

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	住関連専門店（営業担当）	・インテリア関係の小規模工事の受注、企業のリフォームや商業施設の工事が多くなっている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・秋になり少し気温も下がり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてやや良くなる。
	○	百貨店（企画担当）	・8月には行動制限のない夏休み・お盆ということで、人の移動が活発になり、それに伴ってファッション系商材の動きを期待していたが、7月中旬以降、毎日報道で新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最高といったネガティブな情報が流れていたこともあり、主要客層である高齢者を中心に来客数が大幅に減少したことで、売上も予想を大きく下回る結果となった。
	○	百貨店（業績管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数にかかわらず外出する人が増えてきている。2～3か月後には新型コロナウイルスの感染状況も落ち着くと考えられるため、景気は今より良くなると考えている。
	○	スーパー（販売担当）	・秋の改装を機に商品構成等を変えることにより、来客数、売上の増加を期待する。
	○	コンビニ（店員）	・気候が良くなれば、秋の行楽への人出に期待したい。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・政府も新型コロナウイルス感染症対策の更なる緩和を目指す方針であり、前年比ならば小売業界の見通しは明るい。今後の課題は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年に比して、どこまで利益を回復させることができるかとなる。
	○	衣料品専門店（店長）	・経済の回転は高まっているが所得への影響は感じられず、消費者はまだまだ慎重な買物を行っている。新型コロナウイルス感染による人手不足もあり、企業は仕事を多くこなせなくなっている。少しずつではあるが、改善の方向に向かっている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・これからの季節が衣替えや上下そろえて着るという意味で、スーツ業界としては一番販売しやすい時期になる。閑散期であった夏場を過ぎてこれからが本番である。成人式や就活が始まる時期にもなるため、ぼちぼちそちらの動きも出てくる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス次第であるが、多少収束に向かうと見込まれるため、それに合わせて景気も少し戻ってくるのではないかと。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトし、社会に安心感が広まることで、外出意欲、買物意欲の向上を期待する。
	○	高級レストラン（経営企画）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、ディナー客の回復が予想される。また、ウィズコロナの自主対策、店舗対策の実施により、年末に向けて各社、各店では機会創出を行っていく。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、新規感染者数の把握等、政府の考え方が変わってくると思われ、年末に向けて少しずつ人の動きも出てくる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍でも、行動制限の緩和により需要増加が期待できる。
	○	都市型ホテル（従業員）	・大型集客施設のオープンや新しい工業団地へ進出する工場の準備で、関係者の宿泊を見込む。
	○	都市型ホテル（経営者）	・もし一棟貸しが中止されたら困る。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大は落ち着くという希望的観測を持っている。
	○	旅行代理店（経営者）	・3年目となった新型コロナウイルスの感染状況が収束して落ち着いてくれば、景気も少し良くなる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着くという意味で良化を期待するが、何らかの国の施策が実施されない限り、またしばらくしたら同じ波の繰り返しである。
	○	通信会社（営業担当）	・本格的な設備工事が始まる。
○	テーマパーク（職員）	・今後、国の新型コロナウイルス感染症対策の緩和でインバウンドなどが期待できる。	
○	テーマパーク（職員）	・秋の集客キャンペーンが始まる。	

○	レジャーランド（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着くまでは、新型コロナウイルス感染症以前の7割程度になると予測している。過去2年とも秋季期間は感染状況が落ち着いており、政府の新型コロナウイルスへの対応が緩和する方向になれば、来場者数は回復してくると考えている。
○	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、そこそ順調に推移している。10～11月はゴルフシーズンとなるため、例年と大きな変動はないと見込まれ、今月より景気は良くなる。
○	美容室（経営者）	・徐々に客足も戻ってきており、これから少し涼しくなるため客の出足も良くなる。
□	商店街（代表者）	・9～10月といろいろな物が値上がりするという情報が出ている。したがって、なかなか個人消費の拡大まで客の懐具合が回復しない状況が、ここ数か月は続くと考え。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くかどうか全く分からないため、先が読めない。
□	商店街（代表者）	・原材料、エネルギーの価格上昇や所得の状況、国の政策等をみる限り、短期間で景気の状態は変わらない。
□	商店街（代表者）	・変わらないというより、分からない。商店街は、新型コロナウイルスの感染状況ですぐに変化してしまう。
□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・先の回復状況が予測できない。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波の影響と10月からのビール、焼酎の値上げで、日常の外食はますます控えられる。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ物価が上がると、どの支出を削るかということになり、厳しい状況が続く。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・個人の財布のひもはコロナ禍において固くなっている。個人の付き合いは葬式、結婚式を含む全てで減少傾向と見込む。しかし、法人需要は秋口に向かってイベントの復活等により需要が伸びており予約も入ってきている。全体で考えるとプラスマイナスゼロという状況であるが、中身が変わる。
□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によって景気が大きく左右されるため、先行きが分からない。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・為替の影響で買い控えが継続すると予想される。
□	百貨店（売場主任）	・定番商品の入荷も厳しく新作の納期も少し遅れるようである。これから売場改組に入り売場の状況が把握できないため、売上はやや落ちる。
□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波による新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となるが、様々な商品の値上がりなどにより、衣料品や食料品などの購入を手控える動きが顕著になってくる。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減らない。原材料費高騰に伴う物価高などにより、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にまでは戻らない。
□	百貨店（販売促進担当）	・行動規制がないため、好景気は当面継続すると予測する。
□	百貨店（販売担当）	・先が見えないため判断は難しいが、現状のまま変化はないと考える。
□	百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減により客の動きも変化するが、大きく状況が変化するという感触はない。
□	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の終息を祈っているが、困難なようである。新型コロナウイルス感染症とうまく付き合いながらの景気回復には、まだまだ時間を要する。
□	スーパー（店長）	・商品の値上げ以外にも電気料金の値上げも控えており、買い控えの状況はまだ続く。
□	スーパー（総務）	・商品の値上げが相次ぐなかで客の財布のひもは固くなると見込んだが、売上動向をみると、買上単価は当然上がっているが買上点数も若干上がっており、消費動向は若干良い。したがって、同じような景気が続くかと判断する。
□	スーパー（支店長）	・相変わらず新型コロナウイルスに振り回されている。景気の回復傾向は少しみられるものの、現場サイドでは物価高に拍車が掛かり、消費が冷え込んでいる状況はまだ続く。政治と宗教の問題がいつまでも取り上げられ、景気回復策への期待が持てないことが不安でならない。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況には落ち着く兆しがみえず、現状の流れのまま低空飛行で、秋の行楽時期を迎えようである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況は高止まりが続いている。新型コロナウイルスの新規感染者数がある程度収束に向かわないことには、現状から変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・近所の飲食店から、8月中旬になって徐々に来客数が回復しつつあると聞いた。当店も僅かに上向き傾向にあるが、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・来客数が増えていないため、余り伸びそうにない。現状維持となりそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価は上昇しているが賃金は上昇せず、来客数は前年より減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・2か月後には新型コロナウイルス感染症の第7波は落ち着いていると見込まれるが、コロナ禍はまだまだ続くであろうし、いろいろな物の値上げが心理的に影響して、消費は上がらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後も当分は足元の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・物価高の影響が今後どのように出てくるかを注視する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・単純に材料がないという今の流れから考えると、期待はできない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・夏休みも終わりこれから増販を期待したいが、多くの客からは、生活に係る費用はより増えるため財布のひもを締めようという思いが強く感じ取れる。生活に余裕を持つことはなかなか難しく、市場の動きは重い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・自社で販売する商品もそうだが、納期が延びたり未定の車種まで出てきている。少しずつ購買の動きが出てきているなか、製品がなければ売れず、景気の回復まではまだまだ時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・前々年と比べれば持ち直してきた状況であるが、コロナ禍の環境で依然先行きには不透明感がある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・世界がどのようになっていくのか、見守るしかない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらない限り、期待は薄い。世の中の雰囲気が変わらないと難しい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・既存政策の延長線上では、諸外国と比較してもスピード感に欠ける。労働人口の高齢化とともに消費行動も減少しているため、地域ごとによりきめ細かい政策を考え、全国一律での実施は再考すべきである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・職場旅行や団体旅行といった一般的な旅行が新型コロナウイルス感染症発生前のように実施される要素は、今のところ見当たらない。新型コロナウイルス感染症が収束したとしても、カンフル剤となるGo To Travelが延期状態では話にならない。政府に振り回される状況が続くうんざりしている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・現首相の政策による。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・秋にはいろいろな物価上昇が懸念されるため、良くなるどころまではいかず、現状維持と考える。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたとしても、半導体不足や物価高の影響により、元には戻らない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・情報通信機器の単価が上がり続けていて、客の購入意欲が下がっている。2～3か月で意欲が回復するとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・ADSLサービスの終了に伴って光回線の新規開局ビルが増え、光回線の新規申込みが増えていくが、競合会社も提供を開始するので、現状と変わらない程度の販売量となる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・一時のように新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いた状況が続けば好転しそうだが、今のところ期待薄である。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・今年に入ってウクライナ情勢の悪影響、円安、マスコミ等の報道で失われた30年の問題が表面化してから状況が非常に悪化している。どの問題も早期の解決は期待できないため、しばらくはこの状況が続くことを危惧している。

□	美顔美容室（経営者）	・年末までキャンペーンによるセット商品の複数購入が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・このままの状態が続きそうである。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・第2繁忙期に入るので、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数は高止まりではあるが期待したい。
▲	商店街（代表者）	・電化製品の単価上昇が激しい。特に、テレビや冷蔵庫、洗濯機などである。買いたくてもなかなか買えない状況になってくるのではないかと。
▲	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢が好転すれば景気は良くなり、悪化すれば景気は悪くなる。
▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・新型コロナウイルス感染症の終息後には、明るい将来を期待したい。
▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・秋以降円安による商材の値上げがまだまだ控えていて、買い渋りが予想される。
▲	百貨店（販売担当）	・景気動向は余り大きく影響しないが、ファミリー層の客が多く買上点数が減っている。
▲	スーパー（店長）	・電気料金値上げによるコスト増と商品の値上げによる買い控えが続く。
▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーにおいては、9月以降更に値上げが発生する。
▲	スーパー（店員）	・東北地方を襲った豪雨の影響がこの後どう響いていくか。特に、りんごの収穫量の動向が大きく注目される。
▲	スーパー（営業企画）	・原料費値上げの影響が段々と拡大しており、商品単価の上昇は更に進むと見込まれる。それに伴って日用品の消費も引き締められる。
▲	スーパー（販売担当）	・余りイベントがない季節になるため、来客数が減る。
▲	コンビニ（企画担当）	・今後、新型コロナウイルス感染症の影響よりも物価上昇の影響が出てくることが予想され、景気が悪化する。
▲	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症からの回復があっても、物価高により、先行きは不安である。
▲	コンビニ（店長）	・最低賃金の引上げにより非正規社員の給与は増えるが、会社としては人件費の増加につながる。単価が上がる分、会社が要員数を減らすと、支払われる給与は減少する。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・生活必需品の値上げに伴い、消費が冷え込むと予測する。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・単価割れが目立つ状況である。光熱費の上昇や価格上昇が続き、購買意欲は低下すると予想される。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で期待をしていたが、売上は伸びなかった。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・足元の物価上昇の状況に鑑みると、生活者の消費動向は、より慎重になる。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルスオミクロン株は、重症化の可能性は低いようだが今までよりも身近なところで感染拡大を感じる事が、来客数の減少につながっている。感染率が下がらないまま新型コロナウイルス感染症の第8波突入も懸念されるなかで、新型コロナウイルス感染拡大の初期のような在宅特需もないため、売上増加は期待できない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期遅れには改善の兆しがみえない。最低でも年度内は、この状態が続くと予想する。
▲	乗用車販売店（従業員）	・納期が全く読めない車を販売しており、伝えた納期より半年以上遅れるケースもざらにあり、販売する方でもかなりストレスを感じる。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・やはり半導体不足が影響しており、車の生産量もかなり絞られている。車を販売したくてもできない状態が続いている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・新車購入の動向において、下取り車の価格がこれまでは上がってきていたが、昨今は下がり気味になっており、この状況が続くと新車の売行きも一度に落ちていくのではないかと。
▲	一般レストラン（経営者）	・相次ぐ値上げと新型コロナウイルス感染症の影響で、まだまだこれから厳しい状況となる。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する不安や社会的な不安要素で、客の外食への意欲が低下する。
▲	一般レストラン（経営者）	・テレビでは全国的に皆がいろいろ移動して楽しんでいる様子が見られる。しかし、余りにも物価が上がり過ぎて、これから先の収入や消費のことを考えると少し無理がある。

▲	一般レストラン（従業員）	・物価の上昇で消費を控えている。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安による値上げを秋に控えており、販売量は減少を見込んでいる。卸先からもより安価な商材の要望が増えているが、利益率も低く販売量を維持して利益減少となる見通しである。
▲	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第であり、先を読むことは非常に難しい。団体需要の回復や小グループの復活があれば、持ち直す可能性はあるが、2～3か月先の大きな団体客はすぐ決定することはないため、やや弱含みで進むと考える。
▲	旅行代理店（経営者）	・県民割が継続されているため足元の事業は好調であるが、県民割が停止された場合、今の好調は続かないので不安がある。
▲	旅行代理店（経営者）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が改善しないと、先行きが心配である。9月7日以降のワクチン3回接種者の帰国前PCR検査不要は非常に一歩である。どんどん海外に行くチャンスが訪れるようになってくれたらうれしい。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大が収まらなそうなので、何も変わらないかみならず、むしろ先行きは少し心配である。再度、補助金の支援をお願いしたい。
▲	テーマパーク職員（総務担当）	・10月に商品の値上げが多数あり、それに伴う影響が今後大きくなる。
▲	観光名所（案内係）	・年代によって人出は少し戻ってきたものの、更なる諸物価の上昇が見込まれる。3年目のコロナ禍で、外出意欲は非常に削がれ在宅優先になっており、どうしたらよいかよく分からない。
▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の影響が持続して、従前の売上に戻らない。
▲	理美容室（経営者）	・いろいろな物価が上がり、余り出掛けたくない客は言っている。
▲	美容室（経営者）	・まだ今のところ景気には値上げの影響がそれほど出ていないが、2～3か月後には顕著に出てくる。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスオミクロン株B.A. 5には困っている。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・燃料費やこの秋から本格化する仕入原価の値上げなど、全ては原価の高騰にある。介護保険制度による福祉用具のレンタル料金は価格上限が設定されているため、値上げの改定ができない。物価に連動した制度にはなっていないため、身を切る制度となっている。他の介護保険サービスではいろいろと加算助成があるが、福祉用具は除外されている。何とかしてほしい。
▲	設計事務所（職員）	・今の政府の状況を見ると、景気が上向きになる様子はない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・購入を後押しする税制などもあるが弱い。中古住宅など価格が分かりやすく安い物件に流れている。新築住宅は伸び悩む。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・食品、光熱費、生活費が全て値上がりして、経済格差というべきか、家計の苦しい家庭がますます増える。経済対策を待つよりも自己防衛に入っている。
×	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着くと考えるが、物価高や中国のゼロコロナ政策が引き金となって世界的に景気は後退し、我が国でも企業業績の悪化や個人消費の減退が間違いなく起きる。
×	スーパー（店員）	・このまま商品全体の値上がりが続けば、当然価格を上げざるを得ない。利益には結び付かず商品も動かなければ、景気は悪くなる一方である。
×	コンビニ（店長）	・7月辺りから来客数が減り続けている。10月からの値上げラッシュで明るい材料は見当たらない。
×	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急増、物価高、天候不順などは9～10月も変わらない。天候不順に関しては、雨天などではなく気温低下が早まる可能性が想定され、その場合、ドリンク、アルコール、アイスなどの販売が一気に低下する懸念がある。
×	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束しても、当分は気が乗らなくて、店にまで足を運んでくれる客は少ないと考える。

	×	一般レストラン（経営者）	・物価などの上昇が原因である。
	×	設計事務所（経営者）	・現時点で計画案件がないと、先につながる仕事はない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・売地が少ないため分譲住宅が販売しにくい。土地があっても高く買えず、非常に厳しい状況である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・材料不足は解消されつつあるが、部材費がいまだに高騰している。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・台湾向けの空容器輸出需要は徐々に増えていくと見込む。
	○	化学工業（総務秘書）	・物価が上がるなかベースアップを実施する企業の報道も相次ぐ。物価上昇と賃金アップは資本主義経済の健全な成長の構図であり、物価高に社会全体で対処できたら、それも悪いことではない。国葬により、海外の首脳に慕われた我が国の宰相を日本人自身が再認識し、物価高には前向きに取り組んでいけば、景気は上向く。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かえば、客先のリニューアルで設備投資がある程度期待できる。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、少しずつ海外からのインバウンド需要も戻ってくるのが予想される。国内だけでなく、海外からのヒトやモノの流れが戻ることによって少しずつ景気が回復していくと予想される。国内についても、新型コロナウイルス新規感染者数の集計方法が変わることにより行動制限も緩和され、今以上に経済が流れてくるのではないかと考える。
	○	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として多いが、以前のような行動規制がなく、旅行に出掛けるとバスは満席に近く、観劇についても演目によってはチケットが取りにくいものも多くなっている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・悪い時期は必ず終わりがあり、新型コロナウイルス不況もそろそろ終わりが近いと考える。世界は経済優先で動き始めており、あと少しの辛抱である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・2～3か月先は例年秋需で景気が良い時期となるが、今年は、原材料の2回目の値上げが10月から実施されると発表があり、コスト上昇分を販売価格に転嫁できず、景気は厳しく現状の悪いままが続くと見込む。
	□	金属製品製造業（経営者）	・原材料価格の上昇に対する価格転嫁の要請を続けている。値上がりを見越した早めの受注が出ているため、将来的には伸びはないと考える。
	□	金属製品製造業（従業員）	・東京での再開発案件が活発になるという見方もあるが、果たして当地域にまで波及があるか、また本当に動き出すのか、余り楽観的にはみられない。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米向け案件は余り受注できなかったが、引き合いは減っておらず、欧州・アジア向けも引き合いは多く、設備投資意欲が旺盛である。ただし、部材費や輸送費の高騰で利益確保は難しい状況である。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスやウクライナ問題の影響が比較的少なく、上向きを見込む。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・販売量、受注量共に横ばいが続いている。販売量に変動がないため売上金額としては2割アップだが、今後値上げの影響が若干出る心配があるため、横ばいと見込む。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・景気が上向きになる材料は何もない。
	□	建設業（経営者）	・国際情勢ではウクライナ問題などいろいろあり、我が国も巻き込まれている。新型コロナウイルスのこともあり、暗くはつきりしない。
	□	建設業（営業担当）	・コロナ禍で仕事がなくなったり縮小したり、受注をしても部品がなくてできなかったり早くできないなど、いろいろな状態があるため、一概に良くなるともいえない。ただし、いずれは通常どおりに戻っていくので、昔から仕事がある会社は、回復していくのではないかと。
	□	輸送業（従業員）	・荷主でも協力会社でも新型コロナウイルス感染症の影響がどんどん出ている。原材料の価格高騰も含め、忙しくはなっても利益につながらない状況が続く。
	□	輸送業（エリア担当）	・物量は安定している。

□	輸送業（エリア担当）	・一部のEC以外では、物の動きが悪くなっている。
□	金融業（従業員）	・物価の上昇が収まらず、景気が良くなるとは考えにくい。
□	金融業（企画担当）	・コスト増を価格に転嫁できないため、給料としての人件費の伸びがほとんど期待できない中小企業が多い。給料が上がらないと景気回復は期待できず、当面現状の景気が続く。
□	不動産業（経営者）	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に減少し、外出や遠出をする人は徐々に増加傾向になっていくと予測している。売上は引き続き増加し、前年を上回る状況が続くと見込んでいる。
□	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大に加え、物価高も止まらないため、新しい企画にも今一步踏み込めない。
□	行政書士	・業績も上に伸びるといことがなくなり、横並びである。
▲	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇に伴い、嗜好品離れが進んでいる。販売量からみても回復は難しい。
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・一部電機部品の入手難のため、装置や車等の生産が滞っているが、なかなか回復の兆しがみえず生産調整を余儀なくされている。しばらくは受注量の低下が予想される。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状よりも悪くなる。特に中国向け製品は減少傾向にある。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだまだ続く物価高と円安で、良くなる見込みはない。
▲	建設業（役員）	・今後の好転を見込める情報が見当たらない。むしろ、資材の価格高騰や納期の遅れなど不安材料が多い。
▲	輸送業（経営者）	・最低賃金の上昇、低迷する乗用車生産に追い討ちをかけたトラックメーカーの生産停止、人手不足とトラック不足、高止まりする軽油と倉庫の電気料金の値上げ交渉など、物流業にとって明るい材料は何一つない。
▲	通信業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染拡大、物価高騰と賃金の伸び悩みは、まだまだ続く予想する。
▲	通信業（法人営業担当）	・コロナ禍でも打撃を受けない現状維持の企業や大打撃の負け組企業は、よくメディアに取り上げられるが、コロナ太りの勝ち組企業には意外とスポットが当たらない。勝ち組企業は、瞬間風速の資金を社屋建て替えや負債返済に充てているケースが多い。これからは新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、悪い企業は悪いまま、良かった企業も業績に好影響を与えていた新型コロナウイルス感染症の影響が減ることで経営は下向きになる。全体として下がる要素ばかりである。
▲	通信業（法人営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まり、若者の新型コロナウイルスに対する意識の低下と生活弱者での感染拡大等、非常に厳しい状況にある。ロシアのウクライナ侵略による諸物価の上昇が消費者心理を冷やしている。当社としても先行きは今一つという部分がある。どうなるか分からないが、良い面よりも悪い面が多い。
▲	金融業（従業員）	・円安傾向と世界的に株価が暴落していることから、景気に対する先行き不安がある。ただし、今と変わらないという業種もあるため、全体としては若干悪くすると考える。
▲	不動産業（経営者）	・消費物価の上昇により、マンション価格では緩やかな下降が予想される。
▲	会計事務所（職員）	・仕入原価が上がっているが、販売価格に転嫁できていない企業では利益率が悪化している。今後も物価上昇が続く、消費者の買い控え傾向が強くなってくると、販売価格を抑えざるを得なくなり、状況はますます苦しくなる。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・9～10月にまた値上げの情報が出ているが、給与が増える見込みがない。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・全く景気が良くなる雰囲気ではない。物価は上がり給料はそのままか、もしかしたら下がるという状況である。まだまだ新型コロナウイルスの問題もあり、景気は悪くなる。
×	鉄鋼業（経営者）	・良くなるという客がほぼいない状況である。
×	電気機械器具製造業（総務担当）	・参議院選挙後に経済対策が実行されるものと期待していたが、何ら具体策もなく落胆している。周りの状況をみても何も変わらない。こういう感覚を持ってしまうと、景況感は悪くなるばかりとなる。

	×	輸送業（エリア担当）	・新築工事の原材料費、工賃だけではなくて修繕に係る費用も上がってきている。その間隔が、半年単位ではなく1か月ごとに上がっている。こういう状況では金の循環が滞り、景気は悪くなる。予定工事を取りやめになるケースも出てくる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの出稿が増える見込みが全くない。
雇用 関連 （東海）	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大型集客施設がオープンするため、県内の観光関連産業は良くなると予測する。
	○	職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向にあるものの、有効求職者数のうちパートタイム求職者数は、増減を繰り返している。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルスによる行動制限も緩和しており、本学学生の主な就職先である医療機関では、直近2年と比べ採用数も採用件数も増加傾向である。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特に大きな変化の兆しはない。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に減らないと、良くなる見込みはない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの感染拡大にも慣れてきた感があり、ある意味で落ち着きを見せている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・今年度上期は人材不足から求人数が一気に増えているが、この状況は製造業やサービス業を中心に変わらず求人数は推移すると考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加傾向が落ち着き、採用数が横ばいとなってきている。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーは、9月から11月の生産台数の発表で増産を打ち出したが、部品供給・半導体不足が解消されなければならない。また、エネルギー価格の高騰が続き、収益悪化が顕著になっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現在のマイナス要素は全て織り込んでいるため、今以上更に悪くなるとは考えにくい、停滞した現状が当面続くと考ええる。
	□	職業安定所（所長）	・一部の業種では新規求人数に減少もみられることから、今後に向けては注意が必要である。
	□	職業安定所（職員）	・久しぶりに行動制限のない夏を迎え、人の流れも増えたと実感している。反面、新型コロナウイルスの新規感染者数が日々増えている状況にある。ウクライナ情勢も長期化し、食料品を中心に値上げも続いているなか、景気の上昇は難しい。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症のまん延状況、海外情勢や為替の状況により、今後の景気情勢には不安要素が大きい。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が増加し有効求人倍率が良くなるとは思えない。
	□	職業安定所（職員）	・原材料やエネルギー価格の高騰、新型コロナウイルス感染症の再拡大といった要素が、今後の景気にどのような影響を及ぼすか不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの、事業活動は活発化している。引き続きガソリン価格の高止まりや物価上昇があると思われるため、今の景気は変わらないと考える。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ここから年度末に向けては、時期的に潜在転職層となっている求職者が動き出し、法人側の採用意欲も減退がないことから、採用決定者は増加すると見込む。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は収まりつつあるが、世界情勢による経済失速の影響もある。最近の物価上昇などから、今までと同レベルの生活をするのが難しく感じてきている。業界としても、景気が上向きになる要素が見当たらない。
		▲	人材派遣業（営業担当）
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・今月は季節性のある派遣募集増加であるため、2～3か月後は人材募集が落ち着くと考えられる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・円安や物価高で生活費が増加する一方で、収入は変わらない。
	×	—	—