

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）	・団体旅行の回復は遅々として進んでいないが、年始の団体旅行シーズンに期待したい。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの増加傾向が続くと予測する。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・最低賃金も上がり、客には高くても購入する動きが少し出てきた。若干でも貯蓄には回さず消費に回す動きを見込んで、3か月先はやや伸びて良くなる方向とみる。
	○	百貨店（総務担当）	・新たなガソリン補助対策や電気・ガス料金の補助対策の延長も決定し、家計への影響は若干和らぐ。様々な商品の値上げによる消費マインドの不服感や原発処理水に関する中国からのインバウンドへの影響などマイナス要因もあるものの、引き続き薄手のシャツ、雑貨や化粧品関係などが手広く好調を維持する。海外ブランド品や時計などの高額品需要も底堅く推移している。また、自治体による電力の特別高圧事業者、利用者向けの補助も決定し、事業収支の向上に寄与する。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数が前年より着実に増えている。原材料の価格高騰による値上げも懸念されるが、富裕層を中心に消費が拡大していくと予想される。
	○	百貨店（営業企画担当）	・多少の期待も込めて、客の動きから先行きはやや良くなる。
	○	スーパー（店員）	・担当部門での大きな価格改定がひとまず落ち着いた。
	○	コンビニ（企画担当）	・国内の旅行者数は今後も伸びが予想され、秋の行楽シーズンも前年を大きく上回ると見込む。
	○	乗用車販売店（経営者）	・自動車の納期も安定しており、客も生活に落ち着きを取り戻してきたことで、車の購入を考える余裕が出てきているように見受けられる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・全く問合せがないわけではなく、購入に関する具体的な話も出ている。値段に厳しいとは感じるが、先行きはそれほど悪くないとみる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・年末年始に向けて売上増加を期待する。
	○	一般レストラン（経営者）	・秋に向け売上が伸びる業種であるが、今年は例年どおりにはいかないと見込む。利益率の高い商品に注力していきたいが、社会情勢が心配である。
	○	観光型ホテル（経営者）	・秋のシーズンに入り、約4年間旅行に行けなかったことから団体を中心にかなり多くの予約がある。特に10月は新型コロナウイルス感染症発生前のような数字となっている。新型コロナウイルスもそれほど感染拡大することはないとみており、この状況が続けば団体の旅客事業が戻ってくる。当地では元々インバウンド利用が余りないので、インバウンドの動向で景気が左右されることはなく国内需要だけで十分対応できるためそれほど気にしていないが、あればあったで追加の売上は期待できる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・これまで回復が遅かった宴会利用の予約が好調である。忘年会シーズンは人手不足で、需要を取り込めるか懸念される。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドに期待するが、9月から重油価格が過去最高近くまで値上げされ、人件費も高騰し、様々な仕入価格が10%程度上がりつつある一方で、売値に転嫁できず苦しい。特に、地方への出張費は大手企業を中心に何年も前から8000円と変わらないことが、足かせとなっている。
	○	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要は、新型コロナウイルス感染症対策の規制がなければ、旅行希望者の金銭的な余裕具合により増えていく。今後心配なのは、物価高騰や燃油等の価格高騰による更なる旅行代金の値上げを行った場合の反応である。ある程度は受け入れてもらえるが、ボーダーラインを越えたときの旅行控えが懸念される。
○	タクシー運転手	・8月中は会社の夏休みやお盆休み等で街中の人出が少ないが、日中の利用者数は変わらない。夜の歓楽街の人出が少なく、特に深夜のタクシー利用が減っているが、9月からは回復すると考える。	

<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・この暑さで年配客は外出しなくなったが、3か月後は気温が下がるため、売上が多少望める。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・ガソリン価格がかなり上がっているが、それに対して打ち手がみられない。この先には増税の可能性もあり、これでは皆、消費どころではなく節約志向となるのも無理もない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・所得が上がっているのは大企業の社員や公務員くらいで、中小企業の社員は相変わらず所得が伸びずに苦しんでいる。労働者全体で所得の上昇がみられるまでは、現状から変わらない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・人出の混み具合からみると、現状が限界ではないか。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕 （常勤監査役）	・静かな動向である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ガソリン価格の高騰、物価上昇が続くと購買意欲は湧かない。必要な物だけしか買わなくなる恐れがあり、良くなるとは思えない。
<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〔和菓子〕 （企画担当）	・円安の影響、ウクライナ情勢や中国の状況など非常に不透明な部分が多く、先行きが見通せない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕 （販売担当）	・依然財布のひもは固く、今後に向けて良い材料は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き客は円安の影響を受けそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・商品の新作がまだ入荷しないため、来店しても様子をみる客が多くなり売上はそれほど見込めない。いろいろと問合せはあるが、好みの靴がないとかインターネットで購入するためのサイズ合わせの接客が多いなど、売上は厳しい状態が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・今月は大型台風の影響で営業日数1日減の影響はあったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が急拡大していた前年との比較では1割増加で推移している。来月以降も同様の動きになるとみるが、前年同月には新型コロナウイルス感染症が小康状態で売上が伸びたため、2～3か月後の消費動向は、現状並みを維持するものの前年比の伸びは低くなると予想する。中国からのインバウンド拡大と当エリアへの来訪増加に期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・来客数が増える傾向は変わらないが、モノからコトに購買の仕方が変化してきているのか、特に高額品を中心に買上率が下がってきている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・インバウンド需要に期待したい。国内需要に関しては、商品の値上がりで買い控えが懸念される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・暑さのためか月末は来客数がやや少なくなった。まだ夏物雑貨の動きが続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・期待はしたいが、食品値上げに続き天候不良で青果の価格も安定しない。人手不足で追い打ちを掛けられている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・ようやく外出が自由にできるようになったことで、趣味や旅行等の娯楽費に使う割合が増える。その分余分な食費を節約すると見込まれ、買上点数は低くなると予想する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・来月も値下げセールを実施するが、値上げする商品もあり、特に菓物は台風の影響で入荷されないこともあり、変わらないと予想する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・猛暑のピークは過ぎたが、やはり例年と比べてまだ暑い。もう少し初秋らしい過ごしやすい天候にならないと、来客数は伸びない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・季節要因が強く、まだこの先の天候は動向がはっきりしないため、景気が上向くかどうかの判断は非常に難しい。ただし、客の購買意欲はかなり回復している。求める商品を売手がどのように見付けてくるかによって業績が左右されるため、一概に良くなる形ではなく、売手の工夫がより一層重要になる。また、値上げの影響もじわじわと迫ってくる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・暑さが和らぐと日中の来客数が増えるが、増えた分は今まで夕方に来店していた客なので、総数は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・最低賃金の引上げはあるが、その他に大きな景気回復要因も見当たらず、消費傾向は当面は変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・ガソリン価格や電気料金が上昇傾向で、販売経費が増加し利益に影響が出てきている。10月に酒税改正があるため、しばらくは様子見となる。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・今月に限っては想定外の良い結果であったが、燃油等の価格高騰は今後も家計を圧迫し続けることが予想されるため、好景気に向かっているとは判断できない。競合他社及び他店との競争を制するしか道がない状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・特に景気が良くなる兆しはみえないが、ただ1つインバウンドの増加に鑑み、当店の来客数や売上にも多少の影響はあると考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・年末に向けて、クリスマス商品の予約が始まるため期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・引き続き現状の踊り場状態が続くと想定する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業界全体の売上は堅調で好調を維持しているが、利益を圧迫する経費の問題が相変わらず解決しない。人件費の高騰、継続的な電気代の値上げやガソリン価格の値上げも物流コストがかさむ原因となっている。政府の支援で一定の歯止めが掛かるという報道を耳にするが、根本的な解決のためには具体的な対応が必要であり、結果として先行きは不透明と考えている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・来客数は前年比100%前後で回復傾向にあるが、客単価は前年比95%前後と低迷が続いている。人件費、光熱費、車両費などの増加で客の懐具合は厳しさを増しており、先行きは現状と大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・やはり物価高による買い控えが多い。ただし、これからの時期はスーツがどうしても必要なシーンがあるため、売上はあると見込む。安い物を数着購入して着回したり、クリーニングに出さずに自宅で手洗いができる素材の売上が伸びるようになる。できることは自宅で行い、着られる物を着るといふ人が多くなるため、景気は余り良くならない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・生活必需品もファッション品も普通に売れているが、特に新型コロナウイルス感染症発生前に戻った感はなく、数量的にも伸びも変わっていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新築や引っ越し時の家電購入の見積りも余り高額なものもなく、特に変化はなさそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価の上昇に追い打ちを掛けるように、温暖化の影響による食品の高騰や処理水放出に伴う中国からの旅行客減少や輸入停止がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・7月はエアコンがよく売れたが8月に入って落ち着いてしまった。高単価のテレビが売れなくなっているため、前年比減少の状態が続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・消費マインドは上がっているが、ガソリン価格の高騰などマイナス要素も多いため、更に景気が良くなるというより現状維持とみる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後も不安定な状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・当分は変わらないと見込む。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・この先良くなる要因が全く見受けられない。一触即発の不安要因が多く、近い将来が非常に不安である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後ますます物価上昇を身近に感じるようになり、どこに金を使うかの配分もよりシビアになってくる。しかし、新車の購入欲求がそれほど低下しているようにもみえないため、客との信頼関係を更に強め本当に必要とする商品を勧めることにより、年末商戦が盛り上がることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・定期的に新型車が発売され多くの注文が入るが、どの車もすぐにオーダーストップや長納期になってしまう。登録しないと利益に結び付かない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・車両供給の問題も長引いており、現状では明るい話題がない。しばらくは現状維持のままで見込む。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・十分といえるほどの供給には至っていないため、景気が良くなるほどではない。少しずつ回復を期待しながら、ある商品を販売していくしかない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・今年春頃から新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、この2～3年止まっていたリフォーム工事や新築工事等が見積りや契約に動いていたが、それらが一巡した状況である。新たな工事の見積りや契約へ進みたいが、先の見通しがみえづらくなっているため、ややちゅうちょするオーナーが出ている。

<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・中国からの渡航解禁で春節や9月の大型連休等に期待したいが、為替・金利及び外政の影響からプラスマイナスゼロと見込む。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・人の動きはあるが物価高が気になる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・コロナ禍を乗り越えようやく明るい兆しがみえたと思ったら、次から次へと何か起きる世の中の状況であるが、何とか適応しようとしている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き好調に推移すると予想する。中国からのインバウンドの状況によって大きく左右される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・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、今まで自粛ムードだったレジャーが2019年までのように復活しつつある。しかし、メディア等の報道次第では、またこの先逆戻りも考えられるため、いつまで良いかという先行きに対する確固たる安心感はまだない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・夏休みシーズンの終わりには動きが少し鈍くなる。まだ海外旅行が完全復活の状態ではないため、やや鈍くなる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・既に秋冬商戦が始まっており、連休が絡む日程は混雑し始めている。国内挙式の需要が高まるなかでハネムーンの間合せも増えてきているため、取りこぼしなく契約していきたい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・時間に余裕のある高齢者が食事をしている光景とインバウンドが街中で増えているが、いまだに空港には外国人観光客、とりわけ中国からの団体客は増えてはいない。一方で、都心のデパートが終了時間を1時間早めるなど、物販は以前ほど期待できなくなっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・徐々に戻らと思うが、急激な景気の変動はないとみる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・秋までは、貸切バスや観光地のホテルなどが人手不足等で確保できる限界と感じる。予約も取りづらくなっており、これ以上大幅な伸びは見込めない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・客の動きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・イベント等、人の動きは確実に増えているが、いろいろな物の価格上昇に家計が追い付いていかない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・客の価格認識といった意識や予算見直しは、2～3か月では回復しない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・経済対策が実施されているなかで円安、物価高が続いており、先が見通せない状態である。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・10月の入場者予約数は、現時点では前年より伸びておらず、このままの状態では景気は変わらないとみる。新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が緩むなか、外でプレーするゴルフ場の特権が薄れたとも考えられるが、天候不順も大きく影響しているため、もう少し様子を見る必要がある。
<input type="checkbox"/>	美顔美容室（経営者）	・今年度末までキャンペーンセールが続くため、2セット目、3セット目の購入が見込める。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・少しずつ景気が良くなっているようにみえるが、物価がかなり上がっているため、皆いろいろと調整し、無駄遣いをする人は少なくなる。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・まだ暑さが残るため、来客数は少ない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・為替や世界情勢により、我が国の経済が落ち着くまでは苦しい状況が続く。企業努力を行い現状維持が精一杯である。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・当分大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・根本的に人口減少と空き家の増加が叫ばれる我が国で、住宅産業に伸びる余地があるとは思えない。良くて現状維持といったところである。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・客によっては受注を切らさず忙しいところもあるが、全体的には全く仕事がない元請が多いため、当社への依頼も減少が続く。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・年末の閑散期に向かっているため、足下の繁忙期よりは悪くなる。
▲	商店街（代表者）	・家電製品等の値上がりが大きく、今までのようには買換えに結び付かない。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・あらゆる物の値上げが続くなか、飲食店の利用方法が新型コロナウイルス感染症発生前とは大きく変化している。飲酒を好む客はごく僅かで、外食でのアルコール消費はますます減少傾向になる。

▲	百貨店（経理担当）	・物価高に伴う買い控えや生活防衛が更に進むことに加えて、原発処理水の問題が、中国を始めとする訪日外国人旅行者数や消費の減退を少なからず招くと考える。
▲	スーパー（支店長）	・消耗品、食料品の物価高騰が依然として続き、さらにはガソリン価格まで高騰することで、身の回り品等の消費がかなり絞られると予想する。何とか賃金と物価のバランスが良くなるよう国の施策にも期待したい。
▲	スーパー（総務）	・全ての物が値上がりし生活は厳しいといえる。売上は前年並みにとどまっているが、1人当たりの買上点数は下降し、来客数が何とか売上を支えている状況である。
▲	コンビニ（エリア担当）	・前年同期には全国旅行支援による売上の押し上げ効果などもあったが、今年は観光地などをメインに週末などの売上が苦戦しそうだ。都心立地店舗の来客数がどこまで戻るかポイントとなりそうだが、在宅勤務の普及などで大きくは望めない。
▲	コンビニ（店長）	・当店は宝くじも販売しているが、8月の売上は前月や前年より大きく落ち込んだ。いろいろな物の値上げにより、余分なものに回せる金が減っているのではないかと。
▲	コンビニ（店長）	・物価高騰は継続しており、特にガソリン価格の高騰がすさまじい。鉄道においても私鉄の運賃改定などエネルギー費用の高騰に伴う値上げがあると、通常使える金は減ると考えられる。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・様々な値上げが続き購買意欲は低下へ向かう。生活に関する物の値上げも相次ぐ。また、中国からの観光客が減ることは大きなマイナス影響となる。以前の環境よりも悪くなる。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・最近では食料品だけでなくガソリン価格も再高騰している。
▲	乗用車販売店（経営者）	・エネルギー価格や食品価格が上昇傾向にあり、生活防衛のため一般消費者は車などの大きな買物を控え始めている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・輸入車を扱っているため、円安の影響があり定価が非常に上がっている。一方で下取り価格は落ち込んでいるため、客へ提示すると厳しいという声を聞く。販売促進がかなり難しい。
▲	一般レストラン（経営者）	・円相場が全ての根本である。せめて3か月ほど前の為替水準になれば、もう少し世の中も落ち着き、物価高騰も収まるのではないかと。
▲	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	・年初までは、物価高ではあるものの賃金が上昇するという期待感もあり、販売量に大きな影響はなかった。しかし、夏頃より物価の上昇が想定以上と感じる消費者が増えており、販売量に影響を及ぼしている。
▲	都市型ホテル（従業員）	・新しいビジネスホテルがオープンするため来客数が減る。
▲	通信会社（サービス担当）	・いろいろと物価が上がっても給料が上がらない。
▲	観光名所（案内係）	・値上げがここ1～2年続いている。景気が良くなることはない。
▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体が収縮傾向にあり、自助努力ではいかんともし難い。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がり段々と生活が苦しくなる。
▲	設計事務所（職員）	・円安が進行する限り、景気が良くなる可能性は全くない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・猛暑もあって例年どおり来場者は夏枯れとなり、客のストックがない。9月の半期締めを期待はするが、厳しいとみられる。ガソリン価格の高騰、処理水への中国の反応や更に物価上昇の危険もあり、不要不急の商品については買い控えが進むと考える。
▲	その他住宅 [住宅管理]（経営者）	・様々な物価高の影響で、動き出していた商談にもストップが掛かり受注には時間が掛かる。まだ厳しい状況が続く。
×	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請が継続している。
×	設計事務所（経営者）	・現在の案件数では、先に景気が良くなる材料はない。
×	住宅販売会社（経営者）	・同業者をみても売行きが悪く在庫が膨れ上がっている。先行き不透明で不安である。
×	住宅販売会社（従業員）	・営業における質の低下は会社の存続に影響する。負の感覚を持つ社員が増えると客の購入マインドも低下する。
◎	—	—
○	化学工業（営業担当）	・10月から徐々に需要が回復すると見込む。

企業
動向

関連 (東海)	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・今年に入って一部半導体関係で在庫過多になり、操業を半分以下に減らしていたが、予想より早めに在庫が解消されつつあり、注文が回復傾向にある。さらに、ニッケル水素蓄電池の製造に関する消耗品の注文が5割以上増えている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて受注量が増える期待がある。また、部品の値上がり分を販売価格にある程度転嫁できる見通しから、11月以降は期待している。
	○	建設業（役員）	・こどもエコすまい支援事業の締切りや、住宅ローン減税が来年より減額になることから、年内中の契約と入居が必要であるため、動きが少し活発になるかもしれない。
	○	不動産業（開発担当）	・他地域での不動産価格上昇が一定程度浸透し、当地域での価格上昇につながることを期待している。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・環境商品の実用化を模索しており、取りあえず展示会を開いて様子を見る。円安は進んでいるが、この程度は予想の範囲内であり、問題は最安値を更新するかどうかである。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・エネルギー関連など製造原価のコストアップ要因は収まらず、安心できない状況が続く。生産現場における生産性向上の動きを更に加速させていく。
	□	食料品製造業（営業担当）	・受注量も販売数も伸びないなか、景気回復は難しい。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・秋需を期待しているが、物価高の影響か良い材料は今のところ見当たらず、景気はこのままの状況で推移する。
	□	化学工業（総務秘書）	・特別に景気が悪くなる要因が見受けられない。エネルギー価格の高騰は家計への影響が大きい、景気を悪くするほどのインパクトにはならない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・例年並みに忙しくなるという見方が多く、受注残からも仕事はありそうだが、利益につながらない懸念は強い。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・海外向けの設備は、円安という追い風はあるが価格競争が厳しく、利益を確保して受注するのが難しい状況が続く。
	□	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、先行きは変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・前年から3割程度減少した状態がしばらく続く。客先の受注動向等をみても、この先3～4か月の年内一杯程度は横ばいとみる。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・業界の展示会などが再開するようになって、少し上向いてきたように見受けられるが、まだ劇的に変わるところまでには至っていない。
	□	建設業（経営者）	・施策を進める上では、情勢判断を適切に行ってほしい。
	□	建設業（営業担当）	・当業界では、仕事は例年どおり出ているため通常と変わらないが、物価上昇や材料の価格高騰で利益が少なくなる業種では給与が増えない。そういったなかで食料品やガソリンなどの生活費が高騰しており、すぐに好景気に結び付くことはない。
	□	輸送業（経営者）	・荷量の減少、コスト高共に収まる様子がない。
	□	輸送業（従業員）	・原油や電気料金等の価格が上昇傾向にあるが、現状を上回るような景気対策があるとは思えない。
	□	輸送業（従業員）	・運賃が上がらないため、忙しいが利益が出しにくい状況が続くそうである。2024年問題も控えており、この先どうなるか不透明である。
□	輸送業（エリア担当）	・季節変動以外の要因はない。	
□	輸送業（エリア担当）	・荷物量の減少に対応する経費のコントロールができてきた。全体での配送単価は上昇しているが、超大口顧客では上がっていない点が鍵になる。	
□	輸送業（エリア担当）	・適正価格での運賃收受をお願いしているが客の理解が得られない状況は、経済全般の停滞を意味している。この状況が急激に変化することはなく、景気の低迷傾向も変わらないと予測する。	
□	金融業（従業員）	・しばらく景気の様子は変わらないと見込む。	
□	金融業（従業員）	・ここ数年と比べると新型コロナウイルス感染症もそれほど影響しなくなったことから、景気は良い方向と想定するが、物価高、円安やガソリン価格の高騰などで消費者の生活費での負担は大きくなり、不安材料からこれから先は必要な物にしか金を使わないようになる。	
□	金融業（企画担当）	・企業が原価高騰を販売価格に転嫁でき、中小企業を中心に個人の賃金上昇が当たり前になってこない、引き続き現状の景気が続く。	

	□	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症に対する不安は解消していくと見込まれることから、外出や遠出をする人の増加が続くことに伴い、売上も増加し前年を上回る状況が継続すると予測する。
	□	広告代理店（制作担当）	・これから秋以降に向けての各種イベント企画も増えているが、様々な値上げ等の影響で客足の伸びが心配である。
	▲	通信業（法人営業担当）	・最低賃金の引上げなどで内需主導の成長を取り戻す。しかし、自社の仕事では、今一つ元気がない。新型コロナウイルス感染症の影響はありながらも世間にはぎやかで、いろいろなところに出掛ける人もいるが、なかなか財布のひもは固い。
	▲	通信業（総務担当）	・燃料費の高騰は景気回復に水を差すので、早々にトリガー条項発動の決断を期待する。先送りの対策では国内景気を支え切れない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・円安に歯止めが掛からず、国産製品のブランド力も為替によってその光を失われつつある。国内消費には限界があり、海外の販路を見据えたビジネス展開にシフトしなければ、事業の維持は難しい。この状況下でどれだけの企業がリスクを冒しながら設備投資や人的投資をする決断ができるのかを考えると、日本経済の先行きが明るいとは言えない。
	▲	公認会計士	・中国の大手不動産企業が米国で連邦破産法の適用を申請したことにより、我が国の経済への影響が予想される。我が国の中国への輸出額も減少傾向であり、上記の要因で中国がデフレになれば更に輸出額の減少が予想される。また、原発処理水の海洋放出に対し中国国内で不買運動が起きるなど、今月解禁になった我が国への団体旅行も減ることが予想され、景気はやや悪くなると考える。
	▲	会計事務所（職員）	・仕入価格、燃料費、光熱費などの値上がりが一層激しくなり、利益を圧迫する。値上がり分を価格に転嫁したくても、消費者の節約志向が顕著で難しい状況である。このまま物価高の状況が続けば、消費は一段と冷え込み、景気は悪くなる一方である。
	▲	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になってから初めての夏休みで、遠くへ旅行した人も周りにいる。夏に使った分、これからは節約に向かうのではないかと。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず収入が増えない。ガソリン価格も非常に高い。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因が全くない。先の見積りも非常に少なく、現状を打破するものが見当たらない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・材料価格が低下傾向にあるなかで、引き合いが減少する傾向が出ている。
	×	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリン価格の補助を早く復活させてほしい。電気、ガス料金への補助も期待する。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・コロナ禍が過ぎても折込広告が回復しない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造各社は年度末に向けて上向きと予想する。ただし、燃料全般、水道光熱費の値上がりや10月の最低賃金の上げ幅が過去最大で、中小企業においては特に人件費アップの影響が非常に大きな問題となる。
	○	職業安定所（職員）	・物価高騰に加えて、新型コロナウイルス感染症の再拡大、最低賃金引上げによるコスト増加など不安要素が多く、好転するとは考えにくい。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・近隣の医療機関で来年度採用の拡大計画があり、募集依頼があった。また同時に、離職防止策として賃金上昇と増員による勤務シフトの緩和を予定していると説明があった。
	□	人材派遣会社（社員）	・好転する材料がない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・企業の採用意欲が上がっておらず、上期のうちに人員確保が進んだとみられる。次は2024年に入ってから人員確保に動き出すと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は今後も増加が見込まれるが、人手不足感は更に強まっていくと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・当社を含めて各社でのエンジニア採用熱は高い状態が続く見通しである。背景としては自動車関連を中心に開発テーマが継続し、人材不足が当面続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・景気回復につながりそうなポジティブな材料が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・上向く材料が見当たらない。

□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・全体的には上向いてきたが、エネルギー価格や物価の上昇が急激で、どこまで今の状況が続くか不透明である。
□	職業安定所 (所長)	・人手不足は続いているが、物価高騰や原材料不足が事業活動に及ぼす影響が懸念される。また、コロナ禍後の事業活動については業種業態による差異が残るなど、先行きはやや不透明である。
□	職業安定所 (職員)	・一部の業種では新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるようだが、燃料、原材料の価格高騰の影響により先が見えないなかで人手不足が続いている。まだしばらくは様子見の状態が続く。
□	職業安定所 (職員)	・求人数が増加するとは思えない。
□	職業安定所 (雇用開発担当)	・産業により変動がある。
□	民間職業紹介機関 (営業担当)	・引き続き企業の求人は高止まりしている状況であるが、採用が順調な企業と充足しない企業の2極化が色濃くなっていく。
□	民間職業紹介機関 (窓口担当)	・派遣需要は高まっているものの、当地域における業界景気、求人倍率などは好調とはいえ、やや厳しい状況がしばらく続くと思込む。
□	学校 [大学] (就職担当)	・中長期的には労働人口の減少により、求人数は増加することが予測されるが、短期的には求人数が急増する要因は見当たらない。
▲	人材派遣会社 (社員)	・書き入れ時の夏季シーズンが終わり、これからは悪くなる。
▲	職業安定所 (職員)	・物価高、資源価格の高騰を始め、事業運営を取り巻く環境が悪化しており、高齢の経営者等が事業継続を諦めて廃業したとの情報が複数聞こえてきている。
▲	職業安定所 (職員)	・今後も円安やガソリン代の高騰が続き、当面の間、厳しい状況が続くことが予想される。
×	人材派遣業 (営業担当)	・値上げラッシュは今後も継続し、回復の兆しは全くみえないため、当面は厳しい状況が続くと想定する。