

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	景気の状態判断	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	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行から半年たち、人の動きも自然体となり、ようやく新型コロナウイルス感染症発生前と変わらぬ状態に回復した。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・年末商戦期でクリスマス需要が好調である。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・1日を通して、若い人を中心にアプリでの利用者がかなり増えている。夜の忘年会も新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、午前0時前後にはタクシーの空車がなくなる状態が続いている。
	◎	美容室（経営者）	販売量の動き	・正月も近づいていることから、来客数も増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店にはかなりの人出があり、特に若者の動きが良い。ただし、いろいろな物が値上がりしているため購買力にはやや弱さがみられる。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・そろそろ紛争も収束しそうだと言っている。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・給料は上がらないが物価は高い状況が続き、金銭感覚が変わってきた。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・平日昼間は買物客が少ないが、夕方以降は購買意欲のある客の来店が多い。ボーナスが出た12月中旬以降は、単価は低いが買上客が増加したため売上が上がった。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・東京や大阪に比べて回復が遅れていた当地のインバウンド消費は、月を追うごとに拡大している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・年末ということもあり、人が動いている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・特産品である柿の発送を始め、本格的な冬に入り、鍋物用の肉類など単価の高い商品が売上を後押ししている。年末くらいは御褒美としてちょっとしたぜいたくを味わう雰囲気がみられる。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数の増加とともに売上もやや増えている。
	○	スーパー（支店長）	お客様の様子	・12月ということもあり、ボーナスが支給され購買意欲も少し促進された。コロナ禍でのストレスに対する反動も考えられる。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・12月は寒い日もあったが比較的穏やかな天候で、飲料、アイス類はさすがに落ち込んだが、菓子類、食品、アルコール類が堅調に推移し、売上全体もまあまあ良かった。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・販売価格が高く高品質な商品が好調で、客単価は上昇傾向にある。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・ホットドリンク、チキン、弁当などがクーポンキャンペーンでよく売れた。クリスマス当日も、チキンやケーキがよく売れた。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・ボーナスが出た後ということもあるが、成人式のため帰省してきた孫が祖父母と一緒にスーツを買いに来る。比較的良い品を買う客が多いため、土日の売上はかなり良い。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・高単価なエアコンなども、機能や性能に納得すれば選ばれるようになってきた。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量は増えているが、注文した車が年末に届いてようやく登録できる状況となっている。ただし、登録と受注は違うので、受注量としては全く多くない。ディーラーは、登録ができてようやく利益が上がる。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・前年までのボーナス商戦に比べると来客数は増えているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない。

○	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	・来客数は比較的新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻つつあるが、物価高騰の影響は引き続きあるため、注視していく必要がある。
○	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・コロナ禍収束後に初めてとなる年末年始の繁忙期で、スタイルの変化はあるものの客足は回復基調である。ただし、大型の宴会需要は、コロナ禍前と比較して激減した。
○	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・何年ぶりの宴会で単価が上がっている。
○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・9月頃と比べると、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることと、3年間忘年会等を行えなかった反動で客の動きが活発である。マスコミではインフルエンザの流行も取り沙汰されているが、さほど影響はない。
○	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・忘年会の需要が戻り来客数が増加した。宿泊客数も堅調に推移している。
○	都市型ホテル (総支配人)	お客様の様子	・宿泊客は、インバウンドの影響で上向きである。国内の出張客は、新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。企業の宴会が増加している。レストラン客は、ランチは良いが夜は鈍い。
○	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・インバウンドが増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前を超える宿泊予約が入っている。宴会部門では法人利用が増加している。レストランも値上げをしても来客数が落ちていない。
○	旅行代理店 (営 業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後も旅行を控える動きは一定数あったが、観光地がにぎわっているという報道などにより、その客層でも検討を始めている印象を受ける。
○	通信会社 (企画 担当)	販売量の動き	・さほど大きな変化ではないが、解約件数が落ち着き出しており、新規契約数も若干上向きである。
○	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・客の予算取りが前年と比べて増えている。
○	通信会社 (サー ビス担当)	お客様の様子	・若い世代に固定電話の解約が目立つ反面、高齢の客では電話回線の新規申込みや光回線の申込みが増えている。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・インバウンドもコロナ禍前に戻ってきている。
○	観光名所 (案内 係)	お客様の様子	・街中の店では、客層として若者数の増加が目立っている。
○	美顔美容室 (経 営者)	販売量の動き	・今月末までのセット商品のキャンペーン販売とドリンク類のキャンペーンがあり、買上客が多かった。
○	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・客の話を聞いていると、物価がかなり上昇しており大変だとも聞くが、忘年会やイベントなどが復活しており、参加する人が多くなっている。
□	商店街 (代表 者)	単価の動き	・商店街への来客数は大変多く、特に週末は飽和状態である。しかし、客単価は相変わらず低い。商品単価が上がったせいも、数人で1つの商品を買ってシェアしながら食べ歩きをしている。
□	商店街 (代表 者)	それ以外	・周囲の話を聞くとボーナスが十分に支給されない人が多く、所得の増加につながっていない。その一方で物価は上がり続けている。
□	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・家電製品の機能が多すぎて、かえって高齢者には使いにくくなっている。
□	一般小売店 [結 納品] (経営 者)	単価の動き	・店舗は商店街にあるが、大寒波で客が出てこなかった。
□	一般小売店 [生 花] (経営者)	来客数の動き	・来客数は上旬から中旬にかけてとても少なく、売上も伸びなかった。年末になってやや持ち直してきたようで、少しばかり店内にもぎわいを見せ始めている。
□	一般小売店 [土 産] (経営者)	販売量の動き	・店舗の売上は好調なものの、主力商品の年末商戦に勢いが無い。
□	一般小売店 [生 活用品] (販売 担当)	販売量の動き	・12月に入っても暖かい日が続いたため、冬物商材の動きが鈍い。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安の影響はあるが、客の予算消化が始まった。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・富裕層の高額な個人消費は、高水準ではあるものの足踏みや減速傾向がみられつつある。クリスマスケーキ、おせちやお歳暮の売行きは、販売数は前年並みであるが、値上げの影響もあり売上は増加した。インバウンドは、中国人を始め以前の水準にはまだ届いていない状況である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・外国人観光客、日本人観光客共に来客数は増えているが、買上率、客単価が下がっており、トータルでみると売上は横ばいになりつつある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の購買動向を見ていると、3か月前と大きな差異はみられない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・良い状態で高止まりしている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	単価の動き	・集客もあり客の購買意欲も高い。しかし、高額商品の動きが相変わらず低調で中単価商品が稼働しているため、なかなか客単価が上がらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年比で増加しているが、購買客数の伸びは余りみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、客単価共に3か月前と大きな変動なく推移している。嗜好品にも支出をするが、日用品に対しては節約する消費傾向が定着している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・都市にある店なので、年末は地方へ帰省する客が多い。エビやカニ、すき焼き用の肉、おせちなどで単価が上がるため、売上は今まで同様好調である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・売上は、前年比でこれまで順調に回復してきたが多少鈍化してきた印象を受ける。インバウンドは回復しているが、中国本土からの旅行客が戻らないと、コロナ禍前の水準まで回復することは難しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・12月に入り、年末に伸長しやすいファーストフード商材などが例年より好調なことに加え、週末の旅行者需要などで飲料や酒などの販売量も伸びている。新型コロナウイルス感染症に対する規制が無くなって初の年末を迎えるが、動きは変わらず米飯類や飲料類の販売量が伸びている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は変わらず低調である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上は前年比1割近くの増加だが、商品の値上げ効果等を除くと実質的には前年と変わらない。来客数も前年とほぼ変わらず、景気は停滞気味である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月の悪い状況が依然継続している。来客数の減少もさることながら、来店客の買上点数が余りにも少ない。1～2品の購入者が多く、節約傾向を痛感している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比106.8%と好調を維持している。コロナ禍の前年と比較して前年比プラスを半年以上継続している。相変わらず水道光熱費が高騰しているため、利益の捻出には苦戦しているが、本部職員のボーナスでは増額があり、小売業界は徐々にコロナ禍前以上の活気が出ていと体感している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・引き続き値上げや購入点数の増加により客単価が伸長しており、来客数の減少を補っていることから、売上も好調である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題による生産出荷停止を受け、客が車に対する不信感を持つことを心配する。これまでも消費者物価の上昇から生活に係る費用が膨らみ新車に対する購買意欲をなかなか振り向けてもらえなかったが、一段と厳しさが増す懸念がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・12月だとしても、もう少し動きがあってもよい。販売量も芳しくなく、微妙なところである。

□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・菓子業界では1年を通して繁盛期のはずだが、常連客の来店頻度が少し落ちている。また、値上げをした結果、売上は少し上がっているが、販売数は少し落ちている。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・年末に向けて来客数が増えることはないが、コロナ禍が収束して外出できるようになった客が来店している。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客層や職種による違いはあるが、皆忙しいばかりで収入は増えていないように見受けられる。労働状況が厳しそうな客が散見される。
□	その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	お客様の様子	・年末商戦、忘年会等で一見良くみえるが、政治、経済共に不安感が漂っている。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・相変わらずの円安に続き、燃油料の高騰で予約をちゅうちよする客もいるが、この時期にここへ行きたいという目的がある場合は、値段よりも時期を優先する客もいる。価格重視ではなく、内容重視の傾向にある。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・旅行需要も増えてきているが、以前のような活気はまだない。
□	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・観光業は、新型コロナウイルス感染症発生前の需要にほぼ戻っており、旅行申込みも順調に増えている。ただし、経済水準、物価、生活スタイル、経済メカニズムが新型コロナウイルス感染症発生前とはかなり変わってきており、今の時代に合わせた企画、価格基準での旅行商品はかなり高額となる。また、厳しいルールに縛られた商品となるため、客が購入を差し控えるケースも多々生じており、頭打ち感はある。
□	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・入園者数が前月比、目標比共に105%、前年比111%と順調であるが、累計では目標比89%、前年比84%と芳しくない状態である。しかし、売上だけを見れば目標比110%、前年比116%と順調である。入園者数に伴って売上が増加するのが通常であり、客単価が上がった要因のみで入場者数の確保は今一つの状態である。
□	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・今月は天候にも恵まれ、入場者数はそこそこ順調に推移している。3か月前も暖かい日が続き順調に推移しており、景気は変わらない。ただし、3か月前も今月も入場者数は予算には届いておらず、ゴルフ業界の厳しさを感じている。
□	美容室(経営者)	お客様の様子	・円安に始まり、電気代、ガス代やガソリン代など全てが上がる悪条件で、客は大変である。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売量は横ばいで、変化はない。
▲	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	お客様の様子	・コロナ禍からの回復で街中は人の動きが増えている。世間では、ボーナスが出たこともあり購買意欲も高まっている。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・客は価格の低い競合店を買い回っている。
▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・牛肉や魚類の買上点数が減っており、店全体の売上減少につながっている。
▲	スーパー(総務)	単価の動き	・物価高騰の影響で1人当たりの購入単価が下がっている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・12月に入ってからは、外商や電話で勧誘した客の来店による売上だけである。中旬を過ぎても一見客や下見客の来店がないことは初めてである。
▲	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数が約2割のマイナスになっている。人手不足により仕事が受けられないという客の声もあり、暖冬とあいまって地域経済に影響を与えている。
▲	衣料品専門店 (販売企画担当)	販売量の動き	・急激に販売量が減少した。暖かすぎる気候も一因とみられるが、前月より客単価も下がっており、財布のひもが再び固くなっている。
▲	家電量販店(フランチャイズ経営者)	来客数の動き	・来客数が減っている。この時期特有のプリンターやインクの売上も減っていて、生活スタイルの変化がある。

	▲	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・価格や機能について時間を掛けて検討する客が多く、即決で購入する客が少ない。旧型商品でもよいと価格が安い物を探す客が多い。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くが販売停止になっており、客が購入したくても買えない状況が続いている。販売台数は前年の80%で推移している。納期が1番早い車でも、4か月以上掛かっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高、政治への不安や大手自動車メーカーの不正問題で景気が非常に悪い方へ向かっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・軽自動車を中心に生産が回復してきたため、納期も短く販売効率が良くなってきたが、半導体を多く使用する高級車はいまだに受注調整をしていることもあり、売上が上がらない。そこに大手自動車メーカーの不正問題が発覚し、来店客が前年比80%ほどまで落ち込んでしまった。本来ならボーナス時期で販売台数も伸びる時期だけに残念である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ここ3か月は来客数が減っており、それに伴って販売量も落ちている。車両の供給がままならなくなって久しいが、客の購買意欲も上がってこない。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・円安の影響で前年秋と今春に値上げを実施したが、その影響により販売量が10%程度減少している。売上自体は値上げの影響もあり微増だが販売量が減っており、消費マインドが落ち込んでいる様子である。
	▲	旅行代理店（経営者）	それ以外	・年末年始のターミナル駅前のにぎわいは、コロナ禍での落ち込みから復活してきているものの、総じて静かになっている。新聞のチラシも、以前は競って様々な業種が折り込まれていたが減ってきている。新聞購読者は、40数軒あるマンション内でも数えるほどになっている。近所にある飲食店チェーンの来客数も増えていないようである。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・年末に入ってきたが、全体的に忘年会等の動き出す時期が以前と比べると非常に遅くなった。12月中旬から動き始めて今に至っているが、大きな売上は見込めない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・年末の動きが良くない。
	▲	テーマパーク（職員）	単価の動き	・雪不足など気候の変化や商品値上げの影響が懸念される。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が来ない。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客から特に景気の良い話は聞かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・他社の仕事量も減ってきたと掛け持ちで請け負う工業者が言うようになってきた。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・物価高で全ての材料価格が高騰し、施主は様子見である。なかなかスムーズな受注には至らず、3か月前と比べても受注量が減っている。景気回復の見通しが立たない状態である。
	▲	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・例年の12月より来客数が少なかった。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数の減少がみられる。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売メイン車種である大手自動車メーカーの不正問題が明らかとなって以降、厳しい状況となっている。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状況が継続している。
	×	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・物価上昇で原材料費が上がったため販売価格も上がり、物件の売行きが悪くなっている。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	それ以外	・この1か月ほど、客には経営環境の悪化を顕著に感じる出来事が相次いでいる。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・青果物関連やその他の物流も好調で、ここ2か月間くらいは、かなり受注量や販売量が増加している。景気は全般的にやや良くなっている。

○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・バッテリー用合金の生産量が急増している上に鉄鋼関連業が堅調で、ストップしていた製品が動き始めたため、受注量が増えてきた。
○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・最近人員が増えている。
○	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・景気はやや良くなっている。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・コロナ禍であったここ数年と比べると、物価高の影響を余り感じさせないほど、レジャーや旅行に金を掛ける人が増えている。
○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が少ないが、新型コロナウイルス感染症に対する不安が減少していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にあり、今月の売上は前年を上回る状況となっている。
○	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	・国内自動車メーカーの生産が増え、取引先ではまずまずの状態が続いている。その結果、大きめの案件が散見され、全体として良い方向に向かっている。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・貸切りが理由で飲食店の予約が取れないことが多く、年末に向けてアフターコロナのリベンジ消費がピークとなっている。道路や駐車場も混んでおり、車での都心へのアクセスを途中で諦めたこともあった。
□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格が低下傾向になっている。価格競争が続いている。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・自動車向け設備投資は、受注金額は確保できたが国内も海外も引き合いが少なかった。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の効果も出ているが、大きなものではない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・円安による為替差益があるので、当面の業績は良い状況にある。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月以降はほぼ横ばいになっている。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・ガソリン価格の高騰や円安は続き、政策の効果がみえないなかでの増税案など明るい未来がみえない。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・建設業では、仕事量はあるが人手不足で受注に影響がある。不動産業は、12月は思ったより成約が伸びた。師走の時期で検討する客には冷やかしくはなく、真剣な客が多かった。
□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・部材の価格高騰や未入荷で、仕事を受けてもなかなか作業ができない。同業者や取引先からは、景気が悪いという声やボーナスが出たり出なかったりという話を聞くので、世の中の景気も良いとはいえない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は少しずつだが着実に増えてきている。しかし、燃料代、車両代、タイヤ代、各種機材費、人件費等の支出はそれ以上に増えており、利益は減っている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・企業間の輸送物量が前年割れしている。一方で、労働集約型の産業としては、採用面でも苦労している。
□	輸送業（エリア担当）	それ以外	・同業者と話をしたところ、冷蔵冷凍食品の輸送需要が多く、新規に倉庫を建てたり借りたりして業績を拡大している。人々の生活スタイルが変わり、調理をするよりも、冷蔵冷凍食品を買ってきて手軽に食事を済ませる傾向となっている。
□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍明けから、物量は微減している。
□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・身近なところでも食品価格の上昇が続いている。
□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・ボーナス額上昇のニュースばかり目に付くが、自分自身は、コロナ禍でも削減されなかった代わりに上昇もない。コロナ禍と比較すると景気が良くなったように感じるが、実は変わっていないと考える。

	□	金融業（従業員）	それ以外	・日常の様子から、相変わらずの景気が続いているようである。年末年始で消費需要は大きくなっているが、物価の上昇が止まらない。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・中小企業では仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できていない企業も多い。そのような状況では従業員の賃上げも困難であり、景気がやや悪いことは変わっていない。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地の不動産市況は、前月より変化していない。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・特にこれといった新しい動きはなく、落ち着いている。物価上昇もあり、紙媒体の広告出稿量は余り伸びていない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・企業規模によって少しばらつきがある。自動車関連産業やインバウンドの効果が高い宿泊業を中心に、大企業や規模の大きい中小企業は上向き傾向にあると感じるが、その他の特にB to Cを中心とする産業では、物価高による個人消費の抑制が顕著に出てきている。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・決して仕事量は少なくないが、原料価格高騰の価格転嫁が進まないためか、利益が上がらない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍であった前年よりも10%ほど消費財の荷動きが悪い。年末近くの週末にもかかわらず、納品先のドラッグストアや、ホームセンターではレジが混雑していない。企業間の生産財についても、回復していない。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの受注が依然として少ない状況が続いている。
	▲	会計事務所（職員）	それ以外	・経費節減の一環だろうか、お歳暮の数やボリュームも前年と比べ減っている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、発注量共に減少している。通常の年であれば、12月は最も売上が上がり他の月よりも10%ほど増加するが、本年は他の月と比べて2～3%減少となっている。
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・モノやサービスの価格が高止まりして、購買意欲が削がれている。スーパーやドラッグストアでは安価な物しか購入せず、必要最低限の購入で支出を控えている。
雇用 関連 (東海)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・転職意欲の旺盛な求職者が引き続き多い印象を受ける。ただし、100万円単位の年収アップを希望する人も多く、選考目線の高い求人企業側とミスマッチが生じ、実際の成約件数は大きくは伸びていない。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係の忘年会が増えた。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・全業種においてコロナ禍より経済活動の正常化が進み、景気が改善傾向にある。原材料、エネルギー価格高騰の影響を受けて求人を控える動きはあるものの、製造業では半導体不足の緩和で受注が上向いている。コロナ禍での巣籠り需要が落ち着き、平常化している。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・引き続き景気が上向く材料もなく、自動車産業での大きな事件もあり、景気回復の兆しは全くみえない状況である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・当地域では自動車関連に限らず、重工メーカーでの開発案件が進捗している。アウトソーシング系の企業では当該案件での求人も新たに増えており、引き続き求人数は多い状態である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・我が国全体で、物価の上昇に対して収入の上昇が追い付いていない印象を受ける。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数、求職数共に大きな変化がなく、採用数は3か月前比で微減している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・地元企業の様子として、インバウンド関連の一部は好調であるが、全体的には原材料高や人手不足などの要因が続いており決して良くはないため、景気としては変化がない。

□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・人の動きが回復したことで業種によっては回復傾向にあるとみるが、物価上昇など景気回復を妨げる要素が多い。
□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・有効求人倍率は3か月連続で前年を下回り、新規求人数も5か月連続で前年を下回った。建設業、卸小売業で求人数の減少が続いている。65歳以上の有効求職者数は前年の2割増し、職業相談件数は3割増しとなっており、物価高などが高齢者世帯の生活に深刻な影響を及ぼしている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は微増している。道路貨物運送業、職業紹介業、労働者派遣業で増加がみられた。一方、飲食業、サービス業は大幅な減少となった。そのほか、製造業を含む他の業種は減少又は横ばいである。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・業績の好不調や来期の事業予測から求人企業の採用基準にも影響が出てきている。特に有望な人材の獲得競争は、よりし烈を極めている。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求人数が6か月連続で減少している。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年同月との比較で求人数の減少と求職者数の増加が続いているが、緩やかだった求職者数の増加幅が拡大傾向にある。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近の有効求人倍率が2か月連続で低下している。
×	—	—	—