 | |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・今後、関税などの影響を受けるとみられる。 | |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・景気の回復が見込めない状況で、耐久消費財の購入が厳しくなっている。 | |
| | | 一般レストラン（店長） | ・来月、主要駅直結の商業施設が開業することで、商圈がこちらから駅前に移る恐れがある。 | |
| | | その他飲食〔喫茶店〕 | ・物価の上昇が続いているため、景気はやや悪くなる。 | |
| | | 放送通信サービス（総務経理担当） | ・物価高に賃金上昇が追い付いていない。家計の可処分所得は減る傾向になる可能性が大きい。 | |
| | | 通信会社（広報担当） | ・客が中古でも良いから安い物を求める傾向になっており、景気が良くなる動きはない。 | |
| | | 通信会社（営業担当） | ・物価高が止まらず、消費マインドの冷え込みがより加速するとみられる。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・物価高騰から消費の冷え込みは加速しているとみられる。来客数、客単価共に影響がもっと出てきそうである。 | |
| | | 設計事務所 | ・将来的な計画案件の相談が減ってきている。 | |
| | | × | 商店街（理事） | ・物価上昇や異常気象など、いろいろなことがマイナス要因となっている。 |
| | | × | 商店街（代表者） | ・食品など諸物価がかなり高騰し、消費が完全に冷え込んでいる。また、今後は米国の関税引上げなど、景気に関する良い材料は見当たらない。 |
| | | × | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | ・エネルギー価格など物価の上昇が続く。 |
| | | × | コンビニ（エリア担当） | ・今月、近くに新たに競合店が出店し、その影響が徐々に出てくるため、今後数か月、場合によっては1年以上、売上が上がらない厳しい状況になる。 |
| | | × | 自動車備品販売店（経営者） | ・地方では自動車が生活必需品であることから、ガソリン税の撤廃、あるいは減税等の処置をしないと経済効果は上がらない。 |
| | | × | 一般レストラン（経営者） | ・主要食材である米の価格や関税の問題など不安要素しかない。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・4月以降も電気、ガス、酒などの価格の上昇があり、客の節約志向が続くため、外食を控えるようになる。行楽の機会が増え、割安感があるランチの利用はあっても、ファミリー層の夜の外出利用は回復しない。値上げを実施する予定であるが、それに伴い常連客が離れることが懸念される。 | |
| 企業 動向 関連 (中国) | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・数か月後も忙しい。 | |
| | | 輸送業 | ・受注が増えている。 | |
| | | 会計事務所（経営者） | ・コンサルティング案件のうち、設備投資を支援する業務の新年度繰延べ分が実施される。 | |
| | | 農林水産業（従業員） | ・景気が好転する要素がない。 | |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・西日本エリアの売上が伸び悩んでいる。 | |
| | | 繊維工業（財務担当） | ・物価やエネルギー価格の高騰が続き、消費行動にブレーキがかかるとみられる。 | |

| 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 |
|------------------|-----------|--|--|
| | | 木材木製品製造業（経理担当） | ・金利や物価の上昇、為替の問題など、日本経済にとっては、景気の良くなる兆しがみえない。一部の企業の賃上げによる購買意欲が高まることを期待して、景気は変わらないとした。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・米国内政の政策が我が国に与える影響が不透明である。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・一部製品や商品の事業内容を見直ししている取引先企業が見受けられ、景気の見通しは不透明感が継続している。景気はしばらくは変わらないとみられる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・新規の引き合い、大口受注の予定もなく、現在の生産状況が続く見込みである。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・残業規制もあり、人手不足は継続する。 |
| | | 非鉄金属製造業（業務担当） | ・変化を示す事象がない。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・特段、良い情報もなければ悪い情報もない。資材価格上昇の懸念はあるが、今のまま推移すると想定している。 |
| | | 一般機械器具製造業（管理担当） | ・小型屋外作業機械の分野で海外向け製品の販売は伸びているが、産業用機械の分野では販売が減少していることから、各セグメントを全体で見ると、大きくは変わらないと予測している。懸念事項として、米国内政の関税政策が景気にマイナスに働く可能性はある。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・物価高や為替の影響も大きく、景気が良くなる見通しが立たない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・最低限の建設投資は続いている。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・引き続き建設資材等の価格上昇、賃上げが予想されるため不安はある。 |
| | | 輸送業（業務推進担当） | ・景気に関して特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。 |
| | | 通信業（企画担当） | ・客のデータセンターやICT関連商材の需要は計画的に立てられており、地政学的な理由などが無い現在では、景気への大きな影響はない。データセンターの電気料金などは、以前の高騰の動きが落ち着いており、大きな変動要素はないと考えられる。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・売上の低迷や金利上昇に伴う返済額の増加で、企業運営に支障が出てくる状況である。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・米国内政の関税が懸念材料となっている。 |
| | | 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） | ・取引先の長期内示情報によると、景気は良くならない。 |
| | | 建設業 | ・物価上昇が更に続いているが、地方の中小企業では賃金上昇はなかなか困難である。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・自動車関連の業界からネガティブな情報が多く、新型コロナウイルス感染症発生以降好調であったが、下降する可能性を感じている。 |
| | | 金融業（副支店長） | ・地域内の人材不足が露呈しており、受注機会があっても獲得できない現象が発生している。労働力不足、原材料価格の高騰、人件費高騰の影響から、将来の景気動向は悪化する方向と考える。 |
| | | 金融業（経済産業調査担当） | ・原材料価格や物流費等の複数要因から、当面、物価上昇の鈍化は見込みづらい。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・来月も引き続き賃貸住宅の需要時期のため、今月と余り変わらないが、2～3か月先はやや悪くなると予測する。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・原油価格など物価の高騰等により個人消費は落ち込み、厳しい状況が続くとみられる。 |
| | x | * | * |
| 雇用 関連 (中国) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（求職者対応） | ・例年どおりではあるが、4月開始と6月開始の求人数の増加が見込まれる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・期待感を含めてであるが、賃金上昇効果によって消費も徐々に回復し、好況につながるとみている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・ここ数か月、有効求人倍率は上昇傾向にあり、事業所の状況は決して悪くないなか、例年発生する春先の求職者数の増加が人手不足解消に一定の効果があると考えられる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|---|
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・有効求人倍率、特に新規求人倍率は高止まりしており、人の確保さえできれば、即座に売上を伸ばせる企業も多い。 |
| | | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・大手競合他社との求職者獲得競争が激化しており、求人数の伸びほどに売上が確保できていない。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・景気が良くなるような明るい話がない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（総務担当） | ・イベント時には一時的に来客数が増加するが、通常時の来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻る雰囲気が見られない。 |
| | | 職業安定所（事業所担当） | ・賃上げと物価の上昇がうまくマッチしておらず、個人消費が伸び悩んでいる状況のなかで、企業からは人手不足の話は聞くものの、景気が上昇するような話を聞くことはなく、景気の先行きは不透明である。 |
| | | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | ・例年は年度替わりのタイミングで求職者からの問合せ数は増加傾向にあるものの、2月が大幅に前年割れしたため、回復するとは考えづらい。 |
| | | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | ・求人数は増加しているが、卒業予定者数は減少傾向にあり、良くも悪くもならないと予想される。 |
| | | 人材派遣会社（事業部長） | ・隙間時間を活用するスポットバイトサービスの普及により、例年発生している季節繁忙に伴う受注が減少し始めている。 |
| | | 職業安定所（雇用関連担当） | ・引き続き価格転嫁が円滑に行えず、賃上げや社会保険適用拡大に対応できる体力がない中小企業の話をよく聞く。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・有効求人倍率については、1倍を超える高い水準であり、そのなかでも福祉、運輸、建設の人手不足が顕著である。賃金を引上げても、効果が現れないような状況で、なお一層の賃金の引上げが必要になる。一方、若者自体の減少にも歯止めがかからない状況である。また、物価の上昇が生活を圧迫している状況がある。 |
| | x | - | - |

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|----------------|--|
| 家計動向関連 (四国) | | - | - |
| | | 商店街（常務理事） | ・今春以降、地元空港の国際便増便や国際芸術祭開催であったりとインバウンド増加の要因は事欠かず、今後も増え続けるとみられる。地元客は終わらない物価高騰に財布のひもが緩みそうにない。このところの円高基調が原材料やエネルギー価格の下落につながり、商品価格の安定に寄与することを期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・3月になれば春のイベント、また、4月、5月になれば連休のイベント等、今後はイベントがかなり頻繁に実施される計画となっている。来街客もかなり増加し、客の消費マインドも少なからず改善し、財布のひもが緩んでいるとみられる。 |
| | | スーパー（店長） | ・新アリーナの開館や国際芸術祭の開催により人流が活発化すると見込まれ、その恩恵として来客数の増加を期待している。 |
| | | スーパー（人事） | ・春の賃金上昇により物価上昇の影響が緩和されることが見込まれる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・来客数が上昇している。客単価は物価上昇分としても売上は前年比110%となっている。他業態との価格差が縮まり客離れが落ち着きコンビニ回帰が発生している。 |
| | | コンビニ（総務） | ・新アリーナがオープンするとともに、国際芸術祭も開催されることから、県内外からの来客やインバウンド需要が見込まれる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・新生活が始まり必要な物を購入する客が増え、小物やインテリア中心に販売量が増えるとみられる。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・これから桜も咲き、花見の時期になるため、売上もやや増加するとみられる。 |

| 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 |
|----|----------|-----------------------|--|
| | | タクシー運転手 | ・3月中旬から春にかけて遍路客が増加するため、乗客数が増加し、売上は増加するとみられる。市内中心部では、昼夜共に人の動きがそれなりに発生するため、売上は増加する。 |
| | | 観光遊園地（主幹） | ・花見シーズンには来客数の増加が見込まれる。花見シーズンに合わせた台湾線の季節増便や春以降にクルーズ船の寄港が予定されており、インバウンドが増加するとみられる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・3月、4月は卒業、入学シーズンであり、売上はおのずと増加する。 |
| | | 美容室（経営者） | ・県外からの来客により、売上は増加するとみられる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・燃料価格への補助金が終了したことにより燃料価格が上昇し、更に電気料金やガス料金等も少しずつ上昇している。物価上昇に賃上げが追い付かず厳しい状況である。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・現在、価格については変化はない。しかし、今後は送料や商品単価が上昇するとみられるため、1か月、2か月程度様子をみないと判断が難しい。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・最近では価格高騰のため、悩みながらぎりぎりで購入する客がいるため仕入れの予定が立てにくいだが、購入単価の変化はあっても購入をやめる傾向はない。 |
| | | 百貨店（販売促進） | ・景気推移を判断する材料が見当たらないため、変わらないとみられる。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・物価高、エネルギー価格の上昇が家計を圧迫している。 |
| | | スーパー（店長） | ・単価の上昇傾向はしばらく続くと予想されるため、変わらないとみられる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・メリハリのついた消費に加え、物価上昇による買い控えなどにより買上点数にも影響が出ている。税制や為替の変動など将来の見通しはまだ不透明である。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・更に商品単価の上昇が続くので売上は伸びていくとみられる。 |
| | | スーパー（統括担当） | ・物価高、買い控えが定着してきたとみられる。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・実質賃金の減少で買上点数は減少しているが、商品単価の上昇と来客数の増加によって売上は増加するとみられる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・来月以降も多品目の値上げが予定されており、生活防衛による消費減退が懸念されるが、近年本部の施策がヒットしており、しばらくは順調に推移するとみられる。 |
| | | コンビニ（商品担当） | ・改善要素が今のところないため、当面同じ状況が続くとみられる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・物価が上昇しすぎて出費を控えていると話す客がかなり多い。特に地方はかなり厳しくなるとみられる。 |
| | | 衣料品専門店（営業責任者） | ・所得の上昇よりも物価の上昇の方が大きいとの客の声がほとんどであり、嗜好品への購入意欲が低下している。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・賃上げやベースアップ等の時期ではあるが、4月以降の物価の高騰により、見通しが立たない。 |
| | | 乗用車販売業（営業担当） | ・販売可能車種が増える見込みがないため、先行きは変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・メーカーからの配車はある程度見込めてはいるが、車種制限が続くなかで新規受注に苦戦している。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・賃上げの気運は高まっているが、物価も上昇しており、景気は大きく変わらない。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（館長） | ・インバウンドによる消費は継続して好調に推移するとみられるが、販売価格の高騰が足元の消費に影響を与えるとみられる。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・地域の宿泊施設の受入れ客数には限界がありこれ以上の受入れは難しい。また、大阪・関西万博の開催によりインバウンドがあるとみている。地方への回遊と相殺され現状維持の状態が続くとみられる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・飲食店での需要の伸びが鈍く、物価上昇から外食経費を抑える傾向が続くとみられる。 |
| | | 通信会社（支店長） | ・物価上昇により客の消費行動は鈍化しているが、新生活に伴う契約は期待できるため、変わらないとみられる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・来客数は安定しているが、客単価は高くなく節約志向が強い。 |

| 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 |
|----------------------------|-----------|--|---|
| | | 競艇場（マネージャー） | ・物価の上昇がまだ続いているが、新年度に給料のベースアップが全体的に進めば、遊興に回せる余裕資金に変動はないとみられる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・米国大統領による関税政策等の米国第一主義施策により、市場が混乱するのではないか。物価上昇に賃上げが追いついておらず、スタグフレーションになりかねない。地方創生が必要である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・物価上昇が賃金上昇に追いついていない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・春先にかけて、外食頻度は高くなり、多少の来客数増加は期待できるが、客単価は高くなることはないとみられる。 |
| | | タクシー運転手 | ・例年は人の動きが活発になるが、実態は不透明である。また、今年に入りタクシー会社が2社廃業したが会社を譲渡することでそのままの屋号が残っており、売上は横ばいである。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・来年度も、建築関係の件費単価が上昇することが確実であり、建築費が上昇しすぎると設備投資が冷え込むとみられる。 |
| | x | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・物価上昇、光熱費上昇、増税の影響が大きく、消費者の消費行動は必要最低限にとどまっている。商売は厳しくなっていくとみられる。 |
| 企業 動向 関連 (四国) | | 食料品製造業（商品統括） | ・自社のベースアップが世間のベースアップをいかに上回り、人手を確保するか真剣に議論している。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・3月からは新年度を控えているので、例年消費が上向く時期である。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・12月に年末掃除用のウェットクリーナーが大量に売れるため、その反動で1～2月は販売量が減少し、3月以降徐々に回復する。マスクは物価高の影響もあり需要が多くない。円高基調になっているため、製造原価を下げ利益が取れる製品を多く製造する必要がある。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・中堅都市では農業についての考え方が、目に見えて見直されるようになった。有機農業、安心、安全な農業、そして自給率の上昇に資する農業を市民全体で考える傾向にある。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・人手不足に伴い採用関連広告の増加が見込まれる。また、新アリーナが完成し鉄道駅近隣の開発も進み、観光関連広告の増加を見込んでいる。 |
| | | 農林水産業（職員） | ・主食である米、パン等の値上がりの影響を少なからず受けており、青果物の購入が抑制されている。ハウス物と露地物の出荷が重なる6～7月頃は安定した卸売販売を予想するが天候次第である。猛暑が予報されていることから、8月から年末の間の卸売価格が心配されるが、当面は例年並みの相場展開とみている。 |
| | | 木材木製品製造業（営業部長） | ・大手ハウスメーカーの受注量は余り改善しておらず、今後もこの状況は継続すると考えている。早急な価格交渉を行い利益の改善を行うことが必須である。 |
| | | 化学工業（所長） | ・上向く要素がない。 |
| | | 鉄鋼業（総務部長） | ・産業用機械関連の受注元請先から見積依頼はあるが、発注先の大規模成長投資補助金不採択などの理由で案件が中止となるケースが多い。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・米国の政策動向による世界の政治や経済への影響や中国、欧州経済の先行き不透明感に加え、地政学的リスクの高まり等もあり、より一層先行きの不透明感が増している。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | ・米国政権による景気悪化が色濃くなること及びウクライナ情勢によるグローバルな政治経済が不安定な状況となるとみられ、継続的な円安基調及び物価高の解消がみえてこない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・資材価格の動向と金利推移次第である。 |
| | | 建設業（経営者） | ・官民とも受注の見通しが立たない。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・変化なくこのまま進むとみられる。 |
| | | 通信業（企画・売上管理） | ・テレビ業界は大手放送局の問題を起点に、大きな影響が懸念される。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・来年度の受注量が増加しない。 |
| | 金融業（副支店長） | ・日本銀行の金利引上げの影響によって、全体の金利も上昇することで、景気はやや悪くなるとみられる。 | |

| 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 |
|----------|----------|--------------------|--|
| | | 税理士事務所 | ・所得税非課税枠の法律が決まらなかったので働く意欲が減るとみられる。 |
| | x | - | - |
| 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が増加するとみられる。 |
| | | 人材派遣会社(総務部 長) | ・求職者数が増える見込みがない。 |
| | | 職業安定所(求人開 発) | ・人件費増大、エネルギーコスト、物流コスト、原材料価格の高騰、為替相場や関税の動向等の不安材料も多く、先行き不透明な状況で一進一退が続くとみられる。 |
| | | 民間職業紹介機関(所 長) | ・有効求人倍率は横ばいで、企業の採用意欲に大きな変化はみられないが、極端に人手不足な業界もあり、外国人留学生のニーズが急速に高まっている。 |
| | | 学校[大学](就職担 当) | ・人手不足感は当面変わらないとみられる。 |
| | | 求人情報誌(営業) | ・地方では、特にコア人材の確保が従来以上に難しくなっており、今の大学3年生向けの採用早期選考においても競争力がないため、予定数の確保が難しいとみられる。 |
| | | 新聞社[求人広告] (担当者) | ・年度末に向けて、地方の広告は厳しい状況となっている。求人以外の民間企業の動向が鈍い。 |
| | x | - | - |

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 | | 一般レストラン(ス タッフ) | ・異常に続く寒さの影響もあり現状は厳しいが、2~3か月先は過ごしやすくなるため、時期的にも景気は良くなると予想している。 |
| (九州) | | 商店街(代表者) | ・今から春先に向かって開放的な気分になること、賃金のベースアップが良くなっていることから、景気はやや良くなると予想している。しかし、物価も高くなっており、期待はできない。 |
| | | 商店街(代表者) | ・ノベルティ案件が4月中旬まで続くため、景気はやや良くなる。 |
| | | 一般小売店[生花] (経営者) | ・様々な経費や仕入単価が上がっているが、花屋にとってはこれからの卒業や退職シーズン、母の日までの間は最も売上有る時期となるため、景気は悪くはないと予想される。 |
| | | 百貨店(リーダー) | ・年度末の購買の動きによって景気はやや良くなる。 |
| | | スーパー(店長) | ・政府の物価高騰対策としての備蓄米、ガソリン補助金、一部高校無償化などで消費物価指数が若干下がり、景気がやや良くなると期待している。一方、米国大統領就任後の関税や為替の状況は、先行き不透明な部分があり懸念される。 |
| | | スーパー(企画担当) | ・次月以降も一般食品などの商品で価格が改定される。一部の商品では駆け込み需要が想定される。割引セールなどのサービスに対する消費者の反応が敏感であることから、これらの施策による集客で売上は順調に推移すると予測する。 |
| | | スーパー(経理担当) | ・米不足や青果物の高値など値上げは続く見込みである。しかし、4月に賃上げがあれば、景気は上向くと予想される。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・当市では再開発による商業施設の開業が相次ぎ、人の動きが活発になることが予想される。今後は行楽シーズンとなりインバウンドも含め消費は拡大していく。 |
| | | 家電量販店(従業員) | ・新生活に向けて家電の需要が増えるため、景気はやや良くなる。 |
| | | 乗用車販売店(役員) | ・延期されていた新型車発売や受注再開車両の増加、メーカーからの配車安定等の上向き要因があるため、景気はやや良くなると予想している。 |
| | | 乗用車販売店(総務担 当) | ・新車の受注残が半年分あるため、メーカーの生産が順調に進めば当面は会社全体で売上と利益を確保できる。 |
| | | 乗用車販売店(役員) | ・メーカーの生産予定台数が高水準であるため、登録や納車の販売が期待できる。 |
| | | 住関連専門店(従業 員) | ・異動や進学などによる新生活需要が見込まれる。 |

| 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 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・3～4月は移動のシーズンに入る。気候も穏やかになっていくため、来客数も比較的多くなっていくと予想される。移動に際して小物などにも需要があり今後売上が見込めるため、やや景気は良くなっていく。 |
| | | 観光型ホテル（専務） 旅行代理店（統括者） | ・暖かくなり旅行が増加することを期待している。 ・当市の空港の第2滑走路新設に伴い供給量が大幅に上がることが予想される。また、大阪・関西万博の開催もあり需要拡大が期待できる。 |
| | | タクシー運転手 | ・賃上げする企業も多く催物も増えることから、景気は若干上向きになる。 |
| | | タクシー運転手 タクシー（統括者） | ・例年、3～5月は予約が多く、人の動きが出てきている。 ・客単価を増加させるために運賃改定を実施する予定である。単価の上昇が収支改善に貢献し、景気はやや良くなると見込んでいる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・コスト意識は依然高いものの、将来への投資や事業拡大への引き合いは多くなっている。 |
| | | 通信会社（社員） | ・2～3か月先には販売手数料が上がる予想している。 |
| | | テーマパーク職員 | ・寒さが厳しい日が続いているが、暖くなれば客足が戻ると期待している。 |
| | | 観光名所（職員） | ・花の季節を迎え、春の食のキャンペーンが始まる。市外からの来客数が見込め景気はやや良くなる。 |
| | | ゴルフ場（営業） 理容室（経営者） | ・来客数が増加しているため景気はやや良くなる。 ・今年の2月は特に寒く客の動きが悪かったが、3月に入ると卒業があり、4月には入学の準備で人の動きが出てくるため、売上に期待ができる。客からの情報では、他の業種は年度末になり景気は良くなっており、忙しい状況である。 |
| | | 美容室（経営者） | ・2～3か月先になると衣類も薄物になるためおしゃれが進み、ヘアスタイルにも変化が現れ、購買意欲は上がってくる。外出する機会が多くなるため、おしゃれ業界では3～4月は上昇気運になり、また、メーカーも新製品を発表し、売上が増加してくると予想される。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者（所長） | ・新年度になり、委託事業の単価見直し等が進み、売上も増えると見込んでいる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・インバウンドが大幅に増加していると当県から報告があったが、その消費が当商店街にも幾分影響している。県民の多くは賃上げが少なく、日々節約しながら生活しており、趣向品の消費は落ちている状況である。インバウンドという上向きの要因はあるが、全体的には景気は変わらない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・景気が良くなる要因が全く考えられず、非常に厳しい状態が続いており、先行き不透明である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・買いやすさを求めてネットショッピングや利便性のある大型スーパーマーケットで買物をする時間が増加している。 |
| | | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・野菜の価格は落ち着いてくるが、経費となるガソリン代や米の価格が落ち着かず、加えて、消費者が野菜や果物に手が出ないため、売上が伸びにくい厳しい状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・ひな祭り、花見、入学、卒業などの行事があるが、新鮮な魚を販売する魚屋にとっては魚価が高くなっているため厳しい状況である。飲食店などと取引がある魚屋でも安く卸さなくてはならず、深刻である。当市ではインバウンドは余り関係がないため、景気の良い話を聞かない。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・ここ数年の物価高騰に国民は付いていけない状況となっており、今後の売上に期待できない。政府の景気回復対策に期待したい。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・物価高が続いており、賃上げも大企業が中心であるため、大企業が少ない地方では消費環境の厳しさが続く。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・寒波で来客数は減少しているものの、催事場の様子から長蛇の列に並んでも買物を楽しむ姿があった。また、クレジット催事での高額品購入が好調となっており、少しぜいたくな自家需要は継続している。新学期、入学を控え制服採寸、新生活準備のための家族での来店が見込める。また、スポーツ大会開催など国内外の人の動きが見込めるほか、春の観光で地域を含めインバウンド需要や土産、工芸品、特産品需要が見込める。 |

| 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（業務担当） | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して行動制限がなくなったが、4年間の買物習慣は簡単には変わらず、生活必需品の購入を一層吟味する客が増えている。必要ない物は購入することはなく、個人消費の回復はいまだ感じられない。 |
| | | 百貨店（経営企画担当） | ・物価高の影響は継続すると想定しているが、気温上昇により春物商材に動きが出てくると考えられる。 |
| | | スーパー（店長） | ・春闘の結果に大きく景気が左右されると考えられ、この先は見通しが立たない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・野菜や米などの価格が例年並みに落ち着かない限り、景気は改善されない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・米国政権の動きにより、輸出入に影響を受ける可能性がある。今後の景気は不透明で物価の動向が危惧される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・物価高の影響で消費者の購買意欲が上がらず、景気上昇には至らない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・物価高対策による今後の景気が不透明であるため、施策の議論が進むことを期待したい。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | ・気候にもよるが米の値上がりの影響で弁当及び総菜の単価が上がり、それに伴い、商品の買い控えが続くと予想している。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・景気が良くなる要因は特にないが、これから入学、卒業、進学、就職とイベントが多くなるため、それに合わせて客の動きが良くなることに期待している。 |
| | | 衣料品専門店（取締役） | ・様々な物が値上がりしており、食べ物が最優先で、次いで健康に関する物の順で購買されている。衣類の購入については、余裕がある客が購入している状況で、一般には買い控えが引き続き行われると認識しており、難しい状況である。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・物価や収入に改善の方向性が見いだせなければ、現状のまま景気は変わらないと予想している。 |
| | | 乗用車販売店（代表） | ・景気の動向が変わる要因が見当たらない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・米を始め、物価の上昇で家計は厳しくなっている。置き家具の購買や買換えは慎重で、新築の件数も減少すると予想される。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・来客数や販売点数は落ち、物価高に伴い客単価のみが伸びている状態である。やはり物価高に商圏内の賃金水準が追い付かない状況であると判断している。また、ゴールデンウィークは大型連休ではなく休日分散していることから、遠出ではなく当館での時間消費を選択する消費者が多くなることを期待し、仕掛けを行う予定である。しかし、消費者だけでなくアパレル事業者にも疲弊がみられるため、この状態が続くのであれば中止も考えられる。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者） | ・物価上昇に賃金や可処分所得の上昇が追いついていない。 |
| | | 観光型ホテル（管理） | ・一定の売上の確保は見込まれるが、今後も物価上昇や経費の高騰が予想されるため景気は変わらない。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・予約は前年並みで、物価高騰等もあり予約増加が期待できないことから、景気は変わらない。 |
| | | 観光型ホテル（営業） | ・安定した需要は期待できるが、更なる好転の兆しはみられない。 |
| | | 旅行代理店（統括者） | ・現状では景気変動の要素が見当たらないため、状況は変わらないと予想している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・物価上昇が続くのであれば、景気は変わらない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・物価上昇に地域の賃上げが追い付いていない。待遇改善に取り組む企業もみられるが、余力のない企業は対応できていない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・引き続き季節要因である光回線の販売件数増加が見込まれるが、それ以上の変化は期待できない。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・天候が心配な季節であるが、予約は良い傾向となっている。暖かくなり韓国客が減少することが予想されるものの、4～5月も予約は入っており、海外客の減少分を国内エージェントの営業で補えるように力を入れていきたい。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------------------|--|
| | | 競馬場（職員） | ・大きく景気を左右するような要因は見当たらないため、景気に変化はみられないと考えている。 |
| | | 美容室（店長） | ・来客数はやや増えたが物価も高く、2～3か月先も今と変わらないと予想している。 |
| | | 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） | ・在宅サービスにおいては社員が減少するとサービス量の減少となり、売上の減少に直結するため、今後も増収は余り期待できない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・材料や製品単価の上昇が続くような上に、各種金利の上昇も行われ先行きが不透明である。世界情勢にも左右される状況である。また、物への価格転嫁はしやすいが、人件費の値上げはなかなか難しいと考えられる。会社の収入が増えなければ、従業員の給料も上げられないため、今後、厳しい状況が継続される。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・仕事柄、結論が出るのが2～3か月先となり、今月の景気が2～3か月先の景気となるため、景気は変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・補助金支援の拡充、子育て世帯・若者夫婦向けの住宅ローン控除優遇の1年延長と、住宅を検討する材料はそろっている。今の景気状況はしばらく続く。 |
| | | 商店街（代表者） | ・食料品が非常に高騰しているため、それ以外に消費が回らない傾向にある。物価高が収まらない限り、景気は良くならない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・現在も商店街では再開発のため体制が十分ではなく、客に十分なサービスができないため、客離れが続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・地方の商店街では所得の増加は期待できず、物価高により購買意欲が上向くことは考えられない。しばらくは厳しい状況が続くことが危惧される。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・婦人靴は厳しい状態が続いている。価格高騰の影響もあり、より慎重に購入を検討している傾向である。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・物価上昇のスピードと消費者の収入増加のバランスが釣り合っておらず、国内客全体が上向きになる要素も少ないため、景気はやや悪くなる。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・物価や電気料金等の高騰により、消費マインドが冷え込んでいる。インバウンドはやや改善傾向にあるが、買い控えもあり、衣料品全般で売上が伸び悩んでいる。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・国際情勢や国内政治が不安定なことにより景気向上の材料が見当たらず、景気はやや悪くなる。 |
| | | スーパー（店員） | ・価格が上昇する商品や、価格は上昇しないが内容量が減るステルス値上げ商品が増加している。客も価格の動きには敏感で、超お買い得商品以外は消費を抑えている。さらに、米不足や大災害への不安もあいまって、景気の先行きは明るいとはいえない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・物価高の影響で景気は悪くなると予想している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・米を中心とした品目の価格上昇は今後も続き、また、各種税も大幅に上昇し、生活を圧迫している。このままでは日々の生活に影響が出てくる。景気は落ち込み、3か月後は大変な状況になる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・新型スマートフォンの売行きが良く、前月から業界全体の実績は向上している。そのため、3月まではプラスに反映されるが、4月以降の売上は前年並みに戻ると予想している。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・前年度から新入社員の賃金上昇が報道されているが、現在働いている人との格差が縮まることで、消費動向の落ち込みがないか心配している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・毎年4～6月は閑散期であるため、売上が落ちると予想している。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（副店長） | ・再開発による商業施設のオープンにより、人流が変わると予想している。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・2～3か月先の予約状況はまだ少ないため、やや悪い流れではないかと心配している。歓送迎会が新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準まで回復するとよいが、減っているため懸念される。 |
| | | スナック（経営者） | ・食料品などの値上がりが続いており、大幅な値上げもなく外食機会が減っていると考えられる。 |

| 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 |
|----------------------------|----------|---|--|
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・予約数を前年や前月と比較した際、現状の低い稼働率が上昇する要素が少ないため、景気はやや悪くなると予想している。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・天候の影響もあるが、他のレジャーへ流れていると推測しており、休日の来場者数が減少傾向である。今後の景気は良くない見通しである。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・国会において景気対策の予算について議論されているが、根本的に景気を改善するには財政投融资しかないと考えている。 |
| | | 住宅販売会社（代表） | ・物価高に対してエネルギー問題などの要因も大きいのが、賃金の上昇率が追いついていない点が最大の弱みである。住宅業界では補助金や消費税などにより大きいプラスやマイナスが出るため、それにより景気が左右される。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・今の経済状況が続くとファッション関連の小売業者は苦戦し、今後の経営への懸念が高まってくる。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・物価は高くなり、生活がままならない状態で、中小企業や商店では3か月後の景気が落ち込むと予想している。災害も多くなっており、国民生活が安定するような施策を考えてほしい。 |
| 企業 動向 関連 (九州) | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・年度末の3月に納品が集中しているため、景気は良くなる。 |
| | | 家具製造業（従業員） | ・年度末に向けて市場が活発化するため、春先までの景気は好転するものと予想している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・前年比で損益が回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想される。 |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | ・原材料費や工賃は高くなっているものの、それを上回る引き合いが強く、景気はやや良くなる。 |
| | | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | ・少しずつではあるが、景気に回復の兆しが出ているとの情報はあ。しかし、前年より若干良くなった程度である。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・人が動く時期でもあるため、期待はしている。 |
| | | 金融業（営業） | ・気候も良くなり行楽シーズンを迎え、消費が活発になると予想している。 |
| | | 農林水産業（経営者） | ・今後3か月間は需要期であるが、原料不足の影響が大きく、取引先の要望に応えられない。特に鶏卵の不足が大きく、その上鳥インフルエンザの影響も出てくる。原料不足は工場稼働にも大きな影響を与えるため、今年は経営的に厳しい。鶏以外の原料についても真剣に考えなければならない状況である。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・これから年度末にかけて、客は今までの在庫量や出荷量、生産量を調整すると考えられる。今の状況が今後も続くため、景気は変わらないと予想される。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・客からの声等から判断すると、当社の景況感に上振れの変化はないため、景気は変わらないと予想している。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・4月より来期に入るが、年間を通して、今期と同等の生産計画や直近の天候不良による稼働停止分の上乗せはあるものの、大きな増産は見込めていない。 |
| | | 建設業（社員） | ・受注できた物件もあるが完了する物件も多くあるため、今後の発注物件を受注できるよう応札したい。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・景気回復の兆しはないため、状況は変わらない。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・米国の関税によって輸出産業はかなり影響を受けることになる。そのため、下請となる中小企業にも打撃となることは必須である。 |
| | | 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、今年度の部門受注予算は達成する見込みとなった。しかし、来年度初めに大きな動きはないと予想される。 |
| | | 通信業（経理担当） | ・少なくとも来期半年程度は売上が堅調に推移すると見込んでいる。一方、人材派遣会社から派遣社員の時給アップの交渉が相次いでおり、コスト増加の懸念がある。 |
| | 金融業（従業員） | ・乗用車の販売がやや回復傾向にあるほか、百貨店やスーパーマーケット等の売上也拡大傾向にある。一方、住宅や家電の販売は弱含みで推移しており、物価上昇や人手不足に加え海外経済の動向などから、先行きについてはやや慎重な見方が少なくない。 | |

| 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 |
|----------------------|----------|--------------------------|--|
| | | 金融業（調査担当） | ・過熱する物価高の局面が落ち着かない限り、消費や生産が力強く回復することは期待できず、当面は現状程度の推移が続くと予想される。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・知人や仕事先での話を鑑みると、今後の景気は余り変わらない。 |
| | | 新聞社〔広告〕（担当者） | ・景気が回復するような好材料が少ない。 |
| | | 広告代理店（役員） | ・景気の判断になるような要因は見当たらないため、今後の景気は変わらないと予想される。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・消費者の儉約は当分続くため、景気は変わらない。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・3月の税務シーズンが終わるまで、新しい動きは見られないと予想している。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・自社のWebでは、アクセス数や問合せ件数に大きな変化がない。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・中小企業には金利上昇の影響が大きいと予想され、また、賃上げも迫られるため業績の悪化が予想される。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・日本銀行の利上げは今後も予想され、取引先の決算もおおむね減益の予想が散見される。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・海外に目を向けると、米国大統領の影響が出始めており、貿易の関税や戦争終結への影響を注視している。また、国内に目を向けると物価上昇に対して給与水準が追いついておらず、中小企業になるほど差が大きくなっている。そのため、3か月後については若干景気が悪くなると予想している。 |
| | | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | ・令和7年度は全国一斉で行われる調査や計画策定の業務はほとんどない。調査や計画策定の業務の発注は、市町村単位で必要な物が発注されるが、件数は少なくなることが予想されるため今後は景気が悪くなる。 |
| | × | 繊維工業（営業担当） | ・今年は廃業や倒産する企業が出ると予想され、2～3年はこの状況が続く。 |
| | × | 電気機械器具製造業（経営者） | ・この先も受注は低調で推移すると予想されるため、景気は悪くなる。 |
| | × | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・顧客の業績を鑑みると、景気は悪くなる。 |
| 雇用 関連 (九州) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・人手不足もあってゴールデンウィークに向けた求人が例年よりも早く獲得できており、景気はやや良くなると予想している。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・賃上げの時期となり、全体的に良化することを期待している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（社員） | ・年度末、年度初めに向けて明るい材料を期待している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・3月、4月は新生活シーズンであり、時期的に人の移動や購買行動も活発になる。地域的にはインバウンドの好調も続くため、景気はやや良くなる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・新年度に向けた料金改定は予想以上に企業側の反応がある。景気上向きというより物価高騰などに鑑みて最低限のペースアップに対応した企業が多い。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・物価高で消費も伸びず、節約志向が更に強まることに懸念はある。しかし、新卒採用の初任給が上がり、物価高への対策や助成もあるため景気は変わらないと予想している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・生活や産業の基礎部分である電気やガソリン等の価格が下がらないため、物価高が落ち着く気配はなく、個人消費も増える見込みはない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人数は一部の事業所で充足しているが、全体的には人手不足が継続しており、今後も横ばいを予想している。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・景気が良いことだけでなく少子高齢化の影響もあり、人材不足が慢性化している。コロナ禍のような大きな要因が発生しない限り、2～3か月で現況が変化すること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 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・米国政権の様々な政策変更により、国際情勢・国際経済の不確実性が高まり、我が国の経済環境も政策運営により中長期的に影響を受けることが予想される。日米の金融政策や為替相場の動向も、物価高騰が続く状況で実質賃金が改善する見通しが立たず、今後も景気が上向いていくとは考えられない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・派遣スタッフが数名働いている企業から、業績悪化や新入社員増員の受入れのため、契約を終了したいとの申出がきている。また、4月からの料金改定ができない企業もあり、新年度の売上に影響がある事案となっている。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・賃金が上がらないなかで物価高騰の高止まりの影響が考えられるため、景気はやや悪くなると予想している。 |
| | x | - | - |

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|--------------------|---|
| 家計動向関連 (沖縄) | | 家電量販店（営業担当） | ・沖縄県が実施していたキャンペーンの終了により冷蔵庫やエアコン需要の反動減が全体的に大きく影響すると予想していたものの、携帯電話の伸長が高く2商品の減少分をカバーするとみている。 |
| | | 百貨店（経営担当） | ・新生活や合格祝い、人事異動等による返礼ギフト需要が高まるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・デザートの上売りが伸びているため、今後数量を増やして力を入れていきたい。 |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | ・季節要因で良くなるとみられる。 |
| | | その他専門店〔陶器〕（製造） | ・ゴールデンウィーク前には発注が増加するとみている。 |
| | | 一般レストラン（代表者） | ・歓送迎会の増加を期待している。 |
| | | 観光型ホテル（企画担当） | ・2月の販売室数が前年比6%増加に対し、2月末時点での5月の予約室数は前年比65%増加で、プラス幅が大きくなっている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・3月の卒業旅行や4～5月の修学旅行の予約状況が好調であり、インバウンドも良いとみているが、為替の影響が懸念される。 |
| | | 商店街（代表者） | ・物販が減少し、飲食店、居酒屋等が多くなりつつある。客の動きがここ2～3か月で改善するのは大変厳しい状況にあるとみている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（店長） | ・人件費など企業努力が必要になるとみている。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・今後2～3か月先も物価上昇は続き、単価の上昇と節約志向による販売数の減少は続くと予測されるため、景気は変わらないとみている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・これから良くなる材料も悪くなる材料もないため、変わらないとみている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・毎年、この月は売上が少ない時期であるが、今年は更に悪い状態である。客の購買意欲が余り感じられないため、景気は悪い状態であるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・市場が活性化するようなインパクトのある新商品などの予定がなく、今の状態が続くとみている。 |
| | | その他サービス〔レンタカー〕（営業） | ・先行きの受注状況は引き続き好調に推移しており、個人及びインバウンドは伸長しており、観光需要の高まりがみられる。 |
| | | 住宅販売会社（役員） | ・世界情勢の影響で島しょ県でもある沖縄は運搬コストの上昇に伴う建設費の高騰が懸念される。 |
| | | コンビニ（副店長） | ・オーバーツーリズムの影響による宿泊代の高騰や水道光熱費、人件費などの経費負担があり、雇用主にとって現段階で良い見通しがみられない。 |

| 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（経営企画担当） | ・これまでは、原材料の値上げをうまく価格転嫁することができ、消費者も一定の理解があったとみている。しかし、これからは、特に米で更に値上げせざるを得ない状況であるとみているため、かなり不安を感じる水準となっている。 |
| | | その他飲食店〔バー〕（経営者） | ・前月から良くなったと期待したが、今月の流れをみると景気は良くなっていないとみている。物価なども総じて高止まりしているため良くなる要因が見当たらない。 |
| | | 旅行代理店（マネージャー） | ・旅行需要は大幅に伸びる要素は今のところみられない。同業の中小企業は賃上げ等の追い風はなく、固定費だけが値上がりしており皆苦しい状況である。 |
| | x | - | - |
| 企業 動向 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | 食料品製造業（役員） | ・これから春休みや卒業旅行などで観光客の増加が見込まれる。観光関連の売上は堅調に推移するとみている。更に今年も大幅な賃上げが見込まれるため、物価高で冷え込んだ消費の回復に期待している。 |
| | | 窯業土石業（取締役） | ・売上は回復傾向にあるが原材料価格等の高騰で原価率が上昇しており、利益が圧迫されると懸念している。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・県内企業の販売促進予算は、コスト増加の影響で引締め傾向が続いている。 |
| | | 会計事務所（所長） | ・国内外の政治情勢が安定していないため、為替動向への影響がどの程度反映するか見通しが立たない。 |
| | | - | - |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | 求人情報誌製作会社（営業） | ・3～4月にかけて学生アルバイトの卒業や年度末の退職など、欠員募集における求人ニーズの高まりによる求人数の増加を見込んでいる。ただし、3か月後の5月は今月と同数に落ち着くとみている。 |
| | | 人材派遣会社（総務担当） | ・物価上昇が続くなか、賃金改善が厳しく今後も景気は良くならないとみている。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・2026年卒の生徒採用に向け、現在と同程度の求人を受け取り、来校での説明会も増加するとみている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援担当） | ・物価の高騰は続くとみている。 |
| | | - | - |
| | x | - | - |