

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）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症に対する不安が軽減している。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要因としては原油価格の高騰や金利上昇などがあるが、過度な状況にならなければ、このまま良い状態となる。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・来月も今月以上の120件に迫る団体旅行の案件があり、更に多忙を極める月になりそうである。しばらくは景気の良い状態が続くと推測する。年末年始も、過去3年間自粛したりバウンドで旅行に出掛ける人が増加する。
	◎	タクシー運転手	・寒くなると利用客が増える。年末は多忙になる。運転手不足で稼働率の低い状態が続いている。
	◎	美容室（経営者）	・これからは行楽シーズンとなり、正月も間近に迫ってくるため、来客数の増加に期待する。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・政府の経済対策に期待している。
	○	百貨店（経理担当）	・物価高の問題はあるが、それ以上に客の消費マインドは上がっている。
	○	百貨店（営業担当）	・富裕層の消費は堅調に推移している。経済対策の効果も見込まれる。
	○	スーパー（店員）	・値上げが続いているものの生活必需品は購入されるため、他店に比べ安価な当社への来店が続く。
	○	スーパー（販売担当）	・年末商戦が活況となり家族連れで買物に来るため、先行きはやや良くなる。
	○	コンビニ（企画担当）	・中国からの旅行客が戻れば更に売上増加が期待できるが、物価上昇による経済の冷え込みも懸念される。
	○	コンビニ（店長）	・年末年始に入れば季節的な需要拡大が見込める。ガソリン価格がまだ高騰しているため車移動よりも電車移動が増えれば、駅での需要は高まる見込みである。
	○	コンビニ（店員）	・クリスマスに向けて、チキンの販売やケーキの予約が始まる。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響がない年末年始を迎えることから、瞬間的なものであるが景気は回復すると見込む。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・今月は総じてネガティブな印象であるが、これから先はコロナ禍から脱した年末商戦となるため、景気はやや良くなる。今夏と比較した場合、コロナ禍から脱したといえるくらいの好景気が見込める。
	○	衣料品専門店（店長）	・客の仕事量を聞くと、増えてきてはいるが長期出張など県外での仕事が多いとのことで、地元では仕事量がまだ回復していない様子である。地域の景気回復には地元での仕事の増加が必須であり、今のところ大きな変化はみられない。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・日々の売上目標が大分上がっているがそれを達成できている。夏が終わって時季的にスーツが必要となり、また、成人式や就職活動が控えていたり皆スーツを着て仕事に行く機会が多くなるためスーツを新調する人が増えていることから、先行きはやや良くなる。葬儀については家族葬もまだ多いが、最近はずっとした葬儀が増えてきたからと、礼服を利用する人がかなり多い。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	・まだ暇だと言っている同業者が多いが、良くなっているところも出てきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・年末年始になり、社会全体の消費が上向く。
○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、飲食関係の客からリフォームや新規出店等の計画が出始めた。一般住宅についても、今まで中断してきた新築及び小規模改修工事の具体的な見積依頼が入り始めた。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価高騰が続くなか、賃上げが持続的に行われるかが鍵であり、期待している。	
○	高級レストラン（経営企画）	・物価高により節約傾向は続くが、新型コロナウイルス感染症収束後初めての年末年始に期待したい。	
○	一般レストラン（経営者）	・上向いている店頭販売にもう少し力を入れていきたい。	

<input type="radio"/>	観光型ホテル（支配人）	・年末に向けて忘年会の予約が好調である。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（総支配人）	・今年の年末は何の規制もないことから、期待したい。ただし、全ての仕入れが20%程度値上げされるなかで価格転嫁が進まず、先行きはこれまでになく心細い。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・7月から10月は前年より少し良く、月ごとに少しずつ景気が良くなっているため、11～1月にかけてもやや良くなる。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・旅行需要が徐々に戻りつつある。
<input type="radio"/>	テーマパーク（職員）	・このままの状況が続けば、やや良くなる。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・通勤通学客も含めた一般乗客のマスク着用率が低下しており、車内感染を気にしなくてよい状況になったと判断する人が多い。そうした状況も追い風である。
<input type="radio"/>	美顔美容室（経営者）	・年末に新たなキャンペーンセールがあるため、販売量の増加が見込める。
<input type="radio"/>	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期に入るため、この時期に集中して来店客が見込まれる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・3か月後もこのままの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・景気が上下する要因が見当たらない。外国人観光客では、おにぎりを購入する人が増えている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・コロナ禍から抜け出せない。当業界では、まだ悪い時期が当分続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先も今月並みの状態からそのまま変わらない。大きな経済対策や期待できる要因がない限り、今の状態が続く。ある程度消費拡大は進むが、貯蓄も節約も考えなければならぬ。減税も含めて大きな経済対策による消費の増加を期待している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ物価が上昇すると、出費を減らすことを誰もが考える。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での飲料の利用は、まだ厳しい状態が続く。
<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）	・ウクライナ情勢やパレスチナ情勢等、不安定なことが多すぎて景気の先行きははっきりしない。また、円安や物価高がどの方向に向かうかもはっきりしない。これらのことから、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）	・年内は物価高が続くなかでの様子見となる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安の影響が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・今年は暖冬との長期予報で、冬物衣料や雑貨の販売では苦戦が想定される。各種商品値上げの影響により値上げ分は売上増加となるものの、消費者の懐具合には限りがあり、節約志向が高まりを見せつつある。所得減税も今の様子では即効性はなく、売上を下支えする要素にはならないが、企業の業績回復に伴う冬のボーナス消費に期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・インバウンド需要の拡大や商品の値上げによるかさ上げで売上は増加を見込んでいるが、その反面、生活防衛意識の高まりによる消費へのマイナスの影響が予測される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・物価高に伴う消費マインドの低下や生活防衛意識の高まりが消費減退をもたらすと考えていたが、実際の個人消費は、引き続きそれらを上回る強さが持続している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・現状は維持できると考えるが、消費意欲の拡大には経済情勢の好転や出費用途の広がりが必要なため、それほど見込めない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・国内消費は値上げの影響が多少あるものの、インバウンドによる売上が更に増加するため、現状と余り変わらないと予測する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・国内消費は年末に向けて伸びていくと期待したい。今後はインバウンド需要が鍵になってくる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・来客数回復の傾向は続いているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて、ファミリーで長時間滞在する客は減った。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・地域への来訪者は増加傾向にある。新型コロナウイルス感染症発生前よりも、飲食店は席の間隔を空けて席数を減らして営業しており回転数に限りがあることや屋台の店舗が増えたことで15時以降の来客数が伸び悩んでいる。人出の割には売上に結び付かない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・2か月後には年末年始を控えているが、今年に入り来客数は減少し続けており、現状と流れは変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・11月から米の値段が上がるため価格を改定する。弁当など総菜関連も一部値上げをするが、その影響がどう出るか分からない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・全ての物の原価が上がっているなかで、商品販売数はなかなか上向かず、最低限の商品しか動かない状況が続いている。まだ景気は良くなるらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・売上予算の達成は続いている。年末商戦の出足も好調で、このままの状況が続く。落ち込む要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・最低賃金の上昇など景気回復への期待はあるが、商品価格の上昇は相変わらず続いており、景気上昇は見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・景気対策は現実性に乏しいためか、相変わらず良くなるという実感がまだ得られない。消費は厳しく、今後もこのまま低い水準で推移する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・秋のイベントが順調に開催されて少し回復感が出てきたので、このまま続いてほしい。10月からの食品値上げの影響が心配である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来客数が増えてきており、この勢いで冬季も伸び続けると予測する。また、インバウンドの来店も観光地の店舗では急上昇している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・12月にかけてクリスマス商戦の動向が気になるが、最近の来客数や売上等の動きから、前年同期とそれほど変化がないとみる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・足元の売上は前年同月を下回っているが、8月から10月の推移をみると例年並みである。物価高による節約モードが安定してきている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・値上げによる消費者の買い控えは目立ってみられず様子見の状況であるが、大きく変わらないと予想する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・上質な商品を好む人は、しばらく足が遠のいていても来店した際には購入してくれるため有り難い。そういう客の来店を期待している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・大きな見積案件もなく、余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価の上昇及びガソリン価格の高騰により、先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・現状から大きく変わらないと考えるが、物価高で生活費の支出が増えていることで、客には節約傾向が見受けられる。物価高が今後どのように推移するか注視したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・燃料油価格激変緩和補助金は延長しているが円安も続き、必要なことには金を使うがレジャーや趣味に掛ける費用はまだ抑えられ趣味であることは変わらないため、良くなるとは言えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・年末に向かって活気付いてほしいが、やはり物価高の影響は非常に大きい。ここで何か大きな自然災害でも起これば、本当に悪い方向に向かってしまう。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売台数は減少しているが、新型車等の値引き販売が無くなっているため、会社の利益は増加している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・生産は回復しているが、価格が高いため成約に結び付きにくくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・なぜこれほど販売状況が悪いのか、判断材料がなく動きも少ないため見当が付かない。悪い理由が分からないので悲観も楽観もできない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・これから年末年始を迎える準備が始まり、諸物価の上昇を一層ヒシヒシと感じるようになってくる。昔ならば年末に向けて、この際だからと大型商品の買換えが検討された時期だが、今はそのような浮かれた雰囲気は全くみられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・決算期に向けて元々車検や点検の客が多くなるため、爆発的な売上は見込めないが、多少は販売実績が上がる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・円安、物価高が改善されない限り、回復は厳しい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・特に良くなるとも思えないが、ボーナス等の支給時期なので、それなりに金が消費に回ることが予想される。

□	一般レストラン（経営者）	・年金生活をしている客が多いため、以前のように外食に金を掛けられなくなっている。
□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・減税を打ち出しつつも実際のところ増税も見込まれ、何とも判断しづらい。中東やウクライナの情勢不安定も含めて、何ともならない複雑な心情である。
□	観光型ホテル（経営者）	・12月から1月は、10月と比べると季節は良くないが、団体客が増加傾向にある。特別なことがない限りコロナ禍で旅行ができなかった人が旅行に出掛けたり、社員旅行の予算執行が見込まれる。先行きは現状と変わらず、やや良い状態が続く。
□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きは変わらない。
□	旅行代理店（経営者）	・現在の予約状況に鑑みて、変わらないと予測する。
□	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザよりも円安や世界情勢の方が気になると、旅行業界はかなり敏感に左右されるため心配が増える。冬は国内旅行地が閑散期になるため、久しぶりの海外旅行者をターゲットに期待しているが、円安が足かせにならないか心配である。人気の観光都市への国際線再開に期待している。
□	旅行代理店（経営者）	・飲食料品やガソリン代の値上げの影響などで、旅行先も安近短になっている。比較的旅行に支出できる高齢者やインバウンドの多い地区とそれ以外で差が出てきそうである。
□	タクシー運転手	・今現在の景気は良いとはいえないが、今後年末が近づくにつれて忘年会等で出足は一時的に増える。しかし、年末年始だけとみるため、先行きは今と変わらない。
□	タクシー運転手	・物価高の影響がある。
□	通信会社（企画担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の継続や減税の示唆などはあるものの、食品を始めとする物価高による消費マインドの低下は大きい。
□	通信会社（サービス担当）	・既に光回線を導入している家庭が多いため、販売量は変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・特段変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・情報機器の販売単価は上がったまま据置き状態であることに加えて、作業費の値上げも実施されたため、2～3か月で良くなるとは思えない。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・経済対策が不透明である。
□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、前年同日比で少し増加している。しかし、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行する前後から来場者数は低迷が続いており、しばらく景気は良くなりませんがそのまま変わらない。
□	美容室（経営者）	・物価上昇、円安が変わらない限り、客は金を使わず自粛する。
□	美容室（経営者）	・まだ物価上昇が止まらないため、当分の間は景気が上向くことはない。
□	設計事務所（経営者）	・今、種まきをする案件がなければ、3か月先も変わらず悪い状態は続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・原材料価格や人件費の高騰もあり、販売価格の見直しを迫られている。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・今まで出していた見積案件などでも、客が工事を見合わせるが続き受注まで進まない。少し不安である。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・経済対策がこれから機能すると見込めない。低所得世帯への現金給付では、消費行動への良い影響は全く期待できない。
▲	商店街（代表者）	・物価高、光熱費値上げの一方、中小企業では従業員の給与が改善されておらず、各場面で節約志向が定着しつつある。
▲	商店街（代表者）	・物価上昇は止まるところを知らず、日用品以外の物が売れない。減税政策も効果は不透明であり、短期での景気上昇は期待できない。
▲	商店街（代表者）	・良くなる要素が見当たらない。
▲	百貨店（売場主任）	・通常は給料日には来客数が増えて売上也増加するが、今月はそのような様子がみられなかった。インバウンドの来客があり、カジュアルな商品の売行きは好調であるが、高額商品はそれほどではない。単価が低いため、売上は厳しい状態が続く。
▲	スーパー（店長）	・値上げによる1品単価の上昇により、買上点数の減少傾向には歯止めがかからない。

	▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーの値上げがまだ続いている。
	▲	スーパー（総務）	・減税案が議論されているがまだ先の話であり、冬のボーナスも今の売上では余り期待できない。
	▲	スーパー（販売担当）	・今年は暖冬が予想されているが、寒い日はあるので燃料費等の高騰が生活に影響を及ぼすことは確実である。それを踏まえると景気が上向くとは考えにくい。今は動きの良い衛生用品も落ち着いていくことが見込まれ、売上をけん引する商品が少ない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・減税案などは今後に期待が持てず、買い控えにつながりそうである。
	▲	コンビニ（店長）	・必要経費や必要な出費ばかりが増え、小規模店舗で多く取り扱うような酒、たばこや菓子等のし好品は買い控えると予想する。よほどのヒット商品でも出ない限り、節約志向は継続される。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・前年までは新型コロナウイルス感染症対策による特需やプレミアム付商品券があり1割程度の売上増加があったが、今年はいばらまき施策の減少、物価高による買い控え、リベンジ消費やコト消費への移行がみられるため、前年割れが続く見込みである。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・外食や遊びに行く人が増える一方で、ガソリンなど燃料価格の高騰や食料品の値上がりによって、余裕がないという人が増えている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・年末に向けては買い控えが起きることが多い。1月以降は回復基調になると予想する。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期遅延は無くなったものの、新規の受注が減っているため、先の売上が減少する。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・例年、年末に向けて販売台数は減っていく傾向にあるが、9月、10月が既に減ってきており、先行きに不安がある。年が明けるとは厳しい状況が続く。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・値上げの影響により販売量が減少するなか、仕入先からは値上げの連絡が絶えない。販売先の飲食店からも、忘年会シーズンの予約は例年よりも問合せが20%ほど減っていると聞く。消費者からも、し好品を中心に購入を控えるという声もあり、更に販売量が減る見通しである。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行が10～11月に集中しすぎており、反動として落ち込みが見込まれる。次年度に向けて、需要の分散化や人手不足対策が求められる。
	▲	観光名所（案内係）	・世界情勢や国内の政策、その他どこをみても景気が良くなる可能性は非常に少ない。何とかしなければならぬが、どうしたらよいか分からない。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上昇し生活が苦しくなる。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入商品の値上げの波は落ち着いたかにみえたが、この秋に再来した。レンタル価格は上限価格があるので上げられず、利益を削るほかない。
	▲	設計事務所（職員）	・円安の継続と景気が良くなる要因がないことが懸念される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・倒産するメーカーが出てくると連鎖が始まり、職人がいなくなってしまうと、事業継続を断念せざるを得なくなる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・施主の大半は物価高への不安を口にする。このまま何も変わらないければ悪いのが当たり前となり、回復が見込めない。厳しい状態がまだ続く。
	×	商店街（代表者）	・何でも値上がりしているという意識が客にあり、余分な消費を控えているように見受けられる。
企業動向関連 (東海)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、年末にかけてそろそろ客先業界での設備投資が始まるという期待がある。実際に12月にかけて注文も入っており、年末に集中して客先業界の設備投資が期待できるため、先行きは良くなる。
	○	化学工業（営業担当）	・海外での紛争の情勢によって変わるかもしれないが、景気は底打ちした状況とみている。徐々に回復すると見込む。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・電子部品関係の受注がいきなりストップして1年以上になるが、ようやく客の在庫がさばってきたので、3か月後には回復を見込む。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・客には特に北米自動車向けの設備投資意欲に衰えはみられないため、来月以降は引き合い、受注共に増加する見込みである。

○	電気機械器具製造業（企画担当）	・中国の景気下降の懸念はあるが、中国に対する依存度を下げる取組は進んでいるため、当面は大きな問題となることはない。
○	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症についての不安は減少していくとみられ、外出や遠出をする人は更に増加を予測する。それに伴い今後の売上も増加して前年を上回る状況は継続する。
○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安は一過性ではなく定着しそうである。人手不足はますます激しくなる見込みで、自動化の促進がより一層求められる。中小企業の人手不足に対応する具体的な方法を提案したい。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・年末年始は例年ならば荷動きが活発になる時期だが、今年は良い情報が入ってこない。今の悪い状況が続くとみられ、景気は現状と変わらない。
□	化学工業（総務秘書）	・コロナ禍の収束に伴い外出や交流を楽しもうとするため、好況感では当面継続する。景気を悪くする特段の要因が見当たらない。
□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量の問題はないが、高騰した原材料費が利益を圧迫し、価格転嫁も十分にできていないため、収益面では厳しい状態が続く。
□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量見込みから判断する。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・しばらくは新製品の効果が続く。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・1か月程度先の注文が入るが、ここ数か月間ほぼ同量で推移している。価格も材料の高止まり感はあるものの同額で推移している。この状態が来年初めにも見込まれる。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・良くなる要因も悪くなる要因もないため、しばらくはこのまま変わらない。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・一時的に良くなったようにも感じるが、紛争が発生するなど不安材料が一杯である。
□	建設業（営業担当）	・インボイス制度により、今まで利用していた業者と契約ができなくなったり、そういった制約で業務自体が遅れることも多々あると見込まれ、事務作業に時間を取られる。景気は変わらない上に無駄な作業が増える。
□	輸送業（経営者）	・荷主もコスト増加に苦しむなかで、運賃の値上げはなかなか進まない。
□	輸送業（従業員）	・世界情勢と切り離しての国内景気の回復はありえない。たとえ物資、燃油等が以前のように流通するようになっても、価格は以前のようにはいかない。当分苦しい状況が続くのではないかと。
□	輸送業（従業員）	・原材料やエネルギーの価格上昇で食品やガソリンなど値上がりが続くなか、実質賃金が上がっていない。
□	輸送業（エリア担当）	・荷主に対する運賃値上げの交渉は、運賃に対する社会的認識が不足するなかで敬遠、拒否されている。運送業界がコスト高を吸収して価格に転嫁できない構造が続き、物価高騰のしわ寄せは物流費にきている。景気が良くなるとみられる一方で、運送業界が抑圧されている。
□	輸送業（エリア担当）	・業務量は伸びず減少傾向が続いている。業務量が減少するなかでの経費コントロールは難しい。
□	通信業（法人営業担当）	・消費者心理はかなり冷え込んでいる。消費者物価指数の上昇幅と体感的な食費等の値上がり幅にはかい離を認識する人が多く、状況は非常に厳しい。仕事上でもこれといった景気の上昇を肌で感じることはない。
□	金融業（従業員）	・今の状況からすぐに良くなるとは考えづらいが、年末年始の消費拡大に期待したい。
□	金融業（従業員）	・物価高もあり、旅行をするにしても都市部のホテル代は非常に高い。新型コロナウイルス感染症が収束し、皆いろいろな行動したいが費用が高く、いろいろな意見も飛び交っており、今後長い目でみてどうすべきか迷いがある。
□	金融業（企画担当）	・企業業績に加え、個人の給与が上がってこない、景気回復は厳しい。当面は現状の景気が続く。
□	広告代理店（制作担当）	・年末年始に向けたイベント企画や広告の受注も、様々な値上げによる影響で余り期待できない。
□	会計事務所（職員）	・大きく変化する要素が思い付かない。
▲	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇により、販売量が大きく減っている。

	▲	鉄鋼業（経営者）	・先行きの需要増加や見積件数の増加が見込めない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・市場からの引き合いが減少している。客先の人手不足などの影響もあり仕事が進まず、引き続き数量面での減少が予想される。
	▲	建設業（役員）	・毎年11月以降は、年末年始に向かって客の動きは悪くなる。ただし、住宅ローン減税が12月入居分までは現状維持で来年1月より減額となるため、この要素に対して少しでも駆け込み需要があることを期待したい。
	▲	建設業（経営者）	・我が国のリーダーによる人選や施策等が明確にみえず、これでは景気が良くなるとはとても思えない。
	▲	輸送業（エリア担当）	・世界の情勢が不安定である。
	▲	通信業（総務担当）	・燃料油価格激変緩和補助金は延長されても、電気・ガス料金にも値上げの不安があり、食料品は更に値上げされるであろう。収入の伸びが見込めないなかでの物価高騰には全く困惑している。ゆとりがなくただ生きるだけの生活である。
	▲	通信業（法人営業担当）	・知人から、大変裕福な家庭で北海道やフィリピンに引っ越した子がいるという話を聞いた。先見の明のある親は早くから脱定住、脱日本を意識した教育を施している。日本マーケットは、次世代教育の弱さや期待感の薄れから、ますます縮退していく印象を受ける。
	▲	不動産業（開発担当）	・ゼネコンの受注量が増えていると聞いており、今後工事費上昇の懸念がある。
	▲	公認会計士	・少しずつ需要は戻ってきているが、深刻な人手不足により機会損失が発生するリスクが高まっている。特に年末にかけて忙しくなる飲食業界は、賃上げを行って求人をして人も集まらないのが実情である。採用コストが高まることで既存の人件費上昇にもつながり、今後の傾向としてはやや悪くなると予想する。
	▲	会計事務所（職員）	・節約志向が続き、売上単価は目に見えて減少している。利益の確保も仕入価格等の高騰で難しい。売上の減少に伴い余剰人員が発生すると、今後は人員整理も考えられる状況である。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・給料は上らず物価が上がっているため、景気は良くならない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・電気自動車の開発も一段落し、次に何が来るかに興味がある。自動運転を含めた省人化の取組の進展いかに懸かっている。労働人口は間違いなく減るため、生産現場でも無人化が必須のはずだが、遅々として進まない。法整備を含む仕組みの問題である。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・インフレが進んでおり、広告に回る金が増えるとは思えない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・法人関係の忘年会で予約状況は良い。
	○	人材派遣会社（社員）	・12月のボーナス後に転職を見据えた動きが続く。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの向こう3か月の生産計画は、前年同期比16%の増加である。10月中旬に取引先で起きた爆発事故の影響に伴い車両生産を一時停止しており、生産停止に伴うばん回分を織り込んだ目標である。別の大手自動車メーカーも新型車種の販売が好調であるが、製造過程における人材確保に苦戦することが懸念される。
	○	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が上昇しており、今後も引き続き上昇が見込まれる。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・人材サービス部門において、企業からの依頼は前年と比べ増加していて良好である。マッチングが鍵となるため、年末年始にかけて人の動きがある時期に人材確保が順調にいくよう期待している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・年内は求職、求人共に動きが停滞する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が見当たらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・欧州からは景気後退の声も聞こえてくるが、当地域では自動車関連を中心とした開発案件の活況に変わりはなく、それに伴い当社への引き合い数も過多状態を維持している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気の回復する材料が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・回復基調ではあるが、戦争や資材価格高騰などがあり、現在の状況が続く。

□	職業安定所（所長）	・人手不足は続いており、物価高騰や原材料不足も事業活動に影響を及ぼしている。依然として事業活動の回復には業種・業態による差があり、この状態が定着しつつある。
□	職業安定所（職員）	・業種によっては、仕事は順調に伸びているが、人手不足により利益に影響が出ているという声を聞く。当面この状態が続く。
□	職業安定所（職員）	・求人減少、求職増加の流れは今後も続きそうであるが、大量離職が多く発生するような更に悪い状況にはならないと考える。
□	職業安定所（職員）	・今後も物価高が続き、より一層商品への価格転嫁が進んでいく。また、会社存続のための利益確保が課題となる。人手不足でありながら、人件費に掛けられる資金が不足している。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて採用が加速する時期ではあるが、慎重に見定める企業も増えてきているため、これまでのような右肩上がりのすう勢維持は難しいと予測する。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・本年度卒業予定者を対象とした採用募集の追加的案内も落ち着き、次年度採用の告知が始まりつつある。採用側も新型コロナウイルス感染症発生前の流れに戻ってきており、落ち着いた印象を受ける。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる根拠も悪くなる根拠も特にない。
▲	人材派遣業（営業担当）	・社会保険料が徐々に上昇しているなか、大幅な最低賃金改定や賃金上昇は期待できず、冬季ボーナスは貯蓄に回す世帯が増加する。外国人労働者も日本以外の国へ行くケースが増えているため、生産力の強化も厳しい状況である。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・インフレの兆候があるなか、求職者不足のためDXやアウトソーサーの活用による業務の効率化を検討する企業が増加傾向にある。中小企業では対応策に苦慮する企業が増加している。
▲	職業安定所（職員）	・小規模事業者の廃業等が増加している。大規模小売店の廃業も発表されるなかで、より大規模な廃業等が発生するおそれが高まっている。
×	—	—