

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・首都圏市場向け、地元観光地共に販売動向は前年比150%前後で推移している。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が猛威を振るっているが、自己責任での制限なしの状況で若年層の行動意欲は強い。観光バス稼働は3分の1くらいであるが、マイカーによる観光客は増えている。都市圏に近い地域は新規感染者数が多いまだ収まる気配はない。ウィズコロナでの経済活性化策が求められる。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・全国旅行支援の効果やイベント再開の影響で移動が活性化しており、特に土産品を中心に回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して売上が100%を上回る日もあり、今月は好調に推移した。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月から全国旅行支援が始まり、11月～12月はこれを利用した客が宿泊者数の85%を占めるほど景気の後押しになっており結構忙しい日々が続いている。来客数が大変増えているため、9月とは比べものにならないくらい良い状況にある。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・年末の会食や挨拶まわりなどで利用者数は20%程度伸びた。新型コロナウイルス感染症の第8波もあるが、国が規制を掛けないため、年末30日までは多忙である。
	◎	美容室（経営者）	来客数の動き	・今まで暑さや寒さで動かなかった人も、正月を目の前にしてパーマや毛染めをするため、まあまあ良くなっている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響による景気悪化から少し上向いている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格が高騰しているため売価も前年より5%から10%値上げした。必要な物は買わざるを得ないため、売上は増えている。コロナ禍のなかであるが、来客数もやや多いように感じる。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて結婚式、パーティー、記念行事等が非常に多くなった。コロナ禍においても、ウィズコロナということで行動制限が緩くなったこともあり個人の行動が活発であった。物を買って誰かに与えたり、自分で使ったりする記念行事等が積極的に動くようになった結果、3か月前と比べれば少し良くなっている。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・前月から引き続き、海外特選ブランドや時計などの高額品の需要が、特に若い層にみられる。行列が途絶えないブランドもあり、バブル前に特選ブランドに行列ができていた風景をほうふつさせる状況である。急に寒くなり大雪もあったせいか、冬物雑貨関係の動きがここに来て顕著である。クリスマスケーキやおせちは、個数減少でも物価高などに伴う価格高騰もあり、売上としては前年を上回る水準にある。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波や物価上昇にさらされながらも、忘年会等の飲食やクリスマス等の物品への旺盛な消費がみられる。
	○	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響が懸念されたが、12月に入り徐々に客足は伸び始めた。購入意欲の高い客が多いが、回遊する様子は余りみられなかった。高額品は好調に推移し売上をけん引した。インバウンドは増加傾向にある。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・依然として販売数量は100%を下回る状況ではあるものの、金額ではコンスタントに100%を上回ってきた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・年末もあって、やや良い商品でも目に付く場所に大量陳列して販促物を付けると売れていく。
○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・寒さの到来で季節商材がようやく動き出した。必要性が経費の懸念を上回り、暖房器具も売れている。消耗品はほとんど価格に影響なく売れている。プライベートブランドの構成率は上昇している。	

○	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は継続して増加しているが、人の動きは減少することなく、来客数も前年比で増加している。
○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・原材料の価格高騰により商品の価格は上がっているが、客が購入を決めている様子は特に見受けられない。年末年始という空気感の影響もあるが、比較的高価格帯の商品が売れている。
○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・クリスマスシーズンでチキンとケーキがよく売れて、事前の予約もたくさん承った。24日は悪天候にもかかわらず来客数も多く、複数点買いする客が多かった。
○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・12月の売上は前年比102.5%であった。再び新型コロナウイルス感染症が流行するなかでも厳しい行動制限がないため、安定した売上と来客数を維持している。世間の消費動向は、物価高で困惑というマイナスのニュースを耳にするのが、現場の感覚では、コロナ禍のなか行動制限が解除されていることのプラスの効果が大きく、売上は好調である。
○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・ボーナスが出た後ということや祖父母が孫の成人式用にとスーツを購入する客がいる。単品よりもセット買いをする客が多く、お買い得にたくさんの種類をそろえておけば後々使えることを分かってもらえている。礼服も一緒に購入する客も多いため、景気は良い方に向いている。
○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数は前年割れだが、客単価は前年比プラスで推移している。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・課題となっていた納期遅れが少し改善してきたので、商談しやすくなってきた。
○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・内装工事及び新築、リフォームの建築工事の受注が増えている。
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・店頭では来店客の動きは鈍く成約率も低めであるが、イベント催事時の高額商談が比較的好調で、売上向上につながった。
○	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・数年ぶりの宴会ということもあり、単価を上げてもらっている。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援により宿泊者が増加した。
○	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が役に立っている。
○	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は拡大中であるが、客のマインドが緩和されてきている。法人宴会は、直前のキャンセルもあるが新規受注も増加傾向にある。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は国内個人観光客を中心に増えた。インバウンド団体も少しある。全国旅行支援があるため単価を上げることができている。宴会は低迷中である。
○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・団体旅行について、以前は新型コロナウイルスの新規感染者数の増減が旅行の可否に大きく影響したが、現在は、少人数かつ感染対策を実施すれば旅行は可能という考え方の客が増えている。ただし、大人数での旅行は依然警戒されている。
○	タクシー運転手	単価の動き	・タクシー料金の値上げによって、売上等の収入はやや良くなっている。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・12月からの降雪で雪遊びができるようになった。インバウンドも少し予約が戻ってきた。
○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・8月から始まったキャンペーンセールが今月で終了するため、最後にもう1セット購入しておこうという客がいた。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数は伸びつつあるが、いかんせん客単価が伸びないため販売量につながらない。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・例年の年末に比べると動きが非常に少ない。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・12月は忘年会シーズンで例年平月より販売量が増えるが、今年は増えなかった。スタッフは依然として早帰りが続いている。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・年末に入り人出は増えたように感じるが、それほど売上には結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末の予算消化は始まっているが、円安の影響で残予算が少ない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年を上回ってきているが、2019年比ではマイナス10%で推移している。新型コロナウイルス感染症第8波の影響もあり、今後も例年並みに戻るとは考えにくく、この傾向は続くと思込んでいる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・お歳暮商品にも価格上昇の影響があり、油などの調味料を選ぶ客が多い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えてきているが、店頭の様子は、来客数を含め少し前と特に変化がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げで1品当たりの単価は上がっている分、節約志向により必需品以外での買い控えが続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・買物点数が増えているのが明らかで、年末特需の様子がみられた。果物もパック複数買いや箱単位で買う傾向があり、いろいろな値上げがあっても特に買い控える様子がなかった。ただし、クリスマスイブの大雪の影響がありプラスマイナスゼロと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年並みではあるが、一時期の全国旅行支援の盛り上がり取り、来客数は前年に届いていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・12月も全国旅行支援の影響で、行楽地型店舗などは販売が好調である。比較的販売量が多いが、酒や菓子などが例年より多く売れている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は、前年比では伸びているが新型コロナウイルス感染症発生前の状況とはまだ5%から6%の開きがある。新型コロナウイルス感染症が完全に終息しない以上、好景気を感じることはできない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・諸物価は上がり新型コロナウイルス感染症は収束の兆しがないなか、久しぶりに寄ってみたとかよく行く店が閉店したからと来店し、購入してくれた客が結構いた。なじみ客の来店が減っている時期に本当に有り難かった。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・企業による作業服の大口注文は例年より減少している。ただし、12月上旬からの強烈的な寒さにより、買い控えしていた分の購入が若干回復している。一般客の購入量は今のところ安定している。総合すると現状維持の状態である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	単価の動き	・仕入単価が上がって価格転嫁しており、販売量は減っている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	単価の動き	・商品の値段が上がっているため、必然的に単価も上がった。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体問題が長引き、販売台数は横ばいのままである。解決する糸口もみえないようで、ほぼ諦めムードになっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・電気・ガス料金の値上げ、燃料費の高騰など生活に密着したコストの上昇から、生活防衛に重きを置いた消費活動に客の軸足は置かれている。今月はボーナスも支給され、クリスマス・年末の買物などで客の消費活動がもっと浮き浮きしたものとなるかと期待したが、それほど活発にはならなかった。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	単価の動き	・来客数は多少持ち直しているが、物価高騰、光熱費高騰で消費者の消費自体はそこまで回復はしていない。企業としても光熱費の高騰による原価上昇は収益圧迫につながっており、厳しい状況は当面続く。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・売上は客単価の上昇で回復傾向にみえるが、12月の繁忙期にもかかわらず、来客数の伸びが芳しくない。特にディナータイムが厳しい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても、売上は例年と余り変わらない。新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えているので、心配している。

□	バー（経営者）	来客数の動き	・若い人のクリスマス需要はあるが、大人数での忘年会は皆無である。とても年末を迎える雰囲気ではない。
□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・行動制限がなくなり、モノの値段は上がっているが、少しでも新型コロナウイルス感染症発生前の状況にしようと、感染状況には目をつむって通常の年の瀬を迎えようとしている雰囲気である。
□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症対策の行動規制がなくなって人通りが増えてはいるが、食料品などの値上げが影響しているのか、財布のひもは固い。必要最小限の物しか購入しない傾向が続いている。
□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年末年始の全国旅行支援が中止ということもあり、12月に入り支援目当ての客は停滞気味である。年明け分も既存予約は不可というニュースで、予約を渋る傾向にある。1月10日からの延長が決まったが県ごとの開始が決まらず、目当てとする客に振り回されている。延長する場合は早めの対応をしてほしい。
□	旅行代理店（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第8波が高止まりから更に増加に向かっており、全国旅行支援で旅行申込みが殺到した10月中旬からの1か月と比べると停滞している。新型コロナウイルス感染症の第7波以降、本人が陽性や濃厚接触者となり旅行に行けなくなった人以外の取消しは減っているが、これからも新型コロナウイルスの新規感染者数の動向次第である。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・低レベルで維持しているが、今後も落ち込む。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数は落ちてきているものの、新規契約件数は低調のまま推移している。
□	通信会社（サービス担当）	お客様の様子	・リモートワークのために、光回線の申込みが増加している。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・営業店等の拠点統廃合の検討や回線の利用状況の調査、見直しを求められることが増えた。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・まだ現状維持である。
□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・上向きの傾向にあったが、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、状況が分からない。
□	観光名所（案内係）	来客数の動き	・毎月同様であるが、とにかく高齢者の来客数が激減している。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・通勤通学定期券収入については100%前後にまで回復したものの、一般客、観光列車や雑収入については8割止まりで、3か月前と変化がない。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・販売量には大きな変化は見受けられない。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態が変わらない。とにかく案件数の減少が著しい。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍の状況も落ち着いているが、販売量は横ばいである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約者数が激減している。来場者も少ないが潜在顧客、長期顧客の動きがない。SNSなどの視聴数は多くなっており、これをどのように取り込むかが今後の鍵となる。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	お客様の様子	・年末で動きが悪く、右肩上がりにならない。
▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・客の財布のひもが非常に固くなっている。
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前月初めまで来客数が少なかったが、ボーナスが出る頃になると来客数が増えた。ただし、購入する客は少ない。駅に近い時間潰しに靴を試着に来て、礼だけ言って購入せずに帰る客が多い。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比94.4%で推移している。
▲	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、客単価共に前年割れが続いている。無駄な買物は控える消費傾向が定着している。

	▲	コンビニ (店長)	来客数の動き	・たばこに代表される値上げの影響で日販はさほど前年割れを起こしていないように見えるが、来客数の減少が明らかである。1日当たり来客数が40人減少し、1か月では1200人減少である。家族の新型コロナウイルス感染による自宅待機者がかなりいると推測するが、厳しい状況である。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・人気の新型車が出て、普通ならたくさん注文が入るのが、思ったほど売れていない。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	単価の動き	・売れないため安くしているのかもしれないが、全体的に相場が安くなってきた。新車に近く高かった商品も、それほどでもなくなってきた。
	▲	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・販売量の動きだけではなく、客の様子として来客数も減っている。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・今月後半になると、商談数、来客数共に一気に減った。例年どおりといえば例年どおりだが、販売に関してはやや悪い状況になっている。
	▲	その他専門店 [雑貨] (店長)	来客数の動き	・中心市街地は、ターミナル駅周辺に比べて集客力が落ちている。
	▲	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・消費者物価の上昇で、客が店で使う金額が1000円落ちている。
	▲	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	お客様の様子	・今年は全ての商品に対し価格改定を実施した。消費者も値上げの理由については報道等を通じて理解しており、ひとまずは値上げ後も継続して購入している。
	▲	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・10月から全国旅行支援が開始されたが、都道府県ごとに運用が異なり、零細旅行会社にとっては手間の掛かる仕事でメリットが感じられない。客の反応も今一つで、販売の増加にはつなげない。
	▲	ゴルフ場 (支配人)	来客数の動き	・クリスマス前後の寒波及び大雪による土日のクローズがあり、今月は大きく入場者数を下げた。天候不順により良くなかった3か月前よりも状況が悪く、景気は良くない。
	▲	理美容室 (経営者)	来客数の動き	・今月は本来ならば忙しい時期であるが、客が余り来ない。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客の話を聞いていると、値上げなど物価高の話がかなり多く、節約をしている人が多い。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染症第8波の影響が大きい。
	▲	設計事務所 (職員)	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は聞かない。カレンダーを持ってくる人も、今年は少ない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・施工単価が高騰している。材料費だけではなく、人件費も上がっている。
	×	商店街 (代表者)	お客様の様子	・エネルギーや商品が高くなって、皆少し弱っている。
	×	コンビニ (店長)	それ以外	・仕入価格、販売コストが過去にないほど上がった。
	×	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・人気車種の多くが納車に時間が掛かっており、注文停止になっているため購入できなくなっている。客が欲しくても車が売れなくなっており、その影響でまだ買える車種に客が流れているが、その車種も納期が掛かるようになってきている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・20年間居酒屋をやっているが、今月ほど来客数ゼロの日があったことはない。
	×	パチンコ店 (経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	×	その他レジャー [スポーツレジャー紙] (広告担当)	お客様の様子	・客の購入意欲が相当減退している。たとえ成約につながったとしても先行きの不透明さや昨今の物価上昇により、従来よりも単価が低い物が選ばれるなど、財布のひもの引締めがきつい。
	×	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・大手の分譲業者でも、売上が悪く在庫が増えている。
	×	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	お客様の様子	・消費マインドが下がったままの物価高による買い控えのダブルパンチで売上も伸びず、このまま悪い状況が続く。現状のままでは、景気の回復は期待できない。
企業	◎	—	—	—

動向 関連 (東海)	○	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量 の動き	・11月～12月は青果物、農産物等の物流が活発であるため、受注量、販売量が増加しており景気はやや良い。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安の懸念はあるが、以前と比べると新型コロナウイルス感染症に対する行動規制が緩和されており、全国旅行支援なども幸いし、一般客が金を使う流れができています。
	○	公認会計士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少しずつ小さくなり、特にサービス業では来客数が新型コロナウイルス感染症発生前と比較して同じくらいまで戻っている客先も増えてきた。仕入価格の上昇分を少しずつサービス価格に転嫁する企業も増えてきて、3か月前と比較すると景気はやや上向いている。
	□	食料品製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量 の動き	・電気代や食品の値上げなどが家計に与える影響は大きく、生活者の選択の目はますます厳しくなっている。消費マインドの減退は当面続く。
	□	化学工業（総務 秘書）	それ以外	・行動制限の緩和でコロナ疲れを癒やす消費行動が続いている。冬季ボーナスの増額やペースアップが実施され賃金上昇の動きがあり、企業は原料高に対応して値上げを敢行している。個人消費が増え、景況感は維持あるいは改善する流れがある。
	□	窯業・土石製品 製造業（社員）	受注量や販売量 の動き	・Webからの問合せや引き合いによる新規案件が順調に受注できている。一方、以前からの取引先、特にハードディスク用部品の製造会社やスマートフォン関係の部品製造会社からの受注が半分程度に落ち込み、足を引っ張っている。
	□	金属製品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・仕事量としては地域に関係なく出てきている感はあるが、材料の価格高騰の転嫁ができていないため、忙しい割には利益にはつながらない。
	□	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・客先業界が相変わらず新型コロナウイルス感染症の影響で悪い状態のなか、少ない案件を競合先と取り合うことになり、売上が非常に下がっている。
	□	電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・外的要因にもよるが、現状は大きな変化の見込みがない。
	□	電気機械器具製 造業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・一時の円安は落ち着いたものの、輸入原材料は高止まりしており、一方で販売価格への転嫁は以前の契約を盾に進まないところも多い。需要が落ちているわけではないが、適正な利益を得られるまでは、景気が良いとは言い難い。
	□	輸送用機械器具 製造業（品質管 理担当）	取引先の様子	・生産計画は少し生産が増える予定であったが、来年に延期になった。
	□	輸送用機械器具 製造業（管理担 当）	それ以外	・円安緩和の割に値上げラッシュが収まらない。増税も予定されており不安しかない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量 の動き	・例年12月は年末ということもあり成約数が伸びないが、今月は前年比1.5倍の成約ができた。来場者数は多くないが、真剣に住宅購入を検討している客が多かった。冬のボーナスが多く出たことや、コロナ慣れもあるのかもしれない。
	□	建設業（営業担 当）	取引先の様子	・年度末に向けて余った予算による駆け込みでの新規の仕事や、年末から年明けといわれていた仕事の実行に移されている。
	□	輸送業（経営 者）	取引先の様子	・荷量については低調のまま余り変化がないが、燃料代、人件費等の高騰が続いている。物流案件の引き合いが増えてきているが荷主のコストダウンのための引き合いで、受託しても利益が出そうな案件は少ない。
	□	輸送業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・客からの引き合いは、もはや新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあり、売上面だけで見れば順調である。全体としてはまずまずだが、荷主の業種によって調子の良いところと悪いところとに極端に分かれていて楽観はできない。
□	輸送業（エリア 担当）	受注量や販売量 の動き	・世界の航空貨物の流れが不安定である。	

	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・12月下旬のクリスマス前は年間で最も荷物が動く時期で、例年は荷物量のピークが5日間ほど続くが、今年は僅か3日間だけであった。荷物が動いておらず景気が良くないことから、3か月前と同じような傾向にある。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・物価上昇に賃金が追い付いていない。飲食店の利用客や宿泊者数は増加しているが、来月からの光熱費など様々な値上げもあり、財布のひもは固い。
	□	金融業（従業員）	それ以外	・街や身の回りの様子からは、3か月前と比べ物価の上昇により消費行動が消極的になっているようにみえる。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多いが、徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、外出や遠出をする人は横ばい傾向になっている。今月の売上は、前年並みとなっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・目立った価格変動や問合せはない。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・人流は戻っているが、物価高や新型コロナウイルス感染症の第8波が収まらないこともあり、状況は余り変わっていない。
	□	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	・今月は11月と同じ流れになっている。余り金を掛けずに工場を現状より良くしようとする動きが顕著にみられた。全体的には良い流れである。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量、注文量共に前年比で減少している。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に通常時より10%ほど落ちたままである。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に減少している。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備投資が止まってしまった。年末だからなのか、ほかに原因があるのかは不明である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・購入重量が10%程度減少しており、やむを得ずといった感がある。価格については転嫁ができており、最低量、必要量のみを生産する状況が続いている。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・原材料価格の高騰による物価高の影響で、必要最低限の購買しかできなくなっているため、消費が冷え込んでいる。安価な物を最小限購入するマインドが広がっており、気持ちの高揚につながらない。
	▲	通信業（法人営業担当）	取引先の様子	・ほとんどの企業ネットワーク通信ではバックアップが取られているが、昨今はバックアップに掛ける月額投資が削減傾向にある。不確実性に慣れたのか、あるいはトラブル対応に自信を付けたのか、3重目のバックアップが削られたり、バックアップ自体が取りやめになっている。企業におけるバックアップの考え方に変化を感じるとともに、そうせざるを得ない懐事情を推察する。
	▲	金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料費の値上がり急激であり、価格転嫁が遅れている企業には業績への影響が大きい。物価も上がっており、給料が実質目減りしている。
	▲	不動産業（開発担当）	それ以外	・当地域においては分譲マンションの売行きが芳しくない。
	▲	会計事務所（職員）	取引先の様子	・ガソリン代や食品を始めとする物価の上昇を受けて、冬のボーナスに臨時手当をプラスして支払う会社が幾つかあった。お歳暮をやめる会社も多く、贈る会社でも単価を下げている。夏から秋にかけての値上げの影響が、じわじわと現れている。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・年始に向けて販売量は増えているが、高価格帯の購入は控えられている。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの受注が依然として少ない。
雇用関連	◎	求人情報誌（営業担当）	求職者数の動き	・例年、年末はボーナス支給時期の関係もあり、求職者の動きが活発になる。
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月上旬は少人数での忘年会の利用があったが、中旬以降は新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、キャンセルが増え伸び悩んだ。

○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・3か月前よりエンジニア稼働率も各企業からの引き合い残件数も増加している。
○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいてきており、製造業などではその水準を超える状況にある。
□	人材派遣会社 (企画統括)	求人数の動き	・前年同期比でみると求人数は増加しているが新規求職者数は減少しており、成約数はやや減少している。
□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は3か月前比、前年比共に上回っているが、採用数は人材不足から大きな変化がない。
□	アウトソーシング企業(エリア担当)	周辺企業の様子	・自動車業界は変わらず半導体不足で、各生産工場が一時的に稼働停止して生産調整を行っており、非正規雇用者の雇用安定が引き続き厳しい状況である。
□	新聞社[求人広告](営業担当)	採用者数の動き	・景気の停滞が長引いているため、人材の流動性が鈍くなっている。地元企業は慢性的な人材不足だが、労働者側は取りあえず現状維持を選択しているため、企業は採用しなくても採用できない状況が強まっている。
□	新聞社[求人広告](営業担当)	それ以外	・景気が上向く材料が見当たらない。観光業などは回復の途上にみえるが、物価高騰などの影響で消費意欲が停滞している。
□	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人数は、全体としては大きな減少はみられないが、減少となった業種が増えている。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は全体的に微増となっている。一方、製造業等では半導体不足に苦慮している企業が多く、人手不足に悩んでいる企業も見受けられる。
□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・物価高の影響により食品関係の一部では売上が伸び悩んでいる。材料の価格高騰により利益が伸びない一方で価格にも転嫁できず、経営が厳しくなっている。新型コロナウイルス感染症の第8波とインフルエンザ流行による先行きへの不安も否めない。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・季節調整値による有効求人数、有効求職者数共に減少したが、減少割合が同程度であったため、有効求人倍率は前月と同数値となった。求人数は、宿泊業、飲食サービス業と医療、福祉で増加がみられた。
□	民間職業紹介機関(営業担当)	採用者数の動き	・採用決定数は引き続き増加傾向にある。新規の案件及び新卒採用の内定辞退などでポテンシャル層からの確保に動く企業もある。
▲	人材派遣業(営業担当)	周辺企業の様子	・値上げラッシュの影響による製造業等におけるコスト増加が響き、利益率の大幅な減少が多く見受けられた。
▲	人材派遣会社(営業担当)	それ以外	・物価高騰が家計を圧迫している。
×	—	—	—