

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	・コロナ禍が終わってきたこともあり、地元の観光市場、全国の飲食店向け商品出荷共に好調である。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・雪害もなく比較的温暖な日が続き全国旅行支援の第2弾もあってマイカー利用の個人・グループ客の旅行が増えた。観光バス利用の団体客はいまだに30%程度の戻りである。エネルギーコストの上昇で財布のひもは固い。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・直近のすう勢では、新型コロナウイルス感染症発生前との対比で90%を超える売上を継続中である。来客数は新型コロナウイルス感染症発生前との対比で70%台と振るわないものの、土産品を主体に売上が好調で、単価上昇により堅調な売上で推移している。
	○	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に対する規制も若干緩くなったため客が少し戻ってきた。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店での飲料の販売量は微増である。食事のできる店は昼の来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、夜は週末に僅かであるが増えてきている。飲物中心の店は依然として来客数は増えていない。
	○	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、販売量は増えてきている。値上げも余りしないように頑張っているが、仕入価格は確かに10～20%上がっているため厳しい。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・少しであるが就活用の靴を買いに来る親子連れや新入社員用の靴を友人と買いに来る客が増えた。売場自体がどちらかというと20～40代向けに改組されたため、結構若い来客数が増えた。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・バレンタイン催事は、新型コロナウイルス感染症の動向がある程度落ち着いたなかでの実施で、売上は想定を大きく上回る一方、オンライン販売は不調に終わり、客の行動もリアルに戻りつつある。全国旅行支援によるクーポン利用も多く、売上の底上げにつながっている。まだ寒さが厳しい日もあるが、利益率確保の観点から早めに正価販売価格の春物衣料を展開し、早期受注の取り込みをしている。
	○	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5類感染症への移行とマスク着用義務の解除が決まったことを受けて、自粛や出控えの空気感は消失し、レジャーや飲食関連の個人・法人需要が高まっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・バレンタイン時期の人の動きは、新型コロナウイルス感染症発生前と変わらなかった。週末の電車内も、旅行や出掛ける人たちが多くなった。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、来客数も回復傾向にある。
	○	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の影響は余り感じられなくなっている。客の購入マインドが大きく変化している。値上げ前の駆け込み需要もあり、高額品の動きも良い。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・コロナ禍の状況が明らかに改善されてきており、店舗への来客数も安定している。
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・11月中旬からの新型コロナウイルス感染症第8波もピークは超え、来客数も増えてきた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は前年比100%を超えている。ひな祭りケーキの予約もある。ひな祭りパーティーなどのイベントをするようになってきた。
○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・生活必需品は値上げの影響が余りなく販売されている。暖房器具や防寒用品も降雪や寒波により順調に販売されている。卵の入荷減少と値上がりも、販売数の減少になっているが、客にはちゅうちょしている様子はない。	
○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・ほぼ全ての店舗で売上が前年を上回っており、10%以上伸びている店舗も多い。	

○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する客の動きは緩和されつつあり、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると低い。客は増加傾向にある。売上金額及び客単価は非常に回復傾向にあるが、商品値上げの影響が大きい。
○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少とともに消費マインドが上向いている。ただし、相変わらず夜間の客の動きは良くなく、依然として停滞状態が続いている。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・行動制限が緩和されて自由に動けるようになったため、週末もコンビニに寄ってから出掛ける家族が増えた。値上げラッシュに伴い売上も上がっている。
○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、一部の客ではあるが商品の購入度合いが回復してきた。
○	家電量販店（店員）	単価の動き	・高額な商品が売れるようになってきた。超省エネエアコンやドラム式洗濯機、有機ELテレビなどである。
○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・通常、2月は厳しい客足になるが、自治体の施策により週末の来店は明らかに増加している。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月から割引と地域共通クーポンの額が減ったとはいえ全国旅行支援が3月末まで延長されたこと、当地の温暖な気候、新型コロナウイルスの感染状況が収束傾向にあることなどから、3か月前と比べると堅調に予約が入っているためやや良くなっている。
○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの報道も下火になって、客のマインドも少しずつ改善してホテル利用にも前向きになっている。宿泊、料飲部門は新型コロナウイルス感染症発生前並みに改善し、最も悪化していた法人営業も新型コロナウイルス感染症発生前と比べ80%くらいまで回復しつつある。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・レストランは週末を中心に動きがある。宿泊は1～2月は単価が上がらず依然厳しい。宴会は少しだが食事付きの間合せも出始めた。
○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・問合せや相談が3か月前よりも明らかに増えている。
○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いており、全国旅行支援を利用した旅行需要は高まっている。団体旅行も少しずつ実施する企業が増えてきた。旅行取扱量も実施案件も上向きで、新型コロナウイルス感染症発生前の70～80%くらいまでは戻りつつあり、景気上昇の気運が高まっている。
○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体旅行については少人数グループではあるが、件数は増えてきており、新型コロナウイルス感染症発生前の50%程度である。春以降の間合せも、徐々にではあるが確実に増えてきている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・イベントやコンサートが開催されるようになり、空港の国際線、国内線共に利用客が通常に戻りつつある。インパウンドの観光客も増えており、徐々に良くなっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策による制限が緩和されて、客の動きは以前と比べれば良くなり、日々の売上も徐々に増加している。このまま新型コロナウイルス感染症対策による制限がない状態が続けば、もっと日々の売上は増加して、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づく。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数は横ばいであるが、新規契約件数は増加傾向にあり、多少良くなっている。
○	通信会社（営業担当）	それ以外	・積滞していた状況も解消し始めた。
○	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・ADSL回線のサービス終了に伴い、光回線への移行の申込みが増加した。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も収束し5類移行などの報道もあり安心感が出てきている。
○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・2月は時折寒波が来るものの好調に推移している。2月は降雪に左右されがちであるが、雪によるクローズもなく良い数字が残せる見込みである。

○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・小さな催しながら、鉄道ファン対象の車庫見学や旅行代理店主催のツアーなどで観光客に動きがあり、徐々に動員数が上昇している。
○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・3か月前のほとんど仕事がない状態からすれば、多少は改善している。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・業界の繁忙期のため3か月前より良いのは当たり前であるが、例年どおりである。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず客単価は低い、来客数は増えている。やはりイベントに制限がなくなったことが大きい。
□	商店街（代表者）	それ以外	・元々動きが少ない時期とはいえ、売上の状況が極めて厳しい。メーカーもモノが売れないため商品の廃番が多く、客の選択肢が狭くなり更に売上が悪くなるという悪循環に陥っている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・多くの客の話から、まだしばらくはこのままの状態が続く。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・賃上げが続いて次のボーナスが楽しみであるが、まだもらってみたいと分からないという雰囲気である。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べると、物価上昇により消費を控えて着実に財布のひもを固くすると、値上げは仕方がなく経済を良くするためには金を使わないといけないという風潮に乗る人として大きく中身が二分した。そのなかで世の中としては、どちらともいえない余り変わらない状況にある。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・前月に引き続き年度末の予算消化がある。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・百貨店の回復による来客数の減少と、商品値上げによる買い控えで買上点数が落ちており、前年の売上を割った状態が続いている。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・極端な買い控えの動きは見られないが、物価の優等生とみられた卵の価格上昇が激しい。野菜や果物などは天候のお陰で安価であるが、いろいろな物の値上げの影響が買物点数に少しずつ出ている。
□	スーパー（店員）	来客数の動き	・安い商品で店を選定しており、奪い合いの状況である。
□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・依然として来客数、客単価共に前年を下回っている。客単価の下落は回転数の低下によるものである。商品の値上げにより、無駄な物の買い控えが定着している。
□	スーパー（総務）	来客数の動き	・前年より商品単価が上がっているため売上が若干良くなっているように見える。来客数が少し増えているため、状況は変わらない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年よりはやや来客数は増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前との比較では相変わらず大幅に減少している。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・昨秋以降、来客数は増加しており、この流れが変わらずに現在も続いている。気温が例年と比べて低い日が多かったこともあり、ホット商品を中心に温める商品の販売数が多くなっていた。
□	衣料品専門店（販売企画担当）	それ以外	・人件費を上げているが、売上はそれほど増えず厳しい状況が続いている。仕入価格の上昇を価格に転嫁していることも、今一つ売上が上がらない原因の1つである。
□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数は減っているが、エアコンや冷蔵庫など単価の高い商品が例年より売れている結果、売上は横ばいである。電気代の上昇と白物商材自体の値上がり予想で、壊れていなくても買換える客が増えている。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・生活用品、食料品、ガソリンの値上げなどに慣れてしまったのか諦めたのか、必要な物には改めてしっかり金を掛けるようになってきた。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・それほど景気が悪いという雰囲気はないが、これだけ物価が上昇すると非常に不安定な状態である。

□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・生活の基準に置くような商品価格が目に見えて上がっているため、世の中の物価が上がっていることを肌で感じる。これだけ生活に係る費用が増加してくれば、生活に余裕がないため大きな出費はまだ先、という客の言葉を強く受け止めてしまう。
□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・売れている車種はプラグインハイブリッド車など政府の補助金がある車種で、今後の施策次第では販売台数が落ち込む恐れがある。
□	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・持家の新築住宅が減っている。ただし、リフォーム、商業施設の新築及び改修工事が増えている。
□	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・物価高騰のあおりを受け、消費者心理が貯蓄・節約に向かっており購買意欲が減退しているせい、来客数が減少傾向にある。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響も少し落ち着き客の外出が多くなった。イベントも以前のようにはまだないが、イベント販売の売上も少しずつ増えてきた。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・諸物価上昇で、仕入価格も高くなっている。当然メニューの値段も少し上げざるを得ない。したがって、客が注文する品数も減っている。
□	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・物価が上がり過ぎて支出を控えている。
□	バー (経営者)	来客数の動き	・飲食業は、ランチや夕方早い時間帯の客足は戻ってきている様子だが、遅い時間帯や2軒目へ行く客足は伸び悩んでいる。むしろコロナ禍での生活に慣れ、飲みに行く習慣がなくなっている。
□	その他飲食 [仕出し] (経営者)	お客様の様子	・先行きに対する不安感が増している。
□	その他飲食 [フイン輸入] (経営企画担当)	来客数の動き	・コロナ禍の自粛はほぼなくなった様子である。それに加え、海外からの来日客も増え、来客数自体は2割程度伸びている。売上も同様である。
□	旅行代理店 (経営者)	お客様の様子	・暖かくなって人も増えてきたが、以前と違い様々な価格改定のせい、より商品選びに慎重になっている。
□	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・全国旅行支援延長の効果は少なく恩恵が得られなかった。行きたい場合は割引に関係なく旅行をするような雰囲気は見受けられるが、新規予約の動きが4月以降は少ない。海外旅行需要が新型コロナウイルス感染症発生前に戻らないと、経営が大変厳しい。パスポートが切れている客も多く、次はパスポート申請のキャンペーンをしてほしい。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・悪いままである。
□	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・現在の状況が当面続く。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・コロナ禍も落ち着いてきたが、受注状況も横ばいである。
□	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・下期以降、年明けの節目でも相変わらず来客数などの数値は好転がみられず、情勢の変化がみられない。
▲	一般小売店 [生活用品] (販売担当)	販売量の動き	・商材の値上げがまだまだ続くなか、生活防衛のための節約意識が高く、今年に入ってから散々な状況である。
▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数減少と買上点数減少により売上減少となっている。
▲	スーパー (店員)	販売量の動き	・卵不足による商品供給不足の影響がかなり出てきている。
▲	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・2月は日数が少ないこともあって来客数は少ない。籠の回転数もいつもより少ない。
▲	コンビニ (店長)	お客様の様子	・秋口からの悪い状況が2月もみられた。来客数の減少と比較的若い客の購買意欲の低下が著しい。物価高騰の影響が依然強い。紙媒体のクーポンを本部が大量投入したので、それを使用するために来店する客が相当数いた。30円引きや50円引きのクーポンでも効果があるということは、数十円程度のディスカウントにも敏感に反応する消費者心理があるのではないか。

▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・2月期売上は前年比104.9%と好調であった。しかし、経費の高騰で利益の捻出にどの店も苦戦している。恐らく小売業界全体が抱えている課題と推測する。特に電気代の高騰は致命的で、このままの状況が継続すれば、売上は好調だが利益の捻出に苦しみ、営業が困難な状態になる。
▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・例年なら卒業、入学を控えているため単品単価が高い物が多いが、スポーティな軽めの物ばかりで単価が低い。重衣料メーカーは工場の生産が遅れているとあって、いまだに納品されない。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・仕事に対しての報酬が下がっているという声は多く、客からは購買での節約志向を感じる。しばらく来店がない常連客が増えてきている。
▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・決算月でもあって期待していたが、動きはそれほど良くない。来客数も予想より少ない。新車の納期はまだまだ遅く、この情報も悪い影響を与えている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・暴騰していた中古車相場が暴落し始め、オークションに出しても買手が付かない状況になってきた。新車の供給も不安定で、非常に厳しい収益となった。ガソリン価格は高止まりで家庭の光熱費が上がるなか、電気自動車が注目を集めるが、半導体の塊のような車なので、数十万円の値上げもあり自動車の販売には苦慮している。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くは受注停止になっており買いたくても買えない状況になっている。新型車が出て人気グレードは発売1か月で2年待ちになり、客の購入意欲も低まっている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的に売れていない。2月が売れないのは一般的だとしても、反響は少なく3月につながる分も少ないことも含めて、余り良くない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・繁忙期となるこの時期に商品がなく、商談も盛り上がりせず、受注も落ちている。メーカーからも年間計画がおおよその台数でしか提示されず、4月以降に少しずつ回復していく予測という根拠のない展望で、前年同期より厳しい。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	それ以外	・物価高、エネルギー価格高騰の影響が大きい。賃上げが行われたとしても、どの程度消費が回復するかは不透明である。
▲	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているにもかかわらず、給与の上昇が追い付いていない。
▲	観光名所（案内係）	お客様の様子	・寒い日が続いているため、人出は明るい時間帯のみでそれ以後は帰宅する人が多い。
▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・今月は暇な時期であるが、それにしても客が来てくれない。
▲	美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・やはり今月も客自身や家族が新型コロナウイルスの感染者となってキャンセルが多く出た。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話にはどうしても光熱費の値上がりが大変厳しいという話題が毎回出てくる。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはりまだ新型コロナウイルス感染症が完璧に終息していないことが大きい。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客は暮れにパーマを掛けているため、1～2月はどうしても来客数が減る。
▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	単価の動き	・3月以降の仕入原価の値上げ要請が来た。福祉用具貸与は、介護保険の仕組みで価格の上限が設定されており昨今のエネルギー価格及び原価高騰や人件費アップ分を貸与価格に反映することは実質できない。他の介護保険サービスでは物価高騰の助成金を得られるが、福祉用具貸与事業者は除外されるなど矛盾がある。
▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・仕事の打合せをしても、これから景気が良くなる話は聞かない。
▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・物の値上がりが止まらない。販売量が前年の同じ時期と比べて減少した。購入意欲が下がっている。
▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・決算対策なのか、分譲住宅を短期間で完成させている会社がある。しかし、完売しているようには見受けられない。

	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・値上げもあって客単価は上がったが件数がまだ付いてこない。客は相見積りを取って来店するが、とにかく価格交渉が多い。徐々に収入が上がれば仕事も増える。
	×	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数の減少と同時に、商品が高くなっている分、必要最低限の物しか購入しない状況が続いている。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今まで安定していたたばこの売上が、理由はよく分からないが2月は大きく落ち込んだ。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・とにかく来客数が少なくゼロの日が続くこともある。
	×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援は大手旅行会社向けの支援のため、小規模の旅行会社にとっては販売量の増加が少ない。中には面倒だからといって利用しない客もいる。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっていると判断する。
企業動向関連 (東海)	◎	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	・取引先では来たる増産に向けて何かしようと前向きに取り組んでいる。このため当社の成約に結び付いている。ただし、取引先は資金繰りが苦しく、銀行の一層の応援が必要である。
	○	通信業（法人営業担当）	それ以外	・ガソリン、電気、ガスを始め、あらゆる物価の上昇が庶民を直撃している。特に、生鮮食料品である卵の価格高騰は、毎日食べる物であり非常に家計に響く。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・前年と比べると、新型コロナウイルス感染症の収束により様々な業種で活気を取り戻している傾向にある。
	○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあり、前月同様に外出や遠出をする人が徐々に増加傾向にある。今月の売上は前年を上回る状況となっている。
	○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・物価が上がっていることから、賃上げを考える顧問先は多い。既に冬のボーナスとは別に物価手当のような特別手当を出すところも出てきた。また、来店客の戻りが十分ではない飲食店も、コロナ禍で広まった宅配業者による出前が定着し、売上を支えるようになっている。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・アフターコロナでストレス発散消費は継続している。人気飲食店は週末の予約が取れなくなってきた。新型コロナウイルス感染症発生前の状況が復活している。ベースアップ満額回答など、企業は賃上げ了承に大きく変わってきた。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量が、あるという見通しと春先から無くなるという見通しが交錯しているが、悪い一方ではなさそうである。
	□	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で引き合い自体は出てきているが、具体的な話は少ない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品はリリースされたものの全体的に大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いており、取引先業界の回復が遅れている。今月も前年同期と同じような状態で動いている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料や電力料金のアップにより製造コストを抑えるのに四苦八苦している。価格転嫁も通信関連市場では競合相手もあり、思うようには進んでいない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・生産計画上ではしばらく低いままが続くことが確定した。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・2月は通年の異動時期のため成約が伸びる月で新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いているため期待したが、マンション・戸建て住宅とも期待外れで思ったより集客・成約が伸びなかった。

□	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料等の値上がりと半導体不足で機材などが入荷しないため、それが必要な施設の維持管理業務の場合は、見積りを提出してもなかなか来期に実施できるかどうか微妙である。全体的に価格が上がっているため、何か予算を削らなければならない状態も起き得る。
□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前々年来の燃料価格の高騰や人件費の上昇を受け入れられない荷主が多い。大手荷主ほど運送会社なら他にもたくさんあるという意識が根強く感じられる。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年末までは新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っていたが、年が明けてからは小康状態を感じる。既に3月の話は入ってきていて、3月はまた受注量が増えるようだが、4月はどうかというところ全く分からない。売上が安定して見通せない状態である。
□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・国際情勢の変化が読みにくい。
□	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・本年度の事業計画を総括する時期になったが、景気低迷から新規の契約や投資を控える客と半導体不足により売物がない自社の事情で、計画を大幅にショートする見込みである。半導体の流通量は回復し、客への提案バリエーションの幅は戻りつつあるが、投資控えが染みついた企業からは、経費削減につながる提案以外は受入れ難い雰囲気がある。
□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料の価格高騰を販売価格に転嫁できる企業の業績は良いが、中小企業は容易に転嫁できずにいる。従業員の給与も上がっていないことから個人消費も伸びず、当面現状の景気が続く。
□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍も落ち着き現状は変わらない。
□	不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・分譲住宅市況が当地域においては芳しくない。工事費も高止まりが続いている。
□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・Web媒体、紙媒体等の広告の受注は、1年前と比べてもほぼ変わっておらず、大きな変化は見当たらない。
□	公認会計士	取引先の様子	・中小企業も少し前に値上げを行ってきたが、それ以上に価格高騰の幅が大きく利益を圧迫している。人材の獲得が難しい状況であり、機会損失を起こしている企業も少しある。材料などの仕入れや新規客の獲得等は3か月前と比べると少し落ち着いてきているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとまだ回復しきれていない状況である。
□	行政書士	受注量や販売量の動き	・大手自動車メーカー向けに納入製品の配送する運輸業者は、商売が安定しているという。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品関連の値上げが相次ぎ、生活者の商品を選択する目が一層厳しくなっている。生活必需品ではない商品は需要減退傾向がより強くなっている。
▲	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、販売量共に自動車関連は従来どおりであるが、その他は全般的に買い控えの影響等で荷動きが鈍く悪化しており、景気はやや悪くなっている。
▲	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年の夏頃から半導体向け需要は悪くなっている。現状では更に悪くなっている。
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・例年なら年度末の予算消化の注文が入る時期だが、今年は少なく残業も必要ない。新規の引き合いも非常に少ない。
▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大企業の生産需要は若干回復しているが、中小零細企業の需要は伸びるどころか減退している。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少傾向のため、価格を下げている製品がある。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・素材価格の高騰により受注が減少した。
▲	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	・素材の値段が高騰し、売上はそれほど増えていないため、結果的に業績は下がり気味である。これで出荷数が減ればかなりの打撃である。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・いまだに続く物価上昇と、賃上げも余り期待できないなかで不安しかない。

	▲	輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先の話によると、半導体不足の影響で中国からの製品入荷が年明け前から遅れており、今に至っても入荷待ちとなっているそうである。我が国だけではなく中国でも製品供給が間に合わない状況が生まれているということは、景気が全世界的に低迷しているということではないか。	
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・光熱費、食料品、その他あらゆる物の価格が上昇している。余暇に充当させる余裕がない。生活がギスギスしている。	
	▲	金融業（従業員）	それ以外	・身の回りの様子や日常生活などから、物価の上昇により日々の生活のなかで余裕がなくなっている様子がみられる。	
	×	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・様々な価格高騰の影響もあり受注数が軒並み減少した。	
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・用紙代の値上げの影響で折込広告の出稿が減少している。生活費が上昇している影響か、新聞購読者も減少率が高くなっている。	
雇用 関連 (東海)	◎	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数について、2019年の同月と比較し、ほとんどの産業分野で同等となっている。	
	○	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期比で増加しており、年度末に向けて採用数も増加傾向にある。	
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車産業においては、部品供給・半導体不足が少し解消され、稼働停止人数も減り生産体制も増加傾向にある。	
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き年度初めからの入社決定に向けて、企業の採用意欲は高い。	
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特に変化はない。	
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・決して景気が上向いているとはいえないが、企業の人材不足がより深刻化しているため、求人自体に減少傾向は見受けられない。物価上昇のあおりを受けているため、人材が確保できたとしても景気回復には直結せず、目の前の受注等に対応するまでとなっている。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣募集数は3か月前とほぼ変わらない。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・3か月前比で求人数は増加傾向にあるものの、求職者数が減少しているため、採用数は横ばいとなっている。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高騰が著しい。	
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の変更や観光施策などで人の動きは出てきているが、原料高、人手不足からの人件費高騰で、経営状況は余り良くない。	
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・観光業を中心に動きが戻ってきた。採用イベントの出展社数も増加している。	
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加を継続しているが、原材料の価格高騰による収益への影響が懸念されている。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は微減しているが、宿泊、飲食業、サービス業においては増加がみられる。業績に影響がないところでも人手不足感は否めない。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が若干減少し、有効求職者数は僅かに増加したため、有効求人倍率が低下した。	
		▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・忘年会や新年会が終わり少し落ち着いたためやや悪くなっている。
		▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・海外輸出に係る燃料の価格高騰やコンテナ不足等により船賃が6倍になる製造業があるなど、燃料価格の高騰による影響は依然として続いている。また、原材料の価格高騰を価格に転嫁できずに経営を圧迫している企業が多い。建設業の仕事量は、新型コロナウイルス感染症発生前に回復しているが、人材不足の状態が解消されない。
	×	—	—	—	