

2025年2月26日

### ～第85回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2025年1月)～

## 物価高の影響が色濃く、景況感の停滞が続く

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、1月下旬に実施した「景気ウォッチャー調査」の結果をとりまとめましたので、ご案内します。

#### —現状判断—

- 2025年1月調査の現状判断指数は45.0と、前回10月調査（45.7）から $\Delta 0.7$ ポイント低下し、景気の横ばいを示す指数「50」を下回った。
- 「家計消費関連」では、すべての業種で長引く物価高の影響を受け、全体の景況感は2期連続で悪化となった。「事業所向けビジネス関連」では、物価高に伴う受注量の減少により景況感は6期連続で悪化した。「雇用関連」では、企業の人手不足感は根強いものの、最低賃金の引上げが重石になり、採用に慎重な姿勢を示す企業が増え、悪化に転じた。

#### —先行き判断—

- 2～3カ月先の景況感を示す「先行き判断指数（方向性）」は45.5と、現状判断（45.0）から+0.5ポイント上昇し、指数はわずかに改善する見通し。
- 「家計消費関連」は、歓送迎会シーズン等の需要拡大に期待がかかる一方、物価高による消費低迷への懸念が拭い切れず、悪化が続く見通し。「事業所向けビジネス関連」では、人件費や原材料価格の高騰に対する価格転嫁の遅れで悪化が続き、「雇用関連」は賃上げ圧力の高まりに伴い、採用控えが顕在化すると見立てから、景況感の悪化が継続する見通しである。

※本件のお問い合わせ先 担当（堀 翔太）

〈3月の記者発表予告〉下記の調査について記者発表を予定しています  
「静岡県内中堅・中小企業設備投資計画調査」

## 第 85 回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2025 年 1 月)

# 物価高の影響が色濃く、景況感の停滞が続く

### 現状判断 (D.I.=45.0)

#### 物価高騰が響き全分野振るわず、3期連続で悪化

- ・家計消費関連 (D.I.=45.4) 節約志向が一段と強まり、すべての業種で悪化
- ・事業所向けビジネス関連 (D.I.=44.0) 受注量の減少を主因に、6期連続で悪化
- ・雇用関連 (D.I.=45.0) 賃金上昇圧力の高まりや省人化の進展に伴い、景況感は悪化

### 先行き判断 (D.I.=45.5)

#### 事業所向けや雇用が低調、景況感は引き続き悪化傾向

- ・家計消費関連 (D.I.=47.1) 住宅関連は改善が見込まれるも、その他は悪化
- ・事業所向けビジネス関連 (D.I.=41.7) 価格転嫁の進展が見込み難しく、悪化が続く
- ・雇用関連 (D.I.=42.5) 賃上げ圧力の高まりによる採用控えが見込まれ、悪化

## 概況

2025年1月調査の現状判断指数は45.0と、前回10月調査(45.7)から△0.7ポイント低下し、景気の横ばいを示す指数「50」を下回った(図表1、2)。

「家計消費関連」では、すべての業種で長引く物価高の影響を受け、全体の景況感は2期連続で悪化となった。「事業所向けビジネス関連」では、物価高に伴う受注量の減少により景況感は6期連続で悪化した。「雇用関連」では、企業の人手不足感は根強いものの、最低賃金の引上げが重石になり、採用に慎重な姿勢を示す企業が増え、悪化に転じた。

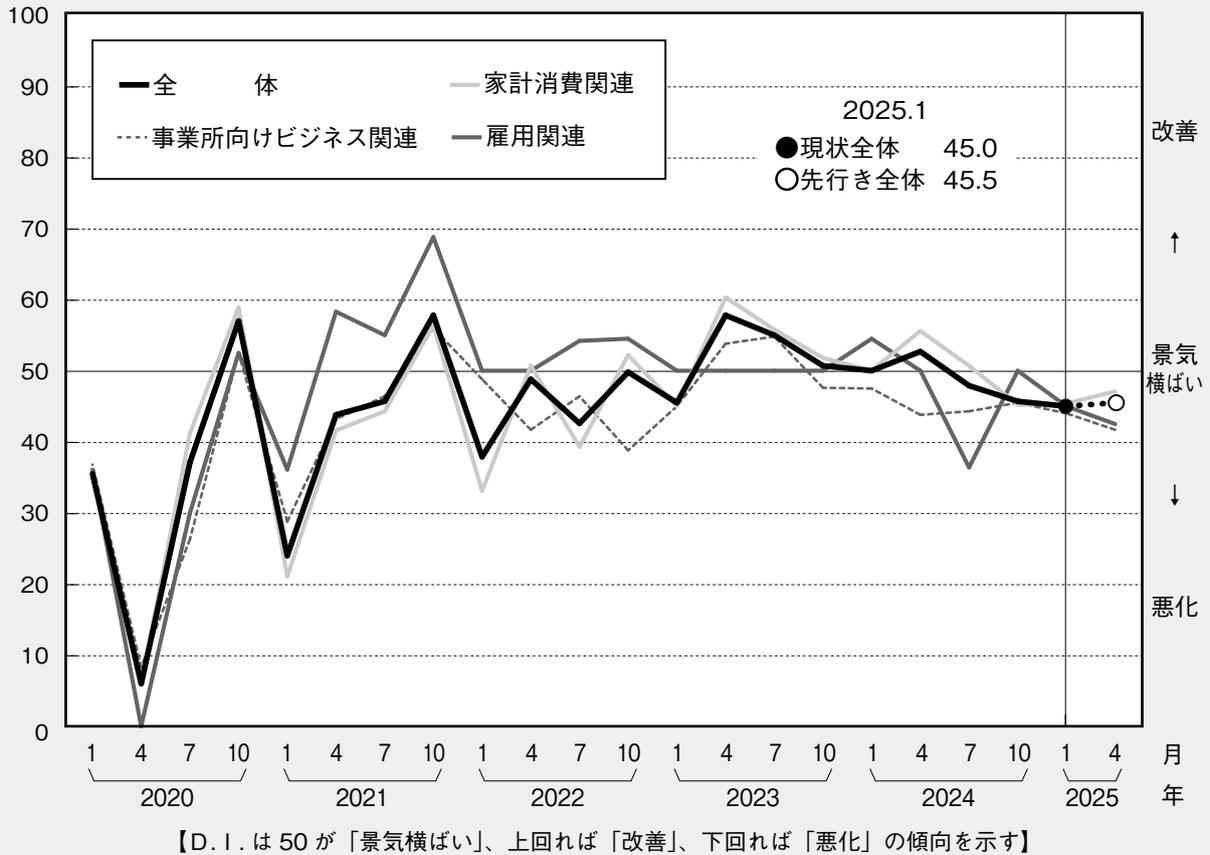
先行き判断指数は45.5と、現状判断(45.0)から+0.5ポイント上昇し、指数はわずかに改善する見通し(図表1、4)。「家計消費関連」は、歓送迎会シーズン等の需要拡大に期待がかかる一方、物価高による消費低迷への懸念が拭い切れず、悪化が続く見通し。「事業所向けビジネス関連」では、人件費や原材料価格の高騰に対する価格転嫁の遅れで悪化が続き、「雇用関連」は賃上げ圧力の高まりに伴い、採用控えが顕在化すると見立てから、景況感の悪化が継続する見通し。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、物価高に伴う個人消費の抑制が景況感を下押ししたほか、企業は受注量の減少基調から脱し切れず、全体としては悪化傾向が続いた。

今後については、物価上昇による景気の下押し懸念が強く残るものの、春休みシーズンの旅行や歓送迎会などサービス消費の拡大に期待がかかる。

(堀 翔太)

図表1 現状判断指数(D.I.)の推移と先行き判断指数(D.I.)



### 調査の要領

- (1) 調査目的：景気に関連した動きを観察できる立場にある人の協力を得て、景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断を調査することを目的としている。
- (2) 調査対象・方法：経済活動の動向を敏感に反映する事象を観察できる業種から選定した担当者にアンケート調査
  - ・家計消費関連 (n=70)
    - (内訳) 小売関連 (n=26) …… 百貨店、スーパー、乗用車販売など
    - 飲食関連 (n=11) …… 飲食店、外食チェーンなど
    - サービス関連 (n=24) …… 観光ホテル、旅行代理店など
    - 住宅関連 (n=9) …… 不動産販売、住宅販売など
  - ・事業所向けビジネス関連 (n=21) …… 印刷、広告代理店、運輸など
  - ・雇用関連 (n=10) …… 人材派遣、職業紹介など
- (3) 調査事項：現在の景気の水準について/景気の状態に対する判断 (3カ月前との比較) /その判断理由と追加説明および具体的状況の説明など (自由回答) /景気の先行きに対する判断 (2～3カ月前の予想)
- (4) 調査時点：2025年1月下旬
- (5) 回答状況：調査対象111名のうち、有効回答を寄せていただいた方は101名で、有効回答率は91.0%である。

\* 景気判断指数とは、景気の状態や先行きに対する判断を点数化 (下表) し、それらに各判断の構成比 (%) を乗じて指数 (D.I.) 化したものである。これにより、判断指数 (方向性) においては、50を上回れば「改善」、下回れば「悪化」の傾向を示すこととなる。

評価	現状判断	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
	先行き判断	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

## 現状判断

## 物価高騰が響き全分野振るわず、3期連続で悪化

### 家計消費関連（D.I.=45.4）

#### 節約志向が一段と強まり、すべての業種で悪化

家計消費関連の現状判断は45.4となり、前回（45.2）比+0.2ポイントと、わずかながら上昇したものの、悪化が続いた。

**【小売関連】**（44.2） 前回（40.0）から+4.2ポイント上昇したものの悪化が続く。「長引く物価高が影響し、一般消費が伸び悩んでいる」（商店街）や、「物価高の影響を受け、買上点数の減少が続いている」（スーパー）、「生活必需品の値上げにより、衣料品への支出を抑える傾向が強まっている」（衣料品販売）など、物価高騰による消費マインドの低迷を嘆くコメントが多く寄せられた。

**【飲食関連】**（45.5） 前回（50.0）から△4.5ポイント低下し、悪化に転じた。「年末年始等での出費が多かったせいか、消費が少し抑え気味になっている」（飲食店）や、「長い正月休みが終わり、飲食店での消費額が抑えられている」（飲食店）など、正月明けの消費者の外出控えを指摘する声が多く聞かれた。

**【サービス関連】**（46.9） 前回（48.1）から△1.2ポイント低下し、悪化が続いた。「ガソリン価格高騰の影響で、来客数が少ない」（観光施設）や、「販売単価の下落や、団体客の問い合わせ件数が微減傾向」（都市型ホテル）といった、来客数の減少を憂うコメントが散見された。

**【住宅関連】**（44.4） 前回（44.4）から横ばいとなり、悪化が続く。「お客様からの引合いが増えている」（住宅・マンション販売）など一部に明るいコメントもみられたが、「住宅展示場への来場者数、商談数、受注数がいずれも昨年を下回った」（住宅・マンション販売）といった、住宅市場の停滞を指摘する事業者が多い。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

調査時期 分野	2023年				2024年				2025年1月	
	1月	4月	7月	10月	1月	4月	7月	10月	今回	前回比
全体	45.5	57.8	55.0	50.7	50.0	52.7	47.9	45.7	45.0	△ 0.7
家計消費関連	45.0	60.3	55.8	51.8	50.0	55.6	50.7	45.2	45.4	+ 0.2
小売関連	48.1	61.5	55.8	49.0	49.0	46.7	52.1	40.0	44.2	+ 4.2
飲食関連	40.0	75.0	67.5	43.2	46.2	57.1	51.8	50.0	45.5	△ 4.5
サービス関連	43.2	59.8	54.5	55.2	48.0	60.2	47.0	48.1	46.9	△ 1.2
住宅関連	45.5	47.7	47.7	60.0	63.9	62.5	55.6	44.4	44.4	± 0.0
事業所向けビジネス関連	45.0	53.8	54.8	47.6	47.5	43.8	44.3	45.5	44.0	△ 1.5
雇用関連	50.0	50.0	50.0	50.0	54.5	50.0	36.4	50.0	45.0	△ 5.0
全国*	46.5	55.7	54.1	49.9	47.4	50.2	48.3	46.6	45.5	△ 1.1

※全国のデータは内閣府「景気ウォッチャー調査」（原数値）  
 は50以上

## 事業所向けビジネス関連 (D.I.=44.0)

### 受注量の減少を主因に、6期連続で悪化

事業所向けビジネス関連の現状判断は44.0と、前回(45.5)から△1.5ポイント低下し、6期連続で悪化した。「荷動きが増加傾向にあり、売上も増加傾向」(倉庫)と前向きに捉える事業者もあるが、「受注単価は上昇傾向にあるものの、発注者の予算枠がコストアップで抑えられているため、受注件数が伸び悩んでいる」(印刷)や、「コスト高騰の影響により、広告出稿の動きが鈍化している」(広告)など、受注環境の厳しさを訴えるコメントが多くみられた。

## 雇用関連 (D.I.=45.0)

### 賃金上昇圧力の高まりや省人化の進展に伴い、景況感は悪化

雇用関連は45.0と、前回(50.0)から△5.0ポイント低下し、悪化となった。「2024年6月から新規求人数が7カ月連続して対前年比で減少している」(職業紹介)や、「最低賃金の引上げでアルバイト・パートの採用に慎重な企業が増えた」(求人情報誌)といった求人数の減少を指摘するコメントが散見された。また、「自動化の流れでデータ入力や簡単な事務等、一般事務の案件が減少傾向にある」(人材派遣)など、省人化の進展を要因に挙げる事業者もあった。

### <現状判断の回答構成比>

現状判断の全体の回答構成比をみると、“やや良くなっている”が△0.2ポイント低下し、“やや悪くなっている”が+0.1ポイント、“悪くなっている”が+1.1ポイントそれぞれ増加したことで、全体の分布としては悪化方向に振れた(図表3)。

分野別では、家計消費関連は“やや悪くなっている”(△7.2ポイント)から“変わらない”(+4.8ポイント)、“悪くなっている”(+3.0ポイント)へのシフトがみられた。内訳として、小売関連の“悪くなっている”が+7.5ポイント増加し、家計消費関連全体の景況感を押し下げた。

また、事業所関連では、“やや良くなっている”(△3.7ポイント)“変わらない”(△2.6ポイント)から“やや悪くなっている”(+10.6ポイント)にシフトした。雇用関連は、“変わらない”(△40.0ポイント)が大幅に減少し、“やや悪くなっている”(+30.0ポイント)へ大きくシフトした。

図表3 現状判断の回答構成比

分野		現状判断				
		良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
全体	回答割合(%)	0.0	19.8	46.5	27.7	5.9
	前回調査との差(p)	± 0.0	△ 0.2	△ 1.1	+ 0.1	+ 1.1
家計消費関連	回答割合(%)	0.0	20.0	48.6	24.3	7.1
	前回調査との差(p)	± 0.0	△ 0.5	+ 4.8	△ 7.2	+ 3.0
事業所向けビジネス関連	回答割合(%)	0.0	19.0	42.9	33.3	4.8
	前回調査との差(p)	± 0.0	△ 3.7	△ 2.6	+ 10.6	△ 4.3
雇用関連	回答割合(%)	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0
	前回調査との差(p)	± 0.0	+ 10.0	△ 40.0	+ 30.0	± 0.0

## **先行き判断** 事業所向けや雇用が低調、景況感は引き続き悪化傾向

### 家計消費関連 (D.I.=47.1)

#### 住宅関連は改善が見込まれるも、その他は悪化

家計消費関連の先行き判断は47.1と、現状判断 (45.4) から+1.7ポイント上昇するものの、悪化が続く見込み。

**【小売関連】** (45.2) 現状判断 (44.2) から+1.0ポイント上昇するも、悪化が続く見通し。「バレンタイン催事・ランドセル商戦などのイベントによる来客数の増加が期待できる」(百貨店)など消費行動の活発化を期待する声が聞かれた一方、「物価上昇が続くため、節約志向が継続」(スーパー)や「さらなる物価上昇や家計の圧迫などが見込まれ、消費動向は悪化すると予想」(スーパー)など、物価高による消費マインドの冷え込みが懸念される。

**【飲食関連】** (45.5) 現状判断 (45.5) と同水準となった。「物価高の影響が続くと思われるが、歓送迎会シーズンを迎え、来客数、売上の伸びが期待できる」(外食チェーン)など繁忙期到来による売上増を期待するコメントもみられたが、「値上げが続けば、外食する機会も減りそう」(飲食店)など値上げによる外食控えを懸念する声も多い。

**【サービス関連】** (47.9) 現状判断 (46.9) から+1.0ポイント上昇するが、引き続き悪化の見込み。「春の行楽シーズンを迎え、来客数の増加を期待」(観光施設)、「インバウンドの増加」(観光ホテル)など来客数の増加を期待する一方、「ガソリン代の高騰による外出控えを懸念」(観光ホテル)など、燃料費の高騰を不安視する声もあった。

**【住宅関連】** (52.8) 現状判断 (44.4) から+8.4ポイント上昇し、改善に転じる見通し。「建築費の高騰や金利上昇の影響を受け、お客様の動きが鈍くなることを懸念」(住宅・マンション販売)との声が挙がった一方、「インフルエンザの流行が落ち着けば、来客が増え、商談機会も増えそう」(住宅・マンション販売)といった前向きな意見が増えている。

### 事業所向けビジネス関連 (D.I.=41.7)

#### 価格転嫁の進展が見込み難しく、悪化が続く

事業所向けビジネス関連は41.7と、現状判断 (44.0) から△2.3ポイント低下し、悪化が続く見通し。「荷動きの増加傾向が今後も継続すると予想」(倉庫)といった楽観的な声も挙がったが、「利益確保のため、原材料高騰分を転嫁したいが、できていない」(印刷)など、販売価格への転嫁に苦慮する様子が浮かび上がった。

### 雇用関連 (D.I.=42.5)

#### 賃上げ圧力の高まりによる採用控えが見込まれ、悪化

雇用関連は42.5と、現状判断 (45.0) から△2.5ポイント低下し、悪化が継続する見通し。「利益が減少している企業や、人手不足だが応募が見込めないところを中心に、求人を探る企業が増えていくとみられる」(職業紹介)や、「原材料などのコスト上昇が続く中、求人にも影響が及びそう」(求人情報誌)など、採用控えの動きが広がる可能性がある。

### <先行き判断の回答構成比>

先行き判断の回答構成比をみると、“やや良くなる”が△3.0ポイント減少したものの、“やや悪くなる”（△2.9ポイント）と、“悪くなる”（△0.9ポイント）も合わせて△3.8ポイント減少したことで、判断指数は現状比でわずかに上昇した（図表5）。

家計消費関連については、住宅関連で“やや良くなる”が増加したことで先行き判断が上昇した。事業所向けビジネス関連では、“やや良くなる”から“やや悪くなる”にシフトし、先行き判断は低下した。雇用関連では、“やや良くなる（△20.0ポイント）”が“変わらない”にシフトし、先行き判断は低下した。

図表4 現状・先行き判断指数D.I.

分野	調査時期	2025年1月		
		現状	先行き	差
全体		45.0	45.5	+ 0.5
家計消費関連		45.4	47.1	+ 1.7
小売関連		44.2	45.2	+ 1.0
飲食関連		45.5	45.5	± 0.0
サービス関連		46.9	47.9	+ 1.0
住宅関連		44.4	52.8	+ 8.4
事業所向けビジネス関連		44.0	41.7	△ 2.3
雇用関連		45.0	42.5	△ 2.5
全国*		45.5	47.9	+ 2.4

※全国のデータは内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値)

図表5 現状・先行き判断の回答構成比

回答	調査時期	2025年1月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		0.0	0.0	± 0.0
やや良くなる (やや良くなっている)		19.8	16.8	△ 3.0
変わらない		46.5	53.5	+ 7.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		27.7	24.8	△ 2.9
悪くなる (悪くなっている)		5.9	5.0	△ 0.9

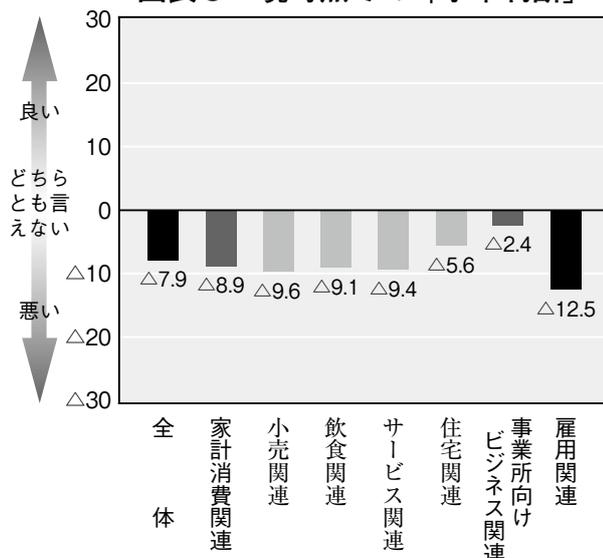
### <参考>

#### 現時点の景気は、やや“悪い”との判断

現時点での景気が“良いか悪い”を尋ねた「水準判断」は基準値「0」を△7.9下回った（図表6）。

家計消費関連では、小売関連、飲食関連、サービス関連での落込みが目立ち、すべての業種で“悪い”となった。事業所向けビジネス関連は△2.4、雇用関連は△12.5と、ともに「0」を下回ったことで、“悪い”と判断された。

図表6 現時点での「水準判断」



※現在の景気に対する判断を点数化して各判断の構成比を乗じた上で、「どちらとも言えない」をゼロとして数値化したもので最大値は+50、最小値は△50。プラスであれば景気が「良い」、マイナスであれば景気が「悪い」ことを示す。

付表 景気の判断理由

【現状判断】(◎良くなっている、○やや良くなっている、□変わらない、▲やや悪くなっている、×悪くなっている)

分野	判断	判断の理由
家計消費関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冬に入りインフルエンザが流行し、来客数が増加した（薬局）</li> <li>・新春初売りや決算セールで来客数が増えた（乗用車販売）</li> <li>・稼働率は変わらないが、販売単価の上昇により全体の収益は増加 (ビジネスホテル)</li> <li>・販売価格を値上げしたにも関わらず、法人・個人客ともに利用控えは起きていない (結婚式場)</li> </ul>
	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長引く物価高が影響し、一般消費が伸び悩んでいる（商店街）</li> <li>・昨年に比べ来客数は減っていないが、値上げによる購入控えが起きている (飲食料品小売)</li> <li>・物価高の影響を受け、買上点数の減少が続いている（スーパー）</li> <li>・生活必需品の値上げにより、衣料品への支出を抑える傾向が強まっている (衣料品販売)</li> <li>・お客さまの来店状況・買上状況に目立った変化は認められない (ガソリンスタンド)</li> <li>・年末年始は客数が伸びたものの、足元では鈍化している（飲食店）</li> <li>・物価高の影響でファミリー層の来店がほぼ皆無になり、以前は多かった新年会もなくなった（飲食店）</li> <li>・ガソリン価格高騰の影響で、来客数が少ない（観光施設）</li> <li>・販売単価の下落や、団体客の問い合わせ件数が微減傾向（都市型ホテル）</li> <li>・お客様からの引合いが増えている（住宅・マンション販売）</li> </ul>
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物価上昇による買い控えが、顕著に現れている（スーパー）</li> <li>・物価高の影響で、商品購入点数がやや減少した（生花店）</li> <li>・お正月商戦は想定より伸び悩んだ（外食チェーン）</li> <li>・年末年始等での出費が多かったせいか、消費が少し抑え気味になっている (飲食店)</li> <li>・長い正月休みが終わり、飲食店での消費額が抑えられている（飲食店）</li> <li>・物価高の影響もあり、入館者の減少傾向が続いている（観光施設）</li> <li>・物価高の影響により、受講生の入会数も減少した（カルチャーセンター）</li> <li>・住宅展示場への来場者数、商談数、受注数がいずれも昨年を下回った (住宅・マンション販売)</li> </ul>
	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>・正月明けから春先にかけての予約状況が悪い（観光ホテル）</li> <li>・新年会などの宴会が減少。また、インフルエンザの流行や物価高の影響により、外出移動の機会が激減している（タクシー）</li> </ul>

事業所向けビジネス関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベントやデザイン業務の提案案件の受注が増加した（印刷）</li> <li>・ 荷動きが増加傾向にあり、売上も増加傾向（倉庫）</li> <li>・ 年末から引合いが増えている不動産の売買が、引き続き好調（司法書士事務所）</li> </ul>
	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年が明けのんびりスタートした感じがある。動き出しが遅い（広告）</li> <li>・ 受注単価は上昇傾向にあるものの、発注者の予算枠がコストアップで抑えられているため、受注件数が伸び悩んでいる（印刷）</li> <li>・ 全体的な貨物量は増えていない（倉庫）</li> <li>・ 物価高騰に伴う経費上昇分を売上に転嫁するのに苦戦（税理士事務所）</li> <li>・ リース業界全体として調達面において金利上昇の影響を受け始めている（リース）</li> <li>・ 顧客の動きに大きな変化はない（イベント・展示場）</li> </ul>
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同業者や加工会社の廃業情報が入っている。需要全体が減少する中、バランスを維持できない会社は厳しい状況に置かれている模様（印刷）</li> <li>・ ガソリン価格高騰の影響が深刻化している（運送）</li> <li>・ 引合いがやや弱くなっている。また、人材の引き留めが困難になりつつある（ソフト開発）</li> </ul>
	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コスト高騰の影響により、広告出稿の動きが鈍化している（広告）</li> </ul>
雇用関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 有効求人倍率をみると、全国平均と比較してやや低調に見受けられる（人材派遣）</li> <li>・ 年度末に向かい、20代・30代の転職希望者が増える一方、中高年層の転職志向は強くない（人材派遣）</li> </ul>
	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人手不足が続き、積極的な採用活動を行う企業もあるが、新規求職者が減少する傾向がみられる。景気動向が不透明なことから、労働者のマインドが慎重になっているのではと推察している（職業紹介）</li> <li>・ 賃金を上げていかなければならないという経営環境でありながらも、十分に対応しきれない企業が多く、退職者が出ても補填する採用ができず、厳しい状況が続いている（求人情報誌）</li> <li>・ 2024年6月から新規求人数が7カ月連続して対前年比で減少している（職業紹介）</li> </ul>
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 最低賃金の引上げでアルバイト・パートの採用に慎重な企業が増えた（求人情報誌）</li> <li>・ 当社取引先の製造業の状況はあまり良くない（人材派遣）</li> <li>・ 自動化の流れでデータ入力や簡単な事務等、一般事務の案件が減少傾向にある（人材派遣）</li> </ul>

【先行き判断】(◎良くなる、○やや良くなる、□変わらない、▲やや悪くなる、×悪くなる)

分野	判断	判断の理由
家計消費関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バレンタイン催事・ランドセル商戦などのイベントによる来客数の増加が期待できる(百貨店)</li> <li>・給与のベースアップが経済に良い影響を与えると期待(スーパー)</li> <li>・物価高の影響が続くと思われるが、歓送迎会シーズンを迎え、来客数、売上の伸びが期待できる(外食チェーン)</li> <li>・春の行楽シーズンを迎え、来客数の増加を期待(観光施設)</li> <li>・インバウンドの増加(観光ホテル)</li> <li>・温暖になり外出機会も増えるので、利用増進を期待(結婚式場)</li> <li>・インフルエンザの流行が落ち着けば、来客が増え、商談機会も増えそう (住宅・マンション販売)</li> </ul>
	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の景況感が続けば、買い控えも継続と思われる(商店街)</li> <li>・ガソリン価格の上昇によりHEV・BEVの需要が増える可能性はあるが、食品や日用品の価格高騰による買い控えの懸念もある(乗用車販売)</li> <li>・春の行楽シーズンを迎えるので本来は上向くはずだが、長引く物価高やガソリン代の高騰による外出控えを懸念(観光ホテル)</li> <li>・建築費の高騰や金利上昇の影響を受け、お客様の動きが鈍くなることを懸念 (住宅・マンション販売)</li> </ul>
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コメ不足による米の単価上昇が家計を一段と圧迫しそう。物価上昇が続くため、節約志向が継続する(スーパー)</li> <li>・値上げが続けば、外食する機会も減りそう(飲食店)</li> <li>・年末年始を経て、娯楽への消費が抑えられている(観光ホテル)</li> <li>・物価高が重荷となり、消費者のマインドを後退させている (住宅・マンション販売)</li> <li>・宿泊業にとって、年末年始の繁忙期を越え、比較的落ち着いたシーズンとなる (観光ホテル)</li> </ul>
	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガソリン代の高騰や金利上昇等により、さらなる物価上昇や家計の圧迫などが見込まれ、消費動向は悪化すると予想される(スーパー)</li> <li>・収入減に加えて、燃料費等のコストアップも重荷(タクシー)</li> <li>・値上げによって客足が遠のく懸念がある(飲食店)</li> </ul>
ビジネス所向け関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎年2～3月は年度末に向けて受注増加が見込まれる(広告)</li> </ul>

事業所 向け ビジネス 関連	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>・荷動きの増加傾向が今後も継続すると予想（倉庫）</li> <li>・利益確保のため、原材料高騰分を転嫁したいが、できていない（印刷）</li> <li>・新年度に向けて、再度各資材関係の値上がりの情報が入っており、引き続き厳しい受注環境が予想される（印刷）</li> <li>・調達金利は上昇が予想されるが、年度末に向けて案件増が見込まれる（リース）</li> </ul>
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金利の引上げや人件費の高騰で人材確保の難易度がさらに高まり、中小企業のマインドが悪化する（ソフト開発）</li> <li>・人件費の高騰で収支のバランスが悪くなり、買い控えが増える可能性がある（イベント・展示場）</li> </ul>
	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出費を抑える動きが加速する可能性がある（広告）</li> </ul>
雇 用 関 連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年度末に向け、人手確保のための求人が増えそう。自動車大手の生産が現状より少し増え、西部地区の関連求人も増えそう（求人情報誌）</li> </ul>
	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>・価格転嫁が進まず利益が減少している企業や、人手不足だが応募が見込めないところを中心に、求人を控える企業が増えていくとみられる（職業紹介）</li> <li>・原材料などのコスト上昇が続く中、求人にも影響が及びそう（求人情報誌）</li> <li>・期間満了後の契約社員の直接雇用や、交代に伴う発注が例年より減少しそう（人材派遣）</li> </ul>
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大企業の賃上げに追い付けない中小企業に懸念がある。労働分配率の改定と人事制度改定への対応がカギと考えるが、経営負担となりマイナス方向に作用する懸念もある（人材派遣）</li> </ul>