

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<br>動向<br>関連<br><br>(東海) | ◎          | 一般小売店〔土産〕（経営者）  | 来客数の動き   | ・コロナ禍も落ち着き観光客が増え、新型コロナウイルス感染症発生前の動向に近づいている。マスクを着用しない人も半数を超えている。   |
|                            | ◎          | 百貨店（経理担当）       | 販売量の動き   | ・昼の飲食は新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。ただし、夜の飲食は戻っていない。インバウンドの売上が急速に回復し始めた。  |
|                            | ◎          | 百貨店（営業担当）       | お客様の様子   | ・特に6月末以降は週末を中心に来客数が増えており、猛暑もあって衣料品、服飾雑貨などの動きが良い。  |
|                            | ◎          | 百貨店（販売促進担当）     | 来客数の動き   | ・東南アジアからのインバウンドが増加している印象を受ける。   |
|                            | ◎          | 一般レストラン（従業員）    | 来客数の動き   | ・地元で花火大会が開催された際、テイクアウトだけでなく手羽先、ギョウザ、おでんが全て売り切れてしまい、店を営業途中で閉める状態となった。大変忙しかった。  |
|                            | ◎          | 観光型ホテル（支配人）     | 来客数の動き   | ・6月に続き7月も前年比で収益が向上した。   |
|                            | ◎          | 旅行代理店（営業担当）     | 販売量の動き   | ・自粛していた団体旅行が一気に再開しており、対応に追われている。  |
|                            | ○          | 商店街（代表者）        | お客様の様子   | ・飲食、ホテルや観光地の様子などをみるとかなり戻っているが、新型コロナウイルス感染症発生前のようなにぎわいにはまだ届かない。  |
|                            | ○          | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子   | ・7月はイベントが復活し、記念品や贈答品及びイベント用品の需要が高まった。客の購買力は高くボーナスが出たところも多く、お中元はいつもより早めの購入があり、客が金を使うシーンが増えた。経済が活性化しており、コロナ禍で今まで抑制されていたものが解放されて、3か月前と比べてかなり良くなった。                             |
|                            | ○          | 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き   | ・来客数が少し増えた。昼間は70代から80代の年配客が男性1人や夫婦で買物途中に立ち寄って、それほど高い商品ではないが購入している。夏休みに入ると、県外から靴を買いに来る親子連れの客が増えた。夕方にはインバウンドの来店が多くなり、免税の案内で少し忙しい。   |
|                            | ○          | 百貨店（総務担当）       | お客様の様子   | ・全国旅行支援が終了し来客数が少なくなると想定していたが、変化はほとんどなく、日々客でにぎわう状況が続いている。来客数は新型コロナウイルス感染症発生前には及ばないものの、猛暑のため日傘やハンカチなどの雑貨や紫外線対策の化粧品などの動きが顕著である。また、インバウンドも増加している状況で、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復しつつある。 |
|                            | ○          | 百貨店（経理担当）       | 販売量の動き   | ・食品、レストランが引き続き好調であるほか、脱スーツでカジュアル化が進んでいることにより紳士服が伸長している。   |
|                            | ○          | 百貨店（営業担当）       | 単価の動き  | ・来客数は天候の関係もあり前年並みで推移しているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前のレベルには戻っていない。売上は前年プラス10%で推移しており、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いる。   |
|                            | ○          | 百貨店（販売担当）       | お客様の様子   | ・テナントビルや自店のイベントで来客数が増加した。購買意欲の高い客が多く、高額品も稼働した。値上げ前の駆け込み需要もみられたため、反動が懸念される。  |
|                            | ○          | スーパー（店長）        | お客様の様子   | ・来客数が前年を上回り始め、値上げによって1品単価が上がったことで、売上が前年を上回るようになってきた。  |
| ○                          | スーパー（店員）   | お客様の様子          | ・値上げは継続して発生しているが、他店に比べ安価な商品を提供していることから、客の購買意欲が高まりつつある。         |   |
| ○                          | スーパー（販売担当） | 販売量の動き          | ・暑さの影響で季節物を中心に販売量が増えている。以前からの値上げの波もようやく落ち着きつつあり、全体的に販売量は増えている。 |   |

|   |                     |         |   |
|---|---------------------|---------|---|
| ○ | スーパー（販売担当）          | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス感染症に対するいろいろな規制が緩和され、来客数が増えた。必然的に販売量も増える。  |
| ○ | コンビニ（企画担当）          | 販売量の動き  | ・全体としては、前年を上回っており好調を維持している。新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいているが、市内中心部の店舗は回復が弱い傾向がある。  |
| ○ | コンビニ（店長）            | 販売量の動き  | ・夏祭りや地域イベントが復活し、少し街に活気が出てきた。  |
| ○ | コンビニ（店長）            | 販売量の動き  | ・7月後半は猛暑日が続く客足が鈍ったが、中旬までは飲料水やアイスの売上が伸び、7月全体では前年の売上をやや上回った。  |
| ○ | コンビニ（店員）            | 来客数の動き  | ・暑くなり冷たいドリンクやアイスを求めて来客数が増えた。大盛商品のフェアを行っていて、スイーツの売上も好調だった。   |
| ○ | 家電量販店（店員）           | 単価の動き   | ・売上は、売行きが良かった前年並みである。高単価商品を案内してそのまま成約する客が増えている。   |
| ○ | 家電量販店（フランチャイズ経営者）   | 販売量の動き  | ・猛暑のお陰でエアコンが売れている。  |
| ○ | 乗用車販売店（経営者）         | それ以外    | ・ガソリン代は高値のままだが、車種によって新車が納車できるようになり、注文も以前よりは受けやすくなってきている。  |
| ○ | 乗用車販売店（従業員）         | お客様の様子  | ・いろいろな物価は高騰しているが、やはり新型コロナウイルス感染症の収束による解放感から、お盆休みが近づいてきて皆少し浮き足立っている。その分景気は良くなっている。   |
| ○ | 乗用車販売店（営業担当）        | 販売量の動き  | ・ここ1年くらい停滞していた販売が少しずつ上向きになってきた。客の購買意欲も少しずつ上がってきている。   |
| ○ | 高級レストラン（経営企画）       | 来客数の動き  | ・平日はまだ厳しいが、週末は2019年並みの来客数であった。都心部ではインバウンドの来店がかなり増加している。   |
| ○ | その他飲食〔仕出し〕（経営者）     | 単価の動き   | ・値上げの割には消費が上向いているように見受けられる。   |
| ○ | 都市型ホテル（従業員）         | 来客数の動き  | ・人手不足でフルに客を受け入れることはできない。  |
| ○ | 都市型ホテル（営業担当）        | 単価の動き   | ・インバウンドは時間がたつにつれて増加しており、円安傾向もあり高単価を維持できている。国内客も株高で高単価の飲食系が好調である。宿泊、料飲部門が引っ張っている状況である。   |
| ○ | 都市型ホテル（総支配人）        | 競争相手の様子 | ・宿泊は外国人客が戻ってきた。宴会もようやく増えてきた。レストランは夜が鈍い。   |
| ○ | 旅行代理店（経営者）          | それ以外    | ・夏休みに猛暑のせいもあって、ターミナル駅前には高齢者より若者が繰り出している。コロナ禍明けのリベンジ消費が昼間は広がっている。新幹線などの交通機関も乗客が増えている。  |
| ○ | 旅行代理店（営業担当）         | 販売量の動き  | ・夏休み、お盆期間の旅行申込みは、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。物価上昇で旅行代金も高騰しているが、それでも旅行申込みは増加している。懐に余裕が出ている感じで、しばらくは増加傾向が続くようである。   |
| ○ | タクシー運転手             | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの感染状況が第9波に入ったとの報道もあるが、以前のように毎日報道されなくなったため、客の新型コロナウイルス感染症に対する意識がかなり低下している。新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増えているにもかかわらず、客足は非常に増えている。特に夜の繁華街は、曜日によって違いはあるものの、新型コロナウイルス感染症発生前のような人出になるときもあり、暑さも手伝って人出は増加している。 |
| ○ | その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員） | 来客数の動き  | ・観光目的で鉄道を利用する人が、春先に比べて目立つようになった。  |

|   |                    |        |   |
|---|--------------------|--------|---|
| ○ | 美顔美容室（経営者）         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症はまだ収まっていないが、マスク着用ルールの見直しで、マスクを外した際の口元が気になるといって来店する客が増えた。   |
| ○ | 美容室（経営者）           | お客様の様子 | ・客の話から、夏休みに入り外出する人やイベントに出掛ける人が大変多くなっている。  |
| □ | 商店街（代表者）           | 単価の動き  | ・客は相変わらず安い商品ばかりを求めてくる。高価格帯の商品はほとんど売れず、厳しい状況が続いている。  |
| □ | 商店街（代表者）           | お客様の様子 | ・景気は3か月前と変わらない。客もそう言っている。   |
| □ | 一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役） | 販売量の動き | ・高値で安定しており、その高値が平準化している。  |
| □ | 一般小売店〔結納品〕（経営者）    | 単価の動き  | ・商店街は気温が高く暑いため、人が出てこない。   |
| □ | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当）  | 単価の動き  | ・街に人が出てきて来客数は増えているが、行楽などに消費するためか、客単価は落ち込んでいる。   |
| □ | 一般小売店〔書店〕（営業担当）    | 単価の動き  | ・円安の影響がある。  |
| □ | スーパー（店員）           | 単価の動き  | ・記録的な猛暑が来客数の減少に大きく影響している。特に、昼の13時から夕方16時にかけては駐車場ががら空き状態になっている。心配された前月の大雨は影響が余りなく、野菜や果物が順調に売れている。                              |
| □ | スーパー（店員）           | 販売量の動き | ・相変わらず販売数量は前年比90%台前半で推移しているが、販売金額としては前年超えの状況である。  |
| □ | スーパー（販売担当）         | お客様の様子 | ・売上予算は達成している。最近暑くて日中の来客数は少なく、暑さが落ち着いてから急に忙しくなる。土用の丑の日はウナギの予約も予算を達成した。   |
| □ | スーパー（営業企画）         | お客様の様子 | ・来客数、客単価共に3か月前と比べて大きな変化はない。各種値上げにより、生活防衛の消費スタイルが定着している。   |
| □ | コンビニ（エリア担当）        | 販売量の動き | ・連日の猛暑で冷麺、飲料・酒などの冷たい商品が例年よりも多く出ていて、客の購入量も増えている。また、週末などは行楽客中心に、おにぎりやサンドイッチなどが前年よりも多く売れている。                                     |
| □ | コンビニ（エリア担当）        | 来客数の動き | ・売上は前年も新型コロナウイルス感染症発生前も超えているが、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の9割しかない。   |
| □ | コンビニ（店長）           | 来客数の動き | ・来客数は増えているが、微増にとどまっている。   |
| □ | コンビニ（店長）           | お客様の様子 | ・今月だけを捉えるなら結果は悪くないが、新商品や販売促進セールが小さく当たった程度であった。むしろ、まだ買い控える傾向を多くの客から強く感じる。  |
| □ | コンビニ（商品企画担当）       | 単価の動き  | ・3か月前と比較して傾向に変化はなく、来客数の伸びよりも客単価の伸びが顕著である。結果として、売上は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況が続いている。  |
| □ | コンビニ（本部管理担当）       | 来客数の動き | ・売上は前年比105.7%であった。梅雨明けが全国的に早く、梅雨明け後も天候の崩れはないため、売上は好調に推移した。相変わらず経費の高騰で利益の捻出に苦しんでいるが、売上高は増加傾向なので消費マインドは下がっていない。結果的に、景気の変動は感じない。 |
| □ | 衣料品専門店（店長）         | 来客数の動き | ・来客数は前年比90%で推移、余分な買物はしない風潮が続いている。特に高単価商品にその傾向が強く、ランクを下げて安い商品を選ぶ傾向がみられる。   |
| □ | 衣料品専門店（販売企画担当）     | 販売量の動き | ・高額ファッション品が動き出している。定番品も鈍いながらも売れている。   |
| □ | 衣料品専門店（売場担当）       | お客様の様子 | ・物価上昇の影響か、必要最低限の物しか購入しない傾向がある。将来への不安等で貯蓄に回っているのか、賃上げ効果は余りみられない。   |

|                          |                                      |        |   |
|--------------------------|--------------------------------------|--------|---|
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店<br>(売場担当)                     | 単価の動き  | ・特に季節に左右される仕事のため、今の時季は1日の達成予算も月の予算も低くなる。スーツが売れないのは当然であるが、礼服やノーアイロンワイシャツのセット売りで何とか良い方向に向かっている。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(従業員)                      | 販売量の動き | ・確かに客の動きは出てきているが、車両価格が今乗っている車の1.3~1.5倍くらい高くなっているため、素直に話に入ってこない客も多い。生活インフラに関わる支出も増加しているなか、必要性をよほど感じないと具体的に進まない。それほど市場は厳しい状況が続いている。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(従業員)                      | お客様の様子 | ・相変わらず新車の納期は不透明で、生産の遅れや停止が度々起こり、売上が思うようには上がらない。ただし、世間では人の流れが活発になりつつあるのか、来客数が増えている。また、各業界でサブスクリプションが浸透してきたこともあり、自動車も税金、保険、メンテナンスなどをまとめて月々定額で支払えるプランがここに来て急に増え始めた。急な出費を回避できることが受けている。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(従業員)                      | 販売量の動き | ・新車の販売台数は前年比75%で推移している。人気車種の多くが納期の関係で販売停止になっており、売りたいくても売れない状態が続いている。  |
| <input type="checkbox"/> | その他小売<br>[ショッピング<br>センター] (経<br>理担当) | 来客数の動き | ・コロナ禍が明けた様相ではあるが、少なくとも1年を通して注視していかなければならない。先行き不透明感は拭えない。  |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン<br>(経営者)                     | 単価の動き  | ・仕入れや物品全てが値上げのため、客単価も上がっているというより上げざるを得ない状況で、どうしようもない。   |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン<br>(経営者)                     | 販売量の動き | ・暑くなりビールなどは出るようになったが、全体的に販売量は以前と変わらない。  |
| <input type="checkbox"/> | バー (経営者)                             | 来客数の動き | ・すっかりコロナ禍での生活に慣れてしまい、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻るのには厳しい。   |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食 [ワ<br>イン輸入] (経<br>営企画担当)       | 販売量の動き | ・ボーナス商戦は前年同期比115%と好調であった。消費者には、物価高を気にする様子があるものの、消費意欲がある。  |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル<br>(経営者)                      | 来客数の動き | ・4月から6月は全国旅行支援で個人への割引があった。7月に入り割引がなくなったが、割引がなくても4月並みの宿泊者数であるため、比較的維持している。ただし、相対的には変わらないという評価である。  |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店 (経<br>営者)                      | 販売量の動き | ・全国旅行支援も終了に近づき、関連の客は減少しているが、その反面、コロナ禍が明けた反動で海外旅行の希望者が若干増えている。   |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手                              | 来客数の動き | ・客足は底で動いており、上がる要素がない。   |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社 (企画<br>担当)                      | 販売量の動き | ・新規契約件数は前月より微増しているものの、解約件数は前年同レベル程度あり、停滞している。   |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社 (営業<br>担当)                      | お客様の様子 | ・客が予算取りできずNGになる案件がみられる。   |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社 (サー<br>ビス担当)                    | 販売量の動き | ・最近の客の傾向は、より速い通信速度や品質を求める客と、つながればよいので低価格で利用したいという客に分かれている。ほとんどの家庭や企業でインターネットの導入が終わっているため、通信業界の景気は低迷するばかりである。  |
| <input type="checkbox"/> | テーマパーク職<br>員 (総務担当)                  | お客様の様子 | ・来客数が前年同月比92%、4月からの累計では前年比77%となっている。入園料収入も前年同月比94%であった。   |
| <input type="checkbox"/> | ゴルフ場 (支配<br>人)                       | 来客数の動き | ・3か月前の4月頃よりも雨天の日が多く、入場者数は低調なまま継続している。今月は梅雨明けとなったものの中旬過ぎまで雨模様が続き、前年と比べても入場者は減少している。4月以降、景気はやや悪いまま変わらず推移している。   |
| <input type="checkbox"/> | 美容室 (経営<br>者)                        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して大分動きが出てきたと思ったら、また最近では新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきて、客足が少し悪くなった。  |

|   |                             |        |  |
|---|-----------------------------|--------|--|
| □ | その他サービス<br>[介護サービス]<br>(職員) | 販売量の動き | ・福祉用具レンタル契約の新規受注が伸び悩んでいる。介護認定が出るまでの期間が長くなっているためであろうか。  |
| □ | 住宅販売会社<br>(従業員)             | 来客数の動き | ・例年どおりの来場者数であった。   |
| □ | 住宅販売会社<br>(従業員)             | 販売量の動き | ・販売量は横ばいである。大きな変化はみられない。   |
| □ | その他住宅[展示場]<br>(従業員)         | 来客数の動き | ・最近、来場者数が減少するのは景気が原因ではなく、我が国の人口が減少しているため当然と考えるようになった。  |
| □ | その他住宅[不動産賃貸及び売買]<br>(営業)    | 単価の動き  | ・閑散期のため3か月前より売上は当然悪いが、例年よりは上がっている。   |
| ▲ | 商店街(代表者)                    | 販売量の動き | ・元々客単価は低かったが、最近は購買個数も少なくなっている。   |
| ▲ | 一般小売店[酒類]<br>(経営者)          | 販売量の動き | ・飲食店の客ではアルコール飲料の利用が増えていない。   |
| ▲ | スーパー(店長)                    | 販売量の動き | ・買上点数は前年比92%から98%で推移している。  |
| ▲ | スーパー(総務)                    | 単価の動き  | ・全ての商品で価格が高く感じられる。   |
| ▲ | 衣料品専門店<br>(経営者)             | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、諸物価も落ち着き始めていたところに連日の猛暑で、バーゲンセール中にもかかわらず、なじみ客も一見客も来店がほとんどない。   |
| ▲ | 乗用車販売店<br>(従業員)             | それ以外   | ・購入を決めかねる人が多い。買わなさそうで買う客もあれば買いそうだったがやめる場合もあり、良いか悪いかという悪い。  |
| ▲ | 乗用車販売店<br>(販売担当)            | お客様の様子 | ・車両本体価格が非常に上がっており、客の購買マインドが下がっている。   |
| ▲ | その他専門店<br>[貴金属](経営者)        | 来客数の動き | ・最近の猛暑で客足が鈍くなっている。増税の話題や物価高など社会経済が不安定で、購買意欲が減退している。  |
| ▲ | 一般レストラン<br>(経営者)            | お客様の様子 | ・前年と比べ、少しイベントも開催されて外売りが増えてきたが、暑さの影響なのか店内販売が少し落ち込んだ。  |
| ▲ | 旅行代理店(経営者)                  | お客様の様子 | ・夏休みの海外旅行の予約は大変好調だが、9月以降の海外旅行を含む新規予約が非常に悪い。全ての物価が上がっていることもあり、ようやく燃油サーチャージも下がりつつあるなかで現地のホテル代、ガイド代や車代が高騰しているため、値段を聞いて契約に至らないケースがとても多い。夏休みは富裕層が4年ぶりに海外旅行を計画しただけかもしれないが、もう少し価格が落ち着かないと一般的には厳しい様子が見受けられる。 |
| ▲ | 観光名所(案内係)                   | お客様の様子 | ・一見、街中にはにぎやかになっているが、日本人は早めに帰宅して、遅くまで滞在するのは外国人観光客が多い。余り経済の活性化には影響がないという気がする。  |
| ▲ | 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 | ・暑くなって忙しくなる時期であるが、客が余り来ない。   |
| ▲ | 設計事務所(経営者)                  | 来客数の動き | ・案件数が圧倒的に少ない。  |
| ▲ | 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全く聞かない。  |
| ▲ | 住宅販売会社<br>(従業員)             | お客様の様子 | ・改築などのリフォーム工事も減ってきた。しかし、外壁塗装など維持をするための工事は、まだ堅調にある。   |
| ▲ | その他住宅[住宅管理]<br>(経営者)        | それ以外   | ・取引先によると、職人は仕事がない地域から災害で求人があるところへ流れているとのことである。被災地では、見習い職人まで取り合いになっているらしい。  |
| × | 乗用車販売店<br>(経営者)             | 販売量の動き | ・メーカーの不正問題で新型車の発売日が未定となり、テレビCMも放映中止となった。客の動きも悪く、非常に厳しい月であった。   |

|                        |                 |                     |   |   |
|------------------------|-----------------|---------------------|---|---|
|                        | ×               | 美容室（経営者）            | お客様の様子  | ・少し前は暑いといってもまだしれていたが、今は当地では37度から38度の気温で客が外出できなくなっており、売上は良くない。   |
|                        | ×               | 住宅販売会社（経営者）         | 来客数の動き  | ・広告を出しても来客は少ない。また、客は不動産を購入するに当たって頭金が少なく、結果的に購入できない状況である。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(東海) | ◎               | *                   | *   | *   |
|                        | ○               | 食料品製造業（経営企画担当）      | 受注価格や販売価格の動き  | ・3月に値上げした商品の出荷数量がようやく回復してきた。天候要因も追い風となっている。   |
|                        | ○               | 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も収束に近づいており、客先業界でも設備投資が進んでいる。主要取引先の設備投資が復活したことにより、当社受注量が増えている。  |
|                        | ○               | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 受注量や販売量の動き  | ・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなっているが、物価高により財布のひもはなかなか緩まない。   |
|                        | ○               | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）  | 受注価格や販売価格の動き  | ・生産計画が少し増えている。  |
|                        | ○               | 通信業（総務担当）           | それ以外  | ・週末の駅前通りの様子を見ると、ショッピングセンターの買物袋を持った人や市内を走る観光バスの交通量が確実に増えている。   |
|                        | ○               | 通信業（法人営業担当）         | それ以外  | ・税収は増え、円安による輸出企業や訪日客の増加による観光業は好調で、かなり景気の良いムードである。   |
|                        | ○               | 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感染症に対する不安も更に解消していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向になっている。外出の増加に伴い、今月の売上は前年を上回る状況となっている。                              |
|                        | ○               | 公認会計士               | 取引先の様子  | ・業種によって多少ばらつきはあるが、3か月前と比較すると売上や来客数が増加傾向にある。サービス業の個人消費は回復しつつある。また、半導体などの供給に制限があった自動車産業なども制限が緩和されたことで販売台数は増加傾向にあり、関連製造業などの景気も回復傾向にある。 |
|                        | ○               | 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  | ・売上、取引量共に前月と同程度である。大きな仕事は契約までなかなか大変である。新しい環境商品の開発で毎日を忙しく過ごしている。   |
|                        | □               | 化学工業（営業担当）          | 受注量や販売量の動き  | ・引き続き半導体向けの需要が低調である。  |
|                        | □               | 化学工業（総務秘書）          | それ以外  | ・過酷な暑さは気になるが、それでも街には人波が戻ってきており、駅、飲食店やイベント会場の人混みは新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。週末には夏のセール会場も人で一杯であった。人気の飲食店は予約をしなければ入れない状況である。                |
|                        | □               | 窯業・土石製品製造業（社員）      | 受注価格や販売価格の動き  | ・原料価格の高騰は一段落し、原料価格の上昇分をある程度製品価格に転嫁できた。ただし、客は原料純度を下げた製品への切替えや他社製品への切替えによるコストダウンの取組を始めている。  |
|                        | □               | 金属製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き  | ・販売量が減少傾向にある一方で、原材料価格が高止まりである。  |
|                        | □               | 金属製品製造業（従業員）        | 受注量や販売量の動き  | ・比較的受注は好調で、忙しい状態が続くそうである。理由がつかみづらいが、工事が動いている一方で製品供給が足りていない様子である。ただし、価格転嫁が進まず収益につながらない業界の構造は、厳しいところである。                              |
|                        | □               | 一般機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き  | ・スポットで大型案件が受注できることもあるが、全体的に自動車向け新規設備投資は低調である。引き合い件数も少ない。  |
| □                      | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き          | ・新製品も出ているが、今のところ大きな動きにはなっていない。  |   |
| □                      | 建設業（役員）         | 受注量や販売量の動き          | ・建設の受注に関しては、底堅く好調を維持しているが、人手不足の問題がある。分譲住宅販売に関しては、新規物件が価格高騰のため、在庫物件には割安感と値引きで動きが少しあるが、特段の好調感はない。 |   |

|   |                   |              |   |
|---|-------------------|--------------|---|
| □ | 建設業（営業担当）         | 取引先の様子       | ・取引先が新しく大手業者に統合され、ボーナスなど社員の処遇が変わっていると聞いた。   |
| □ | 輸送業（従業員）          | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は新型コロナウイルス感染症発生前の水準にほぼ戻っており、あと一息といったところか。しかし、経費の増加は新型コロナウイルス感染症発生前を上回っている。景気の見通しは荷主との値上げ交渉が進むかどうかによるが、現状では不透明である。   |
| □ | 輸送業（従業員）          | 受注量や販売量の動き   | ・個人消費向けの企業は堅調であるものの、電子部品・デバイスなどの大手企業において、まだ半導体供給の影響があり、物量が伸びてこない。   |
| □ | 通信業（法人営業担当）       | 取引先の様子       | ・取引先のなかでも会社規模や業種により景気の捉え方に温度差がある。コロナ禍で事業継続のため借入金を余儀なくされた小売店や飲食店は、返済が始まったにもかかわらず客足が戻らず頭を抱えるが、大企業の経常利益は軒並み拡大し、通信設備への投資も増加傾向にある。大企業の収支が上向きになっても社員の給与に反映するまでにはタイムラグがあるため、まだ消費活動に活気はなく、景気の下降ムードは続いている。 |
| □ | 金融業（従業員）          | 取引先の様子       | ・特に飲食店はにぎわっている様子である。しかし、物価が上昇しており、厳しい状況であることに変わりはない。  |
| □ | 金融業（企画担当）         | 取引先の様子       | ・物価上昇により仕入価格が非常に厳しくなっているが、販売価格に転嫁できず原価率がかなり上がっている。販売価格に転嫁できるような業種や企業はよいが、原価削減にも限度があり、この状況が続くと業績は非常に厳しい。   |
| □ | 不動産業（開発担当）        | 受注価格や販売価格の動き | ・大幅ではないものの工事費の上昇が止まらない。エンドユーザーへ提供する価格には転嫁しづらい。  |
| □ | 広告代理店（制作担当）       | 取引先の様子       | ・コロナ禍は落ち着いてきているが、日常生活必需品や、ガス、電気、水道料金の引上げにより、企業でも広告の発注を抑えている様子が多少みられる。   |
| □ | 新聞販売店〔広告〕（店主）     | 受注量や販売量の動き   | ・新聞購読者も折込広告も、減少傾向にある。   |
| □ | 行政書士              | 受注量や販売量の動き   | ・ドライバー不足で車が遊んでいる。ドライバーがそろっていれば仕事を拡張できるのにと残念がる業者もいる。   |
| □ | 会計事務所（職員）         | 取引先の様子       | ・売上が伸びている顧問先は多いが、給与や諸経費が増えているため利益は減少気味である。設備投資等先に向かっての支出は余りない。  |
| ▲ | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | 受注量や販売量の動き   | ・今月も全般的に受注量、販売量が減少しており、特に自動車関連の荷動きが悪く、景気はやや悪い。  |
| ▲ | 電気機械器具製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・工作機械関連の受注が極端に落ち込み、生産量にすると約3割減少の状態になっている。   |
| ▲ | 輸送用機械器具製造業（管理担当）  | それ以外         | ・相変わらず続く値上げやガソリン価格の高騰と、良いことが何1つない。ボーナスも例年より低く、好条件はない。   |
| ▲ | 輸送業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・観光、外食などの消費は増えているようだが、製造業の物量はここ数か月減少している。特に、工作機械や建材系の物量で減少幅が大きい。  |
| ▲ | 金融業（従業員）          | 取引先の様子       | ・円安の影響により、インバウンドが増えて活性化している部分も一部にはあるが、食料品の高騰などで一般消費者にとっては毎月の支出が大きくなっている。金をセーブして堅実な使い方をする人が多い。   |
| × | 鉄鋼業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・受注量、発注量共に平時から1割以上落ちている。明確な要因が不明であるため、いつまで続くか予測不能である。   |
| × | 輸送業（エリア担当）        | 競争相手の様子      | ・港湾関係の運送事業者からの話では、大阪や神戸の港は荷動きが非常に悪く、関西の主要企業は輸出が軒並み減少し、関西経済圏が低迷しているとのことであった。中部圏の港湾関係も同様で、それ程良い業績ではないようである。   |
| ◎ | —                 | —            | —   |
| ○ | 人材派遣会社（社員）        | 求人数の動き       | ・リゾートホテルは繁忙期に入り良くなっている。   |

(市況)

|       |   |                       |         |  |
|-------|---|-----------------------|---------|--|
| (東7母) | ○ | 人材派遣会社<br>(営業担当)      | 周辺企業の様子 | ・各社のエンジニア採用熱は、3か月前よりも高まっている。   |
|       | ○ | 人材派遣会社<br>(営業担当)      | 求人数の動き  | ・派遣の新規求人数が増えている。   |
|       | ○ | アウトソーシング企業<br>(エリア担当) | 周辺企業の様子 | ・自動車の生産が上向きつつあるため、売上が増加した企業が増えた。人材供給業の組合員においても人材採用数は増加しているが、中小企業の募集条件では、なかなか採用までたどり着けない。   |
|       | ○ | 職業安定所(所長)             | 求人数の動き  | ・人手不足感は強くなっており、将来を見据えた人材確保の動きも活発である。建設業、卸売業、小売業といった一部業種においては前年比で新規求人数の減少が見受けられるが、全体としては新規求人数の増加傾向が続いている。   |
|       | ○ | 職業安定所(職員)             | 求職者数の動き | ・新規求職者のうち、フルタイムでは在職中の求職登録者が大幅に減少し、パートタイムでは高齢者等の無業者での登録者が大幅に減少した。   |
|       | □ | 人材派遣会社<br>(営業担当)      | 求人数の動き  | ・人材不足感が全体に広がり、業種や職種によるばらつきはあるが、積極的な採用の動きが強まっている。   |
|       | □ | 新聞社「求人広告」<br>(営業担当)   | それ以外    | ・地域イベントの復活もあり観光関連や飲食店はにぎわいを取り戻しているが、ふだんの生活のなかで消費が戻ってきた印象は薄い。   |
|       | □ | 職業安定所(職員)             | 周辺企業の様子 | ・社会経済活動の正常化や半導体の供給制約緩和で、幅広い業種で業況が改善している。食料品ではコスト上昇分の価格転嫁が進み、改善につながっている。その一方で、電気機械製造業や生産用機械製造業は海外経済の減速による需要低迷で悪化している。また、円安の進行や原材料の価格高騰に伴う価格転嫁の遅れ、海外経済の下振れなど企業の減益リスクは残る。 |
|       | □ | 職業安定所(職員)             | 求人数の動き  | ・求人数は3か月前と比べ大口の求人が増えている。業種別では、小売業、宿泊業、飲食サービス業で増加がみられる。人の動きが活発となり、人手不足が大きく影響している。反面、製造業等は余り変わらない。   |
|       | □ | 民間職業紹介機関<br>(営業担当)    | 求人数の動き  | ・企業からの案件依頼は、増加率が徐々に下がりつつある。欠員補充から事業成長に向けた戦力性の高い人材確保に変化しつつある。   |
|       | ▲ | 人材派遣業(営業担当)           | 周辺企業の様子 | ・物価高の影響が継続しており、中小企業の利益向上につながる様子はない。  |
|       | ▲ | 人材派遣会社<br>(社員)        | 求職者数の動き | ・求人ニーズが日ごとに高まる一方で、求職者の動きが非常に鈍い。  |
|       | ▲ | 職業安定所(職員)             | 求人数の動き  | ・物価高等の不安要素などから求人数は製造業を中心に緩やかな減少傾向が続く一方で、求職者数は緩やかな増加傾向が続いている。   |
|       | × | —                     | —       | —  |