

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	・公共交通機関やマイカーを利用する来客数は着実に回復している。団体旅行はなかなか戻らない。
	◎	スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・1番近くの競合店が閉店する。また、近くに大きな公園があるため花見シーズンは売れる。新型コロナウイルス感染症への自粛の心配もない。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・能登半島地震から約2か月が経過し、景気は上向いている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍でほとんど止まっていた工事が前年末頃から急速に再開した。これまでできなかった工事分の発注が徐々に来るようになったので、景気は回復している。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・株価が過去最高を記録し、景気の動きもそれに追従している。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・バレンタインデーの催事でチョコレート売場はにぎわっていたが、紳士フロアはそれほどでもなかった。バレンタインデー用に靴を購入する客もいて、土日になるとその下見客やネット購入で失敗したので実際に履いて確かめたいという若者が訪れた。高齢者層でも春に向け靴を新調しようと平日に来店する夫婦の客が増えており、売上は増加している。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・バレンタインデーの催事は過去最高の売上を記録したほか、海外特選ブランド品の動きも堅調に推移し、インバウンドもアジアからを中心に新型コロナウイルス感染症発生前水準まで回復してきた。一方で、食料品の一部で買い控えの動きも見受けられ、物価高に消費が追い付いていない状況がみられる。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・当地のインバウンド消費は引き続き拡大しており、特に高単価商品の購入が目立っている。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は変わらず推移しているが、株高の影響があるのか、富裕層の買上金額が増えてきている。インバウンド消費も更に増えてきている。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・株高の影響により、富裕層を中心に財布のひもが緩くなっている。
	○	スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・ドラッグストアやコンビニエンスストアの新規開店が非常に活発になっている。競合店が増えているにもかかわらず、自店の売上がそれほど落ちていないのは、好景気の影響と考える。
	○	スーパー（支店長）	それ以外	・株価上昇のニュースが取り上げられるたびに、感覚的には良くなっているのだろうと考えるが、残念ながら末端の現場では、目に見えるほどの景気好転はみられない。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・旅行者とインバウンドの動きが引き続き好調を維持している。ほとんどの店舗が前年の売上を上回っている状況である。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・今年は特に新規採用を強化した企業で作業服を新調する傾向が高まっている。前年より2割ほど多い。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・高校の卒業式シーズンであることから、下旬までかなり来客が多く、今月の売上は前年比110%となった。時期的に下見客は少なくなった。
	○	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	・物価高は気になるところだが、来客数は比較的安定している。
○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・株価高騰により、実感はないが雰囲気としては良くなっている。	
○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・宿泊は、ビジネス利用とインバウンドにより単価も利用客数も好調に推移している。レストランも、株高を背景に単価が上昇している。法人宴会も順調に予約が入っており、全般的に好調に推移している。	

○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊は、アジアを中心に春節で良かったが、必ずしも単価は上がっていない。夜のレストランは厳しいが、宴会は新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきた。
○	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・能登半島地震の直後は、被害状況の情報も少なかったため北陸方面で予定していた団体旅行が軒並み中止になったり、行き先が変更になる事態が相次いだ。しかし、2月に入って復興支援の観点から、既存予約の北陸への旅行団体に加えて、できるだけ早い時期に北陸方面へ団体旅行を計画しようという新規客が増加している。
○	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・物価高騰の影響で旅行商品価格のみでなく航空券、バス代やホテル代等の旅行商材も値上げとなっているが、それでも旅行を計画する人は増えている。インフルエンザや新型コロナウイルス感染症も流行しているが、影響はほぼない。海外旅行の申込みも徐々に増加している。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・海外からの来園者が増加した。
○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・各店舗で売上が増加している。
○	美容室(経営者)	お客様の様子	・客の声を聞くと、物価の上昇で大変だという人もいれば、旅行やイベントに出掛けたという人もいる。全般的にみると、少し景気は良くなっている印象を受ける。
□	商店街(代表者)	単価の動き	・商店街への来客数は高止まりしているが、客単価は相変わらず低い。
□	一般小売店〔結納品〕(経営者)	単価の動き	・小売業では全く景気が上がっていない。
□	一般小売店〔酒類〕(経営者)	来客数の動き	・食事を提供する店では来客数の増加がみられるが、酒類を中心とするバーやクラブ等では増えていない。
□	一般小売店〔生花〕(経営者)	それ以外	・卒業祝いの花等については、前年と同程度の注文数、金額である。学校関係の注文などはなかなか値上げを受け入れてもらえないため、厳しさがある。
□	一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・法人客は堅調に伸びているが、個人客は財布のひもは固くして物価高に対応している様子がみえる。両者の動きを合わせると、全体的な景気は余り変わらない。
□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・目的買いが多い。好みの物や必要な物は迷いなく購入するが、何となく購入するような様子はみられない。
□	百貨店(販売担当)	お客様の様子	・春節でインバウンド需要が高くなり、以降も継続的にインバウンド需要があった。テナント館の集客はイベント終了後に減少したが、購買意欲の高い客が目立ち、売上をけん引した。
□	百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・来客数は前年プラスで推移しているが、販売量には値上げによる買い控えがみられる。特に、特選ブランド品にその傾向が強い。
□	スーパー(経営者)	来客数の動き	・来客数は増加しているようにみえるが、売上の増加には比例していない。
□	スーパー(店長)	お客様の様子	・チラシなどによる販売促進強化で1人当たりの買上点数は増えつつあるが、来客数が減少しており、売上が上がっていない。
□	スーパー(店長)	単価の動き	・客の来店回数が変わらない。
□	スーパー(店員)	単価の動き	・1月は能登半島地震の影響により、海鮮関連商材の入荷不足や買物を質素に済ませようという心理的な動きがあり、売上が伸びなかった。約2か月が過ぎ、ある程度落ち着きを取り戻して、少しずつであるが売上也戻ってきている。
□	スーパー(総務)	販売量の動き	・客の買上点数が減少している。必要な物以外は買わない様子である。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年2月は閑散期であるが、今年は3連休が2回あったことや比較的暖かい日が多く、例年と比較しておにぎりやサンドイッチ、飲料、酒等の行楽商品が好調であった。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が若干増えていると聞くが、ほぼ例年どおりの売上を継続している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・自店は繁華街に立地するため、夕方から夜にかけて来客数が多くなる。最近の夜の来客数は、前年比ではやや良いが、最盛期の2018～19年頃には及ばないため、まだ景気は回復途上にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・売上は前年比103%である。景気が良くなった感覚はないが、継続的に前年超えが続いており悲観する状況ではない。前年比でみた売上は、自社だけでなく小売業界全体で好調である。好調の要因は、物価高による客単価の上昇にある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	単価の動き	・壊れたから買換えるという最低限の購入が中心である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客との会話で、生活に関わる物価が高止まりあるいは一層高くなる状態が続いているため、段々と余分な物には金を回せなくなっていると聞く。購買に際して、ますます選択の目が厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・購買意欲が多少高まった印象を受ける。問合せ件数も伸びている。ただし、それに比例して販売量が良くなっているわけではないため、判断が難しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・株価の高値更新など明るいニュースが出てきている。また、車両販売価格は非常に高くなっているが、客も徐々にその価格に慣れてきた様子がみられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて下がることはないものの、繁忙期であるはずの2月も販売が上向いてこない。来客数は増えてきているが、車両の供給もままならず、繁忙期という言葉からは遠くなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客1人当たりの飲酒量は変わらないように見えるが、全体的にみると販売量が少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・12～1月と好調だった反動か、一変して暇になった。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	お客様の様子	・客との話のなかでは、じわじわと上がっている物価に対する警戒感と、株高やベースアップなどで自由に使える金が増えそうな期待感が交錯している様子がみて取れる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	競争相手の様子	・コロナ禍が明けて人流は改善しているが、インバウンドの客足は東西に比べて戻りが遅い。加えて、人手不足の影響で空港など観光を支える人材が不足している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・受験シーズンのため家族旅行の動きは悪い。当社では北陸応援割は販売できないが、客は該当商品を期待しているようで、今は北陸方面の新規予約が入ってこない。海外旅行はハネムーンや女子旅が多い。6月開業予定の大型レジャー施設にある新しいホテルへの問合せが多い。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は大手自動車メーカーの工場が停止した影響で、メインの顧客が減少した。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・駅での稼働は良いが、街中での利用客は少ない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の様子は3か月前の予算取りの時期から変わらず、周りの状況をうかがっている模様である。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・1月の入園者数は目標比100.3%、前年比105.05%という状況である。12月は目標比102.48%、前年比118.37%だったので、12月と比べ減少している。気候の影響もあるが、能登半島地震の影響が大きい。阪神淡路大震災のときにも入園者数の減少がみられたため、同じ状況であると推測する。
<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	販売量の動き	・街中の飲食店が元気になり始めている。
<input type="checkbox"/>	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・前年末で人気商品のキャンペーンセールが終了したが、新たに美容商品のキャンペーンを開始した。

□	美容室（経営者）	お客様の様子	・12月は気候が良く暖かったため多少動きも良かったが、客層が高齢化しているため、この時期は客足が伸びない。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・ガソリン代、電気代やガス代など光熱費の高騰が影響している。
□	その他サービス 〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・4月の介護保険改正に伴う価格改定を控え、レンタル価格を値下げする準備を淡々と進めている。駆け込み需要等はなく、嵐の前の静けさといった様子である。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態が変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・2月は天候が悪い日が多く、来場者が少なかった。住宅購入の後押しとなる材料もなく、動きが悪い月であった。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・悪いままで変化はない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・繁忙期のはずが、客足が伸びていない。退去者は例年並みのため、修理の受注状況は良い。
▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・2月に入り来客数も販売量も減少している。特に今年は暖かく、冬物商材の消費が伸びなかった。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比90%台前半で推移している。週末でも同様の傾向である。
▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・土日の来客数はまずまずであるが、平日は落ち込んでいる。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が減っている。店の雰囲気にもぎわいがなく静かである。年末年始に購買意欲が高くなった反動で、買い控えをしているように見受けられる。
▲	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・客単価及び買上点数が少し下向きである。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・能登半島地震の影響か、インバウンド消費が活発化しない。
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は微減であるが、客単価は約50円下落で下げ幅が大きい。カテゴリーで見ると商品券やカード類の好調により、この程度で済んでいる。もしこの伸長がなければ、客単価はより下落傾向にある。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数が少ない。来店があっても、試着はするが購入に至らないことばかりで、このような状況は今までなかった。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	・競合他社の話では、来客数、客単価共に下がり続けている。前年比2割ほど下がっているようで、当社でも同程度下がっている。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・白物商材の動きが悪い。冷蔵庫は、販売数は前年クリアだが500リットルクラスが売れず、安い300リットルクラスにシフトしている。洗濯機も、単価の低い小型の商品にシフトしている。
▲	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は変わらずそれなりにあるが、暖房商品や生活家電の動きが悪く、家電全体での販売台数が伸びなかった。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年、前月と比較して減少している。生産停止の車種が半数を占めており、車が欲しくても希望の車が購入できない。生産再開のめどが立たない車も多数あり、購入した客にも迷惑を掛けている。
▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・最近の物価高、政治への国民の不信感や異常な株価の高騰で、この先、かつてバブルがはじけたときのような大きな出来事が起きないかと不安を抱いている人が非常に多い。
▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・例年どおり雪の影響もあったが、それ以上に能登半島地震、政治資金問題、物価高騰など社会情勢に対する不安の影響が大きい。来客数が減少して購買単価も下落し、結果的に売上が減少した。

	▲	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・11～12月は前年比で好調だったが、年明け以降は能登半島地震や航空機事故の影響で消費が冷え込んでいる印象を受ける。今月に入ってから、予約数の伸びも停滞気味である。
	▲	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・コロナ禍が明けて客は戻ってきているが、物価高騰により旅行に対する支出が少ない。消費は必要最低限という様子である。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の制限が緩和されて、一時的には良くなっていくように見受けられたが、本当に一時的で、段々と客の動きが低迷している。2月という時期的な影響もあるかもしれないが、出足が悪くなっている。
	▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・年末年始は少し持ち直してきたようにみえたが、ここに来て新規契約数は伸び悩み、解約数も増加傾向である。
	▲	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・2月は寒くゴルフ場にとって厳しい時期であるが、初旬は温暖な気候で入場者数は好調に推移していた。しかし、中旬以降は突然の雪によるクローズや雨天続きの影響が大きく、予算、前年比共に未達で終わる見込みである。11～1月にかけては好調に推移してきたため、それと比べるとやや景気は悪くなった。
	▲	理美容室(経営者)	来客数の動き	・余り来客がない。
	▲	設計事務所(職員)	お客様の様子	・客からは景気の良くなるような話は聞かない。
	▲	住宅販売会社(従業員)	競争相手の様子	・一部の建売業者は土地を購入している。
	▲	その他住宅[住宅管理](経営者)	それ以外	・年明けからまた材料費が上がったが、販売価格に転嫁できずますます利益を削ることになり、経営を圧迫している。トンネルの向こうに光が見えない。
	×	コンビニ(店長)	お客様の様子	・天候に恵まれなかったことを加味しても、来客数、単価共に著しく悪化した。元々2月は月間売上が最も低いが、恵方巻き、バレンタインデー、人気の加熱式たばこが販売解禁などの好要因があっても数字を押し上げるには至らないほど、節約傾向が顕著である。
	×	乗用車販売店(経営者)	それ以外	・大手自動車メーカーの不正問題による生産停止がまだ続いている。貨物車は再開のめどが立ってきたようだが、乗用車はまだ先行きが不明である。決算月にこの状態では、非常に厳しいという言葉以外にない。コロナ禍でも経験しなかった非常事態が、現在も続いている。
	×	住宅販売会社(経営者)	競争相手の様子	・競合他社でも売行きが悪く、値下げしても売行きは悪い状況である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品 製造業(社員)	受注量や販売量 の動き	・1年半以上停滞していた半導体関連の生産が回復してきたので、若干景気は上向いてきたが、磁石素材や単結晶製造関係は低調なままである。
	○	電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・新製品の効果が出ている。
	○	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	・今月末に向けて、通常の3倍程度の受注があった。
	○	建設業(役員)	受注量や販売量 の動き	・建設業での受注は順調だが、人手不足で受注にも影響が出ている。また、2024年問題に対応するため、休日対策など働き方改革を実施している。住宅販売では、年度末を迎え例年どおり繁忙期となり、2月は来場者数が伸びて成約件数も伸びた。
	○	輸送業(エリア 担当)	取引先の様子	・取引先の受注は、季節変動を考慮しても、とても好調に推移している。

○	通信業（総務担当）	それ以外	・株価の最高値更新がニュースで大々的に報道され、人々の気持ちに明るさが芽生えてきたように見受けられる。市内のホテル前には観光バスが停留する風景が頻繁に見られ、観光サービスマンにも需要が増えているようである。ただし、食料品の物価高は、毎日の購買品として暗い材料になっている。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・給料は上がらないものの、不動産業や製造業など様々な業種で販売量、生産量が増加しており、各業界が全体的に盛り上がっている。
○	会計事務所（職員）	それ以外	・舞台のチケットが取りにくくなっている。発売開始直後から販売サイトにはつながらず、結局取れずじまいのことも多い。娯楽に金を回せるようになっている。
□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・物価上昇に伴い消費者の選択基準はますます厳しくなっている。価格に見合った価値を訴求できていない商品は間違いなく消滅するという危機感を持つ。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・前年からの物価上昇は誰もが感じているところだが、賃上げも労使合意の元に進んでおり、金の循環を生んでいる。株価が過去最高値を更新し、何もかもが高い状態は景気が良好なのだろうというムードを作っている。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・株価は上昇傾向にあるが、物価高に収入の増加が追いついていないため、個人向けの商品は大幅な売上増加には至っていない。業務用の商品は、若干の売上増加がみられる。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ半年以上は、ピーク時の3割減少で横ばいが続いている。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・株式市場は過去最高値で湧き上がっているが、株式投資をしていない人には関係がない。国の施策にも、景気回復の具体的な提案がみえない。
□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・取引先からは客の予算が余っていて追加で受注があったという話を耳にするため、仕事量は増えているように見受けられる。ただし、飽くまでも予算内での追加受注にすぎず、景気拡大にはつながらない。
□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・広告費、人件費や燃料等のコスト増加に対して、これまで価格転嫁に応じなかった荷主が交渉のテーブルにつくようになってきた。ただし、大半は予算化されていないや新年度から前向きに検討するといった回答が多く、待たなしの状況は理解されておらず、厳しい状況に変化はない。
□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量自体はやや減少しているが、昨今の物価上昇の波に乗り価格交渉が比較的進んでいるため何とかなっている状態である。世間では仕事を受注するために値下げしている同業他社もいると聞くので、受注量の減少にも関係しているかもしれない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・一部地域では賃金の上昇や受注量の増加に伴い景気回復の兆しがみえるが、その他の地域においては鈍化傾向である。全体の底上げにはつながらない。
□	輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・関東の同業他社と話したところ、小規模の会社では、様々な仕事の依頼はあるものの、常にドライバー不足がネックとなって断るケースが多いとのことである。景気が良いから仕事が増えてきているわけではなく、どこにも断られて泣きつかれている状況である。
□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・物価上昇の鈍化や年金運用の黒字など良い傾向もみられるが、いったん上がった物価はなかなか下がらず、庶民感覚としては微妙な状況である。
□	金融業（従業員）	それ以外	・日常生活では物価の上昇が続いている。新卒者の初任給には引上げの動きがあるようだが、まだまだ会社に勤める人の給与は引き上げられず、引き上げられても上げ幅は小さい状況である。
□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業では、原材料等の原価上昇を販売価格に転嫁できていないことから利益が減少している企業も多い。そのため、従業員の賃上げも十分にできておらず、当面は現状の景気が続く。

	□	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、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月も売上は前年を上回る状況となっている。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・客先の企業も日用品を中心とした様々な商品値上げの影響を受けており、紙媒体等の出稿量の減少がみられる。
	□	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	・世間では景気が良くないといわれているが、当社は良いまま変わらない。大手企業では円安の恩恵をかなり受けている様子である。円安は当分の間変わらないため、設備投資のニーズが続き、自社にも要請がきている。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注が急激に減少している。暖冬の影響が青果物関連も減少している。全般的に景気はやや悪い。
	▲	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電子材料の需要は、徐々にではあるが回復傾向にある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売数量が減少傾向である。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料のみならず諸経費が高騰するなかで、価格転嫁交渉が思うようには進まず、進捗案件は利益率の低下が著しい。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米国、欧州、アジア、全ての市場において、自動車向け設備投資の引き合いが少ない。設備投資に対して慎重になっている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・コロナ禍が明けても客先業界の景気は元に戻らず、設備投資が少ない。さらに、部品の原価が上がりそれを売価に転嫁できないため、とても大変な状態である。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞購読者と折込広告は微減が続いており、回復する兆しがない。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・物価上昇による売価への価格転嫁も一巡し、更なる値上げは中小企業にとって難しい状況である。中国経済の景気後退も影響し、中国との取引がある企業は収益が悪化傾向にある。自動車産業でも、大手自動車メーカーの不正問題に伴う操業ラインの停止などにより、関連企業で売上の減少がみられる。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に減少傾向にある。通常よりも10%ほど悪化している。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全ての客先業界が下降しているが、ロボット、液晶、印刷機では減少傾向が顕著で、目標を15～20%下げる見込みを立てている。自動大量生産機器については、中国の景気悪化に伴い受注残が積み上がっている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・キャリアの棚卸を促すCMの影響か、年末までは転職意欲の低い応募者が多いように見受けられたが、真剣に転職を考える求職者が増加している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・決算期に向けて、企業の動きが活発である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・エンジニア稼働率は高水準を維持している。営業拠点から入る客の引き合いでも求人数は増加しているため、取引先企業はより積極的な人材投資を計画していると考えられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・株価が史上最高値を記録するなどポジティブな情報はあるが、実生活において景気回復を実感するまでには達していない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末の時期的な影響で、求人数は3か月前と比べれば増加しているが、前年同月比でみた伸び率が低い。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・過去最高の株価やインバウンド復活などの要素があるが、地元の経済には、特に上向き雰囲気はない。

□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べ、全体的な求人数は微増であった。金融保険業、医療福祉、サービス業では若干増加がみられたが、その他の業種では減少がみられた。なかでも建設業、情報通信業、卸売・小売業では10%以上の減少となっている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比での求人数の減少傾向と求職者数の増加傾向は変わらない。株価上昇が雇用に与える好影響はみられない。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・例年のトレンドと変わらず、年度末に向けた採用充足で企業側、求職者側共に意欲が高まっている。一方で、4月以降の組織体制に鑑みて部署異動による充足や配置転換等を検討する企業も増えている。
▲	人材派遣業（営業担当）	それ以外	・政治資金の問題など課題山積の政治に対する不安が、周辺企業だけでなく個人レベルにまで影響しており、誰もが不安を抱える社会になっている。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末が良かった分、やや悪くなった。
▲	アウトソーシング企業（エリア担当）	それ以外	・この地域においては、昨年起きた大手自動車メーカーの不正問題はさほど大きな影響がなかったが、新たな大手自動車メーカーの不正問題の影響は大きく、出荷停止が出始めた。
▲	職業安定所（所長）	求人数の動き	・産業全般において求人数が減少傾向にある。また、求職者の約2割が65歳以上の高齢者となっており、物価高などが高齢者世帯の生活に大きな影響を及ぼしている。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では、原材料やエネルギー価格の高騰が収益を圧迫し、求人募集を控えている。また、在庫調整による受注減少や海外情勢の先行き不透明感により、求人数が減少している。飲食業、小売業では、人手確保に積極的な反面、燃料価格の高騰によるコスト増加分を価格に転嫁できず、雇用拡大に慎重となっている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・主要産業分野での新規求人数は、前年同月比でほぼ減少傾向にある。
×	—	—	—