

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・インバウンドも制限がなくなり、円安で外国人観光客が喜ぶ。全国旅行支援も始まるため、期待度がやや高い。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	・10月からの全国旅行支援の開始に伴い、旅行などの行楽需要活性による来客数の増加を期待する。
	◎	旅行代理店（経営者）	・10月から全国旅行支援が始まり12月中旬まで実施されるようなので、旅行会社にとっては良くなる。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要回復目的の全国旅行支援が国の施策として開始される。2年前のGo To Travelの再来と大変期待している。客からの問合せが毎日あり、団体旅行にも利用できるという方針のため、ここ2年実施を取りやめていた法人の旅行が復活すると考えられる。
	◎	タクシー運転手	・これまではコロナ禍の影響で良くなかったが、コロナ禍の影響が少なくなるため必ず良くなる。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・気候も新型コロナウイルスの感染状況も落ち着けば、客も多少は戻ってくる。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・コロナ禍が終息してからの展望が段々とみえてきた。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はピークアウトし、来客数、売上共に前年を大きく超えているが、新型コロナウイルス感染症発生前に比しては大きく下回っている。高額品・食料品は引き続き好調を維持しているが、ファッション関連が戻っていない。今後、全国旅行支援やインバウンドの戻りに勢いがつけば、更なる利用拡大が見込まれる。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、人流も戻ってくる。
	○	百貨店（営業担当）	・コロナ禍が収束し、生活様式もウィズコロナが定着しつつあり、経済活動が活発になってくると予想される。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの規制も緩和されて徐々に外国人も増え、円安で爆買が期待できる。
	○	百貨店（販売担当）	・来客数は回復傾向にあるが、買い控えも見受けられる。
	○	スーパー（販売担当）	・いろいろなイベントが待ち構えているため、来客数が多くなり購入品目数も多くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況等もこのまま落ち着き、秋の行楽シーズンが進むにつれて更に客足が多くなり、通常の固定客にプラスαの客層拡大が見込める。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・10月には全国旅行支援も開始予定のため、小売業界でも更なる好景気が期待できる。世間ではロシア・ウクライナ戦争の影響、物価高などマイナスのニュースがあるが、コロナ禍から脱却の効果が絶大で、しばらくは前年比で売上増加が見込まれる。
	○	コンビニ（店員）	・年末、クリスマスシーズンに入るため、客単価アップが期待できる。
	○	衣料品専門店（店長）	・主要客である職人の仕事量は、職種によりけりではあるが増加傾向にある。外国人実習生の客の利用が増え、また、彼らを雇用する会社の購買額も増えてきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・仕事をする人にはスーツは必需品である。成人式用のスーツと同時に礼服をセットで購入する客も増えてくると見込まれ、売上はプラスになる。7月から9月は順調であったので今のところ目標予算は全てクリアしている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が拡大しても国は制限をしなくなったため、国内消費も上がってくる。外国人の入国制限が解除されれば、円安もありたくさん買物をするのではないかと。
	○	乗用車販売店（従業員）	・この先それほど大きな問題が起こらなければ、期待も含めて年末に向かって良い方向に向かう。
○	乗用車販売店（従業員）	・全体的な流れとして良い。底堅い雰囲気でもアクセス数も増えている。中古車業界は良い方向にあり、問合せがとにかく多い。	
○	住関連専門店（営業担当）	・先々の工事の受注や見積件数は、リフォームを中心に住宅、商業施設で多くなってきている。	
○	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の減少により人流が活性化する。円安による物価高騰が懸念されるが、全般的には改善へ向かうと考える。	

○	その他飲食 [仕出し] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べればまだまだであるが、人の流れが戻ってきていることが大きい。
○	観光型ホテル (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が収まっていることと、新型コロナウイルスに有効なワクチン接種が進むことで悪い材料がなくなる。よほど大きな感染拡大がない限り、今を底に徐々に回復に向かう。新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握をやめるのも安心材料の1つとなり、景気はやや良くなる。
○	観光型ホテル (支配人)	・全国旅行支援の開始に伴う効果が期待できるが、原材料費値上げによる消費マインドの冷え込みが懸念される。
○	都市型ホテル (経営者)	・新型コロナウイルス感染症との闘いもいよいよ終わりに近づいた。将来が楽しみである。
○	都市型ホテル (営業担当)	・全国旅行支援やインバウンドが増加すると、国内のデマンドも良化すると思われる。ホテル全体での実際の需要回復は、もう少し先と考える。
○	都市型ホテル (総支配人)	・ビザの規制緩和を見込んで、海外からの11月以降の予約が入り始めている。団体宿泊の問合せも増えている。後は大手企業が外食の規制を解除すれば、レストラン、宴会共に少し改善すると期待している。
○	旅行代理店 (経営者)	・全国旅行支援がGo To Travelのような起爆剤になればよいと思う。ただし、秋の連休後に開始になるためファミリー層には少し利用しにくい。秋の商品は既に動いているため、できれば一番の閑散期になる1~2月やファミリー層が使える春休みの3月に延期してほしい。受験でホテルを利用する学生にも使いやすく、それこそが全国旅行支援ではないか。もっと現場の声を反映させてほしい。また、予約開始日や中身がきちんと関係機関に到達してから報道するべきであり、きちんと決まっていなのに開始するという発言は困る。当地方については、海外路線はほとんどの運休便が戻っていないため困っている。また、燃油は高く、円安による物価高で困っている。
○	旅行代理店 (営業担当)	・全国旅行支援が売手・買手の双方に受け入れられる仕組みであるならば期待できる。しっかりと現場の声を反映して、魅力ある制度にしてほしい。
○	タクシー運転手	・物価上昇などマイナス面もあるが、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言がなかった前年11~12月の忘年会シーズンは売上が良かったため、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が収まった状態であれば、前年並みの売上があると予想する。
○	通信会社 (営業担当)	・クリスマス商戦で売上が上がると予想される。
○	通信会社 (営業担当)	・徐々に新規工事の計画があり、今後も続くと考える。
○	レジャーランド (職員)	・全国旅行支援、イベント割の開始により、集客効果が期待できるが、Go Toキャンペーンに比べ支援額が少なく、新型コロナウイルスワクチン接種、陰性証明等の条件があるため、同規模の効果は得られないと見込んでいる。過去の2年は、共に10~11月は新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いていることから、この2か月でできる限りの集客をしたい。
○	テーマパーク (職員)	・インバウンドの観光客が増えそうである。
○	ゴルフ場 (支配人)	・11月の入場者予約数は前年同月比で大きく上回っている。これからゴルフシーズンに入るため、今後2~3か月は客の動きは良くなる。現在の予約状況を踏まえ、今後景気は良くなる。
○	美容室 (経営者)	・10~11月になると出掛けやすい気候になる。コロナ禍で余り出掛けないかもしれないが、ちょっとした外出の機会も多くなってくると思うため、少し忙しくなりそうである。
□	商店街 (代表者)	・現在が底辺だと思っている。これ以上悪くなると廃業も考えなければならない。
□	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるといってもかなりの人数であるため、金を持っている高齢層が動かない。
□	商店街 (代表者)	・若い世代は大分戻ってきているが、高齢者がまだまだなので何ともいえない。
□	商店街 (代表者)	・増減要素がそこまで決定的な事柄がない。
□	一般小売店 [酒類] (経営者)	・近年の若者のアルコール離れに加え、3年にもわたるコロナ禍で飲食店での飲酒は大きく変わり、生活パターンは元には戻らない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [贈答品] (経営者)	・9月の実績から考えると、10月から12月は物価が上がって、記念品等の贈答品は仕入れも売上も良くないと予測する。調子の良い法人が金を使わず個人も給料の増加がないため、現在の低い状態のまま変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [果物] (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [生活用品] (販売担当)	・材料費の値上げ、円安による取扱品の価格改正が続々とあり、良い要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [書店] (営業担当)	・引き続き為替の影響で買い控えが続くと考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・あと2か月ほどで売場改組が終わりリニューアルオープンする。雰囲気が変わると来客も少し増えると思うが、それが売上に結び付くかどうかは厳しい。売場が少し縮小されるため、無くなるブランドがあるとそれを目当てに来店していた客が離れてしまい、その分をどこで埋め合わせるのかが難しい。売上は厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・全国旅行支援などによる土産需要や海外入国者の緩和策によってインバウンド需要も徐々に回復し、売上増加に寄与すると想定している。一方で、各種値上げにより消費者の生活防衛意識は高まっており、消費する人とならない人の差が激しくなる。百貨店にとっては、高額品需要が今後の売上の柱になるであろうと期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売担当)	・先の状況が見えないことには変わりはないが、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、行動変化があれば少し良くなるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (計画担当)	・コロナ禍の影響は余り変わらないが、客には購買意欲の盛り上がってくる様子がみられないため、今の段階ではこれ以上の浮上は考えられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・コロナ慣れのため来客数は増加しているが、店内に着席しての飲食には客の回転数に限界があり、密を回避しつつ売上を元に戻すのは困難である。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・いろいろな商品が高くなって売りにくくなっている。価格が変わらなければ、販売量も上がらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・10月にたばこ、ビール類の値上げがある。売上予算未達は続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー (総務)	・新型コロナウイルスの感染状況も収まりつつあり、来客数、購入量も大きな変動がなく落ち着いた状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー (支店長)	・あらゆる物価が上昇し続けることで、特に嗜好品の消費量は鈍化する。新型コロナウイルス感染症や自然災害等のマイナス要因しか考えられない状況は、まだまだ景気の回復は厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・商材の値上がりによる影響はプラスもマイナスもある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・12月に向けて景気そのものは例年どおり多少上向くかもしれないが、新型コロナウイルスの感染状況次第では、停滞することも考えられる。客の動向等は、多少は良くなっていくと考える。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・来客数により大きく変わるため、何とか来店してもらえよう努力する。
<input type="checkbox"/>	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規制緩和で外国人観光客が戻るようなら、ある程度土産品に期待ができるが、未知数である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (店員)	・古いパソコン用基本ソフトのサポート終了に伴う買換え需要が期待されるが、問合せなどが余りない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (営業担当)	・物価上昇への対応策がない状態のまま、先行きにおいて変わるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (フランチャイズ経営者)	・今月は洗濯機、冷蔵庫等の白物家電の値上げやモデルチェンジで客単価が高かったが、中国でのロックダウンの影響が収まり品薄感が弱まれば、また価格競争となって客単価は下がってしまう。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・しばらくはこの状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・新車の納期が改善されるとの予想はあるものの、1年以上期待を裏切られており、慎重にならざるを得ない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・部品供給不足は改善されておらず、生産の遅れは長期化している。自動車メーカーの工場閉鎖のニュースもあり、今後の影響に注視したい。

□	乗用車販売店（従業員）	・半導体を多く使う車両では納期回復のめどが立っておらず、車種によっては1年以上掛かる状況である。ここに来て、そのような車種を注文していた客からキャンセルの申出も増えている。中古車場の価格も在庫車不足で暴騰しており、状態の良い車は新車並みの価格で取引されている。売る物が少ない以上、販売店としての対応に限界を感じ始めている。
□	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売は増えているが、納期が1年以上の車種もたくさんある。新型車が発表になればたくさん売れるが、納期が掛かるためすぐには登録に結び付かず、一切売上にはならない。
□	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足の影響で生産量も落ち在庫数が少ない状態である。客自身の消費マインドも少し下がってきている。
□	一般レストラン（経営者）	・諸物価の上昇、特に光熱費の上がり方が激しいため、これから先どのように経営していくか、考えるところである。
□	一般レストラン（経営者）	・年末にかけて人の動きは多くなると思われるが、新型コロナウイルスの感染拡大に備えて出控えも増えるのではないかと。
□	一般レストラン（経営者）	・通常販売よりも通販サイトに力を入れて営業して現状から改善し、今より良くなるよう願っている。
□	バー（経営者）	・年末に向けての忘年会等もまだまだ新型コロナウイルス感染症発生前のようにはいかないと思うため、さほど状況は変わらないのではないかと。
□	都市型ホテル（従業員）	・来客数は増えているが多種多様な物品が値上がりしており、必ずしも利益が出ているわけではない。
□	旅行代理店（経営者）	・旅行商品の単価は上昇傾向にあるが、安、近、短の旅行が増えるため、時間消費に使う金額が以前と同じように増えるとは思えない。一刻も早くインバウンドの受入れとそれに備えての準備が重要となる。人件費、食材費、光熱費の上昇をどこまで吸収できるかも不確定である。
□	通信会社（企画担当）	・物価高、円安傾向は続くと思われ、これを前提とした社会環境にならないと戻らないと考える。
□	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてから景気回復までには数か月は掛かると見込まれることから、この先2～3か月では、実感できるほどの回復は見込めないと想定する。
□	通信会社（サービス担当）	・メタル線の廃止によるIP電話への移行に伴い、更に低価格で提供できるインターネットサービスができれば、契約数も増え、もっと景気も良くなるのではないかと。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・物価が上がっているのに対して、給与の上昇が伴っていない。
□	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・円安、株安などが続くことを懸念している。10月に大きな物価上昇も見込まれる上、政府の無策もあいまって景気の上昇は期待できない。
□	美顔美容室（経営者）	・人気ドリンク商品のキャンペーンは終わるが、別のキャンペーンセールは年末まで行っているため変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・徐々に回復していくと思うが、急激な変化はないと考える。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・企業の設備投資気運が高まっているのか、改装工事の見積依頼が増えている。一般客も、外壁塗装やユニットバスの入替えなど大型リフォーム工事の引き合いが増えている。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期に入り期待はできないが、どこまで計画的に動けるかが勝負である。
▲	商店街（代表者）	・物価高の影響が不安要因であり、家電販売が良くなるとは思えない。
▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・完全なスタグフレーションである。良くなる要因がない。
▲	スーパー（店長）	・10月よりビール類、たばこや電気代の値上げを控えていることで、ますます買い控えが進むと考える。
▲	スーパー（店長）	・物価上昇と最低賃金上昇により、売手はより売りづらく、買手もより買いづらくなると予想する。
▲	スーパー（店員）	・10月から値上げの品目数が多すぎて、買い控えが必ず出てくる。
▲	スーパー（店員）	・11月以降も大きな価格改定を控えており、更なる状況の悪化が懸念される。
▲	スーパー（営業企画）	・全体的には節約志向の消費傾向は更に進むと考える。

▲	スーパー（販売担当）	・国際情勢、米国の金利政策や中国経済の減速による景気への影響、エネルギー価格の上昇が生活防衛行動につながる懸念がある。防寒用品などのトレンド商品による需要・供給の創造が頼みの綱である。
▲	コンビニ（企画担当）	・来月以降、様々な商品の値上げが予定されており、消費マインドへの影響が徐々に始まる懸念される。
▲	コンビニ（店長）	・様々な商品の値上げによる買い控えは今後強くなっていくと思われ、先行きは不透明である。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・値上げによる慎重な購買マインドが続くと予想される。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・10月から食料品を始めとした更なる価格上昇が予定されている。消費者心理としては、支出を更に抑える方向に動く。
▲	乗用車販売店（従業員）	・これからますます生活に関わるコストが膨らんでくるため、買い控えが増える。電気・ガス・燃料等、生活に必要な物の購入に予算を持っていかれるため、どうしても買換えが必要と感じられるまで、なかなか車購入の話に乗ってもらえない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・ウクライナ情勢の影響で生産状況は更に悪化しており、オーダーを入れられない車種も出てきた。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・原料高の影響から物価上昇が続けば、中長期的に打撃を受ける可能性が大である。
▲	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	・業界を問わず今秋に値上げが予定されており、消費者の警戒感や消費税増税時以上と感じる。それが仮需要となって表れており、ついでに買いは明らかに減少している。
▲	旅行代理店（経営者）	・10月から全国旅行支援が実施されるが、販売量にどれだけの効果があるか不明である。
▲	タクシー運転手	・乗車客数が減っている。
▲	通信会社（営業担当）	・円安による物価高騰のダメージが大きい。
▲	観光名所（案内係）	・天候不順、少ない人出、値上げの秋、全て悪い方向に行っている。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がっていくのに給料は上がらないため、景気は段々と悪くなる。
▲	美容室（経営者）	・10月はかなり値上げラッシュになるため、客も気分的に財布のひもを固くする傾向になるので、景気は余り良くならない。
▲	美容室（経営者）	・風邪薬のような新型コロナウイルス感染症用の薬ができればよいが、まだ少し不安がある。
▲	設計事務所（職員）	・景気が良くなるような政府の具体的な政策がみえない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・リフォーム工事も、維持管理的な仕事はあるものの、大規模な改築工事は減ってきた。
▲	その他住宅 [住宅管理]（経営者）	・年末の人材需要に因應するため募集を進めても、期待する人材は集まらず苦戦している。これからの労働者不足が懸念される。景気が前向きな方向に向かっているのかは分からない。
×	商店街（代表者）	・ウクライナ問題の影響でEUは落ち込んでいる。
×	商店街（代表者）	・仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁しなければならないが、競争力も下げられないという悪循環に陥っている。非常に厳しい状況が続くと考える。
×	百貨店（経理担当）	・3か月先も円安や物価高が継続し、これが企業業績の悪化や消費マインドの低下をもたらすことで、景気の後退が懸念される。
×	コンビニ（店長）	・10月から食品・飲料が大幅に値上げされるため、更に景況感が悪くなる。
×	コンビニ（店長）	・10月以降に行われる各種商品の値上げは、消費者のマインドを更に冷やす。現状も厳しかったとはいえ、夏場は喉が渇けば否が応でも客はドリンクを購入するが、これから気温が低下する時期に、家計が苦しくてもどうしても食べたい、飲みたいと思える商品がコンビニにはあるか。商品開発にも期待が持てない状況である。
×	コンビニ（店長）	・今までの値上げの積み重ねと10月に飲料や酒類の値上げが発生するため、悪くなる。今までの値上げが少しずつ家計にダメージを与えてきたところに、水やお茶の値上げが発生することで、より節約志向になると考える。
×	一般レストラン（従業員）	・全ての材料、酒類が値上げになる。当店のいいよメニューの価格を見直しているが、とても厳しい。

	×	一般レストラン（従業員）	・物価の上昇が家計を直撃している。
	×	パチンコ店（経営者）	・業界全体で客離れが続いて、なおかつ当局の規制強化もあいまって地盤沈下が続く。
	×	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護保険の福祉用具貸与サービスは、価格を自由に設定できるが商品ごとに上限が設定されているため、原価高騰のこの時世ではサービス料金改定の対応ができず、身を削るのみである。他の介護サービスでは厚労省から燃料費高騰の補助金支援があるが、福祉用具は除外されているため、二重苦、三重苦の状況である。
	×	設計事務所（経営者）	・とにかく仕事がない。種まき案件もない状態は2～3か月先も想像できる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・今後金利が上昇すると景気に大きな影響が出る。物価の上昇で今後分譲住宅の建築費も上がるのではないかと心配である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・こどもみらい住宅支援事業もあるが、起爆剤には感じられない。日本銀行の為替介入も長くは続かないとなると、金利政策も変わる。金利が上昇する前にと購入者が一時的に増えるかもしれないが、買い控えは更に進む気がする。年末まで要注意である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	金融業（従業員）	・求人分野では、新型コロナウイルス感染拡大の全盛期に比べて、正社員の募集人数が多くなっている。各企業はこれまで人数などを抑制してきたが、事業拡大や増販など比較的プラスの方向に進むと判断し、人員を増やしている。
	○	金融業（従業員）	・年末に向けて需要が広がることから景気が良くなる。
	○	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更に減少すると思われる、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。今後の売上は徐々に回復していき、前年を上回ると予測している。
	○	不動産業（経営者）	・コロナ禍も落ち着き、物件探しも活発になる。
	○	会計事務所（職員）	・雇用調整助成金の対象になる従業員の数が減ってきている。法人に関しては、どこも仕事量が増え好調である。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替相場がこのまま140円台半ば程度の円安で推移すれば、日本としては好都合と考える。少しインフレも起こり政府としては願ってもない状況ではないか。我が国は、ゼロ金利を続け景気回復の手助けを続けるべきと考える。そのうち米国の高金利も腰が折れる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足下の景気はやや悪いが、新型コロナウイルス感染症対策も、円安対策もままならない。原材料の値上げは10月以降も実施され、これによるコスト上昇分の製品価格への転嫁も厳しく、景気は現状の悪いままが続く。
	□	化学工業（営業担当）	・年内は低調なままと見込む。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・3Dプリンタ用の金属粉製造へ、新規参入の動きが続いている。引き合いは増えているが、なかなか試作から次の本格的な生産に移行するほどの成果が得られていないため、伸び悩んでいる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・年末にかけて、電気料金を始め経費の上昇が見込まれる。引き続き収益を圧迫する。
	□	金属製品製造業（従業員）	・先行きの案件では、原材料価格は高騰しているのに安値での引き合いが出てきて、とても困惑している。
	□	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。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・製品の納期が改善されれば、受注、売上共に上昇すると思うが、改善されそうにない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・高額商品の動きは、ずっと継続的であるともいえない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・余りにも人員が減り過ぎて、全盛期の2割ほどしか残っていない。これ以上は減りようがない。
	□	建設業（経営者）	・現内閣もようやく落ち着いてきたように見えたが、まだ将来性ははっきりせず、国民としては不安である。これでは景気が良くなることはない。
□	建設業（営業担当）	・これから12月若しくはその後にかけて仕事は追い込みに入るが、一般的に旅行などで人流が活発になると、また新型コロナウイルス感染症がまん延し、その影響で仕事は来るのに作業ができない状況になるかもしれない。	
□	輸送業（経営者）	・部品不足、値上げラッシュはしばらく続くと考えられる。	

□	輸送業（従業員）	・荷主の仕事量が回復したとしても、各種経費の高騰や運転手の労働時間問題など、先々の問題は山積みである。忙しくなっても利益は出ない。
□	輸送業（従業員）	・商品価格等の改定はあるものの、出荷物量にさほど変化はない状況である。
□	輸送業（エリア担当）	・9月に入り前年比で若干荷物量が減ってきている。また、減り方が徐々に大きくなってきている。
□	通信業（法人営業担当）	・ロシアの侵略による石油等原材料の価格高騰、食料等の高騰、物価高による消費者マインドの冷え込みなどで、景気は余り上向きではない。
□	通信業（法人営業担当）	・半導体不足に関する対応は先行き不透明である。何とも手の打ちようがなく、現場では、売る機器がないという言い訳ばかりが増えている。
□	広告代理店（制作担当）	・円安や異常な物価高があるため、景気の先行きはまだ不透明である。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、折込広告が増加するとは思えない。
□	行政書士	・取引先では、既存の荷主がついているため大きな変動はないと言っている。
□	公認会計士	・経済活動の制限が緩和され価格転嫁も進んでいるが、最終商品の値上げが進めば消費の減退につながる可能性もある。また、企業の値上げの効果が賃金に反映されるには少し時間が掛かるため、消費減退のリスクは高い。しかし、海外からの入国者の制限撤廃や観光に対する補助制度など、経済が動く要因もある。良くなる要因と悪くなる要因の両面があり、当面は余り変わらない。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・多様な商品の値上げが実施され、買い控えが予測される。外食機会が増えることは歓迎するものの、中・肉食需要への反動は必至であり、先行きは不透明である。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・10月以降も鋼材値上げの話があり、値上げ幅も3～4割、ひどいものでは5割増しと倍近い価格になっている。価格転嫁をせざるを得ない状況になり販売価格が急上昇するため、今後は価格転嫁分の影響が出る。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・更なる値上げが続く、円安も止まらない。ガソリン価格まで高騰したらと考えると不安でしかない。
▲	建設業（役員）	・今後ますます物価高騰が考えられ、先行きに好転材料が見当たらない。
▲	輸送業（エリア担当）	・欧米との貨物量が減っている。
▲	輸送業（エリア担当）	・上半期締めめの9月でも必要な物の購入が控えられているという取引先の話に鑑みると、延期になった分が10～12月の間に実行される確証はない。この月になれば必ず景気が上向くという兆しが見えないと、このままずるずると経費削減ばかりで利益を目指す姿勢が、社会にまん延するのではないか。
▲	金融業（企画担当）	・当面、多数の取引先で値上げ要請が続く見込みである。受け入れざるを得ない面も多く、企業業績へじわじわと影響が出てくる。中小企業では賃上げも厳しく、景気はやや悪くなると考える。
▲	会計事務所（職員）	・仕入価格の上昇が続くなか販売価格への転嫁は進まない。円安、物価高の影響なのか顧客1件当たりの売上は以前と比べて下がってきている。賃上げや消費税減税などによる物価の下落がなければ、ますます景気は悪くなる。
×	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇に伴い、受注量が大幅に落ちている。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の問題、ウクライナとロシアの問題、物価の上昇、上がらない賃金などを考えると、今後良くなる要素はない。逆に悪くなる一方である。
×	鉄鋼業（経営者）	・何も良くなる要因がない。
×	電気機械器具製造業（総務担当）	・国葬の是非や政治と宗教の問題に焦点がいき、円安対策を含めた景気対策が打たれない。新たな業態を創造する可能性のある中小規模の企業に絞る、大規模な補助金や優遇税制等により活性化を図るなど、効果的な対策をすぐ実施してほしい。
×	通信業（総務担当）	・企業によっては年に数回の価格改定がされ、消費者は諦めムードになっている。最低限の物しか購入せず、余暇を楽しむ余裕がなくなっている。
×	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・必需品の値上がり響き、当面購買意欲は上がらない。

雇用 関連  (東海)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・観光業やサービス業では、人の流れが戻ってくる期待がある。求人需要は高い。
	○	職業安定所（職員）	・10月から全国旅行支援が始まり、当地では11月に大型集客施設が開園することから、経済的に活性化が見込まれるのではないかと。反面、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加やインフルエンザの流行が懸念される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・転職マーケットの観点でみると、1月入社、4月入社に向けて転職潜在層が動き出すと想定する。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・教員採用試験の結果が10月予定のなかで、それ以降に採用試験が行われる法人が、現時点で前年の1.5倍近くある。医療系就活者にとっては、前年より選択肢が増えている。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・大きな変化材料はない。
	□	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落ち着けば、年末年始の利用を多少は期待できるが、今は何ともいえない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニアの稼働率が高い水準で推移しているため、これ以上プラス方向へ大きく振れることはないと考え。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの感染症対策は緩和されてきたが、海外情勢や円安、物価高などから今後の景気動向は不透明である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が見当たらない。
	□	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通期の生産台数については変更なしと発表しており、半導体・部品の供給不足も多少改善するとのことである。雇用維持のためにも予定どおりの生産体制で推移することを期待する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現状でも相当景気は冷え込んでいるため、大きなプラス要因がなければ、このまま変わらないのではないかと。政府が予定している全国旅行支援なども、どこまで効果があるかは今のところ見通せない。
	□	職業安定所（所長）	・新規求人数が前月より減少となる業種もみられる。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響は大幅に減少するものの、円安が求人・求職動向に大きな影響を与えそうである。
	□	職業安定所（職員）	・雇用情勢は回復基調に向かっているが、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が雇用と与える影響に注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は沈静化がみられるが、海外情勢の不安定化や円安の進行による物価上昇等の動きもあり、景気情勢の先行きには不安定要素が大きい。
	□	職業安定所（職員）	・雇用情勢が良くなるという感触がない。
	□	職業安定所（職員）	・ウクライナ、中国等の海外情勢による影響は減少しつつも、当面は円安や原油高の影響が続くと思われる。全産業の景気が回復するまでは、もう少し時間が掛かる。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせ回復傾向にあったところに、円安による物価上昇などの影響で、企業では資源価格の高騰など厳しい状況が続いている。この後もやや遅れての余波が懸念される。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・原油高や人件費の増加で、利益確保がより厳しくなると見込む。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・為替の影響を受ける輸入関連企業からは、急激な円安が続くが製品の値上げが追い付かず、業績が厳しい状況に陥ることを危惧する声が多い。	
▲	人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて求職者の動きが鈍くなり、派遣・中途採用についても、現在より状況は良くなるらないと考える。	
×	—	—	