

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）	来客数の動き	・3年続いたコロナ禍も3月に入って徐々に勢いを弱め、発表される新型コロナウイルスの新規感染者数も右肩下がりの日が続いている。いろいろな制約も収束に向かって緩和されつつある。桜花らん漫の今、経済的にも勢いを増しながら人々の顔付きも明るさが増している。もう一息である。
	◎	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・様々な制約が解除され、明らかに景況感が良くなっている。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・春休みの影響を受け、来客数が以前よりも増えている。特にキャリーバッグを持った人や外国人旅行者が増えている印象を受ける。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとまだ少ない。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・春休みの行楽シーズンに入り、旅行需要の増加に伴って高単価な土産品の需要が増加し、客単価が伸長した。
	◎	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・店舗での食事が増えている。
	◎	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の減少と報道がなくなり種々の制限も解除されたことにより、旅行を計画する客が非常に多くなった。まだ国内旅行中心であるが、イベントの復活、全国旅行支援の実施という好要素が加勢し、販売量は増加している。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・人の流れが新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。駅でのタクシー利用客も増えている。野球観戦やコンサートも通常どおりの集客数になり、タクシー利用客が増えているため、景気の回復は思ったより早く進んでいる。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数もある程度少なくなってきたのでにぎわってきているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状態には戻っていない。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・ベースアップが好調で、6月頃のボーナス支給も楽しみである。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・週末は僅かであるが、飲食店からの飲料の注文が増える傾向になってきた。
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・春休みに入ってから、来客数はそれほど変わらないが、入学式用の靴を家族で買いに来る客が増えた。今月初めはカジュアルシューズがメインの動きであったが、後半は高額商品である海外からのインポート品が売れるようになって売上が上がってきた。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・全国旅行支援による旅行者も多く見受けられ、クーポン利用など売上の底上げにつながっている。海外旅行がまだ手控えられるなか、海外特選ブランドや時計を中心とした高額品需要が続き、今月も大幅な売上増加につながった。インバウンドもタイやシンガポールなどを中心に売上が回復基調となっている。気温も高い傾向と天候が良いこともあり、春物衣料や雑貨、なかでもマスク着用ルールの見直しなどもあり、化粧品の動きも大きく目立つようになってきた。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・行楽シーズンに入り、宿泊や飲食、娯楽での移動関連の消費が確実に膨らんでいる。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていないが、前年を着実に上回っている。
	○	百貨店（販売担当）	単価の動き	・2～3か月前と比べ来客数は伸び悩んでいる。しかし、中高価格ラインが好調に稼働しているため客単価は上がっている。
○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・特に土日を中心に来客数がかかなり増加している。	
○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・人の動きは引き続き回復傾向にあり、当エリアのインバウンドの戻りはまだまだであるが、国内の旅行者はかなり増加している。	

○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がないことで、人の動きが活発になっており、直近の数か月のなかでも来客数が多い。また、好天にも恵まれ、例年の3月と比べても高い売上、来客数で推移している。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると店周辺の人出が、特に金曜、土曜は多くなり、外国人旅行者の姿もちらほら見るようになった。それに伴って当店での上、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、客にも徐々に動きがある。ただし、生活に係る費用が増えているため、どこに金を回すかを非常にシビアに検討している様子を強く感じる。
○	その他専門店 〔貴金属〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比べ新入学・卒業の贈答品需要は減少している。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少やマスク着用の自由化に伴い外出が増加し、消費者は自分への御褒美のため、旅行や装飾品購入が増える傾向にある。
○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・マスク着用の緩和、年度末による歓送迎会の開催、桜の早期開花で3月後半にかけて来客数の戻りが顕著になってきた。また、若干だが遅番の来客数に戻りもみられるが、客1組当たりは少人数のままで、アフターコロナが鮮明になっている。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の12月と比べると新型コロナウイルスの感染状況がかなり収まってきたこと、マスク着用が任意になったことなどから、収束を想定して街へ人が出歩くような状況ができている。全国旅行支援の割引額は減額されたが、その恩恵を最後に受けようと3月末までかなりの数の予約が入っているため、3か月前と比べるとやや良くなっている。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前年10月11日のインバウンド水際対策緩和に続き、3月13日からマスク着用が緩和され、消費マインドが改善し来客数の増加に寄与している。
○	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・アフターコロナがマーケットに定着したことで、レストランでは接待、家族利用、個人利用が増加し、法人の宴会利用も新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。宿泊部門は全国旅行支援の継続で引き続き好調である。ホテル全体で来客数をみても、にぎわっているのが分かる。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・3月後半になって先の宿泊予約が入るようになってきた。ただし、3月の売上は新型コロナウイルス感染症発生前の60%ほどである。レストランも週末のランチが増えてきた。ディナーと宴会は低迷中である。
○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・重症化リスクのある人は依然新型コロナウイルス感染症を警戒し旅行には慎重だが、新型コロナウイルスを理由に旅行をキャンセルする人は完全になくなった。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の制限が緩和されて、繁華街に出掛ける客が顕著に増えている。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・異動の時期で解約数は増えているものの、新規加入者もそれ以上に増えており、良くなっている。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・次年度に向けての動きが活発化している。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が徐々に良くなっている。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドが増えた。
○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者数は前年3月と変わらず推移している。前年10～12月の入場者数は今一つであったが、1～3月は順調に推移している。天候にも恵まれたが、今月は3か月前より良くなっている。
○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客から、最近外出したとか出先がとても混雑していたという話をよく聞くため、経済がかなり動き出している雰囲気がある。
□	商店街（代表者）	単価の動き	・商店街への人出が特に週末は多い。ただし、相変わらず客単価は低い。食べ歩きのためのフィンガーフードは売れているが、衣料品などの売行きは余り良くない。

□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客が物価上昇で給料も上がるのではないかと期待している。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・良くもなく悪くもなくといった感じで、販売量も僅かではあるが回復傾向にある。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3月は、企業は決算月で金を使って物を買ひ、個人は入進学など春の祝いのお返し等で活況化する時期だが、物価高によって付き合いの範囲を狭くして出せる金額の上限を決めているため、売上はなかなか伸びなかった。会社としては、価格を上げたことにより利益は出ているが、それを全て支払に回すため、全体として変わらない。3月はもう少し伸びる予定であったが、伸びなかった。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末の残予算消化が落ち着いてきた。
□	百貨店（営業担当）	単価の動き	・目的買いの客がいる。マスクも取れて行動範囲が広がったことにより、内より外に向かっていくことが、誰の目からも見ても分かる。
□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・まだ来店客の9割以上はマスクを着用している。マスクを外す人は少ない。
□	スーパー（店員）	販売量の動き	・卵の高値が購買意欲に水を差す結果となった。卵が高いとマヨネーズも高くなりマヨネーズを使うサラダも高くなるという悪循環になっている。卵の価格もしばらくは下がりにくいので我慢が続く。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・近くの大きな公園での花見需要で、ドリンク、おつまみ、紙コップなどの売上が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・売上、来客数、客単価共に前年を下回った状態で、ここ3か月は大きな変化はみられない。積極的な消費はなく、特に日用品については堅実な消費動向が続いている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・1品単価が上がり客単価の上昇はみられるため、売上は前年比も2019年比も超えてきた。しかし、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と比べ70人以上減っており、電気代や人件費の高騰により利益を上げづらい。
□	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比105.9%と好調であった。これまではコロナ禍を脱出したことを好調の要因に挙げてきたが、最近モノの値上げが客単価を押し上げて、売上に影響している。ただし、電気代等の高騰で経費がかさみ利益ベースでは前年を割る経営者が続出しており、楽観視できない状況である。
□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・3月に入ってから来客数が減っている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車の生産は少しずつであるが戻りつつある。ただし、3月は決算期で一番盛り上がる月であるが、今年は来客数も少なく厳しい状況であった。
□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・繁忙期の3月とは思えないくらい来店客の動きが良くない。車両の生産状況も回復している様子はなく、納期がみえないなかでの商談では話も弾まない。
□	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・建築業界は、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを取り戻し、今まで延ばしていたリフォーム、商業施設の改装などの見積りや契約の物件が多くなった。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・景気が下向きとは思えないが、光熱費等の高騰が家計を圧迫している。今後の賃上げ動向、特に中小企業の動き次第である。
□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・イベントの再開などで売上は新型コロナウイルス感染症発生前まで戻った。販売価格も上げたが、原材料の価格高騰などが要因で利益を圧迫している。
□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・マスク着用自由化に伴い、街中、近所全てで人出が多い。
□	一般レストラン（経営者）	それ以外	・仕入れる商品がことごとく値上がりしており、どのように価格転嫁していいのかわからないと悩んでいる。

□	バー（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍の生活に慣れ、必要最低限の行動範囲になり遊びがなくなっている。趣味やし好に金を掛けている。
□	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	お客様の様子	・2022年度と比べ2023年度は全体で10%程度値上げを実施したが、販売数量の落ち込みは3%程度と、想像していたよりも落ち込みは少なかった。
□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・原材料費の値上がりに伴う様々な値上げによる買い控えや、レストランでは夜の利用客の回転率が低調になっている。個店でも繁盛しているレストランは、完全予約制で無駄を省く企業努力をしている。
□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援もマンネリ化して効果が薄れてきているが、元気な高齢者は当てにしている。また、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類になるため、海外旅行での帰国時ワクチン接種証明書の提示等を日本人旅行者は免除して、海外旅行の負担をなくしてほしい。今後更に増加するインバウンドには、ワクチンの回数、滞在先などを入力してもらう電子ビザのようなシステムを構築すべきである。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・業況が下向きではなくなってきた。
□	観光名所（案内係）	それ以外	・どの店でも公共料金の値上げ、その他様々な物の値上げの影響が出ており、何とかしないと大変なことになる。
□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってからキャンペーンセールが始まっており、今月も引き続きキャンペーン商品の購入があった。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が収束したら、今度は光熱費高騰、物価上昇などの影響で、客の美容室利用の頻度は1か月ごとから1か月半～2か月ごとに減少した。
□	その他サービス [介護サービス]（職員）	来客数の動き	・寒さも落ち着き、レンタル解約も一段落している。契約件数が回復すれば好転していくが、仕入原価等値上げの波も3度押し寄せているため、それを相殺すると状況は変わらない。
□	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・他社も販売に苦勞している。広告を出しても売行きも反応も悪い。この先苦しい状況のようである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売状況は横ばいである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・来客数はやや回復したように見受けられる。きっかけは増えたが成約には至っていないため、最終的に変化はない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・リフォームを希望する客は地域工務店で、新築を考える若い客はハウスメーカーで検討している。
▲	商店街（代表者）	それ以外	・原材料、資材等の仕入価格が高騰し続けているため値上げを敢行したが、売上が低迷している。
▲	一般小売店 [生活用品]（販売担当）	販売量の動き	・来客数は増えているが購買に結び付かない。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・日用品では卵の利用が多い食品を買い控えている。売価の安い物、特価品を中心に買い求める傾向になっている。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・値上げによる買上点数の減少が止まらない状態である。
▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げ、卵を始めとする商品の品薄により、小売全部門において販売量が落ちている。2月の終わり頃からこの傾向がみられたが、3月に入ってから特に衣料品、家庭用品、食品全ての部門で販売量が落ちており、今月は落ち込みが顕著であった。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・いろいろな物が値上がりし計画的な買物をするようになったため、来客数が日々減少している。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれたが、依然として来客数が低迷している。様々な新規商品を投入しキャンペーンも打っているが、大きな成果につながらなかった。もう少しお買い得感がある商品がないと現状を打破できない。
▲	コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月は大きなセールや目玉になるようなイベントがなかったため、それなりの売上となっている。

	▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は余りみられなくなってきたが、諸物価の上昇が購買意欲を落としている。一見客で春物を見に来て購入する客はほとんどいない。行きつけのブティックが退店廃業したからと、数年～数十年ぶりにわざわざ来店する客が最近見受けられる。
	▲	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・常連客の注文が、特に5～10人規模の事業者で減少している。一般の顧客については、値上げの影響もあり購入頻度が下がっている。ナショナルブランド商品を購入していた顧客は、価格が安いプライベートブランド商品へシフトしている。
	▲	家電量販店(店員)	来客数の動き	・決算月は例年客でにぎわうが、今年はそれがなくいつもどおりである。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・新車の納期確定ができないため下取り中古車の査定にも影響が出るなど、見通しが立ちにくい状況が続いている。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・年度末ではあるが動きが悪い。販売台数も伸びない。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・物価上昇に合わせて給料が上がっている人はほとんどいないため、買い控えて景気は悪くなっている。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・人気車種の多くでオーダーが終了していて購入できない状態が続いており、購入希望の客にも断るケースが増えている。新型車の発表もあったが納期がかなり掛かっているため、購入を見送る客もいる。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	単価の動き	・全体的に価格が安い。オークション相場も安い。買うには良いが下取りなど売るときも安くなる。販売量の動きも悪いし、全体的に落ちている。
	▲	その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	単価の動き	・物の値上げと家計のバランスが取れていないため、景気回復にはしばらく時間が掛かる。
	▲	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・全国旅行支援が延長されるが、客も何回も旅行に行くわけではないため、少々飽和状態になっている。
	▲	通信会社(サービス担当)	お客様の様子	・最近は固定電話の必要性も減り、固定の光回線やIP電話のセットを辞めて、据置きタイプのホームWi-Fiに乗り換える家庭が増え、解約が増加している。
	▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・雪解けが早く、雪遊び目当ての客が減少した。近隣スキー場も早くにクローズとなり客足が落ちた。
	▲	パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
	▲	理美容室(経営者)	来客数の動き	・段々と暖かくなって客が増える時期だが、客が余り来てくれない。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・今月上旬は余りにも寒くて客が外出せず、少し暖かくなったと思ったら雨の影響で出足が悪かった。
	▲	設計事務所(職員)	お客様の様子	・客からは、これから景気が良くなる話は聞かない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕 (経営者)	お客様の様子	・若干動きが出てきたが、商談では以前よりも慎重に検討する客がほとんどで、値上げに寛容な客はいない。まだ景気回復には時間が掛かる。
	×	スーパー(店長)	販売量の動き	・買上点数が前年の93%で推移している。
	×	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・今月はほとんど仕事をしていない。
	×	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	それ以外	・住宅展示場では出展社の撤退表明が相次いでいる。新型コロナウイルス感染症の5類移行を受け、更なる経済活動の活性化を期待していただけに、想定外の事態である。
企業 動向 関連	◎	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先が年度末に設備投資を行ったことと、当社製品を気に入った新規取引先からの受注もあり、今月は売上が伸びた。
(東海)	○	化学工業(総務秘書)	それ以外	・物価上昇と企業の賃上げが実行され、金が回る大きな条件が成立した。5月に新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行でアフターコロナが公式に宣言され、水際対策の緩和でインバウンドも回復する。心機一転で4年ぶりにわくわくするような春を迎えた雰囲気がある。

○	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では凍結されていたプロジェクトが復活したり、具体的な引き合いが増えてきた。
○	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・仕事帰りに飲む機会が増えている。街にも以前より人出があって活気が出ている様子がみえる。
○	通信業（総務担当）	それ以外	・駅前通りの人流が格段に増えた。観光バスの運行もよく目にするようになった。春闘によるベースアップのニュースを耳にすることで、賃金アップの流れが広がっている。景気の気ということでは、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）での日本代表の世界一は明るいニュースで、家庭でも社会全体でも、そして全国が明るくなったことを実感する。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・例年と比べて景気は上がってきているところが比較的多い。工場などの生産量や飲食店の売上も伸びつつある。
○	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が減少傾向にあり、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月の売上は前年を上回る状況となっている。
○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せがやや活発化してきた。
○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているため、業種により多少のばらつきはあるが、広告受注量は少しずつ増えている。
○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず大きな変化はない。設備投資も、大型投資とはいわないがアフターコロナの対策でまずまず行われている。何をやっていいの各社は思案しているが、設備投資では自動化を優先するべきと考える。
□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・物価高騰の勢いが止まらない状況のなかで、商品に対する消費者の選択の基準が一層厳しくなっている。確かな価値を訴求できる商品でなければ淘汰される危機感を持っている。
□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電材需要は引き続き低調である。
□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年なら仕事量が落ち着く時期だが、今年は思いの外仕事量の落ち込みがなく、まずまずの状態である。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の動きは堅調だが全体としては横ばいである。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・航空業界はずっと底のまま変わらないが、最近関わっている分野の業界では、少し上昇の傾向がある。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・賃上げよりも物価上昇率の方が高く、景気が向上するとは思えない。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・住宅契約件数は前月比でほぼ横ばいである。期末の異動時期で良い方に期待したが伸び悩んだ。取引業者の転勤辞令は多く聞いている。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことが要因かもしれない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年が明けてからの荷動きは年末と比べて少し鈍ってきた。3月は繁忙期のため一時的に荷量は多くなっているが、4月以降は全く読めない。それよりも、経費増加で利益が出にくくなっており、忙しいだけで中身は余り良くない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・個人向けの宅配物量は顕著な動きであるが、企業間の物流、特に自動車製造業の物量が伸びない。
□	輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・一般消費者向けの食品や家電などの消費財に対する消費意欲が増していると取引先の家電メーカーが言っている。しかし、運送業者が使用する資材や原料の荷物はそれほど上昇していない。経済を支える企業が潤っているとは思えない。

	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・生活必需品の値上がりが家計を圧迫している。一方で、1人1万円を超える高級レストランはいつも満席である。コロナ禍も3年を迎える頃から、この国でも2極化が進んでいることを実感する。新入学や新生活の景気に沸く時期であるが総じて変わらず、余り良くない景気の最中にある。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症のマスク着用緩和等により、人々が外出する機会は増えた。一方で、物価の上昇がまだ続いていることにより、消費活動は活発化していない。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料高を販売価格に転嫁できている会社とできていない会社があり、できていない会社はかなり厳しい。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域における住宅不動産市況は芳しくない。そのなかで物価上昇により原価が上がっている。
	□	公認会計士	取引先の様子	・大きな変化はない。物価高騰も世界情勢も変化がない。取引先では、売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると80%程度の戻りで12月頃と余り変化がない。人材採用が難しい状況であり、売上は戻りつつあるが人件費も圧迫しているため、利益水準にも大きな変化がない状況である。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・荷主が商品出荷を倉庫に依頼せず、直接販売先に持っていくため、倉庫業も担う物流業者は小口荷物だけになり売上が伸びない。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・マスクの着用が個人の判断に任されたり、新型コロナウイルスの新規感染者数が余り声高に報告されなくなってきたが、飲食店は来店者よりも出前やテイクアウトが多い。製造業や建設業では売上は上昇傾向だが、経費が高くなっているため利益は余り増えていない。
	▲	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、販売量共に全般的に買い控えて値動きが悪く、特に食品関連は目立って悪化しており、景気はやや悪い。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注価格や販売価格の動き	・今年に入って4月受注分からの一部製品の値上げを決めたが、今月になって急に受注量が増えた。値上げ前の駆け込み注文とみられる。当社が購入する原料も値上げになったが、駆け込みで最長半年分を購入された製品もある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少しているため、価格を下げて販売している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全般的な景気は悪い。約1割以上売上が減少し、この先も在庫調整が入る見込みで、もう1割程度の減少を想定している。
	▲	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料の価格高騰で部材が高くなり金額的に予算内に収まらないため、仕事自体が来期に見送りという話が聞こえてきた。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域を問わず輸出入の物量が減少している。また、国内の小売店向けの物量も前年を下回っている。建材などの住宅向け物量も前年を2割ほど下回る状況である。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・円安、資源価格の高騰が家計に影響している。地価の緩やかな上昇という良い面もあるが、庶民を苦しめる物価高は非常に厳しいものがある。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年比で減少している。販売量も軒並み下がっている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月に入ってから同じ状況が続いている。本来は年度末の3月は書き入れ時で受注が増えるはずが、今年はさっぱりない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が少ない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車生産において、半導体不足・供給部品不足は若干改善しており、当地区の工場稼働停止も減少している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・観光業、飲食業は回復傾向にある。今後の期待感も上向きな材料である。

○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・産業別の求人状況を4年前と比較すると、おおむねどの業種でも90%程度に回復している。
□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・景況感の変化を感じる材料は特にない。
□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・春闘で大手企業が賃上げをするなか、世の中の大半を占める中小企業は、取引先の値下げ要求を飲まざるを得ず、賃上げは現実味がない状況である。人手不足は相変わらずであるものの、賃上げ以前に採用が厳しい状況である。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・少人数ながら送別会での利用が増加した。
□	人材派遣会社（企画統括）	採用者数の動き	・新規求人数は前年同期比で増加しているが、採用数は微増にとどまっている。
□	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）	求人数の動き	・求人数は、年度末のため3か月前比では増加しているものの、前年よりも増加率が低い。
□	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については新しい対応となったがまだ様子見である。一般消費者の経済活動は大分活発になってきたため今後に期待が持てるが、まだ回復には時間が掛かる。業種によっては景気が良く事業拡大の意欲があるが、人材確保が難しいことが障壁となっている。
□	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傾向が続いているが、人手不足感や原材料の価格高騰による雇用への影響が懸念される。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は微減であった。新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出せそうではあるが、引き続き原材料の価格高騰や原油高騰の影響が続いているため、まだ好転しているとは言い難い。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に増加したが、増加幅が同程度であったため、有効求人倍率は前月と同程度になった。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き企業側の採用意欲は旺盛であり、年度をまたいで活動意欲のある候補者の採用につなげている。
▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・大手では軒並み賃上げがされているが、中小や非正規は賃上げされていないところが多い。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・スーパーでは仕入価格の値上がりにより利益率が下降しているため、賃金を上げたいが厳しい状況である。建築業はウクライナ戦争の影響により建築資材の輸入量が減少し、材料費が値上がりして苦しい状況である。製造業でも原材料費の値上がりや納期の遅れから部品の調達が難しい状況である。原材料費や燃料費が高騰しているものの、価格転嫁ができていない。
×	—	—	—