

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）	・まだ売上は確実に上がっていく。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・景気は回復するが、物価上昇も継続するため、年金生活者や低所得者層の生活は引き続き厳しい状況が予想される。
	◎	旅行代理店（経営者）	・4月以降、政治が安定して景気は少しでも良くなるとみる。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・社員旅行などの団体旅行については、上期の繁忙月である5～6月に実施する企画や見積りの作業が進行中であり、件数も好調に推移している。
	○	商店街（代表者）	・現状程度の来客数の方が、客はゆっくりと買物ができ、売上も高水位を維持できる。
	○	百貨店（企画担当）	・国内外における不確定要素が多いため、数か月先の見通しは不確定だが、国内政治の方向性として経済対策を大きく打ち出しており、消費者の期待感からも若干景気が上がると見込まれる。ただし、食品消費税の引下げが具体的に示されるかどうか、直近の景気に大きく影響する。
	○	百貨店（経理担当）	・物価高の持続やインバウンド消費の低迷に加え、金利上昇や株高の腰折れなどのリスクがくすぶるが、こうしたマイナス要素は、政府による減税や経済成長、投資促進などの各種政策によって打ち消され、景気は現状維持される。
	○	スーパー（支店長）	・やや良くなると期待している。国際情勢は相変わらず芳しくなく、現状は余り良いとはいえないが、国内の政治状況をみると衆議院選挙が落ち着いたため、これからの経済政策による景気回復を早く進めてほしい。
	○	コンビニ（店長）	・株価が上がりつつあり、景況感も変わるとみている。食品の値上げにも消費者が慣れてきている。価格にも転嫁しやすくなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・現政権の新しい経済政策がプラスの影響を及ぼす。
	○	コンビニ（店長）	・現政権の動きが鮮明になるほど、景気に上向きの要因となる。特に消費税減税がどのように決着するのか注目している。
	○	コンビニ（店長）	・食料品の消費税減税が始まれば、売上はかなり上がると見込まれる。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・衆議院選挙の結果から、我が国の景気は回復するとみる。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・賃上げ効果に加え、政府による景気対策が期待できる。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・2026年の夏に向けて、エアコンの駆け込み需要が顕著に増えていく。ただし、工事能力は限られるため、前倒して販売する。
	○	家電量販店（営業担当）	・現政権になり、景気の状態が変わることに期待する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・現政権のこれからの施策で、ある程度景気は向上する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・オークションの成約率が上がり、アクセス数も増え、相場も少し上がっているため、期待できる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・別の国産ディーラーでは生産制約の影響で注文できないため、その客が当店で注文するケースが一定数ある。4月頃までは現在のペースで受注が取れる見込みである。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・価格上昇の影響を余り感じず、新年度向けの受注増加が見込まれる。
○	観光型ホテル（支配人）	・引き続き宿泊部門の予約は、前年を上回る傾向にある。レストランと宴会は良くも悪くもない状況である。	
○	都市型ホテル（総支配人）	・春の行楽シーズンに期待したい。ただし、3月前半は予約の積み上げが少ない。	
○	都市型ホテル（営業担当）	・悪い要素が見当たらない。	
○	旅行代理店（経営者）	・年度末ということもあり、現在の予約状況から推測すると良くなると期待する。	
○	旅行代理店（経営者）	・春を迎え、新シーズンの到来で新規予約が伸びることを期待する。	

<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・物価上昇に対する政策が少し聞こえてきているため、少し上向く。
<input type="radio"/>	テーマパーク（職員）	・天候の長期予報から、来客数の動きが良くなる可能性がある。
<input type="radio"/>	パチンコ店（経営者）	・現在が閑散期であるため、これから徐々に良くなる。新年度となり人の動きが変化し、政権も安定してくれば、明るい未来が見込まれる。
<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・年末にパーマを掛けた客が、天候が暖かくなってくるとまたパーマの施術に来店するため良くなる。良くなってほしいという期待もある。
<input type="radio"/>	美顔美容室（経営者）	・今年4月から新たなキャンペーンが始まり、新規の客が見込めるため良くなる。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・現政権による予算案の早期決着により、客の動きが活発になることを期待する。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・客層の高齢化により購入量と単価が共に下がってきているが、新規客の開拓はなかなか難しい。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・新政権がどのように経済対策を行っていくかによって変わってくるが、まだ分からないという意味で特段変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価高が止まらない限り、景気の悪化は続くと見込まれる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食費の値上げで、外食の機会は確実に減ってきている。飲食店における飲料の利用は限られており、パイの奪い合いになっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・年度替わりのギフト需要が以前より減ってきている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・今月はバレンタインデーの催事で来客が多かったが、チョコレート以外の売場に立ち寄る客はほとんどいなかった。土日は家族連れも多く、来客数は増加したが、複数人いる販売員が全員接客中となるようなことはなかった。特に若年層は下見としての来店が多いため、グループで来店しても1人で来店しても、買上に至る客は少ない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・今年も一定程度の賃上げが見込まれる状況であり、引き続き消費需要の高まりへのインセンティブはあるが、米国関税制度の変更などもあり、企業業績は不透明さを増している。2月下旬頃から、平年を大きく上回る気温で推移しており、春物の衣料や雑貨などの動きに期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・現状は来客数が多い状況が続いており、今後も消費の急減は起こらない見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・安全保障や世界情勢次第で、常に景気が悪くなる危険性がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新しい経済政策の効果が出るのは、実売ベースではもう少し後になる。購買層は各施策が本当に可処分所得の増加につながるのかどうかを見守っているフェーズである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・文具雑貨ブームによって前年と売上傾向が全く違う。冬物は気温が下がる期間が短く不調であったが、春物も期間が短くなりそうであり、結局文具雑貨分の売上ではカバーできない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・当店のインバウンドのシェアは小さいが、その回復に時間が掛かる見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・価格改定の影響は一定期間続く可能性が高く、当面は大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・20年に1度の神事が始まり、天候も穏やかになり、来客数増加を期待する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・競合の出店もあり大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・価格訴求をすることで、買上点数の増加に転じている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・競合に合わせて売価の引下げや、対象を増やしているため利益の増加を見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・生活を一変させるような耐久材や、健康志向を反映した食品の誕生が望まれる。小売店も業績の2極化が更に進む。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・食料品の消費税を減税するという政府の政策が実現し、客の購買力が上がることを期待したい。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・事態の改善がみられない状況であり、現状の傾向は当面継続する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・季節としては伸長期になり来客数が増加する時期だが、販売量の伸びは大きくは期待できないため、現状と余り変わらない見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・衆議院選挙が投開票を終えたことを受け、来客数減少への対策として政府による有効な経済施策の実施を切望している。具体的にプレミアム付商品券の配布といった直接的な消費刺激策が一定の効果をもたらすと期待している。小売業は社会全体の景気動向に大きく左右される特性を有しているため、国内消費が活性化するような抜本的な施策が講じられない限り、現在の厳しい状況に変化は訪れない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・物価が高止まりしている状況が変わらないため、このまま推移する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・1～3月が繁忙期であるため、2～3か月後は段々と閑散期に入る。今は良い物を購入する客が多いが、3月後半は安い物を求める客が多い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・堅実な買物をする客が多い傾向にある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・継続的に上がり続ける物価のため、賃上げがされてもその実感がない。株高の恩恵を受けるのは一部の人だけで、円安による物価高の影響がより強い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・耐久消費財である新車の販売は、インフレ下で消費者の行動に慎重さが目立つようになっている。来客数も前年比では2割程度少ない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・中古車市場が高値で動いているが、前年より動きが良い様子が見受けられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・物価対策を早急に打っていくといわれているが、客との話では、ますます生活関連材の値段が上がり、支払のときにため息が出ると物価上昇を嘆く声が多い。これから春闘の賃上げの結果が続々と発表されるが、その数字から今後の賃金への期待感が生まれ、市場が明るくなることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・予算の面でいろいろな物が値上がりしており、新築工事が見合せになっているが、リフォーム物件や中小規模の改修工事は増えている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・為替の円高化が進むかどうかと、消費税減税の行方次第である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・手取りが少なく、若い人も高齢者もなかなか外食等に回す金がない。今後も厳しい見込みである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・値上げは落ち着いているが、売上につながらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・国民が実感できるような何らかの物価対策を政府がとらないと、このままでは生活に支障が出る。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安による物価高への懸念がある一方、ガソリン価格の値下がりなど良いニュースもあり、消費者はそこまで暗い印象ではない。売上も前年を3%程度上回っており、しばらくはこの状況が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・中国の問題等で不確かさはあるが、全体としては堅調である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・物価高のなか、様々な物の価格が上がるなかで、飲食店の値上がり幅が大きく、これが収まる気配は当分ない。少子高齢化のなかで需要と供給の安定化が当面望めない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・2026年4月以降の新年度の旅行申込み需要は例年並みである。6月にはサッカーワールドカップ、9月にはアジア大会とビッグイベントが続くが、旅行需要に結び付く要素は物価上昇以上の賃上げで家計に余裕が出ないと難しい。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・5月のゴールデンウィークとその前後の客足に期待したい。連休中のタクシー利用客は余り期待できず変化はない見込みだが、徐々に気候が温暖になってくるため、夜の客足に期待している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新政権への期待感がある。一方で、米国関税や世界情勢等の先行きが不透明であるため、慎重になっている印象を受ける。

□	観光名所（案内係）	・安くなる物がない様子が見受けられる。現政権がどのような手を打つかにより、2～3か月先どうなるかが分かってくるとみているが、今のところ特に変わりなく推移するとみる。
□	パチンコ店（従業員）	・状況に大きな変化はない。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・多くのスキー場が廃業するなか、当地域のスキー場は堅調な様子であり、地元の観光客受入れ態勢の強化が鍵となる。簡単ではない課題のため、しばらくは大きな変化が期待できない。
□	美容室（経営者）	・客の話から、生活自体に余り変化がない様子であり、当分このような状況が続く。
□	美容室（経営者）	・経済がこれから先、良い方向に進んでいけばよいが、まだ変わらないという印象が強い。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護報酬制度に変わりがないため、大きく業績が変化することは期待できない。介護業界の人手不足が深刻であるため、低コストかつ人手不足を補う福祉用具の有効性にスポットライトが当たることを来年度に期待する。
□	住宅販売会社（経営者）	・物価は徐々に上昇しているが収入は同様には上がっておらず、不動産購入への意欲が乏しい印象を受ける。
□	住宅販売会社（従業員）	・大きな変化は当分ないと見込まれる。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・企業からの設備投資の引き合いは少ないが、個人のリフォーム工事引き合いが多い。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・原価高騰が続いており、売上をどれだけ上げられるかが問題である。
▲	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・例年は春になると店の売上が良くなる。
▲	スーパー（店長）	・割引デーなどのセールを実施しても、売上が大きく上がらなくなっているため、しばらくやや悪い状態が続く見込みである。
▲	スーパー（店員）	・売上を後押ししていたみかんの時期が終わる。春にしては暖かい気候であるため、肉等の高価なものは1～2月と比べると売上が落ちる見込みである。
▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーの値上げが続き、し好品を中心に苦戦が続いているが、3月以降も同様の値上げが続く。
▲	スーパー（店員）	・競合店がオープンして、まだ来客数が回復しない時期である。
▲	コンビニ（店長）	・3月からも新聞代値上げ等、様々な商品の値上げが予定されている。人気商品であるコーヒーの再値上げも秒読みではないかと考える。更なる客離れが懸念される。価値の高い商品を投入できるか否か、商品開発の力が鍵になる。
▲	衣料品専門店（店長）	・米国関税の動向次第であるが、当地域は製造業が多いため、今後は一定の影響を受けるとみる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・4月以降は例年そうだが、年度初めということもあり、販売台数は一気に減る。
▲	乗用車販売店（従業員）	・販売停止の車種が多く、振り当てられる車も少ないため、販売量の増加は見込めない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・3月は決算期であり、ある程度の売上は見込めるが、ここ数か月ほど前年の販売台数を下回っているところをみると厳しい。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・車両本体価格が大分上がっているため、新車を購入するより、車検を受けて今乗っている車を乗り続ける人が増えており、販売量は落ち込んでいる。
▲	観光型ホテル（経営者）	・前年比のデータに加え、宿泊者数が伸びない傾向にあるため、やや悪くなると判断する。当社はリゾートホテルであるが、個人消費と団体消費共に、今年は当地域に話題がない年であることが影響しているのかもしれない。現在のテレビドラマは大阪・滋賀方面、若しくは名古屋方面が舞台であるため、当ホテルの立地とは関係ない。話題が乏しいというのも景気の1つの原因である。個人消費が伸び悩むと、行楽費用が削減若しくは見直されてしまうため、景気浮揚策や需要喚起があれば状況を改善できる。
▲	テーマパーク（職員）	・物価高で旅行に使える金額が減っている。

	▲	テーマパーク職員（総務担当）	・3月中旬までは大規模な催事がなく、十分な集客は得られないため、回復傾向の有無については、次の春季イベントの結果により判断したい。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話では、様々な物の価格だけ上昇し、給料は余り上がらないため、生活が苦しくなっていくという声を聞く。
	▲	設計事務所（職員）	・景気を回復させる政策を示しているが、現時点では景気が好転する見通しは立っていない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・少額なリフォーム工事が増えても、便利屋的な人材はいない。万年、人材不足であり、この先人材確保が悩みになる。仕事があっても足踏み状態が続く。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・販売動向から判断した。
	×	コンビニ（店長）	・たばこが主力商品であるが、4月から加熱式たばこの増税により値上げされるようで、ますます消費が低迷する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・前年に客が何人か亡くなったが、新規になり得る客が見当たらない。
	×	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・ターミナル駅の集客減少が考えられる。
	×	住宅販売会社（従業員）	・住宅の工事費が考えられないほど高騰しているが、部材メーカーは更に値上げしようとしている。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・政府の政策に好感を持っているのか、先行指標としての株価が上昇している。賃金も大手企業から徐々に上がり始めている。ショッピングモールの人出も以前と比べて多くなっている印象を受ける。
	○	輸送業（従業員）	・新学期に向けて引っ越し商戦や大型連休等が控えており、貨物量が増加する。そのため、物量が回復すると見込まれる。
	○	輸送業（エリア担当）	・販売予想から判断した。
	○	金融業（従業員）	・工場等の生産量は基本的に増えている傾向にある。また、政治などへの期待感が影響し、例年と比べると利益という意味ではやや上がっている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・このまま低調が続くことはないと思われる。円安に振れるというが、我が国の底力が発揮され、きっと良くなる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数共に減少傾向である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・米国の関税政策、円安や物価高、金利上昇等の状況を踏まえても、現在の受注量、販売量に余り大きな変化はなく、今後の景気は余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気に悪影響を与える特段のトピックがない。好調な企業決算やベースアップの決定などが報道されれば、好況感を維持できる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・既に3月の生産分はほぼ枠が一杯の状況で、客に納期後倒しを依頼している。しばらくは現在の好調が続く見込みである。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・東南アジアと北米地域での引き合い件数も多く、取引先からの情報でも、まだ設備投資がしばらく続きそうである。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・翌月まではほぼ変化がない見込みである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・ここ3か月程度は新規問合せが少なく、既存製品のリピート生産のみにとどまっている。今後の見通しは悪く、横ばいが続く見込みである。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・以前と比べて、当社のなかでも求人件数が増えている。
	□	建設業（経営者）	・政策については十分な効果が現れていないとみる。商品券施策については、費用負担が大きい。
	□	建設業（営業担当）	・物価や燃料費が下がらないことを重視し、景気が良くなるという世論も含めて、まだ景気回復は途上である。現状維持も難しい段階とみられるため、変わらないと判断した。
	□	輸送業（経営者）	・人手不足は物流業界だけでなく土木・建築関係でもみられ、関連する物資の輸送が減少している。

□	輸送業（従業員）	・3月まではほぼ前年並みの見込みだが、年度が替わる4月以降、どうなるのか荷主に聞いても要領を得ない。荷主側も予想ができない様子である。
□	輸送業（エリア担当）	・前年と比べて、受注量は若干のマイナスとなっている。毎日受注のあった病院からのオーダーが2週間ほどない。
□	通信業（法人営業担当）	・各企業が小さなところからオリジナリティを捨て、支持されやすい開発思想で作られたSaaSサービスを使って事業を回し始める傾向をみるにつけ、今後経済が好転するきっかけは見つからない。
□	金融業（従業員）	・現政権の政策により、海外からの評価もあるのか、経済は良くなる。しかし、消費者までにその恩恵が届くには課題も多い。
□	金融業（企画担当）	・発注企業が労務費、材料費等の見直しを行っており、来年度以降相応の値上げ、原価率の改善が見込まれ、中小企業によっては良い傾向ではあるが、それが浸透するには少し時間を要する。相応に浸透することによって、消費の影響が変わってくる。
□	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りそうであり、外出や遠出をする人は増加傾向になる見込みである。売上の増加傾向は続き、前年を上回る状況が続く。
□	広告代理店（制作担当）	・定期的な広告受注はあるが、新規の事業がなかなか決まらない。そのため、横ばいが続く見込みである。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・異業種との交流でも期待ほどの成果が得られなかった。諦めずにアンテナを広げ、視野を拡大していけば何かきっかけをつかめることを期待する。
□	公認会計士	・衆議院選挙の結果により、消費税減税などが進むことが予想され、財政支出が多くなることから、投資などの期待感にはつながっている。しかし金利上昇の可能性もあるため、企業による積極的な設備投資には至っていない。地方交付金や物価対策への対応などの期待感から、個人消費はより活発になる可能性もあるが、景気回復に至るまでにはもう少し時間が掛かる。
□	会計事務所（職員）	・決算ボーナスを出す顧問先が多くあるが、スーパーでの買物も以前より1回当たりの支払額が多くなっており、ガソリン代もまた上がってきている。日常生活に使う以外、少しぜいたくな消費までは至らない。
▲	食料品製造業（社員）	・当社を含めた業界各社は、商品価格の改定に踏み切り始めている。酒等のし好品は、一時的に販売数量は落ち込むと見込まれる。
▲	金属製品製造業（従業員）	・業界の関係者は皆口をそろえ、春が過ぎると案件が減ると言い合っている。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・米国関税による混乱や、継続する円安の影響により不安が高まっている。景気回復につながる政策が欲しい。
▲	建設業（役員）	・建築費の高騰が続いており、今後販売開始する物件の販売価格は更に高くなる。
▲	輸送業（従業員）	・現在の日本経済は、個人消費や設備投資といった内需が景気を下支えしている。一方で、海外経済の減速懸念などにより外需の先行きには不確実性が残っている。そのため、内需主導の景気の持ち直しが期待されているが、社会保険料負担の増加は家計の可処分所得を圧迫し、個人消費を通じて内需に悪影響を及ぼすリスク要因となりうる。
▲	会計事務所（職員）	・前年末頃から主要取引先からの受注量が減っており、この先もしばらく回復する見込みがないため、現状が続く見込みである。同じ主要取引先を持つ同業他社も、規模が小さな事業所は廃業あるいは統合したという情報を最近よく耳にする。
×	化学工業（営業担当）	・中東情勢の問題で、樹脂容器や物流費等の価格高騰が懸念される。
×	鉄鋼業（経営者）	・ものづくりの中小企業や零細企業が疲弊している様子である。この状況が続けば、廃業や倒産が増えると懸念され、その結果、更に連鎖で負の相乗効果が生まれる。
×	金属製品製造業（経営者）	・現時点で引き合いが減少していることもあり、引き続き減少傾向が続く。
×	通信業（総務担当）	・今までのような生活ができなくなると想像できる。
雇用	◎	—

関連 (東海)	○	人材派遣業（営業担当）	・ガソリン価格が低下したことで、消費者意識が変化し、連休等を活用して遠出する世帯が増加することが想定される。また、中国からのインバウンドが減少するものの、他国からのインバウンドが増加しており、中国関係の影響は少ない。
	○	人材派遣会社（社員）	・時期が変わることによる求人数の変化に期待する。
	○	職業安定所（職員）	・管内の有効求人数が、前年同月比で増加傾向が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・インバウンドが増えなければ、しばらく良くならない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・現状先々の見通しが立っておらず、景気が変わるとしてもまだ先になる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者数が伸びる材料はないため、採用数は増加しない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・消費税減税も検討しているが、施行されるまでは景況感は大きく変わらない印象を受ける。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・円安による恩恵を受けるのは大企業のみである。我が国の大多数を占める中小零細企業は円安の恩恵を受けるところか、人件費の高騰や燃料光熱費、仕入材料価格の高騰などにより疲弊している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度替わりで求人数は一時的に増えるものの、人手不足による採用難や物価高の影響もあり、市場全体を押し上げるほどの勢いには欠ける。そのため、当面は現在のような一進一退の状況が続く。
	□	職業安定所（職員）	・中小企業においては長期にわたる原材料費や燃料費、運送費、人件費などの各経費の高騰と金利の上昇傾向によって、事業活動への大きな負担が継続しており、かなり厳しい状況となっている。一方で受注が堅調な産業もあるが、物価高騰などに伴う消費動向の停滞や経済動向への懸念等により、新たな求人提出を控え、引き続き様子見をしている産業も少なくない。一部求人提出を控えている産業がみられるものの、現時点で大きな生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、当面景気動向の大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・人手や人材不足の慢性化は継続する見込みである。一方で、中長期的に大学キャンパスの移転等による駅周辺の活性化に期待する。
	□	職業安定所（職員）	・米国関税問題の行方はいまだ不透明であるが、求人数は増えているため、当面は現状維持の見込みである。
	□	職業安定所（職員）	・求人者の声として、自動化やデジタル化の進展により、少人数で工場を運営できるようになっている企業がある。一方で、エネルギーや原材料価格の上昇を十分に価格転嫁ができず、企業体力が低下し、結果として大手企業との雇用条件比較で不利となり、人材採用に苦戦している企業もある。全体として人手不足感はあるものの、雇用情勢に大きな変動はない。
	□	職業安定所（職員）	・管内の有効求人倍率は1倍を超える水準で推移しており、今後も全国を上回る見込みである。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・1年を通じて最も大きな繁忙期のため、新たな求人に対して数字的にも多くの案件が動く時期であるが、ゴールデンウィークを過ぎると求人数も落ち着く見込みである。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・3月を境に、求職者の転職活動に対する意欲は徐々に減退の兆候がみえるようになる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒求人について、今後2～3か月で求人動向を大きく左右するような要因が見当たらない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・来年度の求人件数は、採用機関や採用人数もほぼ前年並みで、現時点では大きな変化はみられない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・自動車部品メーカーにて、2026年の予算を電動化領域に限らず例年よりも大きく削減する話が出ている事業部もあり、当社への具体的な影響は未定だがあおりを受ける可能性がある。
	▲	職業安定所（職員）	・アパレル商品の卸売・小売業の廃業要因は、物価高が続くなかで、やむを得ない支出以外を抑制する動きにある。物価が安定するまでは企業を取り巻く環境は厳しい。
×	人材派遣会社（社員）	・2月は人の動きが大きい時期であるが、鈍い状況である。そのため、先が見通せない。	