

Ⅰ．景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北海道)		観光名所（従業員）	来客数の動き	・これほど天候に恵まれた2月は珍しい。また、冬の一大イベントと春節の期間が重ならなかったことで、インバウンドの入込が例年より長期にわたっていることもプラスとなっている。2月の来客数は、当初の想定を約40%上回り、過去最高の来客数となる見込みであり、非常に景気の良い状態にある。
	○	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・2月の月初めは、大雪の影響で客足が鈍っていたものの、天候が改善するにつれ、客の動きが良くなってきた。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・衣料関連や住宅余暇関連などの部門で、不要不急の商品の動きが良く、食料品以外で客の消費意欲が上向いている様子がうかがえる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・インバウンドの増加もあって、来客数が増加傾向にある。客単価も上昇していることから、売上が前年よりも伸びている。
	○	衣料品専門店（エリア担当）	お客様の様子	・徐々に気温が上昇していることから、新生活関連素材や春物素材を買うことを目的に来店する客が増えている。話題性のある商品を目的に来店する客も増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両販売については、新車も中古車も前年比で3割ほど増加している。一方、サービス部門の収益は前年並みで推移している。ただし、まだ景気が良いといえる水準までは回復していない。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンド需要が増えたことから、景気はやや良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ミラノ・コルティナオリンピックによる特需があり、応援団の渡航や観戦ツアーなどの利用で販売量が伸びた1か月であった。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・冬季に入り、需要が増えたことで、一時的に売上が増えている。ただし、中国における日本への渡航自粛呼び掛けの影響もあって、観光客の需要は減少している。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・年末商戦以降、3G通信サービスの終了に伴う、機種変更への対応に向けて、店舗では高い目標に向けて奮闘している。新料金プランの導入やイベント強化などの販売促進策が充実していることもあって、他社からの乗換えや店舗外での販売イベントは好調に推移している。ただし、人材不足や一部商品の在庫不足が課題となっているほか、目標達成へのプレッシャーが現場の負担増につながっている。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・高額商品はますます売れるものの、中間価格帯の商品の動きが厳しくなっている。全体的に、買上単価の2極化が進んでおり、それに伴って客単価が低下している状況にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月は、数回にわたって大雪があり、そのたびに交通機関が麻痺するなどの大きな影響が生じた。そのため、中心部の商業は壊滅的な販売不振に見舞われた。また、衆議院選挙の影響で、有権者が地元から離れることができなかったことで、当地の冬の一大イベントにおいて、国内観光客が大幅に減少したこともマイナスであった。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・昼間の来客数は相変わらず少なく、管外から訪れる客も少なかった。夜間は、宴会などである程度の来客数がみられた。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・2月は大きなイベントが開催されたものの、来道客数が横ばいでの推移となったことから、当店の販売実績も横ばいであった。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価高が続いていることから、景気は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の今後の動向が気掛かりである。
	□	スーパー（役員）	お客様の様子	・節分の恵方巻きがよく売れた。イベントなどには金を使うものの、それ以外のときは節約するメリハリのある消費行動が、客の間で強まっていることがうかがえる。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・地方自治体において、生活支援を目的に商品券を配布したり、現金を給付するケースがみられる。これらの自治体の店舗では、一時的に消費が増えているものの、こうした動きは一過性のものであり、景気は大きくは変わっていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が減少していることから、客の消費意欲が落ち込んでいることがうかがえる。また、観光地では、中国系のインバウンドの姿をほとんど見掛けないこともあって、インバウンドの減少が目立っており、影響が大きくなっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・町や村などの地方自治体において、物価対策として商品券を配布する動きがみられる。それに伴って、店舗の販売量も増加しているものの、商品券による上乗せ分を除くと、販売量はほとんど伸びていないことから、景気は変わっていない。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・値引きした商品やセール品などを買う客が増えている一方で、通常価格の新商品に対する客の反応が悪くなっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・2月の販売量は、タイヤ交換の繁忙期であった3か月前と比べて伸びている。3月の決算期を前に、販売に注力できたことが要因として大きく、景気はそれほど変わっていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車を長期保有する客が増えており、受注が低迷している。一方、サービス部門は目標を達成できている。これらのことから、収益は前年並みで推移している。
	□	自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前との比較で95%であった。同様に、売上は100%となっており、いずれも大きな変化がみられない状況にある。今後、夏タイヤの交換時期になると、来客数及び売上は増加すると見込まれるものの、これは季節要因であるため、必ずしも景気が良くなるわけではない。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・大雪の影響により、除雪関連商品の販売量が増加した一方で、その他の商品については大きな増減がみられなかった。大雪という特殊要因を除くと、景気は良くも悪くもなっていない。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べて、特に変化はみられない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・前年と比較すると、売上は減っているものの、景気は余り変わっていない。地元客の外出控えが進んでいる一方で、定期的に来店する会社員もみられる。また、インバウンドが堅調に推移していることで、インバウンドをターゲットにしている飲食店は繁盛している。ただし、当店のような高級店ではそれほど影響がみられない。
	□	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・食料品やエネルギーを中心とする物価高の影響により、個人客の予約が伸び悩んでいる。そのため、今年の冬は、これまでのシーズンとは異なり、宿泊単価を上げにくくなっている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・インバウンド需要は、引き続き好調に推移しているものの、国内旅行客の需要が伸び悩んでいる。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・前年12月17日に、運賃引上げと冬季割増運賃の適用が始まったことで、タクシー1台当たりの売上が大幅に増えることを期待していたものの、2月のタクシーの売上は、前年並みであった。ただし、当社では、乗務員の採用に注力した効果で、タクシーの稼働台数が約15%増加していることから、売上は約15%の増加となった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・タクシー運賃の改定により、運送収入が増加した。懸念していた乗り控えの影響が想定よりも少なかったことから、景気の底堅さがうかがえる。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・2月は、過去にないほど天候が悪かったにもかかわらず、売上が落ち込むこともなかった。前年からみられていた雰囲気の悪さが少しずつ薄れている状況にある。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・冬季ということもあって、輸送量は前月並みとなっている。生活物資などの輸送量も横ばいで推移している。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・マンションも戸建て住宅も建築単価の高止まりが続いていることに加え、住宅ローン金利が上昇基調にあることから、客が購入を様子見る傾向がみられる。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってから、売上に勢いがみられなくなっている。物価が高騰していることで、酒類の販売に影響が生じているとみられる。
	▲	百貨店（売場主任）	それ以外	・取引先である中小企業の撤退や倒産などにより、商品展開に影響が出ている。それに伴って売上も減少傾向にある。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が減っている。観光地に立地している店舗では、中国における日本への渡航自粛呼び掛けの影響などはみられないことから、地元の消費者の来店が減少していることがうかがえる。春の生活イベントに向けて、客が支出を控えていることが要因として考えられる。
	▲	スーパー（従業員）	単価の動き	・商品の値上げが進んでいることから、景気はやや悪くなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客の購入量が減少している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・例年と比較して、新車受注の動きが鈍い。他社分を含めた受注量は、前年比88%と厳しい状況となっている。また、中古車販売やサービス部門の売上も鈍化傾向にある。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量の低迷が続いている。物価上昇や公共料金引上げの影響もあるものの、人口減少や高齢化の進展に伴って、耐久消費財を購入しない又は更新しない世帯が増加しているとみられる。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・2月は、週末に大雪が降ることが多かったため、来客数に加え、配達注文も減少し、厳しい状況となった。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・この時期は観光の閑散期であり、観光客に支えられているという地域性もあって、3か月前との比較では来客数の落ち込みが顕著に表れている。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・衆議院選挙の影響もあって、来客数がやや少なくなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・2月は冬季観光の繁忙期であるため、当地への直行便や大都市圏経由の乗継便を利用したインバウンドが増加している。また、冬型のイベントが各地で開催されたことで、国内客の観光需要も旺盛であった。ただし、大雪の影響で、航空機の欠航や地上交通機関の運休などが相次いだことから、旅行を取りやめた客が例年よりもかなり多かったとみられる。そのため、全体としての景気はやや悪くなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。特に宿泊先のみを手配する客が顕著に減少しており、Web予約に移行していることがうかがえる。ただし、旅行単価の上昇もあって、取扱額は僅かな減少にとどまっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、問合せ件数も来客数も減少している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・雪解けが進むにつれて、タクシーの乗客数が減少している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客のほとんどが物価高の話をすることから、景気はやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・一般住宅について、着工件数の少ない状況が続いている。特に木造の一般住宅が厳しい状況にある。非住宅については、多少動きがみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを訪れる客の予算が、以前よりも厳しくなっている。同じ部屋タイプであれば、階数が少し下のより価格の安い部屋を検討することが増えている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・一段と物価高が進んでいることで、衣服に対する客の節約志向が強まっている。特におしゃれな服は、節約の対象となりやすいため、景気は厳しい状況にある。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・例年であれば、新年度に向けてスーツの需要が高まってくる時期であるものの、今年は下見で訪れる客が多く、購入につながらないケースが増えている。関連アイテムの購入も本当に必要な物だけにとどまっており、家計の厳しさがうかがえる。
	×	その他専門店【造花】（店長）	お客様の様子	・例年2月は閑散期であるものの、今年は特に天候が悪かったことから、落ち込みが大きかった。
企業 動向 関連 (北海道)		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2月の販売量は前年比プラス31%であったが、3か月前の11月の販売量は前年比マイナス3%だったことから、景気はやや良くなっている。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・年度末を控え、受注工事の多くが完工を迎えている。通期で天候の大きな影響を受けず、工期短縮が進んだことに加え、設計変更に伴う追加工事の増加もあり、完工高、利益共に年度計画を大幅に上回ることが確定した。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月までの売上について、予算を達成できる見込みとなっている。
	○	その他サービス業【建設機械リース】（営業担当）	取引先の様子	・労働力不足、資材価格の高騰などの懸念事項はあるものの、高水準の建設投資が今後も継続することが見込まれる。スーパーゼネコンを中心に、各社の業績は好調に推移している。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・度重なる不作の影響で、りんごの店頭価格が高騰しており、販売量が伸び悩んでいる。輸出も伸び悩んでいる。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は、例年の2月と変わらない状況にある。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・住宅の新築着工棟数の減少傾向に歯止めがかからない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・次年度に向けての見積依頼が始まっているものの、春先から着工できる案件がやや少ない状況にある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・目標を達成しているという点では、景気は上向きといえるものの、作業人員の不足により、案件に対応できないという状況もみられる。そのため、全体的には景気は変わらない状況にある。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・ICT分野において、価格高騰が進んでいる。また、報道などでセキュリティ面の問題を取り扱われる機会が増えていることで、経営者の意識が高まっている状況にある。
	□	その他非製造業【鋼材卸売】（従業員）	受注量や販売量の動き	・新規案件の効果もあって、受注金額が見込みよりも上振れしている。ただし、ベース商品の販売量は15%ほど減少している。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中国からのインバウンドの減少に伴って、売上が減少している状況は変わらない。インバウンドが減り始めた11月と比較すると、やや悪くなっている状況にある。
	▲	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・倉庫保管は、バターや粉乳などの乳製品が好調であり、在庫量が高水準で推移している。一方、国内トレーラー輸送は、農産物関連が相変わらず不調である。また、紙パルプの減産により、輸送用の台車の回転率が低下していることで、回送費用がかさみ、収益を圧迫している。今後しばらくは同様の状況が続くとみられる。
	▲	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・2月は、大雪や荒天の影響により、物流が滞ることが多かったことから、景気はやや悪くなっている。3月以降、追加供給の物流が生じることを期待している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・中小企業において、人員確保が難しいとしつつも、省力化投資を進めるとい声は少ない。物価高、人件費増加により、利益確保に苦慮している企業が多いことがうかがえる。
	▲	司法書士	取引先の様子	・冬季は、不動産取引が減少する傾向があるものの、今年は例年よりも減少幅が大きくなっている。また、円安が続いていることで、資材などの輸入価格が上昇しており、新築やリフォームの受注環境に大きな影響が生じている。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・相続案件は安定的に依頼があるものの、企業からの不動産取引の依頼がやや減少した。
	▲	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度のＩＴ設備投資が絞られている状況にある。原材料価格高騰に伴い利益が縮小していることが影響しているとみられる。
	×	-	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-	-
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は、引き続き増加傾向で推移している。一方、求職者の登録件数は、3か月前と比べて20%増加している。これは、新しい年を迎え、転職活動を再開した求職者が増えたためとみられる。企業との面接件数は、3か月前と比べて10%ほど増えており、企業の採用意欲は変わっていないことがうかがえる。ただし、採用基準については、以前よりもハードルが上がっており、簡単には内定を出さない状況となっている。求人職の職種としては、営業と管理系がほぼ半々となっている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業種を問わず大きな変化はみられない。ただし、例年であれば、年間を通して求人数が増えてくる時期であるものの、今のところ、例年のような勢いはみられない状況にある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人広告掲載申込件数の微減傾向が、長期間にわたって続いている。一方、新規採用が難航している企業が多く、こうした企業では新卒採用を諦め、中途採用へ切り替える動きがみられている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における1月の有効求人倍率は0.77倍であり、前年を0.07ポイント下回り、6か月連続で前年を下回った。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足や原材料価格高騰の状況が変わらないことから、利益確保に苦心している企業が多くみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が前月から減少しているものの、景気の良しあしを判断しづらい状況にある。ただし、宿泊サービス業の求人数が増加傾向にあることから、観光業では、冬季を迎えて業績が好転しつつあることがうかがえる。中国からのインバウンドは減っているものの、その他の国からのインバウンドが好調なことから、それが宿泊サービス業の求人数の増加につながったとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は、前年と比べて減少しているものの、景気に変化はみられない。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・求人数は、旅客運送や医療・介護業界の求人数がやや増えているものの、全体では引き続き減少傾向にある。人材が必要な企業は多いものの、採用に至らないケースが多いことから、コストが掛からない採用手法を選択する企業や採用を手控える企業が増えていることがうかがえる。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年10月からの4か月で、新規求人数が前年比マイナス10%台の大幅な減少となった月が3回を占めている。求人数の落ち込みの大きい状況が続いていることから、景気はやや悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前比で110%になっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・せり鍋を求めて来店する県外客が多くなっている。ただし、せり鍋だけを食べて帰る客が多いため、来客数は多いものの売上はそれに比例していない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・今年で3年目となった鉄道会社の特別企画乗車券を利用した客が多い。施設の認知度が高まったためか利用期間の初日から来場者が多かった。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は前年を割っているが、販売量は前年を上回り、買上点数も増加している。
	○	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・当店は商店街に面しているが、一時期と比べて人出が多いようにみえる。
	○	百貨店（企画担当）	単価の動き	・来客数は減少傾向が続いているものの、値上げ前の駆け込み需要等が影響し、客単価は上昇傾向にある。
	○	百貨店（従業員）	お客様の様子	・全体的に節約志向に変化はないが、欲しいものには金をかけるといったメリハリ購買がみられ、買上客数も増加傾向にある。
	○	百貨店（経営者）	来客数の動き	・天候が落ち着き、来客数、単価共に良くなっている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数が増加し、売上も比例して伸びている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価が前年より伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・本部施策の効果が売上増加につながっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今年になり値上げの影響が落ち着いてきたのか、来客数の増加に伴って売上が前年比で改善している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車や特別仕様車などのお買い得車の販売量は少ないものの、受注台数は計画どおり順調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・決算期ということもあり来客数が増えており、販売数も比例して増加している。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産が回復してきたため、新車、中古車共に登録台数が数か月ぶりに前年を超えている。安定生産には程遠いが良い兆しである。
	○	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・記録的な低温と豪雪の影響により、バスも鉄道も数日連休するような状態だった。除排雪に関連する事業所はかなり潤った様子である。また、重機の給油のほか家庭用暖房機用の灯油の消費量が増え、出荷量もしばらくみられなかったほど多いとのことである。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年より良くなっている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・インバウンドは東南アジア圏を中心に増加している。
	○	通信会社（社会貢献担当）	来客数の動き	・新生活需要に伴う来店がみられる。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・販売時の話合いや提案に対する客の納得度が高まっている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比較して取引先からの受注量が増加している。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・以前は振り客の大半をインバウンドが占めていたが、ここに来て日本人も少しずつ増え始めている。今まで抑えられていた消費が少しずつ動き出している。土産品もよく動いている。
	○	ゴルフ場（支配人）	競争相手の様子	・業界内で若年層の新規顧客が増えている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・販売量、単価、粗利共に好調を維持している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・衆議院選挙の結果を受けて消費税の減税等が実施されるとしても先のことであり、身の回りの景気に変化はない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・2月は祝日が2回あったが、売上、来客数共に前年の半分に落ち込んでいる。観光客が減少し、特に中国からのインバウンドがほとんどいないことも原因の1つとなっている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・商品の動きがほとんどなく、仕立ての予約もない。
	□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・貴金属など高額商品で値上げ前の需要があり、ブランド商品が全体売上を押し上げている。一方、物価高の影響による買い控えが特にファッション領域で顕著に出ている。春商戦のニーズも遅れている。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・2月の1品平均単価は前月と同水準で、前年比も3%強となっている。豪雪地域で買いだめ行為が一部みられたものの消費者の財布のひもは依然固く、来客数は横ばい、買上点数は前年割れがやや拡大傾向にある。最低賃金引上げや株価高騰の影響による消費拡大に期待したが、様子見の状況が続き、消費の動向は芳しくない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・ご飯の値上げで総菜は苦戦しているが、みかんが好調で総菜の売上減少分をカバーしており、全体の売上は前年並みで推移している。グロサリーではし好品の酒が売れていない。こちらは物価高の影響とみている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数は前年比100%で推移している。
	□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・物価高が続き、消費者は店を使い分けており、スーパーよりもディスカウントストアやドラッグストアなどの利用者が増えているようにみえる。スーパーでは値引き時間に合わせて来店する客が増えている。
	□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・買上点数は横ばいとなっている。
	□	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・販売量の落ち込みが続いており、回復の兆しがみえない。
	□	スーパー（店舗運営）	来客数の動き	・物価高の影響により、外食から内食へと需要が移行している。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・中国以外の国からのインバウンドは減っていない。また、夜間の人の動きが良くなっているため、全体的に好調を維持している。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・おにぎりが50円以上値上がりしているなど米が使われている商品を中心に価格がかなり上がっている。粗利の大きい主力商品の売行きが悪くなっているため、売上が落ちている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候要因による来客数への影響は少なくなっている。季節トレンドを加味しても来客数は変わらない状況である。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・年度末に向け、企業や学校の制服や記念品の受注が増加しており、予算は達成している。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・冬物セールをしている間は必要な商品を値頃に購入したいとする客もいて盛り上がった。しかし、春物商材に切り替わってからは天候や気温に振り回され、需要は不安定である。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・入学式や入社式向けのスーツ需要が前年よりも大幅に減少しており、購入点数も減少している。買物に対してかなり慎重になっている様子がうかがえる。
	□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年比90%で、客単価も下落している。
	□	家電量販店（従業員）	単価の動き	・ガソリン価格が下がり、食品価格も変化は緩やかで落ち着いているため、客の景気に対する不安感が和らいでいる。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算期にもかかわらず販売量が伸びない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の配車量は相変わらず少ない。中古車の需要はあるが、在庫不足である。
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしており、今月の生産量は決まっている。新たな受注を確保しなければならない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（経 営者）	販売量の動き	・年々売上が下がっており、特に冬場の売上の減少が顕著である。今はインナーが高機能で真冬でも軽防寒で済むため、重防寒は全く売れなくなっている。それ以外に売れる商品もないため、冬場の売上は特に厳しくなっている。
	□	その他専門店 〔靴〕（経 営者）	販売量の動き	・記録的な豪雪の影響により買物客の減少が続いているが、長靴の需要が非常に多く、入荷したら即完売の状態が続いている。
	□	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	来客数の動き	・売上は前年比104%、来客数は同97%となってい る。今月もやや厳しい立ち上がりであったが、パレン タインデー商戦、2月13日から利用が始まった鉄道会 社の特別企画乗車券の影響により、若年層を中心に好 調な動きが見られる。
	□	一般レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・来客数が前年比95～98%で推移している。
	□	観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・来客数が少ない状況に変化はない。
	□	観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・多少手控え感は見られるが、可もなく不可もない月 である。
	□	都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・中国の問題があり旧正月は今一つだったが、他国か らのインバウンドが増えている。
	□	旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・販売量は前年並みで推移している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・道路に雪が残っているため、買物や通院で利用する 人が多い。
	□	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
	□	通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・販売量の動きに変化はみられない。
	□	観光名所（職 員）	来客数の動き	・春節のため台湾からのインバウンドの売上が例年 以上に多い。しかし、国内客の売上は不調である。
	□	遊園地（経 営者）	それ以外	・冬期休園をしているが、学校団体の問合せや予約状 況に変化はない。
	□	美容室（経 営者）	来客数の動き	・来客数は前年比95～97%で推移を続けている。来店 サイクルに変化はみられない。
	□	美容室（経 営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前から横ばいで推移している。
	□	その他サービス 〔寮管理〕（管 理人）	お客様の様子	・ガソリン価格などをみても物価高は変わらない。実 質賃金が上がり、物価も安くない限り、景気は良 くならない。
	□	その他住宅〔リ フォーム〕（従 業員）	販売量の動き	・コンロ、給湯器の交換や窓の断熱工事は増えている が、金額の大きな増改築、塗装工事は先送りになっ ている。余計な支出を抑える意識は変わらない。
	▲	商店街（代表 者）	販売量の動き	・年末年始の需要もなくなった。一方で、サイバー攻 撃の影響を受けている。
	▲	一般小売店〔医 薬品〕（経 営者）	来客数の動き	・数十年営業してきたが、来客数が過去最低を更新し 続けている。
	▲	一般小売店 〔酒〕（経 営者）	お客様の様子	・今月は大きなイベントが開催され、県外からも多く の来訪者があったが、その期間以外は例年以上に人が 動いていない。大雪の影響により、除雪費や暖房費等 の負担がかなり大きいため、消費マインドは著しく低 くなっている。客先の飲食店では、暖房費や人件費を 考慮し、予約がない日は臨時休業したり、定休日の翌 日も休業日にしたりという対策を講じている。
	▲	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・大雪により来客数が減少している。
	▲	コンビニ（経 営者）	販売量の動き	・来客数の減少を単価でカバーする状況が続いてい る。販売量は前年並みをどうにか確保している。降雪 も落ち着き、土建関係の動きが停滞した影響が大き い。
	▲	コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・例年と比べ気温が低い日が多いため、来客数が例年 より少ない。
	▲	衣料品専門店 （経 営者）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が減少している。
	▲	衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・例年2月は、3月の卒業式や4月の入学、入社、転 勤の準備をする人でにぎわう。しかし、今年は来客数 が少なく非常に苦戦している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機などの新製品が発売になり、こだわりを持った客が購入しているため、商品単価は決算セールで下がりがちな時期にしてはやや高い状態である。しかし、新生活需要での来客数が減っていることに加え、季節商材の処分が進まず、来客数、販売量共に3か月前と比べて減少している。景気はやや悪くなっている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	単価の動き	・資材価格の高騰により、マンションや戸建て住宅の価格上昇や大型建築物の建築先送りがみられる。今より安くはならないと考える人もいるため、建物も一定程度は売れているが、家具や家電の買換えは控える人が多い。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・販売不振が続いている。売上金額はある程度確保できているものの、商品の動きが鈍化傾向にある。また、様々な業種が次々と値上げしているため、消費者の間でアルコール飲料等の嗜好品の優先度が低くなっているように見える。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・暫定税率廃止に伴いガソリンの販売価格が低下したものの、月の後半には原油・為替相場の変動により仕切り価格が値上がりし、変化の多い月になっている。気温も高めに推移し、灯油の販売量も減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・第2週までは予約が多かったが、第3週以降はかなり少なくなっている。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・大雪の影響により道路事情が悪化し、新規加入者の獲得・契約につなげる営業活動ができなかった。また、想定以上の積雪により設備の障害も発生し、障害対応工事などを連日続けており、費用負担が増えている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・サービスの見直し、解約が増えている。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し、3か月前は108%だったが、今月は93.8%と下向いている。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数は落ち込んでいないものの、客単価は減り続けている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・災害級の豪雪により移動が困難となり、壊滅的な状況となっている。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・大雪の影響による景気の停滞が続いている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・衆議院選挙の期間にテレビなどで報道されたことで物価高の認識が浸透し、節約志向が更に強くなっている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・最低賃金引き上げと除雪代による経費負担の増加に加え、大雪の影響により来客数が減少している。経営的にも3か月連続赤字となっており、非常に厳しい状況である。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候が悪く雪が多いため、外出を控える人が多い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は特に平日の来店がこれまで以上に少なくなっており、客が全くいない日もある。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は、法人や団体の客は変わらないものの、個人客は依然減少傾向にある。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官公庁の入札において、予算が確保できないため発注の見送りや中止が出ている。そのため、受注業者が受注量や売上を確保するために低価格で応札している状況が顕在化している。
企業 動向 関連 (東北)		-	-	-
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先からの引き合いは増加し、確定受注が増えている。一部事業の動きが良かったため、全体の数字も上がっている。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・従来の広告ニーズではない企業広告、採用広告のニーズが高まっており、ビジネスチャンスが広がっている。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・新政権の積極財政姿勢が消費マインドにプラスに働いている印象を受ける。
	○	その他企業〔協同組合〕（職員）	受注量や販売量の動き	・製造業においては、現状は原材料の入手難や価格高騰で厳しさはあるものの、先行きの受注見込みには明るさがみえ始めている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米価は、新米流通後もそれほど下落せずに推移している。
	□	農林水産業（従業者）	それ以外	・米の価格が高止まりしている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月から商品の一部を値上げしている。季節限定の商品も動きは余り良くない。鉄道会社の特別企画乗車券の影響により駅近隣の店舗は数字がよいが、全体ではマイナスとなっている。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、やや悪い状況に変化はない。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・春節や特別企画乗車券の効果もあり、駅周辺の店舗は好調に推移している。しかし、郊外店は来客数や売上において平日と土日の差が大きく、週末で稼いでいる状況である。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・美術展や観光振興キャンペーン、自治体の周年イベントなど各種イベントは多いが、仕事量の増加はみられない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末の在庫調整が続いており、受注量は落ち込んだままである。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・秋から冬にかけての状況と余り変わらない。特段の積み上げ要素がない。
	□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・公共工事はほとんどないため、民間工事を主体に受注獲得に動いている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・人手不足により受注量を増やすことができないため変わらない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量、利益共に目標を超える状況で推移している。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客からの値下げ要請が続いている。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・大雪により一部の地域で交通インフラが麻ひし、人流、物流が停滞している。小売業や宿泊・飲食・サービス業において、欠品やキャンセル等による売上減少といった影響が出たものの、景気への影響は限定的である。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・一過性ではあるが、衆議院選挙関連の広報により今月の広告市場は全体的に押し上げられている。しかし、広告業界の主要業種である流通、小売、エネルギー等の広告出稿は、3か月前と比較してもほぼ変わらず低調で推移している。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・自治体発行の商品券が配布されたが、指定の店や施設でしか使えないため食料品の購入支援にしかならず、景気への影響はないとみている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・印刷物は値下げ競争になっている。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力のパソコン生産において、メモリやSSDの入手難が続いており、減産となっている。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・製造工場では、12月の地震に起因するとみられる設備トラブルの復旧、修繕に時間が掛かり、生産水準が低下している状況が続いている。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。製造業、建設業の業績が悪い。官公庁の決算が近いため、業績が回復する業者が増えるとみていたが、さほどでもなかった。小売業、サービス業は一定の業績を維持しているが、製造業、建設業が悪いため、全体としてはやや悪くなっている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に発注工事が低調で需要は落ち込み、厳しい状況である。
	×	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・目立った受注契約がない。
	×	不動産業（従業員）	それ以外	・不動産の在庫は供給過多にあり、価格面が需要にマッチしていない。
		-	-	-
雇用関連 (東北)	○	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・来年度に向けて、客がある程度の値上げを許容してくれている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・例年この時期は、大卒の新卒採用を実施している企業では採用活動と4月1日の新人の受入れや新人研修に向けてかなり忙しく、中途採用は後回しになりがちである。しかし、今年は飲食業や製造業を中心に中途採用が継続的に行われている。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用数の全体感是不変。未経験者や実務経験が浅い人の採用については鈍化傾向にある。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	雇用形態の様子	・求人広告への問合せが増えているが、季節要因によるものが目立つことから、景気回復の兆候とは考えづらい。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年度末に向けた広告の動きが余りみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・掲載する求人広告がない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数の減少が続いているため、有効求人倍率は前年比では低下しているものの、直近との比較では横ばいとなっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期比で減少しているが、減少の理由は各企業の業務量の減少ではない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で減少しており、求人の動きは弱い状況が続いている。
	□	学校〔専門学校〕	求人数の動き	・専門学校に対する求人が届いている。求人件数は例年並みだが、採用の早期化がうかがえる。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は増加傾向にあるものの、退職者の後任募集をしないケースが増加している。前年同月比でみても後任募集数は10%ほど減少している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は減少傾向にある。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北関東)		-	-	-
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・2月に開催しているイベントがおおむね好調に推移している。来客数は多く、単価も上がっている。全体が良くなっているわけではないものの、イベントによって売上、来客数共に良くなっているため、多少回復の兆しが見受けられる。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・スキーに行く客が、前年よりも増えたようである。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上増加は、値上げの影響と同時に観光地で来客数が増えているためである。今月もやや良くなっている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年比では1月が111%、2月は109%で推移している。好調な商材は、エアコンが103%、冷蔵庫106%、洗濯機110%、パソコン本体138%、テレビ102%となっている。耐久消費財になるような構成比の高い商材が、好調に推移している。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・遅い新年会や会合の2次会等、まとまった人数の利用が増えてきている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが良かったので、前年同月比8%の増収である。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・物価高は変わらないが、ガソリン代や電気代等の補助金などから気持ち的に少し余裕が出てきているようで、財布のひもが緩くなっている。
	○	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・3月末で利用できなくなる回線を利用している客が機種変更をするため、特需となっている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・20～30代をターゲットにしたパーマが人気で、新規の客が増えている。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新規の問合せがあることや客も前向きな反応をしている。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・建築資材の高騰、高止まりが続いている。また、客にもこの状況が伝わっており、新年度には人工代等が更に上がるため、駆け込み需要が見受けられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価上昇が続く、最近では生活必需品を中心とした消費傾向が強く表れている。ただし、地元企業から200人を超える個人撮影の依頼があったため、前年並みの売上が見込まれる。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も前半は寒さが厳しく、人の動きは余り良くなかった。後半になって、梅もほころび、少し春の陽気が出てきたようで、前月に続いて、米価も落ち着いてきている。野菜価格も少し安くなったようである。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年を基準にした売上達成度で3か月前と比較すると、両月共に前年を1割程度上回っており、ほぼ変わらない。春節の時期にもかかわらず、中国からのインバウンドは確かに少ないが、その分、日本人観光客や中国以外の国からのインバウンドが多く、中国の訪日渡航自粛の影響は全くない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全体的な傾向に変化はなく、来客数、商品単価、客単価いずれも横ばいである。消費は慎重かつ最低限で、依然として客の生活防衛意識は高い。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・多方面での価格高騰や値上げの影響が、依然として客の購買行動に影響を及ぼしている。高額品やアクセサリ等、購買意欲の高い客にはさほど影響はないが、デイリーアイテムの売行きは沈静化している。この傾向は以前と変わっていない。
	□	スーパー（商品部担当）	それ以外	・政府の物価支援策で一時的に数値が良くなったようにみえるが、物価高騰の影響により、悪い状態のまま変わらない。
	□	スーパー（経営企画）	来客数の動き	・来客数は現状維持のまま変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数がほぼ変わらない。
	□	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・ミラノ・コルティナオリンピック開催で、映像関連の動きが前年比105%と好調である。一方、季節商材の動きは悪く、前年比95%と厳しい。
	□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・エアコンが、気候変動や2027年問題を背景として、好調な売行きを示す一方、その他の大型家電やパソコン等の動きは低迷しつつある。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前年の半ばから、新車、中古車等の車両販売が少し落ち込み、車検や修理などのサービス部門でカバーする状況が続いている。減収したままの横ばい状態で、先行きが心配である。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車販売は低調だが、低価格の中古車販売は好調である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・株価や報道等では景気は良いようだが、身の回りではまだ景気の良さやお金を使う雰囲気、交通量の多さ等は見受けられない。
	□	その他専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数に変化がみられない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価は上がっているものの、来客数は減っている。売上は変わらないが、来店頻度が減っているのが気になるところである。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・団体の宴会予約等が入っているものの、フリー客の動きは相変わらず鈍い。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・給食部門では食材費に動きはあるものの、米を始め、年間契約の物もあり、食材費値下げにはつながりにくい。人件費は各県の最低賃金の引上げ結果がほぼ出そろい、人件費率が上がった結果、収支が確保しにくい状況で推移している。
	□	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は梅まつり等、観光需要があり1室2名利用が多かったため、客室1室あたりの平均販売単価が高かった。また、料飲部門でも2月に入ってからの新年会が多かったことから、稼働の高い状態で終わっている。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・冬季はオフシーズンなので大きな変化はない。インバウンドについては、各国から来ているようで、少ないながらも安定している。中国からの団体客はそもそも少ないが、個人客は思いのほか、来訪している。
	□	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・来客数の動きは前年と変わらないため、景気回復の兆しはない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・当社サービスは、引き続き、仕入原価の上昇に対応した販売単価への転嫁ができない状況にある。政府の経済対策の効果을期待しつつ、顧客満足度向上を継続的に図っている。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・落ち着いた天候に加え、例年よりも気温が高く、外出しやすい環境になったことから、来園者数が増加している。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・政策金利が上昇し、住宅ローン等にかかなり影響が出てきている。買い控えが強まる可能性は高い。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、店舗等への問合せや引き合いが少しずつ目立ってきている。ただし、事務所系の引き合いはほとんどない。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・2月はいつものことながら、低迷している。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数が減少しており、売上は前年を下回っている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・平日は通勤やビジネス利用が中心で、目的買い傾向が強く来客数の伸びが鈍い。一方、土日祝日はインバウンドに依存しなくても、レジャー、帰省需要を取り込み、来客数は好調に推移している。
	▲	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・客の購入量が減少している。来客数は横ばいだが、無駄な買物を選んでいる印象で、買上点数が減っている。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・バス代金の高騰もあり、例年と比べて動きが緩慢である。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・円安の影響により、海外旅行の単価が厳しくなっている。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・減税などの対策も、今後どうなるか不透明である。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	それ以外	・海外情勢を考えると、日本は原材料を海外から輸入しているため、製造現場では原材料確保が難しくなることから、景気はやや悪くなる。
	▲	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・2月は降雪の影響によりクローズが出てしまったため、前年実績を下回っている。
	×	商店街（代表者）	それ以外	・区画整理事業が加速中で、あちこちで工事が始まっている。移転や閉店など、商店街始まって以来の店舗減少が進行中である。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・一般の客の動きが鈍い。家電売上も余り良くない。
企業 動向 関連 (北関東)	×	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・前半の降雪を含む寒さから急激に記録的な暖冬に変化した影響により、季節商材の動きは著しく悪い。また、金利上昇の気配などの不確定要素も加味され、年末年始以降は消費マインドが減退するタイミングではあるものの、今年はその波が特に大きく、来客数も減少している。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・例年2月は暇な時期だが、今年は今までにないほど利用客が少なく、売上が1月よりも20%弱減少している。午前中は多少の動きがあるものの、午後から夜、特に深夜の利用客が減少している。
		-	-	-
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入って受注残が顕著に増加しており、3月期末納期の案件対応に追われている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・飛び込みの注文が数社より入っている。
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・米穀の仕入先である産地流通業者の中には、高値のため販売につながらず、在庫を大量に抱えて不良化し、安売りするところも出てきている。今後もこの傾向は更に深刻化することが予想される。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年から2月までの期間、受注は前年比で、やや増加している。また、衆議院選挙の影響により、1月後半から2月上旬までは受注量が増えた。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・天候が暖かくなってきたため、商材が動くようになっている。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年度末が近づき、製造に追われている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、3月決算前に大手取引先から駆け込み需要があるが、今年は全くない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎月、大体同じ量の仕事が入ってくるため、波がなくて良いともいえるが、少し盛り上がりには欠ける。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量、販売量、取引先の様子について、数社ある取引先は余り変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の生産計画は、今のところ変わることなく進んでいる。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量等を例年と比べても、全体的には大きな変化はなく、今後も安定した状態のままだとみられる。
	□	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けたスポット清掃や修繕等が増えたものの、不動産賃貸部門の伸びがない。維持費用で相殺されてしまっているため、変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・インフレ傾向が続いており、消費者の購買意欲は大きく回復していない。米国の関税政策の影響は、中小の下請企業の業績面に徐々に始めている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・当事務所の仕事内容で回答しているが、可もなく不可もない状況である。余り代わり映えしないが、ちょうどよい量の仕事にはなっている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・大手企業の第3四半期の決算は良いようだが、中小企業の社長からは、余り景気が良いという話は聞かない。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・4月の年度替わりを迎えるに当たり、新生活用品や白物家電の冷蔵庫、洗濯機、テレビ、電子レンジや生活家具、寝具等、前年並みの物量を確保している。また、コスト高により、取引先との運賃交渉も順調で値上げ等が多く実現できている。取引先も増えており、売上の伸びは15%伸びている。ただし、ドライバーのコスト高や燃料価格の高騰もあり、利益自体は薄くなっている。
雇用 関連 (北関東)	▲	広告代理店（営業担当）	それ以外	・飲食店の閉店が多く、特に、個人店の閉店をよく目にする。客入りは決して悪くなかったような店でも物価高騰や光熱費、人件費等の負担が大きいため、閉店している。
	×	-	-	-
	○	-	-	-
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規登録の求職者は50代以上ばかりで、企業側の要望とのギャップが大きい。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で増減を繰り返している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	採用者数の動き	・企業の採用は業種によってかなり厳しく、人材が不足している。そのため、賃金の上昇は見込めるものの、企業業績には悪い影響が出始めている。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月は生産ライン関連の求人が目立っていたが、住宅、土木、建設関係はどうしても人手が足りず、積極的な動きはあるものの、働き手がすぐ辞めてしまっている。物価が全般的に上がってきているため、スーパーでも値引きは若干抑えられており、衣料品の動きもやや抑え気味である。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・高時給の仕事にだけ求職者が集まる状況で、通常の派遣業務の求職者は減少している。
	×	-	-	-
	×	-	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・商業施設が新たにオープンしたため、3か月前と比べると良くなっている。
		高級レストラン（経理担当）	単価の動き	・婚礼披露宴の代金は挙式1か月前の見積額を前受けしているが、挙式当日の附帯売上が多くなっており、1件当たりの単価は3か月前と比べて約10%増加している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	お客様の様子	・客からいろいろな依頼が入っている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・都市部を中心とした国内客の消費意欲は年明けから強さをキープしている。特に宝飾、時計、ラグジュアリーブランドなど、高付加価値商材への関心が高い。一方で、免税売上全体では日中関係を起点に前年割れが続いているものの、中国以外の諸外国からの来日、消費が増加傾向にある。特に足元の2月後半ではその傾向が強い（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は週末に降雪の影響を受けた週があったものの、全体としては好調に推移している。高額品では金の価格上昇が続く、金製品の催事が好評である。また、食品を中心に生活必需品が動いている。反面、アパレルのビジネス需要など、今あるものでとりあえず事足りる物に対しては、財布のひもが固い。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドは日中関係の影響により減少しているが、今後の経済対策等への期待感から国内客の販売量は増加している（東京都）。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・館内の買い回り需要が活発となり、単品での買物だけでなく複数店舗での利用が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年よりも予約が若干多いため、客単価が上がって多少は良くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・オリンピック観戦のために自宅で食事する人も多いようである。週末の売上は若干上向いている。政権が安定し、安心感も広がっている（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・寒さが和らいで、近くにある公園で活動する人が増えてきている。それに伴い週末、祝日にふだんよりも多くの家族連れやスポーツを楽しむ人が来店している。季節の変わり目で景気が良くなっている。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・年末と比べてやや良くなっている。今は特に寒い時期なので、温かい食べ物、飲料がよく売れる。これから少しずつ天候が暖かくなってくるため、行楽に向かう途中など、出掛けた先で立ち寄ってくれることも多くなりそうである。家族分の食べ物、飲料を購入するため、単価も上がる。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・高単価商材の動きが良い。来客数は伸びていないものの、夏に向けて期待したい。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量が前年をかなり上回っている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・稼働日数が少ないなか、周りの雰囲気良くなっているため、販売量が増えている。
	○	高級レストラン（店長）	それ以外	・近隣の飲食店、ベンチャー等の経営者の日常的な消費の仕方をみていると、以前より交際費に使う金額が増えている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数だけでなく、値上げの有無に関係なく注文個数が増加していることにより、客単価が上昇傾向にある。週末の天候にも恵まれている（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・新規出店する店舗が、他地域で成功している店の支店というパターンがこのところ増えている（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・客足が増えており、客単価も上がってはいるものの、客層が以前とは変わってきている。個人事業主や経費として領収書を切れる会社員は増えている一方、個人的に来店する会社員は減っている。ふらりと飲みに出る層が減っていることがうかがえる（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・今月はロングの客もあり、全体的に需要がある。会社からのオーダーも以前より増えているため、売上がやや増えている。ただし、夜から深夜にかけての利用はやや少ない。
	○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・交渉中の案件の受注及び工事関係が増加傾向である（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・バックオフィス系の商材、サービスの更新もあり、開催するイベントの集客、新規案件の獲得など堅調な動きとなっている（東京都）。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・観光客の購買力が少し上がっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候が良く、順調に客が来場している。
	○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・衆議院選挙が終わり、積極財政や賃金上昇の期待感が膨らみ、徐々にではあるものの売上、集客共に上向きつつある。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・ジュニアや学生、団体予約が相変わらず良い（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用ホテルを扱っているが、インバウンドがかなり増えてきているため、ホテルの稼働率はますます上がっている。一方、建設業では、材料費がかなり高騰しており、公共工事を含め、スムーズな受注ができない状態である。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年より受注が多い。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高をみると、年末は良かったものの1～2月は寒かったため動きが鈍くなっている。世の中の消費マインドが冷え込んでいる（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・家電製品ではようやくテレビが動き出した。地上デジタル化の際に購入した物の買換えである。当時から見ると単価がかなり下がっているため、液晶を見比べてもらった上で4Kテレビを勧めている。その他には、省エネ補助金絡みや小さな電気工事などがある。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・家具という耐久消費財を扱っているが、来客数が非常に少なく、なかなか売れない。最近は外国人客も来店しているが、成約まで結び付かない（東京都）。
	□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	お客様の様子	・前年末と比較すると、来客数及び売上は横ばいである。2月は年末のようなダイヤリーやギフトなどの高単価商材の販売が伸び悩む時期であり、売上が落ち込むことは想定内である（東京都）。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・降水量が少なく、傘を使うことがほとんどないため、来客数が少ない。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・3か月前の11月はクリスマス前で、花が長持ちする時期である。2月は昔から余り売れない時期だといわれているが、近年は、飛ぶように売れるわけではないものの、例年の2月より幾らか上向いている。ただし、実際に売上に結び付いているかは分からない（東京都）。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・月後半は天候が暖くなり、客の外出が多く見受けられた。当店の来客数、売上が増えている。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・通常の得意先からの注文はあるものの、数量が増えない。新規客からの注文は少なく、売上がなかなか伸びない。何とか新規客を増やそうと皆で頑張っているものの、実績が付いてこない（東京都）。
	□	一般小売店〔書店〕（総務担当）	販売量の動き	・3か月前より業績が悪化する見込みだったが、意外と持ちこたえている。しかし、消費の冷え込み傾向が継続しているため、楽観視はできない（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・国内客の売上と購買単価が堅調である。高額消費層の活動が強く、売上に寄与している。春は支出が増える時期だが、価格改定による値上げが続き、慎重にギフトを選ぶ客も多い（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・インバウンドの購買行動に大きな変化はみられないものの、引き続き高額ブランド品や宝飾品は好調に推移している。一方で、紳士、婦人共にファッション商材は頭打ちの状態にある。食料品を中心とした日用品の動きも平均的であり、身の回りの景気については、やや下振れ気味の横ばいが続いている（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	単価の動き	・中国からのインバウンド減少により売上が落ちているが、国内富裕層やその他諸外国からのインバウンドの売上でカバーされている（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	単価の動き	・中国からのインバウンド減少の影響により来客数は減少傾向が続いているものの、ラグジュアリーブランドや宝飾、時計等の高額品は好調に推移しており、客単価は上昇傾向にある（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は前半に降雪の影響があったが、売上は前年を上回っている。バレンタインデーなどのイベント効果もあり、食料品がけん引し、中国の訪日渡航自粛の影響による化粧品や貴金属の落ち込みをカバーしている（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	単価の動き	・担当する近隣型の中小規模ショッピングセンターにおいては、価格訴求のテナントの入居が増えている。結果として、客単価が年々下がっており、来客数を増やす施策が必要だと痛感している（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・比較的堅調な国内客の動向、中国からのインバウンド減少の影響があるインバウンド全体の動向共に、ここ数か月の動きについては、特に大きな変化は見当たらない（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ラグジュアリー商材を中心とした免税売上は、前年比では3か月前のマイナス8%からマイナス30%近くまで悪化している。婦人、紳士ファッションや食品などの国内需要は伸びているものの、全体としてはほぼ前年並みで推移している（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・直近の食品の1品単価は103%であり、消費者物価指数と比較すると単価の上昇幅が抑えられている。消費者の節約志向が強い。
	□	スーパー（店長）	それ以外	・全体的な価格上昇のなかで、少しでも安く買うために日替わり品や目玉商品への購買意識が以前より高まってきている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、客単価は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がり過ぎて、安価なプライベートブランド商材の売上が増えている。
	□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・食品全般の価格が依然として高く、単価の上昇傾向が続いている。反面、販売量は低調気味だが、来客数は前年に近づいてきている。価格を気にせず手を出す物と、価格を見比べて買う物と両極端になっている（東京都）。
	□	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・1品単価の上昇は落ち着いてきたものの、来客数が増えないと売上は増加しない。野菜は前年と比べ相場安となっているため、売上が前年を割っている。
	□	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・販売量の微減傾向が続いている。1品単価は上昇しているものの、売上が伸びていない。販売状況をみる限り、客の節約志向が高まっている。
	□	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・物価上昇から特売品など安価な物は単品で売れるが、店全体としての売上は伸びず、前年並みである（東京都）。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は減少しているものの、客単価の上昇により、売上はほぼ同じ水準で推移している。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は3か月前との比較で100%のため、変わらない。
	□	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・一度は上向きに見えたが、単価は上がっているものの来客数は減っており、結果としてほとんど変わらない（東京都）。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業は、顧客中心の店外展示会の売上が計画をクリアしているものの、日々の新規客へのアプローチは足りていない。ドレス事業は、顧客中心のステージドレス展示会の売上は計画をクリアし、卒業式、謝恩会のフォーマルドレスが月末に向けて好調に推移している（東京都）。
	□	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・毎年2月は売上が落ちるが、今年は特に悪い。
	□	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・客の買い控えがよくみられる。来客数は前年比で約80%程度であり、全体の売上も同様に減少している。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電製品の買換え需要はあるものの、複数店舗を比較してから購入に至るケースが顕著にみられる。また、単体購入が多く、ついで買いが少ない。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年同月と比較して実績は好調だが、3か月前と比べると販売量、来客数共に横ばいである（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・米国の関税政策や世界情勢の影響に伴い円安となっているため、輸入品が高くなり、食料品も相当値上がりしている。車両販売や車検においても、極力安く済ませるため、ふだんなら値切らないようなことでも値切ってくる。景気の悪い状態はまだ続く（東京都）。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の需要が伸び悩んでおり、収益を悪化させている。
	□	その他専門店【貴金属】（統括）	単価の動き	・前年から、商材の原価高騰に対応するために値上げを進めた結果、客の購入数量は減少しているものの、それを上回る販売額を維持することができている（東京都）。
	□	その他小売【ショッピングセンター】（統括）	お客様の様子	・年始商戦も人の動きはあるものの購買行動には直結せず、財布のひもが固い（東京都）。
	□	その他小売【生鮮魚介卸売】（営業）	お客様の様子	・物価が依然として上昇し続けている。例年どおり、業界的に春までは売上が伸び悩む（東京都）。
	□	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・2月の実績は、売上が前年比96.2%、来客数が前年比89.1%となっている（東京都）。
	□	高級レストラン（役員）	それ以外	・インバウンドや富裕層の客の予約、来店状況は良いものの、仕入高、コスト高、人手不足などは変わらず、利益的には厳しい部分もあり、景況感としては引き続き変わらず、まだ好転の兆しがみえない（東京都）。
	□	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・前年の利用を上回り、景気の減速感は見受けられない。一方で、仕入商材の値上がり通達が連日来ており、落ち着く気配は全くない。経済活動の好循環にはまだ至っていない（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、3か月前と比べて確かに物価は上がっているものの、そこまで影響はない。当店は高齢層の客が多いため、影響は大きくない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月は1年を通して最も売上が悪いと、平均して変わらない（東京都）。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・季節変動要因が大きいと正確には計りかねるが、もしかしら客足がやや落ちているのかもしれない（東京都）。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・中国からのインバウンドが減り、販売量が横ばいとなっている（東京都）。
	□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・冬季は団体旅行のシーズンではないため、変化はみられない。
	□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・客が旅行代金を自分で調べて確認している。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・イベントでの追加注文があり、売上計画の超過達成が見込める。商店会の追加投資のおかげである（東京都）。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・物価高が続いている。世界情勢も、米国の関税政策の問題などが落ち着く気配はない。円安、原材料価格の高騰が常態となり、景気が上向く要素がない（東京都）。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビと固定電話サービスは純減トレンドとなっているが、インターネット及びモバイルの契約数は増えている。結果的に、全体の売上としては、予算は未達ではあるものの、前年同月比では伸長しており、景気によって大きく変化があるかは不明である（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省き、必要最小限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・景気が余り良くないと、客が動こうとしないため、当社の契約者数も増えていかない（東京都）。
	□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・予算オーバーなのでもう少し考えるといって、検討した結果、断る客が多い。複雑な料金プラン、よくある最初だけが安いキャンペーンでは、客側がじっくり考えて断ってくる。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・通信サービスの高度化を行い、競合との劣後状況の解消はできつつあるが、獲得客数は減少している。解約数が獲得数を上回っている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・現状では大きな変化は見受けられない（東京都）。
	□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・2月は降雪によるクローズが数日あった上に、寒波の影響により稼働率が低迷している。プレーフィーが高額なビジター需要の低迷は特に著しく、物価上昇及び実質賃金低下を背景に、生活防衛を意識した高額レジャー支出抑制の動向が定着している。来場者の中心が会員のため、収益の確保は困難である。物価上昇により営業費用は累増の一途をたどり、到底利益を創出できる状況になく、事業継続に係る問題となっている。
	□	競輪場（職員）	それ以外	・一時的に事業を休止しているため、変化はない。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・大きな変化があるような動きはない（東京都）。
	□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	来客数の動き	・春節時期における中国の訪日渡航自粛の影響を懸念していたが、欧米や東南アジアからの集客が堅調であり、中国からのインバウンドの落ち込みを十分にカバーできている（東京都）。
	□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	来客数の動き	・客の購買意欲が落ち着いてきている。
	□	設計事務所（職員）	それ以外	・受注状況は依然として伸びてこないが、平行線とみている（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約93%となり、景気はどちらともいえない。3か月前と比べるとやや落ち込んでいるが、それほど変わらない。当社は注文住宅と建売分譲を扱っているが、建売分譲の完成物件の価格を下げて販売増加を狙ったものの、結果としては建売分譲は伸びたが注文住宅の販売が伸びていない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社が取り扱っている1棟収益アパートについて、富裕層の客を対象としているが、成約件数や問合せ件数などから、客の購入ニーズは相変わらず高い。
	□	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・4月に向けた分譲住宅の購入については、例年と比較して動きがない。賃貸住宅の家賃高騰への対応というよりも、物価対策による買い控えの方が意識が強い。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近の客の様子は、消費に対してやや消極的である。来客数も若干減っており、慎重に買物している。
	▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・例年2月は売上が悪いが、今年は値上がり等の影響で買い控えが増えている。また、他店へも客が流れている。
	▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲がやや低迷している（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・状況は変わらず、先が見えない。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・夏場は通常レンズとサングラスの2本を買ってもらえることがあるが、冬の寒い時期は通常レンズだけの販売となるため、夏場と比べて本数、売上共に落ちる。
	▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・外商部は、物量はそれなりにこなしているものの、単価の高い大口案件がやや少なかったこともあり、売上が落ちている。店頭部は、例年は2月末にセールを行っているが、今年は移転準備等のため行わなかったこともあり、余り振るわなかった。
	▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・時計、宝飾品の動きは堅調に推移しているものの、食料品や服飾雑貨の動きが芳しくなく、特に服飾雑貨、化粧品に関しては15ポイントも悪化しており、全体の数字を押し下げている。2月に春節を迎えている中国からのインバウンドが減少し、来客数、購買額共に大幅に落ち込んでいることが大きな要因である（東京都）。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・週末の降雪の影響を受け、客足が低迷している。例年であれば、悪天候の翌日は反動があるはずだが、今年はそうした動きがみられない。
	▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・食品の販売量が落ちてきている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・今月は週末の降雪の影響が週明けに出たが、なかなかそこからばん回できなかった。ふだんもそれほど良くないため、やや厳しい。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比96%と低迷している。
	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣の他店が閉店したからといって客が増えるとか売上が伸びるということとはなかった。歩いて10分足らずの場所に開店した競合店がオープン記念イベントを3～4日間開催して、そろそろ1週間になるが、かなり売上が落ちている。車の客は競合店を利用するであろうし、全ての客が戻ってくるとは考えられない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2月は1年間で最も売れない月になるため、景気は良くない。同時に、この半年から1年、物価上昇によって、例えばおにぎり1個が限りなく200円に近づいており、コンビニ離れが進んでいる。ドラッグストアとの垣根もなくなってきていることから、来客数が減っている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2月は売上が前年比で2%減少しそうである。当店の努力不足もあるだろうが、弁当等も高額になってきて、客がスーパーやドラッグストアに流れ、コンビニ離れが進んでいるとみている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今年実施した販売促進では前年ほどの売上が取れておらず、伸び率が鈍化傾向にある。また、7月に値上げしたおにぎりの離反傾向がじわじわと効いてきており、販売量を押し下げる要因となっている（東京都）。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・幾つかの担当店舗の近隣に競合店がオープンしたことで、来客数が前年比でじわじわと落ちている。2月は降雨も少なかったため、より厳しくなっている。また、周辺イベントも少なく、厳しさに輪を掛けている（東京都）。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・既存店の来客数減少が顕著である。物価高で、今までコンビニで気軽に購入していた物をドラッグストア等で購入する客が増えている。
	▲	衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・衆議院選挙の実施や気温の低い日が続いていたことから、春物の需要が盛り上がり、来客数の減少につながっている。
	▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・販売車種が安定せず、販売量もばらばらである。
	▲	その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	来客数の動き	・販売促進が続いているため、販売促進のない日は来客数の落ち込みが大きい。
	▲	その他小売【ショッピングセンター】（統括）	販売量の動き	・毎年実施している集客行事を今年は行っていないため、その影響がある。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べたら、売上がやや悪くなっているが、これは例年のことである。飲食業では2月は人の動きがないため、1年間で最も売上が落ちる。今年は3か月前の11月と比べて約10～15%落ちている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街で飲食店を営んでいるが、ランチは客が来るものの、夜は昔と比べて来店人数も組数も激減している。仕事終わりの時間帯も、最寄り駅周辺には人が歩いていない。世の中の景気が悪すぎるのか、飲みに来る人もかなり減っている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月は宴会予約数が例月よりも少ない。ただし、週末のフリー客数が落ちていない（東京都）。
	▲	その他飲食【カフェ】（経営者）	販売量の動き	・食料品の高騰により、し好品を控える傾向がある。レストランなどの卸でも、食材が高騰しているため、コーヒーは安価な物に変更するという企業がある。そのようななか、原材料価格の高騰から販売価格を下げることはできないため、高価格帯のコーヒーを販売するための努力が不可欠だと考えている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・元々2月は閑散期だが、3か月前と比べると近隣の大型コンベンション施設での催事、イベント、ライブ等が減少しており、それに伴ってホテルの稼働が下がっていることに加え、中国からのインバウンド激減の影響が出始めている。日中関係による影響が長くと、更に深刻な状況になると懸念している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・中国からのインバウンドが激減したことにより、都内のホテルが空いたことで、需要が都内に流れてしまっている。
	▲	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・物価の上昇で皆大変苦労している。花粉シーズンになり、出歩くことを控えているようで、景気は余り良くない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・円安の影響を受けてやや悪くなっている（東京都）。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・通常2月は暇だが、特に夜の人の動きが極端に悪い。夜10時頃から人が減ってきて、深夜は本当にいなくなる（東京都）。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・売上はほとんど変化がないが、3か月前と比べるとやや悪くなっている（東京都）。
	▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・夜間の人出が相変わらずない。郊外などでは、自社無線で呼ばれていたのがアプリ等に移行している。アプリを導入しないと営業ができなくなってしまうのではないかと心配である。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・サービスの解約や料金の見直しを検討する客が増加している。
	▲	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・年度末に向かって業務終了となる案件が多く発生している（東京都）。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・記録的な大雪や衆議院選挙の影響により、地方からの客が減少傾向であることや、春節の時期等の短期的な影響、止まらない物価高、日中関係、米国の関税政策の行方等、先行き不透明な状況が続いていることが重なっている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・土日祝に降雪、寒波、強風が重なり、来場者数が減少した。売上も前年比では2%減少している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・平日利用が多い高齢客の利用が減っている。土日の利用はまあまあ順調であるものの、前年と比べ減少傾向にある。加えて物価上昇等で経費が膨らみ、想定ほどには利益が出ていない。さらに、気候変動により夏は暑く冬が寒く、気候のちょうどよい時期が短いことから、景気の回復は期待できない。
	▲	その他レジャー施設 [ボウリング場]（営業担当）	来客数の動き	・インフルエンザの感染予防で、ボウリング大会への参加を自粛する会員が増えている（東京都）。
	▲	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	来客数の動き	・定年退職や異動などで契約している客が減っている。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・新しい国会の方向性がみえず、これで良いのか今一つ分からない。経済面もそういった内容があるとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・同業他社との意見交換で、時代に合わせた見積を提示しても案件が決まらないという話が出ている。
	▲	その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建材の需要期ではあるが、まとまった案件が少なく、例年以下である（東京都）。
	×	一般小売店 [印章]（経営者）	販売量の動き	・先日、問屋の社長と印章業界について話をしたが、やはり今はインターネット通販が主流になり、客は技術や内容にこだわりがなく、ただ単に印鑑登録ができればよいと考えている。一部の商材は外国で彫刻しているという噂もある。印鑑を安価で作るとなると、技術面でのこだわりを一切なくすしかない。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・時期的に2月はどうしようもない。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・商談等の機会が大幅に減少している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると来場者数が72.4%と壊滅的な数字である。降雪の影響もあり、集客に苦しんでいる。施設改修工事を夜間に進めていることもあり、営業時間を短縮している影響も出ている。
	×	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	競争相手の様子	・本来は忙しい時期だが、仕事が全く入ってこない。他社も同様である。
企業 動向 関連 (南関東)	-	-	-	-
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が急に増えてきている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先地域は首都圏が顕著に多い（東京都）。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの情報として、半導体関係部品の受注が少しずつ回復してきている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・米国の関税政策の影響は落ち着きを取り戻し、自動車メーカーの生産も安定している。3月末に向けて増産要請がある。
	○	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期のため、多少の物量増加と燃料価格の値下げにより、前月より収益は伸びている。
	○	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・米国の関税政策による影響で低迷していた地元製造業の受注推移がここに来てやや持ち直していると経営陣より聞いている。低調だった秋口の受注と比べて、多い企業では1～2割程度受注量が増えた先もあり、関税問題には一段落したムードが浸透している。
	○	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・賃貸市場の家賃上昇が続いている（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中国からのインバウンドは減ってきているが、その他各国からのインバウンドは引き続き堅調である（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の飲食店では、新業態の開発や新店舗出店に向けた準備が進んでおり、前向きな動きがみられる。具体的には、ロゴの作成、メニュー構成の見直しやブランド再構築に関する相談、物件取得後のデザイン計画などが増えている。既存店舗の売上が急回復しているわけではないものの、中長期を見据えた投資判断が動き始めており、3か月前と比較すると景況感はやや改善している（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・入札案件の受注が増えたことにより、売上が上がっている。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量及び受注案件が増加している（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注実績の動きからみて、やや良くなっている（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・とにかく淡々と動いている（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・クーポン券を発行したことで来客数が伸び、売上も110%程度で推移している。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存店の数量は、首都圏では前年比で若干増加しているが、地方では若干減少している（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・業界的にはOEMがほとんどであり、受注が減ると必然的に売上の減少につながる。一部の若手経営者は、単価を上げにくい状況を改善しようと新たな挑戦や改革を試みているものの、内部の体質改善は遅々として進みにくいとの報告もある（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事で店頭注文とインターネット販売をしている。今月は良くなった部分と悪くなった部分がある。全国から印鑑リフォームの注文を受けているが、本数が少なく2万4000円程度しか売上がなかった。一方、来月の訪日予定に合わせて外国から事前に受けた注文があり、印鑑5本で3万6000円ほどになっている。ふだんはそれほどまでの注文はないため、相殺すると変わっていない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現状、年末年始に取引先から説明のあった受注予測どおりの展開となっており、一定の受注量が維持されている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製品を代表とする電子部品価格は高値安定しており、良い状態で景氣的に大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物が高止まりしていて、なかなか流通していない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建設業は良いが、他の産業は悪いと聞いている。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量はこのところ停滞してきている。計画の話はあるものの、目先の案件は余りない。
	□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・解体業界では燃料費、資材価格が安定せず高止まりが続いている。人手不足と労務費の上昇が深刻である。現在、コストを抑える対策、見積りなどを模索している最中である。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・必ずしも車両が不足しているわけではない（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物流量は変わらず、大きな変化はない。
	□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・建設業は数年先まで仕事が入っており、原材料の値上げも価格転嫁ができています。製造業は、先細りから廃業を考える取引先が増えており、引き継ぐ先を探す企業が増えている。運送業は人手不足が顕著であり、その分を料金に転嫁している。小売業は食品等の値上げが収まらず、消費者の買い控えを招いている（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・不動産賃貸は賃料も上昇しニーズもあるため、変わらず景況感の良い。一方、新規テナントでは、テナント負担の入居工事費が想定以上に高く困惑されるケースが増えている（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・俗にいう二八が当てはまらない年もあるが、この2年は特に低調である（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで商店街の飲食店を外からのぞきながら歩いているが、新型コロナウイルス感染症発生前は満員だった店でも、現在は流行っているように見えても7～8割の客入りである（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金や補助金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・価格に敏感になっている客が多い一方で、経費の増加、金利上昇など利益圧迫が強まっている。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小機械加工業では、相変わらず取引先への価格転嫁が難しいところがある。様々なコストの増加で利益が圧迫されていることは変わらないものの、受注はある程度堅調に推移している（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先が役員数の削減、早期退職者の募集を発表した。長期化している販売不振が更に続くことへの取組強化の一環とみられる（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・建築基準法が改正になった影響で、建築確認が下りるまでの期間が長期化しており、建設業界、各種製造業まで深刻な悪影響を及ぼしている。政府の対策が望まれる。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・物価が高いため、やや悪くなっている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・物が動かない。数字としては、コロナ禍くらいに戻っている感覚である。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年2月は受注量が少なく、景気が悪い（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・印刷需要の減少に加え、同業他社、異業種との競争激化などで受注率が低下している。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年2月は受注案件が少ない時期ではあるものの、例年以上に動きが鈍い（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・中国の訪日渡航自粛の影響が、化粧品容器の受注が減少傾向にある。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件自体が減っている。
雇用 関連 (南関東)	-	-	-	-
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年2～3月は年間で最も依頼数が多い時期になる（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末に向けて各企業共に繁忙期対応や退職者補充なども含め、人材採用の動きが活発になってくる。今年も例年同様、業界、業種に特に偏りはなく、求人数の増加がみられる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・新政権の経済政策への期待感に加え、時節柄、新規採用案件に伸びがある。雇用枠が増えている感触がある（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社や周辺企業で中途採用が多く行われており、転職していく者も多い。人材の流動化に伴い、各人の給与も上がっていくとみられることから、景気は良くなっていく（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・企業は新卒や中途の新規採用者の4月入社を控えており、定期的に依頼数が減少する月でもあるが、例年と変わらない派遣依頼を受注できている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人の背景として欠員補充が多いため、求人数はあるものの、景気回復というより人材流動が活性化している印象を受けている。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数は引き続き同程度で推移しているが、求人背景が業務量の増加や事業拡大というよりも、退職や欠員に対する補充ができずにその分の求人が残っている企業が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・4月からの就業に関して、例年のような求職者の動きがみられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・3か月前との比較では大きな変動はなく、景気は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車メーカーを始め、メーカーからのエンジニア派遣ニーズは相変わらず多く、需要がある（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は減少傾向にあるが、企業は人手不足を設備投資やAI活用で補っている（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人数は比較的多くあるが、採用数は少ない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に賃金水準が追いついていない（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求職者数は増加傾向である一方、求人数が減少傾向にあり、有効求人倍率が低下気味である。人員整理の相談も続いている。
	×	*	*	*

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・季節商材のラグコースや寒の時期のウナギ等、年末から正月にかけての落ち込みを埋める勢いで予約が入っている。そのおかげで、前年同月比140%となっている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は、今までにない依頼件数である。葬祭への考え方が少しずつ変わってきている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・当店は学校指定品の販売が多く、現在新入生用の注文を受け、販売が始まっているが、前年とほぼ変わらないかやや良い売行きである。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・前年にはなかった新規催事等による集客の増加は予測以上である。また、オケージョンニーズで衣料品の動きも出てきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年比では売上は10%増加、来客数は3%増加しており、2年ぶりに来客数が増加している。衆議院選挙では、6か所の投票所からボランティア用の弁当注文が入り、忙しかった。月末にも弁当の大量注文が入っている。花見になれば、また忙しくなる。新政権のスピード感に期待しているが、消費税の変更は実務が大変なため今のままでよい。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れが続いているものの、前年実績に追い付きつつある。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・徐々に天候が暖くなり、来客数もやや増えてきたため、売上の的には以前よりは若干上乗せできている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・政治的要因もあるが売上は微増しており、このまま伸長させたい。特に、土日は暇な傾向にあったが、ここに来て客入りが良くなっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の受注台数が上向いている。新型車効果、減税への期待、補助金増額等が追い風となり、商談数も増えている。
	○	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・少しずつ暖かくなってきたこともあり、洗車用品等メンテナンス関連商材の需要が増え、来客数が前年を超えている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・売上は物価上昇が続いたときに少し落ち込み、自転車の飲酒運転に対する罰則が厳格化されたときに再び落ち込んだが、しばらくして回復してきたため、全体的に景気は良くなっているとみている。少なくとも、値上げができなかったデフレ時代よりはかなり良くなっている。
	○	タクシー（経営者）	来客数の動き	・人の動きが良く、売上も上がってきている。
	○	観光名所（職員）	販売量の動き	・春夏の予約開始とともに問合せが多く、予約状況も前年より好調である。
	○	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・株価は底堅く値上がりしており、物価対策、人件費増加の効果が出てきていると実感している。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・週末はファミリー層を中心に来客数が好調で、平日の夜は若者層を中心に集客できている。団体利用も大口を含めて予約が入っている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・前年比では20%から30%値上げした商材が多く、客の購買意欲は下がっている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・三寒四温の天候で、季節商材の動きは止まっている。新生活に向けた動きが始まってよい時期だが、商材の値上げが多く、客が価格面で専門店から量販店へ動いている。年配者は専門店、若年層は量販店やインターネット購入という流れが定着しつつあり、個人経営は厳しい状況が続く。
	□	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・例年と比べて天候が安定し、穏やかな日が続いたため、来客数も伸び、売上が増加している。バレンタインデー関連で食品が好調で、春物衣料も堅調に推移している。また、特選ブランドや時計も売上を伸ばしており、景気が上向きになってきたようにも見受けられる。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・既存店の来客数が減少しており、節約志向が強まっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・客の来店頻度の低下、まとめ買い傾向は変わらない。セール実施日に大容量の商材を複数購入し、意図的に来店回数を減らしている様子がうかがえる。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・好天に恵まれ連休や週末の来客数は増加している。ただし、経費増加が重くのしかかり、営業利益はマイナス傾向が続いている。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・今月後半は、最高気温が高い状態で推移したので、その分、売上がやや良くなったが、気温が上がって伸びると考えていた部分が伸びなかったりして、トータルでみれば変わらない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・年々来客数の減少が続いている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備はいずれも目標をクリアしているが、車両販売に関しては、新車、中古車共に目標に届いていない。物価高のため、購入には慎重になるという客の声を非常によく聞く。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・天候が回復傾向にある割には、来客数は少ない。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・物価上昇に伴う旅行代金の値上げが続き、来客数が減少している。特に、海外旅行は為替レートや燃料サーチャージが安定しないため、客が増えない。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・毎月、昼間はまずまずの動きだが、夜間の動きが良くない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・サービスエリア拡張がある程度落ち着き、次のフェーズへの移行段階である。新規加入者を増やすよりも単価を上げて全体的な売上の底上げを目指している。
	□	ゴルフ場（副支配人）	お客様の様子	・3か月前と同様に、土日の来場客は値上げへの反応も悪くない。一方、平日の来場者はシビアで、プレー料金や天候をみながら予約が動いている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・天候の崩れが週末に重なったことで、マイナスの影響が非常に大きく出ている。近隣の降雪は余りなかったものの、明らかに客足は鈍り、外に出ている人自体が少なかった。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・今月はインバウンドの落ち込みが激しかった。期待していた春節期間は、前年は中国からのインバウンドで団体、個人共に予約があったが、今年は皆無に等しい。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・冬晴れから一転、雨の日等はアーケードに人影が全くなり、重苦しい雰囲気、明るい話題がない。
	×	その他専門店〔酒〕（店長）	来客数の動き	・ミラノ・コルティナオリンピックの開催など、今年は大きなスポーツイベントが多い。その前には衆議院選挙もあったことで、非常に客の動きが良くない。諸物価が上がっている上に、酒自体の単価も上昇傾向にあることも影響している。
	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・日中関係の影響によりインバウンドが減少している。出発地別の売上を見ると、中国、香港、首都圏からの客が減少している。首都圏からの客の減少理由としては、近隣の観光地で春節の時期を中心に、インバウンド向けであった客室が国内向けに大量に販売されたことで客の取り合いが発生したためと考えている。
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・今月に入り、気温の大幅な低下や月初めの週末の降雪による高速道路の通行止めの影響により、前半は出足が鈍かった。しかし、後半の3連休ではイベントによる集客が功を奏し、前半の落ち込みを回復しつつある。
企業 動向 関連 (甲信越)		*	*	*
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特注品の受注対応で多忙である。
	□	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・ガソリン価格が低下した影響もあり、工場見学者は増加傾向にあるものの、販売数量は伸び悩んでいる。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は多少下がっているものの、それほど影響はないと考えている。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1月の受注分を2月に納品したため、今月の売上はほぼ前年並みである。地金の高騰が続くなか、客が望む価格帯では商材作りができないため、先行きには不安が残る。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は好不調の企業があり2極化している。非製造業は観光関連はインバウンド需要を中心に順調だが、人件費増加や原材料価格高騰でコストが上昇し、消費者の節約志向も強まっているため、収益面では厳しい状況が続いている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・訪日渡航自粛要請によって中国からのインバウンド団体受入れホテル等では、客足が悪化している。一方、他のアジア諸国、欧米からの旅行者は引き続き増加している。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年後半から、折込の投稿が一部地域で僅かに前年を超えているが、これは大型店進出によるものであり、新規出店のないエリアでは前年比微減が続いている。
	▲	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・注文数が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事がなくなるほどではないものの、全体的に仕事量が少ない。部品の入荷にめどが立たない物が増え、効率の悪さが目立っている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・工事の受注量が伸び悩んでいる。
	×	*	*	*
雇用 関連 (甲信越)		-	-	-
	○	-	-	-
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・相変わらず、正社員志望者が多いものの、自分のスキルに見合わない応募をする人や頑張る意欲が低い人が散見される。企業側も、離職希望者に十分な対応をしないまま辞めさせたり、事前にきちんと打合せもせず採用を進めたりしている場合が多い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増減を繰り返しており、人手不足感は続いている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大雪の影響等が一部業種にみられたものの、足元の景況感がすぐに悪化する状況ではない。為替相場の不透明感は懸念材料として残るものの、価格転嫁も進むなか、人手不足がなかなか解消せず、業績に影響しているという声も企業から聞かれる。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所管内令和8年1月の有効求人倍率は1.41倍となり、前年同月比で0.03ポイントの下降となっている。月間有効求人倍率が前年同月を下回るのは、21か月連続となっている。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)		商店街（代表者）	単価の動き	・売上が継続して増加しており、それに伴い利益も増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・月の前半は厳寒であり、各地で雪による被害が続出したが、後半は三寒四温であり、気温差の激しい月であった。農閑期を利用した農業団体のバス等が久しぶりに復活した。米価格の異常な高騰により、懐が潤っているとみる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は増えているが、販売数は減少傾向である。特に売れ筋のおにぎりの売上は前年比110%であるが、販売数は100%を割っており、値上げで何とかカバーしている。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月はオリンピックが日本では深夜の時間帯に行われるということで、来客数が減少する懸念を抱いていたが、バレンタインデーの催事が好調であった。原料となるカカオ価格の高騰などがあったものの、催事の売上は前年を大きく上回り、店全体の売上増加に大きく寄与した。一方で、衣料品は節約志向などにより、厳しい状況にある。インバウンドについては、春節はあるが中国からの免税売上が大きく減少している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・販売促進強化により週末の来客数が増加している。
	○	コンビニ（商品企画担当）	お客様の様子	・中国人インバウンドの減少により、国内の観光客の割合が増えた。土産品を中心に、売上が伸びている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・現在はスーツ販売の繁忙期であるが、男性より女性の方が前もって準備する傾向にある。今年は高価なブランド物が女性客に売れている。他社よりも元値が高い物をセット価格として販売しており、また、黒色のスーツは当社の物の方が形がきれいであるため、一旦購入を見送っても再度来店して、良い物を購入する客が多い。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・決算前の売出しやエアコンの2027年問題がマスコミでも取り上げられたことから、エアコンや照明が売れている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年度末ということもあり、販売は好調である。生産も安定している。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・消費者が物価の上昇に慣れてきたことと、ガソリン代の値下がり影響している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	乗用車販売店（従業員）	それ以外	・年末に比べると徐々に景気は上向きだが、非常に良いわけではない。相場的にも購入機会的にも高くなってきたということが少々あるかもしれないが、肌感覚として景気は少し良くなった。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前より売上は上がっているが、業界の繁忙期のため当然の結果である。過去に比べれば、来客数が減っている印象は否めない。
	○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・中国からのインバウンド減少による影響はなく、引き続き企業業績も良い。このところよい状態が継続している。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・衆議院選挙が終わり、4月以降の景気は少しでも上向くとみる。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前年と比べて客の予算取りにおける検討価格が上昇している。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	それ以外	・ウィンターシーズン終盤で雪量が少なくなってきたものの、3連休は多くのスキー場がにぎわった。高速道路網の整備によって宿泊を伴う客は少なめで、地元への好影響は余りない様子である。
	○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・1月からホワイトニング商品のセット販売が始まり、化粧品の新色も出たため、販売につながっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・中国からのインバウンド減少の影響が、全体的な来客数は少なくなった印象を受けるが、飽和状態であるため売上は高止まりしている。
	□	商店街（代表者）	競争相手の様子	・3月末で廃業する店舗や業者が散見される。事業継続も厳しく、後継者もないことによる判断だが、自営業や小さい企業が徐々に減っていく。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・良くなる要因がない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・少しずつではあるが、来客数や販売量共に減少傾向にある。必要な物だけ購入して、その他の商品購入をしない。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・ある程度の来客数はあるが、余り購買には至らない。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物価高に伴う買い控えなど中間所得層における消費マインドは低く、また、中国人旅行者数の減少によりインバウンド消費も盛り上がり欠けているが、株高などの逆資産効果により富裕層がその穴埋めをしている状況にある。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数が多い状況が続いている。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・バレンタインデーの催事ではメリハリのある消費を実感し、買い控えはみられなかった。
	□	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・バレンタインデー商品は単価が上昇し、売上も前年と比べて増加した。値上げ分の売上が確保できた印象を受ける。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・前月までと比べ来客数は減少し、価格改定による影響がみられた。高額品には一定の動きがあったものの、やや落ち着いた状況となった。購入意欲はみられるが、価格上昇により慎重な検討をする客が増えている。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・大きな天候の崩れはなく、客足も平均的であったが、暖冬の影響により葉物野菜が安価でも売れ残ることがあった。
	□	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数は多くも少なくもなく、安定している。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・相変わらずの物価高で購買意欲の低下は変わらず、購買を高める商材が出てきていない状況も変わっていない。米を筆頭とする食品の家計負担の増加や、低価格の小売店の増加により既存の小売店の売上は減少しており、全体的な売上増加になっていない。
	□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・低単価商品の動きが良い傾向にある。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比1～3%減少して推移している。ただし、売上は値上げ等の影響により、前年比100%の水準で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・状況に変化はない。来客数は減るが、客単価は物価高騰により高くなる。そのため日次販売実績は前年を超える結果となったが、将来の見通しは明るくない。強い節約傾向がある。
	□	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・当社の売上は前年比100.9%と堅調に推移しているものの、来客数は前年比98.1%と引き続き前年を割り込む状況が続いている。小売業における売上の根幹たる来客数の減少傾向に歯止めがかからず、3か月前と比較しても景気が上向いているとは判断しにくい状況である。インバウンド需要のみでは来客数の底上げを図ることは困難であり、今後の来客数確保に向けた抜本的な対策が急務である。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消耗品を購入する客が安定して来店している。客からは、安定して仕事があると聞くため、今後は景気が良くなる印象を受ける。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・1月に続き、販売量は低迷したままである。物価高の影響により、衣類への支出を抑えている客が見受けられる。
	□	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れしたが、単価は前年よりやや良い状況である。3か月前の方が前年比の来客数は伸びていたが、景気が変わった印象は受けない。
	□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・来年度の自動車に関連する税制変更について、客の関心が高い。比較的低価格の車両に影響するため、気にする人が多い様子である。今年度までの税制との比較をしっかり説明しないと後々の客との関係性にも影響してくる。いつ税制関係の法案が成立するかを客が注視している。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中古車は相変わらず人気であるが、新車は金額で折り合えず、見合せになることが多くなっている。ただし、新車でも価格がお買い得な特選車が販売されると完売するところを見ると、客の車選びの基準が今まで以上に厳しくなっている様子である。
	□	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・ターミナル駅地区の閉店特需により判断が難しいが、年明けから来客数が増加している。
	□	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・年度末用の受注に勢いがみられないが、新年度向けの受注は少しずつ増えている。
	□	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・来客数は変わらないが、単価が下がってきている。
	□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・物価高騰が余りに急速すぎるため、不安感が漂っている。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・客は物価高に対する不満を口にするものの、購買数は減らしていない。イベントやフェアへの参加意欲は旺盛で、楽しさや面白さを感じた商品は購入している。
	□	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・日中関係の影響を懸念していたが、日本人及び他国からの旅行者が増え、中国の春節に伴う旅行者数減少分を補うことができている。
	□	都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・中国による渡航自粛要請の問題は、閑散期に一部影響が出ているが、全体に対しての影響は限定的である。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・物価上昇に対する政策決定がまだ十分とはいえず、旅行に対する支出が決まらない印象を受ける。
	□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・駅前の百貨店の閉店セールにはぎわっているが、隣の家電量販店は既に閉店しており、少しずつゆっくりとにぎわいが減りつつある。既に地下街だけでなく、地上の飲食店の閉店も増えてきている。昼間帯のランチ需要も以前と比べ盛り上がりつつある店は減っている。夜間の閉店時間を繰り上げる店も出てきている。
	□	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・ミラノ・コルティナオリンピック、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）など国民的なイベントが続くが、その注目度の割に旅行需要は今一つ伸び悩んでいる。物価高騰により、そのイベント関連の料金がかかなり高くなっており、申込みを控える人が多い。実質的な物価指数が上がり続ける限り頭打ちになってくる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約数、解約数共に余り伸びておらず、人が動いていない。通常、オリンピックの時期はテレビサービスの契約が伸びるが、今回はほとんど影響がなかった。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・誰に聞いても景気は悪いという回答が返ってくる。私だけでなく、世間も余り良くないと考えているとみる。
	□	パチンコ店（従業員）	来客数の動き	・集客力のある遊技台の導入が見込めない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話題は物価が高いということが多い。景気の良い話が聞けず、余り変化がない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高の影響が大きい。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・繁忙期のため当然ある程度の動きはあるが、例年と変わらない。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・予約のない客は全く来店がなく、予約の客のみで営業終了となる飲食店がほとんどになってきた。予約がない場合は、来客がないまま営業終了する店も出ている。また、そのような話をするオーナーが増えている。
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・セールは少し落ち着いて、新作待ちの状態である。まだ春夏の商品は出てこないため、売場の隅の方で僅かにセールが続いている。客は売場をぐるっと回り、スマートフォンで商品を検索した上で目当てのものが見つからない場合に販売員に声を掛ける。インターネット上で在庫があることを確認して、その商品を見に来る様子である。サイズの用意があっても即決はせず、試着だけの客が多いため、売上は厳しい状態が続いている。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・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。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・今月の来客数は、前年を超えていない。
	▲	スーパー（店員）	競争相手の様子	・例年この時期は年間を通して売上が落ちるが、いつにも増して落ち込んでいる。競合先が増えたためと推測する。
	▲	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・中国からの減便の影響を受け、インバウンドが減少している。特に旅行客が利用する空港などの店舗の影響が大きい。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数前年比が大きく割れている。全国平均と比べても悪い。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売れ筋商品などの売上自体は維持できているが、相次ぐ商品値上げなどの影響のため、客の商品購入量は減少している様子である。
	▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・省エネ高機能の商品より、必要最小限の機能を備えた商品を選ぶ客が多くなっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーの国内販売台数も少なく、7割近くの車が生産停止になっており、売れない、買えない状態が続いている。国の保安基準も毎年厳しくなり、毎年のように生産停止し、改良するために再開している状況で、改良までの期間が1年もない。販売台数は年々減少している。
	▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が非常に少なくなっている。ジュエリーや舶来腕時計などは貴金属の値上げが大きく影響しており、消費マインドを低下させている。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・来客数が10月頃は前年比で7～8％程度の増加傾向であったが、ここに来て前年と同じ数字に戻ってしまっている。伸び悩んでいるため、景気がやや悪くなっている。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊客数が前年比では減少している。インバウンドの影響がないレストランは、週末のランチが比較的良い。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・寒さが厳しく、衆議院選挙もあったことから、人の流れが余り良くなかった。今後の予約に関する問合せは増えているが、直近の状況は余り良くない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前は年末で非常に客足が良く売上も順調だったが、2月も終盤になり余り客足も多くなり、売上も良くない。3月に入れば徐々に客足も良くなり、歓送迎会等の集まりが多々あれば徐々に景気も上向きになることを期待したい。
	▲	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・日中関係の影響が大きい。また、物価高で旅行に使える金が減っている。
	▲	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・寒波の影響により前半落ち込んでいた入園者数が、後半は温暖な日が増加したことにより盛り返した。支出面では人件費等の高騰に依然として悩まれ、経営状況は好転しない。
	▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・年末年始の繁忙期が過ぎ、2月は日数が少ないこともあり、閑散期となっている。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来ない。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・間もなく天候が暖くなるため、それまでは辛抱の時期である。春先以降の状況次第で、現況が深刻なのかどうか振り返って初めて判断できる。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは、今後景気が良くなるという話は聞かない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・販売中の物件に対して反響が少ない。販売価格を下げてでも問合せの数が増えない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・期末になるのに、客の来場者数と契約の動きが鈍い。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	単価の動き	・年に2～3件は高額なリフォーム工事もあったが、建材の高騰に加え職人の給与が2割高となることが当たり前になっているため、利益率がどんどん下がっている。お買い得なリフォーム工事では利益は出ない。物価高が当たり前になっているため仕事は取りづらく、厳しい状態が続いている。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・売行きが良くない。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・物価高により、ただでさえ消費が冷え込んでいる上に、自社は小規模チェーンのコンビニのため競争力も弱く、売上が減少している。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・バーゲンセールを楽しみにして来店する客は一定数いるが、一見客は皆無に近い。価格を見て、年金生活だから買えないという客が増えている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なく、客がこない日も月に幾度かある。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・今年は年末から寒く、客が高齢化しているため、1～2月は人出が悪かった。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・ハウスメーカーでも新規契約件数が驚くほど減っていると聞く。
企業 動向 関連 (東海)		*	*	*
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・例年2月は受注量が少なめであるが、電子部品関係の追加注文が多く、前月に続き過去最高の売上となった。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・具体的に何が影響しているのかはよく分からないが、当地域の自動車産業等においては、生産量が増加していることから、夜勤や残業が増えている。そのため、やや良いと判断した。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・現在の販売量や受注量は、3か月前と大きな変化はない。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・AI関連データセンター向けの電子材料薬液の需要が引き続き好調である。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・衆議院選挙の結果により、政治が安定して政策が早く実現されていくことが予想され、景況には良い影響を与える。強引な米国関税は響いているが、企業業績への影響は深刻なものとはなっていない。ミラノ・コルティナオリンピックにおける我が国の活躍も、景気には小さくない心理的好影響を与えている。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注状況が芳しくないと想定していたものの、思わぬ案件があるなど方向性が見えにくい状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ A I 関連の投資が好調であり、特に東南アジアでの半導体関連の設備投資が盛んで勢いが衰えない。
	☐	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 期の変わり目でもあることから業務の変更が頻発し、翌月までしか見通しが立たない。
	☐	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 受注単価等を含めて変動がなく、生産量については横ばいである。
	☐	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・ この春で転職する人が数名おり、条件の良い求人数が増えてきた。
	☐	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・ 住宅の販売状況が、前年12月から3か月連続して低調である。
	☐	建設業（営業担当）	取引先の様子	・ 現状で準公共の仕事や入札案件の見積依頼等は出てくる。現在行っている仕事は年度内の消化となる。また、来期の契約金額は物価高の影響により上昇しているが、純利益に関係してくる受け取れる金額の差額がどれほどか、景気が上向くのかどうかについては、4～5月の時点で明らかになる。
	☐	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 生活雑貨は相変わらず買い控えが続いている様子で変化がない。一方で、住宅関連や機械関連のメーカーの荷量が減少傾向である。
	☐	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ この1～2月はほぼ前年並みである。運送業界は3月は繁忙期であり、既に3月の案件がたくさん入っており、車両不足が予想される。仕事をこなすことが優先される時期となる。
	☐	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・ 自社が取り扱う荷物の単価は、3か月ほど大きな変化がなく、推移している。
	☐	通信業（法人営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・ 日常生活では、食べ物の値上げや内容量の減少に慣れ、景気低迷や円安影響による心理的な落ち込みは少なくなった。一方、業務面では事業計画の未達、自己評価や給料に直結するため、年度末まで行動せざるを得ない。そのような状況において、取引先は依然として I T 投資控えが顕著で受注につながらない。I T 資産所有を避けたい企業が、S a a S などの外部サービスに目を向けて、業務フローを見直す状況である。
	☐	金融業（従業員）	取引先の様子	・ 取引先の様子から、現政権の影響により景気は上向いているが、原材料価格の高騰等により、価格転嫁を消費者が負担せざるを得ない状況である。
	☐	金融業（企画担当）	取引先の様子	・ 大手企業の賃上げは進んでいるが、中小企業は大手企業ほどの賃上げは困難である。中小企業にまで賃上げが浸透していかないと景気は良くなっていかない。
	☐	不動産業（経営者）	それ以外	・ 例年よりも晴天の日が多いこともあり、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月の売上は前年を上回っている。
	☐	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・ 取引先からの広告受注量はそれほど増減はなく、新規の引き合いも特に目立った様子はみられない。
	☐	新聞販売店〔広告〕（店主）	それ以外	・ 新規事業開拓のため異業種の人と話す機会があり、プラスチックと鉄の金型を用いた製造業を得意としているが、ヒット商品は数百案から1件出ればよいという話をしていた。アイデアを提供し作成を依頼しても、1件に最低1000万円は費用が掛かるというビジネスモデルで、新規よりもヒット商品のバージョンアップ商品が主力となっており、先行きに不安があるとのことである。
	☐	公認会計士	取引先の様子	・ 取引先の取引数に着目して判断した。自動車関連の企業については、米国の政策の影響が回復傾向にあり、輸出などの動きが少しずつ活発になりつつある。個人消費については、1月が雪などの影響により動きが鈍かったこともあり、その反動で例年より回復傾向にある。中国からの来日客は減少しているが、他の国からの来日客数は伸びており、観光産業もそこまで大きな打撃を受けていない。
	☐	会計事務所（職員）	取引先の様子	・ 顧問先の法人は売上、利益共に堅調で、この傾向はここしばらく変わっていない。個人の飲食店等は、客が入っている日と入っていない日が混在していて、まだ安定しているとはいえない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	受注量や販売量の動き	・全体的に低調である。政府の掛け声とは裏腹に、多くの経営者は戸惑っている様子である。新規の仕事がなかなか出現しないが、当社は大規模案件が入り、まずまずである。
	▲	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量が全般的に減少傾向にある。自動車関連はいつもと同程度だが、青果物や農産物関連は最近の暖冬の影響か、やや悪くなっており、景気はやや悪い。
	▲	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量が減少している。
	▲	輸送用機械器具 製造業(管理担 当)	それ以外	・このような状況のなかでも続く値上げと一向に上がらない賃金に、どうすればよいか分からない。
	▲	通信業(総務担 当)	それ以外	・日々の食料品の購入において、物価上昇が際限なく急速に進んでいる。消費税減税を検討すると言いつつも、商品の値上げスピードが速く、購入できる商品が減少しており、お手上げである。
	×	鉄鋼業(経営 者)	受注量や販売量の動き	・前月まで低調だった荷動きの量が更に悪化しており、前月比で10%以上減少している。また、前年同月比では20%ほど減少している。
雇用 関連 (東海)		-	-	-
	○	人材派遣業(営 業担当)	周辺企業の様子	・取引先企業の採用活動が積極的になっている。また、福利厚生に付加価値を付ける企業も増加傾向である。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・例年、求人数は年度末に向けて増加する傾向であり、前年より少ないが3か月前比では増加している。ただし、求職者数が伸びないため、採用者数は横ばいである。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・一部の大企業を除き、物価上昇に賃上げが追いついていない印象が強い。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・自動車関連での足元の求人ニーズは変化がみられない。
	□	アウトソーシ ング企業(エリア 担当)	周辺企業の様子	・自動車販売は、当地域の自動車メーカーが好調で、特にSUVとミニバン系が強く、また、プラグインハイブリッド自動車や電気自動車も好調に推移している。他の自動車メーカーは厳しい状況が続く。
	□	新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・大きな変動がなく、景気は変わらないと判断する。企業の新規求人数は底堅く推移している。一方で、採用条件などの見直しから新規採用を諦める企業も出ており、大幅な増加には至っていない。また、求職者の数も特に大きな増減はみられない。目立った好転や悪化の兆しが乏しいため、足元の景気は横ばいで推測している。
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数について、3か月前と比較して全体的に6.0%減少という状況である。産業別では、情報通信業や運輸業・郵便業の新規求人数が増加、卸売小売業や宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、教育・学習支援業の新規求人数が減少となった。
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・中小企業における賃上げへの対応、労務費増加による経費負担や原材料費、燃料費の高騰により、求人募集をためらう企業は依然として増えることが見込まれる。
	□	民間職業紹介機 関(営業担当)	採用者数の動き	・年度末に向けて、企業側における面接機会の設定は増加しているが、厳選採用と求職者獲得競争は更に激化している。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・インバウンド需要が減ったことが厳しく、景気は悪くなっている。
	▲	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・企業再編に係る希望退職への応募による退職のほか、勤務先の廃業による新規求職者数が増加している。
	▲	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・今年度初めて管内事業所に大規模な人員整理が発生した。
	▲	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・アパレル商品の売行きが改善する見込みがないため、卸売・小売業の廃業が立て続けに発生した。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・前月同様に求人媒体からのエントリー者数は増加したが、同業他社との競合が激しく、実際の登録に至らないケースが増えている。また、企業側の採用目線も厳しく、書類推薦をしても面接へ進まないことが多い。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北陸)		スナック（経営者）	来客数の動き	・2月は開店休業の日もあったが、貸切営業の日もあった。比較的天候が良かったこともあり、人の出入りがあってホッとしている。ただし、客の業種によっては厳しい話を聞いている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上は前年同月比で約8.5%増加し、堅調に推移している。今月は春節があったが、中国からのインバウンドによる免税売上は前年比では約4割減り、大きく落ち込んでいる。しかし、台湾や欧米、南米といった他国からのインバウンドが増え、客層が多様化していることに加えて、日本人観光客の購買意欲が極めて旺盛であることが、中国からのインバウンドの減少分を完全に補っている。国内需要と多様な国からのインバウンドが景気を支える安定した構造へ変化している。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・少しずつ販売量が増えてきている。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・前年同月は大雪に見舞われたため、前年比では良い数字が出ているものの、期待値には届いていない。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年のことであるが、地元業界では春先需要を見込んで販売イベントなどを多く開催しているため、3か月前と比べると販売量は増えている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・販売単価に伸びがみられないものの、前年は大雪の影響があったため、前年同期と比較すると全体の買上点数が増えている。春の異動や新生活に向けて購買意欲が向上している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・1月の大雪の反動から、今月は隣県からの来客数が多く、特に後半の3連休はゴールデンウィーク並みの集客となった。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・2月上旬の大雪や衆議院選挙の影響などにより、外出、外食を控える傾向が強かったが、中旬以降、客の動きが活発化し、来客数が上向いている。このまま3月も来客数の上向き傾向を維持するとみている。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービス、放送サービス共に契約数が前年同月を上回っている。解約数は前年同月と比べて減少している。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・車券の売上は前月に引き続き、高い水準で推移している。寒波の影響により、入場者が低迷する動きが見られたが、インターネットを通じた販売が安定した売上をもたらしている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月前半は寒い日が続き入出が少なかったが、後半は3連休の天候が安定したことや隣接百貨店におけるイベント効果もあり、若者や家族連れが多く来街しており、洋服など春物商材の売行きが好調である。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・ここ数か月、客は家で食事をするというより、総菜などでささやかなぜいたくをしている状態が続いている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年2月の大雪と今年1月の厳しい寒波の反動で、今月はバレンタインデー商戦で過去最高売上を達成するなど、国内売上が好調に推移している。しかし、インバウンド売上は低迷しており、前々年の実績には届かない見通しである。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価高騰の影響はあるものの、食品の購入については堅調といえる。しかし、ファッション及び雑貨関連には力強さが無い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・客の購入に対する慎重さが続いている。商品単価の上昇が更に拡大し、吟味して購入する客が増えている。食品売場は値引きされる時間帯には混雑するが、それ以外はやや閑散としている。低価格志向は継続しており、物産催事なども購入点数が減る傾向がある。食品価格の上昇により客単価も上がっていて、前年並みの売上を維持しているが、来客数は減少が続いている。一方、株高や金高騰などの影響により富裕層の購買意欲は落ちず、更に資産拡大のための絵画、工芸品などの購入が増えている。購入は2極化しているが、全体としては変化がない。
	□	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・来客数に大きな変化がなく、安定して推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の節約志向が強く、必要な物を厳選して買うため、なかなか売上が上がらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・前年に内閣が代わり、その期待感で消費意欲が向上していたところに、衆議院選挙を経て政治が安定したことにより、消費動向の安定感が更に増してくる。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・必要な物や必要な機能のついた製品しか客は購入しない。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・季節要因によって商品群ごとの差はあるものの、全体としては堅調に推移している。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・受注は前年に近い水準まできているが、新車、中古車共に供給不足により、登録数が前年と比べて落ち込んでいる。全体としては3か月前と変わらない。
	□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・従来1～3月は繁忙期だが、新車の受注から納車までの期間が長期化している影響により、ある意味平準化されている状況である。以前は2～3月に動いていた客がより早く動く傾向にあり、結果として3か月前と同じ水準で推移している。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・依然として耐久財の消費はなかなか回復の兆しがみえない。購入に至るまでの件数が少ない状況が続いている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・節分が終わってからは、大変閑散としている。
	□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・宿泊客数はほぼ前年並みだが、2月は雪の影響がなく3連休もあったため、売上は10%強増加している。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・2024年1月1日に発生した能登半島地震以降休業状態が続いており、再開までにまだかなりの期間を要する。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・全体の売上はほぼ前年並みである。宿泊部門とレストラン部門は、前年に雪が多かった反動で前年の売上を上回っているが、宴会部門は下回っている。宴会部門は通年で回復が鈍く、マーケットのニーズが変わったとみている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客の様子に変化がない。
	□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・大雪による公共交通機関の乱れや一部の風評被害、中国からのインバウンドの入込がなくなった影響などもあったが、他の国からのインバウンドが増加していることもあり、全体としては前年と変わらない程度の利用となっている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・1月後半の大雪の影響により来店しなかった客が2月になって来店しているため、本来は暇であるはずの今月の来客数が増えている。しかし、全体的に来客数は減り続けている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・金利がやや上昇傾向にあるなか、金利が低いうちに住宅ローンを組みたいという客がまだいると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・資材価格の上昇や賃上げによる販売価格の高騰の影響により、高価格帯の商品を検討する客が減少し、競合店との競争が激しくなっている。能登の住宅受注は変わらず好調である。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰により、消費者の動きが慎重になっている。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・展示場への来場者数の低迷が続いている。複数社合同によるイベントの集客も振るわず、打つ手がない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	販売量の動き	・物価高による消費者の購買意欲の低下、インバウンド需要の停滞も重なり、販売量が前月よりも落ちている。
	▲	スーパー（役員）	単価の動き	・客単価が下がっている。1品単価の伸びは継続しているが、買上点数がその伸び以上に下回るカテゴリーが出てきている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・物価が上昇しているなかでの金利の上昇は、少なくとも購買に影響がある。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・衆議院選挙、県知事選挙と続き、人の動きがとにかく悪い。インバウンドも日中関係の影響がみられる。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・客の動きが低調で、問合せ件数が少ない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・衆議院選挙の期間中は繁華街が閑散としていた。地元では県知事選挙の最中であるため、依然として夜の街は閑散としている。県知事選挙が終わらないと元に戻らないと考える。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・土日の人出はある程度あるが、平日の人出が戻ってこない。郊外店舗も駐車場に車が少なく、にぎわっているようにはみえない。
	×	コンビニ（店長）	それ以外	・売上が微減している。販売単価は上昇しているが販売量は減少しており、利益率の高い商材の買い控えにより粗利率は減少傾向である。経費は2年前から常に前月を上回っており、高騰が続いている。主に人件費を削減し、商品の発注量を抑えて商品の廃棄量を減らすことで利益を確保している。そのため、店頭商品の量が減少しており、売場の活気がなくなっていることが不安である。
企業 動向 関連 (北陸)		精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・首都圏を中心に販売量が伸びている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・量産流動品の受注が以前と比較して10%弱増加傾向にある。目先の状況を確認すると、産業用機器関連の受注が増加傾向にある。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・衆議院選挙の結果や株価の安定により、市場では投資などの活発な動きがあり、受注量が増加傾向にある。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・確定申告で様々な業種の個人事業者の決算を見たり、話を聞いたりしているが、物価高騰のなかにあっても、価格転嫁ができていない業者が多く、利益率を確保している。ただし、人手不足の状況は変わらない。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・懸念していた米国の関税措置については、今のところ目立った影響は出ていない。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比べて変わらず推移している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は年末工期の工事の完成に向けて忙しかったが、現在は3月の年度末に向けて工事の完成に追われ、人手不足気味である。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・運賃は若干上昇しているが、企業間物流の物量に大きな変化はない。
	□	輸送業（経理）	取引先の様子	・取引先が値上げ交渉に応じてくれない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・企業業績は価格転嫁や単価の引上げ効果からおおむね増収だが、利益率は悪化傾向にある。要因としては、仕入価格の上昇を上回る価格転嫁が進んでいないことに加え、人材確保のための人件費増加が挙げられる。受注状況については特段大きな変化はないが、今後各社の利益率が更に悪化したり、価格を改定した場合に受注に影響が出たりすることが考えられる。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産の取得や新規の事業展開という動きがある一方、飲食業などでの廃業も多い。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震での被災から丸2年が経過したが、3年目を迎えて今なお、震災前の売上に届かぬまま推移している。最大の要因は、被災により失った大口の取引の幾つかが、いまだ取り戻せていないことである。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せや相談事などがなく、活発な話を聞かない。
	×	-	-	-
雇用 関連		-	-	-
	○	*	*	*

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(北陸)	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・中国からのインバウンドの減少により宿泊清掃の仕事が減っているという声を聞くが、逆に自動車の板金修理では人手不足のため修理が滞っていると聞いている。専門技術を要する分野の人手不足感は依然として強い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数、紹介件数、就職者数に大きな変化はないが、前年同月と比較すると有効求人数や有効求人倍率が徐々に下がり続けている。人件費、原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などが影響している。一方、海外取引を行っている企業は、円安の恩恵を受けて売上や利益を伸ばしており、2極化の傾向が高まっている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・中小企業における強い人手不足感の傾向は変わらない。求人数はある程度あるものの、求職者ニーズと合致せずマッチングには至っていない状況である。
	▲	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・紹介先企業において人を選ぶ傾向が出始めている。
	×	-	-	-

8．近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もバレンタインデー関連の催事を中心として、食料品の催事も好調であり、来客数、売上共に、前年の実績を上回っている。また、入園や入学などのセレモニー関連商材も好調に推移している。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・エアコンの2027年問題で店頭への来店が一気に増えた。また、LED照明については、新生活関連のミニ冷蔵庫や洗濯機、電子レンジとのセット購入が増えているほか、蛍光灯の買換え時の提案により、販売が増えている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月の予約も好調に推移している。
		観光名所（経理担当）	来客数の動き	・大河ドラマの影響により、来客数が増加している。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は6971円で、今月は8751円に上昇した。3か月前の客単価が特に低かったため、急上昇している。イベントが功を奏したのか、客足が多かった。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	お客様の様子	・前年比では改善傾向がみられるものの、前年に開催された大阪・関西万博の影響が4月以降は出てくるため、どの程度の影響となるかを注視している。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・25日までの来客数は、前年比で2.0%増と好調を維持しており、近隣に大病院が開業した影響が続いている。売上も2.5%増と来客数の動きに連動しており、当面は全体的な増加が期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・バレンタインデー商戦や北海道の物産展が、前年を大きく上回る売上となった。生鮮品を除く食料品全般も好調に推移している。衣料品は苦戦が続いているものの、金価格の上昇で金製品の動きも良い。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上は、バレンタインデーなどの影響もあり、食料品を中心に好調となっている。気温も中旬以降は暖かい日が増え、春物衣料に動きがみられた。一方、春節もあり、免税売上は中国からのインバウンドの大幅な減少で苦戦が続いている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・前年は雪の影響が大きかった反動で、2月の来客数は前年比で5%ほど増えている。また、11月頃に比べると、物価上昇への慣れやガソリン価格の低下などの影響で、買い控え傾向も緩和されている。ただし、雪が降ると予防的措置で鉄道の運休や高速道路の閉鎖などが大規模に実施されるようになり、店舗周辺はほとんど雪の影響がないにもかかわらず、売上への影響が大きくなる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・中国からのインバウンドの減少が影響し、インバウンド売上が前年の実績を下回っているが、国内富裕層の高額商品の需要が非常に旺盛で、高級ブランド品や時計がかなり売れている。結果として、トータルでは前年を上回る売上で推移している。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・特に中国からのインバウンドの減少で、インバウンドによる来店が20%ほど減っている。それに伴い、高級ブランドの売上も2けた以上の減少となっている。ただし、バレンタインデーの催事が過去最高の売上を更新するなど、国内客の動きは衣料品も含めて総じて堅調に推移しており、店舗全体の売上は前年並みを維持できている。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・各自治体の物価対策として、電子マネーや商品券、お米券などが配られている。それを活用する客が増え、客単価の上昇にもつながっている。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・販売促進策を強化した影響もあるが、3か月前と比べて来客数の前年比増加率が改善している。
	○	スーパー（社員）	お客様の様子	・先日改装オープンした店舗は、改装前に比べて売上が大きく伸びている。ふだんの客の買物は総じて節約志向であるが、セールやイベントをきっかけに、積極的に消費を行う面もみられる。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・ようやく平年並みに気温が下がったこともあり、暖房器具の売上が増えている。また、インフルエンザやウイルス性の風邪の流行もあり、加湿器や空気清浄機の売上も伸びている。
	○	乗用車販売店（支店長）	来客数の動き	・来客数が増えているほか、売上もやや上向き傾向にある。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店の売上は天候に左右されやすいが、今月は暖かい日も多く、来客数は比較的増えている。
	○	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・今年は春節が2月であった影響もあり、今月は好調な推移となった。中国からのインバウンドは減ったものの、台湾や香港、韓国、その他の東アジア諸国からの客でにぎわった。3連休もあり、国内客の動きも順調となっている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・国内客の利用がやや増えている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・基本的な契約者の増加に加え、附帯サービスの申込みも増えている。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・携帯電話のキャリアショップでは、大手キャリアの3G回線停波直前の買換え特需があり、販売量が増加している。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕したほか、週末の天候が良かった影響もあり、レジャー施設への来場が増えている。
	○	競艇場（職員）	販売量の動き	・前月よりも伸び幅は縮小しているが、インターネット投票の売上が増加し、前年比で10%前後の伸びとなっている。単価は大きく変わらないが、利用者数が増えている。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・成約率が高まっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・分譲マンション価格が高騰しているため、市内の賃貸マンションの賃料も上がっているが、賃貸契約は順調に進んでいる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・週末の人流が増えてきたが、平日の人流は相変わらず少ない。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・実働日数が平月より少ない割に、来客数の減少がみられなかった。相変わらず時計の売上が、修理の売上を下回ったことは少し気になるが、全体としては満足のいく売上であった。特別なヒット商品もないなかで、堅実な数字が出ている。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・年配の客は買い控えが多く、物価の上昇に敏感であり、通常の年金ではとても生活できないという愚痴が出ている。このまま物価だけが上がるようであれば、今後も厳しい状況が続く。
	□	一般小売店〔雑貨〕（店長）	お客様の様子	・2月はイベントが多い。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・着物を販売しているが、全く売れない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・従来の百貨店の中心客である、中高所得者層の来店が減少傾向にある一方、超富裕層の来店頻度や購買意欲は至って旺盛である。
	□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は気候が安定しており、波の少ない動きとなっている。前月は厳しい寒さで防寒商材が好調に推移したが、その反動で今月はやや鈍化している。食料品に関しては鍋物商材が引き続き好調なほか、バレンタインデー関連ではチョコレート価格の高騰により、輸入ブランドが敬遠され、国産の期間限定品に需要が流れている。一方、春節商戦ではインバウンドが激減している。
	□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・傾向的には変わらず、国内の中間層は節約志向が続いているが、バレンタインデー等のイベント消費は旺盛で、売上は微増ペースである。一方、富裕層は宝飾品や特選品などを資産として購入する動きがあり、外商を中心に好調を維持し、売上は2けた増となっている。インバウンドも春節の時期のずれに加え、空港関連の特需が続いていることで、こちらも2けた増と大きく増えるなど、全体的な構図に変化はない。
	□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・インバウンドの消費は低迷しているが、国内消費はやや改善傾向にある。気温の上昇とともに衣料品の動きが活発化する気配もある。
	□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇で、客が以前にも増して価格に敏感になっている。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・物価の上昇で商品単価は上がっているが、1人当たりの買物額や買物点数は減っている。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・春野菜が出てきたが、雨不足の影響で野菜が全体的に小ぶりなほか、価格も安くないため、例年のようには売れていない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、横ばいで安定しているほか、売上も安定している。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・値上げラッシュや節約志向に変化はみられない。客は特売商品の値動きに敏感で、価格を下げた商品を掲載したチラシへの感度が高まっている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・物価は上昇しているが、必要な物は購入する動きに変化はない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博も閉幕し、中国人を中心にインバウンドも減るなど、来客数は減少傾向にある。ただし、単価が上がっており、売上は減少していない。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・弁当やおにぎりなどが値上げとなった影響で、10%ほど売上が減少している。その代わりに値上がりの少ないサンドウィッチや菓子パンなどが、10%ほどの売上増となっている。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は変わらず安定している。海外からの客も昼夜問わず、多く来店している状況に変化はない。
	□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・常連客によるたばこのついで買いも少なくなるなど、節約志向がみられる。
	□	コンビニ（店員）	単価の動き	・物価の上昇で来客数が減少している。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価共に、前月からほぼ横ばいである。リピーターの動きがやや鈍化しているものの、紹介客や新規客の動きが少し上向いているため、全体的には変わらない。
	□	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・クリアランスセールでは、2点以上の購入で更なる値下げを行っているため、閑散期ではあるものの、何とか売上が取れている。
	□	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・競合先には変化がみられない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量は横ばいで、良くなるイメージもない。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車、中古車共に、目標販売台数を上回る見込みである。新車は12月、1月が苦戦した影響で、少し回復傾向にある。ただし、4月に予定される自動車税の環境性能割の廃止を控え、3月の販売は厳しい状況が予想され、期間全体では良い状況とはいえない。新車の販売台数は厳しく、中古車の利益率が下がっている状況に変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数に関しては変化がない。自動車の単価上昇により、購入を延期したり、諦めたりする客が増加している。
	□	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・大きな変化はない。物価上昇の影響は依然として大きいほか、出荷数も落ち込んだままである。
	□	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	お客様の様子	・食品購入の際にクーポンが全て使えなくなった途端に、買上点数や売上が少し落ちた。客はサービスクーポンにはとても敏感であるなど、節約志向は強いままとなっている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は前年比で微増となっている。暫定税率の廃止によって販売価格は低下したが、販売量への影響はほとんどなく、景況感は以前と変わっていない。
	□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・地金価格の高騰により、自分の持っている貴金属の下取りを考える客は多いがその買取り後に新たな商品を購入する動きは余り増えていない。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・風邪やインフルエンザの流行により、感冒薬などの医薬品や衛生用品は売上増となったほか、食品や日用雑貨などの生活必需品の売上も順調に推移している。一方、化粧品や化粧雑貨などの動きに大きな変化はなく、横ばいとなった。3か月前と比べて来客数に変化はないが、客単価や商品単価は若干上昇している。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・注文の受電が減っており、この時期によく売れるマスクの注文も少ない。
	□	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	販売量の動き	・百貨店の売上は横ばいが続いているが、値上げ等の要因で単価は上がっている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・年明けからは落ち着いた動きとなっており、例年と変わらない。
	□	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・2月第2週の寒波による影響はあったが、それ以外の週はほぼ横ばいで推移している。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・また値上げの動きが予想されるが、消費者の値上がりに対する感覚も鈍化している。
	□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ミラノ・コルティナオリンピックが終了し、通常であれば、開催地への観光客が増えるが、今回は大きなブームにはなっていない。客はとても落ち着いた雰囲気となっている。
	□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	単価の動き	・金相場の乱高下があるものの、引き続き上昇トレンドである。
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・材料価格の高騰が続き、利益を圧迫している。
	□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築コストが安定してきたが、まだ油断のできない状況である。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・エレベーターの改修工事の受注が好調で、着工待ちの注文が増える一方である。従来より人手不足に頭を悩ませており、状況は改善されていない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・都心部の不動産価格の高騰により、購入客の動きは少し鈍くなっている。ただし、一定の動きは続いており、引き続き堅調な状況にある。販売用の不動産を仕入れている企業の間では、先行きのリスクという観点から、少し売り急ぐ流れも出始めている。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・卸売先の飲食店の状況が悪いほか、小売関連でも中国からのインバウンドの減少による影響が少し出ている。
	▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	お客様の様子	・2月に入り、中国からのインバウンドが大きく減少したことで、インバウンド消費全体が大きく低迷し、都心店舗は前年比で80%台の売上となった。観光資源が少なく、インバウンドの影響が少ない店舗はほぼ前年並みという状況である。国内消費は1月中旬からは回復に向かっているものの、インバウンド関連は依然として不透明であり、この回復が大きな鍵となりそうである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が落ちている。例年2月は売れにくい時期ではあるが、今年の落ち込みは前年以上である。
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンドに関しては、春節期間の中国からの渡航自粛による影響が大きかった。国内客に関しては、寒暖差が大きかったこともあり、防寒用品や春物商材が不安定な動きとなっている。
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・2月はインバウンドが前年比で半減した。春節に伴う中国からの渡航減少による影響が大きい。日中関係の改善の糸口はみえず、当面は好転が難しい。一方、バレンタインデー商戦は好調であったほか、直近の気温の上昇で婦人服目当ての客も来店し、購買の増加につながっている。ただし、売上にはインバウンドの減少による影響が大きくなっている。
	▲	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・平均株価は上昇しているが、実感としての景況感には上向いていない。他地域からの競合先の進出が進み、競争が激しくなっている影響もあり、来客数が悪化している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・全体的に来客数は減少している。原因としてインバウンドの減少が影響したかどうかは、現在調査中である。
	▲	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・リフォーム関連の補助金が一たび終了したことを受けて、関連商品の動きが鈍くなっている。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数が前年の約90%で推移し、購入も最低限となるなど、購買意欲が低下している。物価の上昇で、特にエネルギー関連や食品への支出が優先され、家電製品は故障してから購入する傾向となっている。現政権による食品関連の消費税減税が行われれば、家電にも関心が向かうと予想される。
	▲	家電量販店（営業担当）	それ以外	・大手メーカーがテレビやプロジェクターの取扱をやめることになり、対応に苦慮している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・直営カフェの来客数が減少している。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊施設の利用状況が良くなく、平日の利用が特に良くない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンドの減少により、販売価格を下げて販売せざるを得ない状況となっている。経費の上昇による費用の増加分を販売価格に転嫁できない状況も重なり、売上は減少傾向にある。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・海外旅行は販売件数が増加しているものの、依然としてコロナ禍前の水準には達していない。一方、国内旅行については販売件数の減少が顕著であり、単価は上昇しているものの、今後も厳しい状況が予想される。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・企業の利用も平均で約1万円減っているなど、夜間を含めて客が激減している。
	▲	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕による国内客の減少と、中国からのインバウンドの減少が始まっている。
	▲	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	販売量の動き	・日中関係の変化により、中国や香港からの個人客が減少している。12月はインドネシアやマレーシア、シンガポールなどの東南アジアから個人客の訪問があったが、例年と同じ傾向として、1月以降は減少している。その一方、例年は1月に入ると増える、中国や香港からの個人客が増えている。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・今月は非常に寒く、天候も悪かった影響で、来客数が大きく減少し、売上が悪化している。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	お客様の様子	・科目数を減らす生徒や退会者の数が、例年の年度末に比べて多い。
	▲	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・販売量が増えない前提として、集客や引き合いの確保が難しくなっている。価格が上がり、購入が困難な状況にある。
	▲	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）	それ以外	・円安や金利上昇の影響で物価が上がっており、消費の減少につながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・住宅ローン金利の上昇により、客は住宅購入に対して、更に慎重姿勢になっている。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	単価の動き	・依然として良い兆しがみられない。
	×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内売上は比較的堅調であるが、1月は回復傾向にあった免税売上が再び減少している。12月は前年比で22%減となり、1月は前年の春節による反動で悪化が予想されたが、9%減にとどまった。2月は25日現在で24%減となっている。春節前に航空運賃が高くなるタイミングで、動きが悪化した。春節期間中は富裕層の来店を期待していたが、厳しい状態が続いている。
	×	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・春節の前から中国からのインパウンドが大きく減少し、化粧品の免税売上が半減している。国内客についても来客数、売上共に、前年比ではマイナス基調となっている。
	×	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・特に中国からのインパウンドの大幅な減少が影響しており、特選有名ブランドの売上の落ち込みが目立つ。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候の影響もあるが、高齢者の来客数が減少するなど、服を買う余裕がなくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・商店街で貴金属を取り扱っている店には、貴金属の買取り日には長蛇の列ができているが、その他の店は厳しい状況である。
	×	住関連専門店（店長）	単価の動き	・長引く円安の影響で、輸入業では再三の値上げが必要となっているなど、厳しい状況が慢性化している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・1月中旬から閑散期が続いているが、物価の上昇などによる外食控えの傾向に加え、春節時期で中国からの渡航減少の影響もある。また、悪天候や記録的な水不足による仕入価格の高騰もあり、景気の良くなる傾向が見当たらない。
	×	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・客の動線が変わったことによる外的な要因に加え、インパウンドの減少が顕著に見受けられる。
	×	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・全体的な稼働率が低下しており、中国の渡航自粛による影響を受けている。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-	-
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2月にしては例年よりも気温の高い日が続き、飲料の価格が上がる前であったため、売上が少し良くなっている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連が上向いている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は増えていないが、発注の間隔が短くなっている。以前は3か月に2回の発注であったが、現在は1か月に1回となっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・僅かではあるが、景気が上向いている。大型の引き合いもあるため、受注の増加が期待される。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・現状は自動車関連の動きが悪いが、業界ごとの好不調の差が激しい。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱製品の需要期を前に、一定の荷動きがみられる。ただし、為替の影響や原価の上昇により、需要期が終了する4月以降は、どれだけ景気が悪化するかが心配である。
	○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・異動や卒業、入学の時期を控え、繁忙期に入ることから、受注は増加している。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価上昇が続いているが、賃上げが追い付いていないため、定番の家庭用品の店頭売上はリピート注文の減少により、前年比で90%以下のチェーンストアが散見される。売上の減少を特價販売で補おうとしても、期待したほどの数量が出ず、利益も減少している。一方、ミラノ・コルティナオリンピックやWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）などの特需や、コアなキャラクターの期間限定店舗などでは販売が非常に好調であるなど、消費は明らかに2極化しており、当面はこの傾向が高まる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1月は製造量を増やしたが、販売量もある程度増えた一方、今月は製造量、販売量共に減少したが、特に原因があるわけではない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、取引先が在庫調整を行っている。
	□	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き受注量は微増で推移している。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず物価上昇と円安が続いているが、衆議院選挙の結果によって政権の基盤は安定した。米国の関税問題がリスクとなるなど、不安定な要素もあるが、現状では大きな変化はない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に大きな変化はなく、物価上昇による製品価格の改定で売上は微増であるが、生産量は微減となっている。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・春闘の進捗状況に左右される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・2月は寒い日が多かったこともあり、エアコンの店頭の荷動きは、前年を上回る推移となっている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や問合せは多くもなく少なくもなく、変わらない状況が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先のなかでも、業績好調の会社からは年度末の改修工事等の発注が増えている。増加は一時的であるものの、監理技術者や技能労務者が不足しており、対応に苦慮している。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・運賃はそれほど変わらず、受注量にも変動がない。
	□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年並みであるが、主力の百貨店関連による荷物の減少が続いている。他の取引先からの荷物は、前年をやや上回る傾向となっている。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	取引先の様子	・特に変化はなく、依然として物価の上昇が続いている。人材不足も深刻であるが、中小企業には最低賃金引上げによる雇い控えもみられる。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・現政権の政策が具体化すれば、景気は上向く。
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・今月は年度末の駆け込み広告の需要が前年ほど多くない。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・最近、取引先である商店街の集まりでは、景気の良しあしがよく話題に出る。販売価格の改定で売上は増えているが、仕入価格の上昇で利益は増えていない。むしろ、値上げの影響で売上の伸びが鈍化し始めているほか、仕入価格の上昇分をそのまま販売価格には転嫁できず、利益率、利益額共に悪化している。また、設備投資をする余裕もない一方で、株価の上昇は続いており、景気の判断が難しいという話が何度も繰り返されている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・売上は前年と変わらないが、商品の値上げは進んでいる。売上が変わらないということは、販売量の減少を意味するため、状況は悪くなっている。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入り、購入数量の減少が目立つ。地方の小売店や消費者への直接販売に変化しており、出張経費が増えている割に、販売量や売上は悪化している。この状態では生産をかなり縮小する必要がある。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	それ以外	・市場の動きが弱い。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客による住宅の新築が明らかに減っている。物価の上昇に加え、金利の上昇も影響している。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・日中関係の良くないイメージが広がっているため、売上が前年比で20%減少している。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の余韻が残っていた、3か月前との比較であるため、どうしても現在の景気は下向きとなるが、前年の実績は上回っている。特に、中国からのインバウンドが激減している反面、駅ナカでは日本人の観光客による利用が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格が前年比で10%上がっており、利益を圧迫する状況が続いている。
	×	金属製品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・注文が減っているため、在庫ばかりを作る形となっている。
	×	広告代理店（管理担当）	取引先の様子	・請求書の期日以前の入金を求められることが増えている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価対策が全く機能していない。
雇用 関連 (近畿)		-	-	-
	○	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・4月の採用に向けた、求職者や企業の動きが活発である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人は増加傾向にあり、企業の採用意欲がみられる。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・时期的な動きとして、官公庁の臨時職員を中心に求人数が増加している。管轄地域では米国の関税による影響も現時点でそれほど出ておらず、景気は緩やかに回復している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・欠員補充などに伴う求人は継続的に発生しているものの、募集賃金の大幅な上昇は見受けられない。その結果、求職者の希望条件と企業側の提示条件がかい離しており、マッチングが困難な状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増えていない一方、60～70代以上の求職者が増加している。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・4月の新入社員の入社を控え、各社が派遣の求人数を絞っている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告やデジタル広告の推移をみると、年度末の時期に入っているにもかかわらず、企業の間には大きな動きがみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・実質賃金が減り続けている以上、景気は良くない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数を形態別にみると、在職者による相談が僅かに増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・2月の求人数は増加傾向で推移しているが、1月に続き公務員関連の求人が多いため、景気の大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足による求人募集が引き続きみられ、3か月前と同水準の求人数で推移している。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2月に新卒採用企業に対して調査を行ったところ、求人数は2027年卒の採用はやや減少傾向であり、量よりも質の重視に転換している。この傾向は2026年卒の採用から徐々にみられた傾向であり、求人数の動きは今後鈍化することが予想される。ただし、全体的な人手不足に変化はないため、景況感に大きな影響はないものの、インターンシップ等の広報を前倒しする企業が更に増えると予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・就職は依然として売り手市場であるが、物価上昇の動きをみると、厳しい状況に変化はない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・国家試験の合格を前提に、入職の人数が決まる職種のため、不合格者が出れば追加の求人が出る。退職者の補充とともに、例年と同じく求人の動きは活発となっている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・中国の渡航自粛によってインバウンドが減少し、小売店や飲食店からは売上減少の声も出ているが、全体的な影響は限定的である。
	▲	人材派遣会社（支店長）	雇用形態の様子	・年度末の駆け込み需要もなく、4月以降の動きも不透明である。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人事業者からは、今後は仕事量が減少傾向になるという声がある。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・円安の進行で食料品価格などが上昇し、物価全体の上昇が続く懸念がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)		その他専門店 〔宝石店〕（店 員）	販売量の動き	・年始から続く勢い買いやギフト需要といった季節性 や地域性を背景とした購買が継続していることに加 え、価格改定前の需要も重なって、購入理由が明確な 動きが非常に強く、決定率も大変高かった。
	○	一般小売店〔印 章〕（経営者）	来客数の動き	・新年度に向け、多少良くなるとみられる。
	○	一般小売店〔洋 裁附属品〕（経 営者）	来客数の動き	・暖かい日には、客の動きが少し出てきている。
	○	百貨店（売場担 当）	販売量の動き	・100万円を超えるブランドジュエリーが数点売れ、 今月は好調だった。株価上昇で富裕層の動きが良く、 来月も良い流れが期待できる。
	○	百貨店（外商担 当）	単価の動き	・前月と前々月と比較して、時計や美術品などの高価 格商品の動きが好調である。
	○	スーパー（店 長）	来客数の動き	・値上がりは継続しているが、来客数は前年を超えて いる状況である。平日の回復が大きく、食料品の購入 に対する意識が変わってきているとみる。低単価商品 への偏りも少なくなっており、全体として買上点数も 回復傾向である。週末のまとめ買いも点数の回復がみ られる。
	○	スーパー（業務 開発担当）	販売量の動き	・前年が悪かったせいもあるが、販売点数、来客数共 に増えてきている。
	○	乗用車販売店 （営業担当）	来客数の動き	・1月下旬以降、来場者数は増加傾向にあり、それに 伴って収益も伸びている。決算期という背景もあり、 実績は堅調に推移している。
	○	その他専門店 〔土産物〕（経 営者）	来客数の動き	・観光バスの来訪が増えており、特産品のいちごが前 年同期と比べて好調に売れている。全体の来客数も増 加し、土日を中心に活気が出ている。
	○	都市型ホテル （総支配人）	販売量の動き	・3か月前の時点では前年とほぼ同じ売上を予想して いたが、2月に入ってから予約のペースが上がり、前 年比で5%以上増加している。
	○	通信会社（運用 担当）	お客様の様子	・衆議院選挙の結果を受けて、景気が好調である。
	○	通信会社（企 画・総務担当）	販売量の動き	・従来サービスの競争の厳しさは今までと変わらない が、高速度である10ギガ契約の販売が伸長している。
	○	住宅販売会社 （事業推進担 当）	販売量の動き	・物件数が増えてきたこともあり、集客、契約歩留り 共に、若干回復してきているが、在庫物件が多く、飽 和状態になりつつある。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・来客数、購買金額共に下がってきている。
	□	商店街（代表 者）	販売量の動き	・積雪はあったが、観光客は微増している。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・物価上昇が激しいのに、所得が伸びていないため、 消費マインドが上昇する気配はない。
	□	一般小売店 〔茶〕（経営 者）	お客様の様子	・衆議院選挙も終わり、これからどのように景気が動 くのか、消費者も様子見の気配がする。当業種におい ても、今年は増産傾向にある新茶について、価格、数 量共にどのように推移するかを見極めている状況であ る。
	□	百貨店（広報担 当）	来客数の動き	・大幅な増減は見受けられず、前年並みで推移してい る。
	□	百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・高額商品や特選ハイブランドは数百万円クラスも動 いたが、一般商品や一般ブランド、国内ブランドはほ とんど動かなかった。
	□	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・購入単価に大きな変動がない。
	□	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・入店客数は増加しているが、レジ通過客数は引き続 き減少傾向にあり、状況に大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人服部門では、一定の顧客管理ができているミセス部門は好調に推移しており、前年実績を上回っている。一方で、一般客の比率が高い若年層向けブランドフロアは非常に厳しい状況が続いている。当館全体としても入店客数は減少傾向にある。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・節分やバレンタインデーなど、催事の多い月だったが、価格高騰の影響もあり、買上点数が伸びていない。客の財布のひもが固い状況は続いている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価の上昇により、売上は前年を上回っているが、買上点数は依然として前年割れが続いている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・引き続き値上げが続いており、節約志向が根強い。前年より買上点数が落ちている。
	□	スーパー（営業システム担当）	それ以外	・大雪の影響で商品の入荷に遅れが生じたり、来客数も激減した。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前月より上向いているが、3か月前と比べるとほぼ横ばいとなっている。1～2月は来客数が増えにくい時期なので、景気が悪いとも良いとも言い難い。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数の伸びは鈍化しており、特に夕方以降については、新型コロナウイルス感染症発生前よりも低い水準で推移している。物価高の影響により、コンビニへの来店頻度も低下している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・大企業も苦戦している様子である。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・着物を着る機会が増えており、買い求める客が増えている。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新生活に向けての需要が高まっている。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ガソリン価格の暫定税率は廃止されたが、物価には反映されていないため、財布のひもは固いままである。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・前年より来客数が減少しており、エアコンは好調だが、新生活関連の動きが鈍く、その影響により売上が落ち込んでいる。
	□	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・新型車や人気車種の販売は引き続き好調に推移しているが、それ以外の既存商品の動きに変化はない。客が欲しい物が流通すれば動くが、現状が続く限り大きな変化は見込めない。
	□	乗用車販売店（リース担当）	販売量の動き	・販売台数の制限があり、販売量が減少しているため、景気回復はないとみられる。
	□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・販売台数に大きな変化はない。
	□	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・インバウンド、修学旅行客共に大きな変化は望めない。
	□	その他専門店〔革製品〕（店主）	お客様の様子	・気に入った商品があっても購入に至らない客が一定数おり、検討の上、改めて来店するという客が多いが、再来店する客は少ない状況である。財布のひもが固い状況に変わりはないとみている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・売上、来客数共に3か月前と大きな差はない。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・景気は思ったより悪くなく、これからの行楽シーズンに向けて期待が高まる。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年どおりであるが、1年で1番落ち込む月である。
	□	バー（経営者）	来客数の動き	・2月は営業日数が少なく、月の売上が伸びない。
	□	都市型ホテル（宿泊担当）	来客数の動き	・旅行需要は3か月前と変わらず維持されているものの、旅行には行くが、現地での支出は抑えるという傾向がみられる。宿泊よりも体験への支出が重視されている。
	□	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・大きな単価上昇の傾向はみられず、目立った販売量の増減はない状態が続いている。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・2月は閑散期であり、個人は前年比90%、団体も前年比80%で推移しており、厳しい状況である。3月の春休み需要の申込みも低調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・衆議院選挙の結果、安定政権に移行することになり、物価対策、景気向上の施策等スピーディーに進められて、好循環になることを期待する。物価が高くて、それに見合う収入があれば全てが向上していく。
	□	通信会社（総務担当）	それ以外	・物価高の影響は依然として続いており、景気の変化がみられない。また、米国の関税施策も安定していないため、景気が上向く要素はない。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・延滞率、延滞解消率はほぼ横ばいで推移している。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・正月を過ぎて以降、営業面の動きは停滞感が続いており、活性化の要因が見当たらない。
	□	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・1～2月は雪の影響により来客数が特に少なかったが、中旬以降の季節外れの好天により、連休中の来客数は例年よりも多かった。ただし、事前予約は少なく、前日や当日の天候を踏まえた来園が中心であり、先を見通すことはできない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・予約状況は例年と変わらないため、今後の天候次第では伸びる可能性がある。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの1日平均売上がほぼ横ばいである。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響により節約志向が続いており、不要な支出を抑える動きが一段と強まっている。
	□	設計事務所	お客様の様子	・途中見直し案件もなく、淡々と事が進んでいる様子である。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新築住宅やリノベーションの引き合いが続いているが、予算とのかい離からなかなか成約に至らない。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	販売量の動き	・例年この時期は販売量が増加傾向になるが、現状は変わらない結果となっている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・ここ2～3か月、非常に悪い状況となっている。客は迷った末に結局購入せず、売上確保に苦労している。何か有効な対策はないものかと考えている。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・メガネ一式の購入ではなく、レンズ交換のみの客の割合が増えている。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇と、買い回りによる来客数の増加により、既存店売上は前年を上回る状況が続いているが、1人当たりの買上点数と客単価は前年を下回っている。来客数も前年実績は上回っているものの、伸び率は下がっている。
	▲	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・インバウンドが減少している。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年を割っている状態である。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・引っ越し需要やシングル需要が例年よりも少ない。冷蔵庫と洗濯機の販売台数が落ち込んでいる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・走行距離が20万キロメートルを超えるなど、車の買換え時期に差し掛かっているものの、辛抱して節約している傾向にある。
	▲	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・2月の販売量は前年比87%と大変厳しい状況である。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・輸入製品の値上げにより、主力商品の販売量が低下し、販売経費も増加している。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・衆議院選挙と県知事選挙が同時に行われた初週末の2日間は、売上が前年の78%まで落ち込み、ディナータイムも70%台に低下した。現状は回復傾向にあるが、衆議院選挙期間中の減少分を取り戻すまでには至っていない。また、衆議院選挙期間中は法人利用も激減した。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・当月は前年と比べて来客数が10%以上減少した。3か月前と比べても減少が顕著となっている。衆議院選挙やオリンピック、天候の影響もあるだろうが、常連客の来店控えも増えたように感じられる。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・3月後半から桜の時期となり、宿泊や宴会の予約が前年と同様に順調である。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・朝昼晩を通して利用者が非常に少ない状態が続いている。ここまで低調なのは久しぶりであり、今後が不安である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	タクシー会社 (営業所長)	来客数の動き	・前年の料金改定以降、タクシー需要の動きは明らかに鈍化している。運賃は13.27%上昇したものの、乗務員1人当たりの売上増加は約8%にとどまり、期待した効果を十分に発揮しているとは言い難い。昼間の街中ではタクシーが飽和状態となり、主要駅では車列が途切れることはほとんどない。供給過多の様相を呈する一方で、需要側は衆議院選挙を前にした消費マインドの冷え込みにより動きが鈍く、地域イベントや新規出店の減少も追い打ちを掛けている。こうした複合的な要因が重なり、足元の市場環境は依然として厳しく、先行きも楽観視しづらい状況が続いている。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・月額サービスを解約する又はダウングレードする傾向がより加速している。
	▲	通信会社(広報担当)	お客様の様子	・客は質より、価格の安い物を求めている。
	×	商店街(理事)	来客数の動き	・商店街への来街者数が減少しており、それに伴い入店客数も少ない。
	×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・商品の値上がりが続いており、おにぎりの平均単価はこの1年でほぼ50円上昇、弁当も100～150円の値上がりとなっている。その影響により来店頻度が低下し、来客数が伸び悩むなど厳しい状況が続いている。
	×	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・人口減少が加速しているため、来客数が減少気味である。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、2月は例年どおり景気が良くない。
	×	観光型ホテル(予約担当)	来客数の動き	・例年どおりではあるが、客足が遠のいている。また、単価も低い。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・客の財布のひもは固く、外出も減り、来店頻度、来客数共に落ち込んでいる。1年を通してみても悪化している。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具 製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・現在、海外向け新車の立ち上がり対応のため、繁忙な状況である。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・他社も含め、12月以降、受注量が前年を大幅に超えている。
	○	繊維工業(財務担当)	受注価格や販売価格の動き	・年度末を迎え、購買活動が活発になっている。価格転嫁ができた販売価格での商売になっている。
	○	一般機械器具製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・国内では米価格の高騰を背景に農機製品の購買意欲が高まり、販売状況が上向いている。海外向け製品も在庫が一巡したことで生産量が増加している。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	金融業(副支店長)	取引先の様子	・年度末に向けて公共受注が増加傾向となっており、景気が上向きになっている。それに付随して資金需要が旺盛となっており、今後も継続していくと予想する。
	○	金融業(経済産業調査担当)	それ以外	・県内の住宅投資において、下げ止まりの兆しがみられる。
	○	不動産業(総務担当)	それ以外	・来客数は約2%の微増、成約件数は約10%増加となっている。
	○	会計事務所(経営者)	受注量や販売量の動き	・マーケティング関連業務を開始したが、景気変動の影響を受ける非定例業務であり、継続受注が重要となる。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・値上げ効果が出ており、物量は伸びていないものの、売上は改善している。一方で、品質や価格に対する客の目は一段と厳しくなっている。
	□	化学工業(総務担当)	取引先の様子	・仕入れ、販売共に荷動きが安定しない。また、取引先における事業再編等の動きを注視している。
	□	窯業・土石製品製造業(総務経理担当)	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業向け大型注文が完了し、多忙感がなくなった。通常生産体制となるが、生産水準は低い。
	□	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・取引先の様子に大きな変化はみられない。
	□	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量の動き	・現時点で景気を左右する具体的な事象は見受けられない。
	□	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・定時工数以上の受注量を確保しており、この状況は過去1年変わっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体需要に減速感が出ており、プリント基板製造装置関連の需要が減少している。車載関連や産業用機械関連も顧客の生産調整により減少している。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き案件は継続的にボリュームがある。資機材の物価高騰に対する価格転嫁の環境は整いつつあるが、LEDなど一部製品の納期が未定であるため、不安要素もある。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・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様子はない。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・新内閣により、先行きは明るいと考えているが、世界情勢において変化が予想されるニュースもある。取引先との打合せや面談でも当面は様子見のようである。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いなど、大きな変化はない。
	□	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンター関連やクラウドなどのICT関連の引き合いが増加している。来年度に計画された取組への動きとみられる。AIに関連する機器への投資が増えている。
	▲	*	*	*
	×	*	*	*
雇用 関連 (中国)		-	-	-
	○	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・ブルーカラー職種の伸長により、求人数全体は好調に推移しているが、事務職は減少が続く。事務職は欠員補充に対するニーズは強いが、企業の採用意欲の慎重化により増員ニーズが減少し、事務職全体を押し下げている。
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	雇用形態の様子	・求人企業は当初の予想を上回る形で価格改定に応じており、単価と売上の増加を促進している。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・3か月前と比べて応募数が増加している。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・2027年卒を対象としたインターンシップや早期選考が、3か月前と比べて一段と活発化している。深刻な人手不足により企業の採用意欲は非常に高く、早い段階から内定を出す企業も増えており、学生の優位性が更に高まっているとみる。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・前年同月比でやや下降気味となっており、特に企業からの契約終了が多い。理由としては、業績悪化や本社への業務集約、DX化等により地方でのニーズが減少している印象である。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人誌、クーポン誌への広告掲載状況に変化はない。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き底堅く、人手不足を背景とした求人ニーズは一定数存在している。しかし、物価高騰や先行き不透明な経済状況から、採用予算の大幅な拡大には慎重な企業が多く見受けられる。そのため、既存顧客からの継続的な掲載や例年どおりの出稿はあるものの、新規での大型契約や採用枠の急激な増加には至っておらず、全体的な求人数や広告出稿の動きとしては、3か月前と比較して大きな変化はないとみている。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・人手不足に変化はなく、本来であれば求人数は加速度的に増加するはずだが、企業の業績に十分な余裕がないため、求人の増加が控えめである。そのため、求人を積極的に増やすよりも、効率化や既存の人材での対応が進んでおり、求人数は一時的に落ち着いていると考えられる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・原価高騰による物価上昇に賃金上昇が追いついておらず、株価上昇の恩恵を受けた富裕層による高額商品の売上は好調であるが、地域のスーパー等小売業、販売業は苦戦を強いられている。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて有効求人数は増加しているものの、季節要因を除外すると、それほど大きく増加はしていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（事業所部門）	求人数の動き	・比較的好調な企業と人件費の高騰などにより低調な企業の差が大きいため、企業により温度差はあるが、総合的には状況に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・新たに採用した人材がすぐにやめてしまう。結果としてマンパワーが不足し、営業活動に制限がかかり、業績が思うように伸びず、既存社員の負担が増えてキャパシティを超えてしまう。そのため、既存社員も退職してしまうという悪循環が幾つも見受けられた。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業において、求職者からのエントリー数が3か月前と比較して98%とほぼ横ばいの状況である。
	▲	-	-	-
	×	-	-	-

10．四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (四国)		設計事務所（所長）	単価の動き	・飲食費や消費財等の値上げが確実に進んでおり、インフレが進行している。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・物価高が継続する状況のなか、中所得者層の消費行動に関しては、商品の吟味はするものの、必要な物や自分が推す物事への支出に対してはある程度前向きである。一方、日常の支出に関しては用心深く、よりメリハリのある消費を心掛けている様子がみられる。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・衆議院選挙の結果により、今後の経済対策に期待できる。減税を打ち立てているため、消費者の気持ちは前向きになるとみている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・単価上昇の継続は、客の購入金額の上昇につながっている。ただし、来客数、購入点数の伸びは鈍く、異業態も含め競合店が出店した地域では苦戦が続いている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活準備への取り掛かりが鈍く、家電の販売数が思ったほど伸びていない。
	○	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・白物家電、エアコン、パソコンの販売台数の伸びが良く、全体的に実績が向上している。前年比115%で推移しており、1人暮らし向け商品が増加している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外出しやすい暖かい日には、来客数が増加しており、前年よりも3割ほど売上が増加している。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊業にとって2月は閑散期だが、今年は例年より多くの人々が当地に来ている。
	○	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・例年2月は販売が低調となる時期だが、1月同様販売数が伸びている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・衆議院選挙の結果により、政策の進行が急加速する可能性が出てきた。公約がスムーズに実行されれば、地方への恩恵も期待できる。副都心構想についても、東京1極集中の是正の観点から大いに討議してもらいたい。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・年末年始が過ぎ、元々需要が低下する時期のため、客の動向が少し低調になっている。価格の上昇は続いており、客は必要な物しか購入しない状況である。収入の格差が広がっており、全体的な購買意欲の向上は難しい状況である。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・退職、卒業などの祝い商品の購入に当たって、少しでも安い物を選ぶ人と、物価上昇もあって例年より少し高い物を選ぶ人にはっきり分かれる。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・1～2月の2か月連続で店頭売上は非常に悪い一方、外商売上でマイナス分をカバーし、全体ではプラスである。
	□	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・中国人を中心にインバウンドが激減しているが、国内では高額品で売上をキープしている。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・ポイントが多く付く販売促進日の売上は好調に推移しているが、平常日の落ち込みが大きい。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比96%で減少している。物価上昇により売上は前年並みを確保しているが、利益は減少している。
	□	コンビニ（総務）	販売量の動き	・今月の売上は前月と比べて好調だが、3か月前も好調だったため、景気は横ばいである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・価格が上昇した輸入肉、卵、国産米、物流費が、全て商品単価に上乗せされたことにより、来客数の減少や客単価下落など特に中食が厳しい状況である。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年であれば2月は1年間で最も売上の低い月だが、天候に恵まれたことにより横ばいで推移しており、2～3か月前より比較的良い。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・相変わらず来客数は少なく、景気は3か月前と比べても余り変わらない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前年と比べ、来客数が減少傾向にあり、売上も前年を5%程度下回っている。物価の高止まりから、衣料品の購入を抑えていると話す客も多く、厳しい状況である。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・販売停止中の車種が多く、受注台数の伸びにつながらない状況が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・受注状況に大きな変動はない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・3か月前から継続して、売上、来客数共に前年より伸びており、今月も好調を維持できている。衣料品等の物販は回復傾向であり、食品や飲食、サービスも引き続き好調である。
	□	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・衆議院選挙後も余り変化があるようにみられない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は、3か月前の11月と比べて余り変化はない。衆議院選挙の影響もあり、夜の人出は少なかった。昼も、車の台数が少ないことによる実車率のわずかな好調は、以前から変わっていない。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・前年同月比の来客数推移に変化がない。
	□	競艇場（マネージャー）	来客数の動き	・来客数については、若年層は若干少なくなってきた気配がするものの、常連客である高年齢者層は根強く、堅持されている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・2月前半は余り客が動かなかったが、後半は卒業式、入社式などの客が動き出した。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・単価の上昇以上に、販売点数の減少による影響が上回っているため、客単価は前年を下回っている。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・実質賃金の低下により、消費の2極化が進行している。
	▲	スーパー（人事）	販売量の動き	・経済政策への期待はあるが、現時点では物価高騰などの不安材料の方が勝るため、消費に対して慎重になっている。
	▲	スーパー（統括担当）	単価の動き	・以前は、物価高の影響により客単価が前年を超えていたが、現在は前年割れするようになった。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・低迷が続いている。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前年夏以降、来客数がやや減少傾向ではあったが、最近顕著である。ドラッグストア3店舗、激安スーパー、コンビニなど、一気に市内の店舗が増えたのが要因とみられる。
企業 動向 関連 (四国)		-	-	-
	○	食料品製造業（商品統括）	受注量や販売量の動き	・自社の強みを十分にアピールできる商品の販売開始が、客先の注目度や消費の動きに顕著に表れている。
	○	鉄鋼業（総務部長）	取引先の様子	・造船業界は国の政策もあり、活性化し始めている。ただし、産業機械業界は低調で推移している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・再生可能エネルギーや再生資源の仕事において、ようやく二酸化炭素を出さない事業を意識的にするようになったため、行動に移せるよう計画している。
	○	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・政権の安定が大きいとみられる。
	○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引について、長期間にわたる商談の結果が始まった。売買、賃貸とも契約締結がやや増加した。
	□	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年末に一部の商品を値上げしたが、その後も受注は順調である。中国からのインバウンドは激減しているが、他国からの観光客が地方にも拡散しており、それほどマイナス面はみられない。
	□	通信会社（総務担当）	受注量や販売量の動き	・社内イベントやボランティア活動の参加人数はほぼ横ばいである。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・3か月前と比べて大きな変動はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	税理士事務所	取引先の様子	・好景気になるような周りの変化がない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少傾向にある。住宅着工数も改善の兆しがなく、先行き不透明であるのに、人件費と材料費は上昇している。価格転嫁の早急な対応が必須となっている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業も発注が遅れており、民間もめぼしい事業は少ない。
	▲	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・ナショナルスポンサーのCM量が減少している。
	×	-	-	-
雇用 関連 (四国)	○	-	-	-
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	周辺企業の様子	・明るい話題は余りなく、物価や人件費の高騰により人手不足を解消できない。
	□	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者数は相変わらず少ない。
	□	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・インフラに関連する業界では、これまでも慢性的な人手不足であったが、ここ最近で更に求人数が増え、より深刻な状況である。一方、サービス業、小売関係などは、人手不足は続いているものの求人数は少し減少している。
	□	職業安定所（求人開発）	雇用形態の様子	・人材不足が企業活動に与える影響は日々顕著になっていることから、これまで以上に企業活動の状況や雇用環境への影響について注視する必要がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・来期の予算調整の時期だが、民間は予算減少の話が多い。来期も官公庁中心の注力が予測される。
	×	-	-	-
	-	-	-	-

11．九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	-	-	-	-
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・販売単価を上げて販売量は落ちていない。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・節分やバレンタインデーのイベントの需要は多くないものの、買物客の増加がみられる。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・客単価が前年より5000円プラスとなった。値上げで1品単価が上がった影響もあるが、その価格に客が慣れてきている。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・前年と同じ月を比較すると新規の客が増加傾向にあり、内訳のほとんどがインバウンドである。半導体企業に関連する外的要因があり、来客数も自然と増加している。
	○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・以前と変わらず団体の動きが悪い。
	○	タクシー（統括者）	お客様の様子	・当社の乗務員採用が順調に増加傾向である。競合他社も増加傾向であるため、客の奪い合いによる単価の下落を懸念していた。しかし、乗務員が増えとともに総収入が増加し、供給過多ではない状況である。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・現状の収支をみると、景気は良くなっている。
	○	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・先日は積雪によるクローズがあったが、前月に引き続き韓国からの来場者が順調に推移している。入場者数に加えて、プレー単価とショップ単価が上昇している。
	○	美容室（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると客の動きは悪いが、2月にしては暖かい日が続いたため来客数が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街は2月に入り来街者や来客数が減っている。特にファッション関係店は年始からバーゲンセールを開催しているが、2月に入りセール商品が減ると来客数が例年同様に減少している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・2月は売上と来客数は減少する時期であり、客の様子も含め来客数や売上は良くない。冬物から春物に移行する時期であるため、早めに春物に移れば、売上は若干改善する。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・米を始めとした食料品の価格上昇も一息つき、食料品以外の購買が上向くかとみられたが節約志向は続いており、財布のひもは固い。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末年始も過ぎて落ち着きは取り戻したようにみられるが、人通りが少なく売行きが心配である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・年末の12月と比較すると同程度であるが、客単価は2月の方が良い。当社は2～3月はノベルティ案件が多いため粗利のある案件が多い。
	□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・バレンタインデー商戦は海外のチョコレートを始め自分への御褒美としての需要が前年以上にあり、多くの客でにぎわった。しかし、それ以外の衣料品等を前年と比較すると売上は1割程度下回っている。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内の売上やインバウンド売上共に販売量に対して影響を与える増減が見受けられない。国内の売上は前年からは増加しているが、3か月前と同水準を維持しており、インバウンドは売上に国の変化はあるものの、こちらも同水準である。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・依然として婦人や紳士服の衣料品関連の売上が良くないが、食品及び飲食は改善している。また、宝飾や時計の売上も伸びているが、全体的に前年並みで推移している。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・季節物の動きでは、冬日から急に夏日になる等の季節要因から、端境期の衣料品が売れていない。また、物価対策のプレミアム付商品券の販売が各商業施設で行われているが、購入できない高齢者も多く、公平さに欠けるといふ声もあり買物を控える客も出てきている。
	□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・来客数の減少が売上の低迷に影響している。引き続き中間層の消費マインドの低下が顕著に出ている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・重点支援地方交付金が各自治体でスタートしているが、消費動向にはつながっていない状況である。営業成果の指標となる数値への変化もなく販売点数下落のトレンドは変わっていない現状である。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・生鮮品等は日々価格が変動しているが、客はその動向をしっかりとみている。特に毎日買物に来店する客は非常に敏感で、特価品を迷わず購入している。
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商品値上げの影響もあり、売上は前年比プラスで推移している。しかし、客の買上点数は前年比では0.2ポイント下回っている。生活防衛心から財布のひもが固くなっている。
	□	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・2月の売上前年比は101.5%と好調で、この傾向は3か月前から変わらない。来客数も前年比102.2%と好調であるが、買上点数が97.1%となっており、単価値上げに支えられている構造も変わっていない。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・気温は低いものの晴天が続いているため、来客数や客単価共に前年を上回っている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上のトレンドは変わらない状況である。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少や商品単価の上昇から客の購入点数が減っており、全体的な売上が下がっている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニは価格が高いため、利用しない客が増えている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店の進出が続くため景気は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・少し前までは手軽に買えたおにぎりの単価が200円を超える商品も出ており、客は選びながら購入している状況が続いている。その他にもサラダの単価も上がるなど原材料の単価が上がるに伴い各商品の単価が上がるため、客の買い控えが続いている状況である。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・特に変わった景気の変化はみられない。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・衆議院選挙の結果により、状況が良くなるようにみえたが、物価は全て上がっており、賃金は上がっていないという現状で実際には何も変わっていない。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月に入り来客数の減少が顕著に出ている。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・4月以降の注文再開の車種の商談により、来客数は多くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・前年比の売上が悪かった分今月は回復しているが、販売経費が増加している。
	□	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）	販売量の動き	・3か月前は映画館が好調だったが、現在はシールによる波及効果が現れている。理由は異なるがモール全体では同程度の推移になっている。映画館は年末ほどの勢いはないものの、ヒットアイテムであるシールを取り扱っている店舗は軒並み大幅に売上が伸長している。ファミリー層を中心に来館動機となり、数値や定性的にみても販売量に大きな差異はみられない。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当地ではフグが旬になり客が多かったが、衆議院選挙の影響により会席や接待などが入らなかったため客足が増えなかった。
	□	観光型ホテル（営業）	来客数の動き	・来客数の動きは月によってばらつきがみられるが、3か月前と同様に今一つ良くない結果となった。
	□	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・例年2月と8月は客の動きが悪い。
	□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・国内募集型の企画旅行は3か月前を上回っているが、海外募集型の企画旅行は3か月前より悪く、合計販売額は変わらない。
	□	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・販売量は大きく変わっておらず、特に販売単価の中価格帯の需要が回復していない。
	□	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・客の動向や販売量に特段の変化はない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドや夜間の人流の減少、同業他社の人員増加による競争激化が売上のマイナス要因として挙げられる。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・運賃の値上げで、今までの料金との違いに驚く客がいる。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・定期的に年度内の予算消化の動きはあるが、積極的な投資意欲のある相談や受注見込みの割合は特段多くない状況である。
	□	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・市場が沈滞しており、活気がない状況である。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数の変化がみられない。
	□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量はほとんど横ばいで推移しており、景気動向に変化はない。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・年末と比較すると、今一つ景気回復に向かっていない。これから暖かくなるに従って、景気は徐々に上昇気味になると考えている。この業界では、春になって暖かくなると衣類の色や種類が変わりイベントも増えるため、景気回復に向かう傾向にある。
	□	美容室（経営者）	単価の動き	・今月は景気が悪く、値下げをして耐えている。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	単価の動き	・物価上昇により消費行動の低迷が若干悪化へと進んでいる。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	それ以外	・物価高騰によるコスト増加に対し、主要な売上となる介護報酬は価格転嫁ができないため損益状況は厳しくなっている。他産業の賃上げ額も大きく、採用も厳しさが増している。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価が上昇した後、高値を維持しているため、住宅の着工数が減っている。材料や製品を取り扱う業種は価格転嫁が容易であるが、人件費負担の大きい業種は価格転嫁がなかなか難しく、特に地方の個人事業主や小企業は一層厳しくなっている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・戸建て住宅受注に関しては前月と同様に推移している。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・中国船の寄港がなくなった分、インバウンド効果が薄れてきている。また、寒い日があったため客足が鈍く、総じて2月の売上は余り良くない状況である。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・現在、当商店街では再開発により店舗が減少し、来客数が大幅に減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・当店はギフトがメインの生花店であるため、今月は3月の予約が入っている。しかし、2月は花を消費に使う卒業式や正月のようなイベントがないため、販売量は減少している。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・年明けからの来客数は減少しており、今月は営業日数も少なく売上も減少している。物価の上昇は続いているが小規模小売店では値上げもできず利幅も少ないのが現状である。
	▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・バーゲンセールが落ち着くと定価販売に切り替わるが、気候はまだ寒く、春物を手に取る人は少ない。
	▲	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・3か月前の11月の来客数は前年比95.9%に対し、2月は92.9%で約3%の悪化になっている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・予想どおりではあるが単価の上昇が続き、1人当たりの買上点数や来店頻度は下降し続けている。消費意欲は低く、景況感は良くない。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・商品の値上げが落ち着いてきているが、客単価が2～3か月前から前年と変わっておらず、来客数が前年を下回る傾向になっている。特に衣料品や住宅関連商品は買い控えの影響が大きく、前年を下回る状況になっている。
	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣に大型食品スーパーマーケットがオープンし、ディスカウント店舗の影響により多くの商品の売上が減少している。
	▲	衣料品専門店	来客数の動き	・3か月前と比べて店舗への来客数が減少しており、セール対象商品の販売も伸び悩んでいる。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・季節要因やスポーツキャンプ等のイベントの影響から、ここ数か月前と比較すると来客数は減少している。特に3連休の来客数の減少が顕著で、売上も比例して減少している。
	▲	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・2月は冷え込む日が続き、来客数に大きな影響を及ぼしている。また、長期化する物価高の影響により、耐久消費財である高額寝具は買い控えが続いている。
	▲	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）	販売量の動き	・インバウンドは堅調であるが、国内客の弱含み傾向は変わらない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・単価や来客数等の動きが悪くなっている要因は複数ある。インバウンドは多いが、数か月前と比べるとコンサート需要等の特需が少ないことから、宿泊者を含む国内客は減少している。
	▲	設計事務所（代表）	お客様の様子	・客からの問合せ数が減少している。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・株価や日経平均株価は上がり、為替は余り経済に影響していないようである。企業の利益は決算が近づくに好景気となり高水準で利益は出る。しかし、生活に関しては、年金や賃金は上がらず物価は高くなっており、本当に景気が良いか疑問である。不安になっているため景気は悪くなっている。
企業 動向 関連 (九州)		-	-	-
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界全体でAIやメモリ系半導体需要が急激に増加したため、半導体製造装置需要も活況となってきた。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・グループ入りした半導体関連の空き工場にクリーンルームが必要となり、賃貸借契約に結び付いた。
	○	輸送業（従業員）	取引先の様子	・周りの物流の動きが良くなってきた。顧客により若干の増減はあるが全体的に動いている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の2月は1月と同様に大変厳しい月であるが、今年は意外と好調である。1番の理由は鶏肉の輸入が減ったことである。国内生産も伸びておらず供給不足で市場相場も例年になく高相場となり、当社にとっては各方面からの引き合いが強く追い風となっている。ただし、前年の鳥インフルエンザの影響が若干あり、原料不足で鶏の入荷が少なく、思うように供給できないところが障害になっている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・2月の売上は、前年度と比較すると若干少ないようであるが、受注関係はまずまずの状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客と長期契約の話し合いをしながら仕事を進めており、最近の問題で若干の上げ下げはあっても、基本的に余り変わらない数値で推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2025年度は当初年度計画以上の生産が続いており、3か月前と同じ状態が維持されている。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・現時点では前年末と余り変わらない生産量で推移している。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物量に関しては、月によって波動があったものの平均すると前年とほぼ変わらない。運送会社より次々と値上げ要請がきており、更なる物価高への影響が懸念される。
	□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・例月と同様にビジネスリスクへの対応については堅調に推移している。その一方で、物価高が影響して、必要最低限の投資にとどまっている。
	□	金融業（経営者）	それ以外	・会員数や受託調査の引き合い状況から判断すると景気は変わらない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・衆議院選挙の結果が出たが、物価や人件費、人手不足は常態化しており、企業の業績面で利益は低調である。借入金の金利上昇もあり、景気の改善に期待できるムードはみられない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価高の影響が続いており、大きな変化はない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・季節要因で売上を伸ばした業種もあるが、全体としては物価高と深刻な人手不足の状況が景気回復の足かせとなっている。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・3か月前と比較すると、大きく変化はしていない。賃上げは業種や企業規模によらず広く実施されていないため、物価高のマイナスの影響を受けている層も多い。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社や同業他社の状況から景気に変化がない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先と意見交換をした際、大きな変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・最近では同業者が集まることはないが、現場によると動きが非常に鈍い。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2月になっても消費財の動きは鈍く、最近では新規案件の話も少なくなっている。倉庫からの出荷先が減少していることや1件当たりの納品個数も減少していることから、業界によって淘汰されていたり、卸が一括で仕入れを行い小売をしている業者が増加している。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上については、前月末比及び前年比ではマイナスとなっており、売上減少に歯止めがかからない状況が続いている。賃金もなかなか上らず好転する状況にない。3か月前と比較すると景気はやや悪くなっている。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村からの委託で調査や計画策定業務を受託しているが、今年度末が近いと、発注件数が少なくなっている。さらに、例年、次年度に向けて発注される業務はあるが、その件数が例年と比較すると少なく、業務量に対して予算額が低くなっている。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・予想どおり閉鎖や倒産が相次いでおり、当社も今までの中で最悪な状況である。工賃は上がらず、仕事は減少している。
雇用 関連 (九州)		-	-	-
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・直近3か月の求人数平均より高くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の受注量自体は一定水準を維持しているものの、企業側の採用判断は慎重さが続いている。特に新規案件については欠員補充や短期案件等、即戦力を求める動きは堅調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・この時期に料金改定の依頼をしているが、今年は例年と比較すると改定に協力してもらえる企業が多い。そのため、景気が良くなっているということではなく、物価高騰などに対して派遣スタッフの待遇改善が可能になっている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・スポーツキャンプ等で県外利用者が増加するため、宿泊業は好調である。その一方で、管内製造業では売上不振のため約70人が解雇となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の前年比では8か月連続で減少していたが、直近2か月は増加に転じている。その一方で、就職件数は前年比では増減を繰り返しており、明確な雇用のトレンドを判断することが困難な状況である。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・中小企業を中心とした人手不足は深刻な状況にある。年間の採用計画を充足できない企業も多く、3月まで採用活動を継続する企業が一定数存在している。学生には有利な状況である一方、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとって、人材確保が深刻な課題であり負担になっている。売手市場や人手不足の状況は今後も続くことが予想される。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人に対する問合せが2割ほど減少している。募集費を1.5割増しで運用したが、反応は悪い。求人内容は余り変えていないが、応募が減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・物価は高止まりのままで、景気は横ばいとみられている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・求人数は2極化の傾向が強く、デジタル系の求人は活発で人手不足のため人材募集に困っているが、大手のメディアや広告会社などは早期退職の募集をしている。求人をみると非正規雇用が進み、景気には良くない傾向である。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (沖縄)		その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・販売量は上がっているが、客先からは国内観光客の財布のひもがかなり固く、単価が低い商品が売れていると聞いている。
	○	一般小売店〔土産〕（営業部長）	来客数の動き	・中国からのインバウンドは、団体客は減少しているが個人客は来訪しており、欧米からのインバウンドも増えている。入域観光客が伸びて来客数は増えているが、客単価は伸びていない。
	○	百貨店（経営担当）	販売量の動き	・パレンタインデーギフト需要により、販売量が増加傾向となっている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・正月需要に続き、今月は節分の恵方巻きが好調に推移している。原材料高騰に伴う価格上昇はあるものの、季節行事を重視する消費者のプチぜいたく志向に支えられ、客単価は前年を大きく上回っている。物価高による買い控えよりも、イベントに合わせた積極的な購買行動がみられている。
	○	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・来客数の減少を単価がカバーしており、前年と変わらない見込みである。
	○	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・販売の契約が順調に伸びている。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	販売量の動き	・売上は前年比で微増している。同業種の他店舗では、ショッピングセンター施設内の店舗は好調と聞いている。
	○	観光型ホテル（専務取締役）	来客数の動き	・来客数の動きが、今年の計画値及び前年同期の実績値と比べてどちらも数値が上回っている。
	○	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・11月の販売室数が前年比6%増加なのに対し、2月は前年比29%増加と、プラス幅が大きくなっている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・春節の影響でインバウンドが増加しているとともに、気温や天候にも恵まれたため来客数が好調である。
	○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・客の物件購入相談が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	住宅販売会社（役員）	販売量の動き	・販売量の増加に加え、来店や問合せが3か月前より増加している。特に売買物件の内覧や査定依頼が増えており、購入を前向きに検討する動きが見られることから、景気はやや上向いているとみられる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・街中は飲食業が増えているのに対して、小売店の商品販売は厳しい状況にある。業種によっては一長一短であるため、全体の売上としては、判断が難しい状況である。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・1～2月の売上は芳しくないが、客単価が好調なため、何とか採算が取れている状況である。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・客単価は上がっているが、販売数は減少しているため、多くの人が節約志向に向かっていているとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・春先需要により新車販売台数の伸びを期待していたが、現状は厳しく、大幅な前年割れになっている。
	□	その他飲食店【バー】（経営者）	来客数の動き	・平日はある程度の来客はみられるものの、週末は人の動きが減少している。
	□	その他飲食店【ファーストフード】（総務部）	来客数の動き	・2月は日数も少なく観光客も比較的少ない時期のため、11月頃と比べても落ち着いた時期となっているが、前年比で売上は良くなっている。来客数の伸びは少ないものの販売単価が上昇している。
	□	観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・引き続き国内客が好調に推移している。
	□	旅行代理店（マネージャー）	お客様の様子	・円安と物価高が続いているため、旅行に行ける層と行けない層の2極化が進行している。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数が前年比で85%程度となっている。
	▲	通信会社（サービス担当）	来客数の動き	・3か月前と比較して、店舗への来客数が減少している。以前は新型モデルの発売や料金プランの見直しの相談で週末を中心に活気があったが、現在は買換えサイクルの長期化もあいまって、来客数が伸び悩んでいる。予約なしで来店する顧客も減少しており、店舗全体の活気が停滞気味である。
	×	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・全体的に来客が弱い状況である。
企業 動向 関連 (沖縄)	-	-	-	-
	○	通信業（総務）	それ以外	・観光需要が引き続き強い印象があり、人手不足とみている。
	□	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・正月明けは引き続き消費者の財布のひもは固い一方で、飲食を含めた観光関連の消費は好調を維持している。
	□	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・今期の大型受注案件はおおむね完了し、生産、販売共に横ばいの状況である。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・引き合いはあるが、見積価格と受注者希望価格に差を感じる案件が続いており、取引業者との価格調整が難航している。
	□	会計事務所（所長）	取引先の様子	・物価高騰の影響が大きく、景況感の好材料がみられない。
	▲	*	*	*
雇用 関連 (沖縄)	×	-	-	-
	-	-	-	-
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（総務担当）	求職者数の動き	・3月の契約終了者が多く、案件はあるが求職者の動きは鈍い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比で求人数は減少したが、求人者から人手不足の相談は多くみられる。
	□	学校【専門学校】（就職担当）	求人数の動き	・前月同様、IT系企業を中心に求人を受けている。求人数が届くピークは過ぎたため、今後は同様の求人数で推移していくとみられる。
	□	学校【大学】（就職支援担当）	それ以外	・外食の値段が上がっている。購買意欲はあるが、節約の意識が続いている。
	▲	求人情報誌製作会社（審査）	求人数の動き	・景気は3か月前と比較して、僅かに下向いている。特にサービス業で新規求人の動きが鈍い。長引く物価高が原材料や光熱費などのコストを押し上げている。また、最低賃金引上げに伴う人件費の負担増も依然として重く、採用意欲の減退や採算性の悪化に影響している様子が見受けられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	-	-	-