

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)	◎	コンビニ（店長）	・4月に入れば人の動きが活性化し、必然的に乗客数は増える。ただし、生活必需品、家電製品や引っ越しサービス等は伸長するが、小売系の物販はそれほど良い影響を受けない可能性もある。
	◎	旅行代理店（経営者）	・来客数及び問合せが増えているため、良くなると予測する。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・北陸応援割や地域の集客施策が実施されるため、更に旅行を促す起爆剤となり得る。卒業旅行や春の行楽シーズンに突入するため、ますます旅行需要は増していくと予想する。
	◎	美容室（経営者）	・これから気候が良くなっていくため、来客数も増えて売上も上がる。
	○	商店街（代表者）	・これから寒さも和らぎ、外出意欲や消費マインドが高まることに伴って景気は上向きになる。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・春の暖かい時期になれば、商店街にも来客が増えると予想する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・株高の影響がそろそろ出てくると予測する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・株価の上昇が気持ちを豊かにする。
	○	百貨店（売場主任）	・今年に入ってインバウンドが増加しており、爆買いする客は少ないが、来客数、売上共に伸びている。東京などから出張のついでに靴を購入する客も増えており、少しずつ売上は上がっている。高級商品は余り出ないが、カジュアルシューズの販売が好調である。
	○	百貨店（企画担当）	・株価の上昇に伴い富裕層の購買意欲が高まっており、高額品は非常に好調な推移である。インバウンドも徐々に増えてきており、免税売上を伸ばしている。ただし、中間層をターゲットとしたブランド品や店舗の伸びはみられない。
	○	百貨店（営業担当）	・株価の上昇による消費マインドの向上を期待する。
	○	スーパー（店員）	・値上げへの抵抗感がなくなり、販売量も前年を超えているなかで、会社として新たな取組に挑戦するため、期待を持てる。
	○	スーパー（販売担当）	・近隣競合店の閉店が追い風になる。
	○	スーパー（販売担当）	・気候が良くなるのに伴って外出したい気持ちが高まるため、来客数が増えることを期待する。
	○	スーパー（販売担当）	・売価の上昇は続く傾向にあるが、それ以上に客の購買意欲が高まっている。ただし、売手の努力が業績を大きく左右するという状況は変わらない。
	○	スーパー（支店長）	・今年に入ってから、株価の高値更新に伴い雰囲気は良くなっている。実体経済が改善している実感が無いが、今後の春闘による賃金上昇や消費者の購買意欲の拡大に期待したい。
	○	コンビニ（店長）	・2月としては雨の日が多かったが売上は前年を上回っており、今後も売上の回復が期待できる。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・今後は、気候も良くなり株価の好調も受けて景気回復が期待できる。ただし、売上に対して経費を抑え一定の利益率を保つことが必要であり、経費の高騰が課題となっている。人件費や水道光熱費等の経費が想定以上となった場合、景気が上向きになったとしても、利益捻出に苦しむ可能性がある。
○	衣料品専門店（店長）	・所得が増加傾向にあり消費への影響も高まっている。自店では前年比105%であり、これからも続く見込みである。	
○	乗用車販売店（経営者）	・株価高騰の影響で、客にも活気があるように見受けられる。この状況が続けば、しばらくは景気が浮揚すると見込む。	
○	乗用車販売店（経営者）	・株式市場の活況や給与水準の上昇圧力など、景気に明るい兆しが見える。生産現場も半導体不足などのマイナス要因が消えて、スムーズに商品が届くようになった。	
○	乗用車販売店（従業員）	・この先の給料が幾らになるか期待できる時期となる。客の話にも、もう少し生活に余裕が生まれたらという言葉が多い。少しでも希望を持てる環境になれば、市場ももう少し明るくなると期待したい。	

<input type="radio"/>	乗用車販売店（従業員）	・問合せの件数が伸びている。全体的にみても、余り悲観的になる要素はない。
<input type="radio"/>	乗用車販売店（販売担当）	・これから決算期を迎え車検の入庫量や販売量もそれなりにあるため、閑散期の1～2月よりは良くなる見込みである。
<input type="radio"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・賃上げ次第だが、引き続き物価が高騰すれば消費への影響もあるため、両にらみが続く状況は変わらない。
<input type="radio"/>	一般レストラン（従業員）	・3～4月は何かと人が動く時期なので、忙しくなってほしい。
<input type="radio"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・ベースアップが徐々に浸透しているため、少しずつ良くなる。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断する。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（営業担当）	・現状を維持する見込みである。悪くなる要素が足元では見当たらない。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の発生から2か月が経過し、3月から北陸応援割が始まれば、旅行業界にとっても現地の復興にとっても、良い方向に向かう。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行から1年近くとなり、海外旅行の需要が高まっているが、円安の影響と各国の物価上昇が非常に厳しい。新型コロナウイルス感染症発生前の価格では到底販売できず、インバウンドの拡大期には価格が変動するため、予約時期によって信じ難いほど高騰している。かつてのように気軽に海外旅行という感覚ではなくなっており、販売も厳しいが、新年度を迎えるため期待はしている。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	・プロ野球の試合やイベントが増えるため、稼働は良くなる。
<input type="radio"/>	テーマパーク（職員）	・インバウンドが増えつつある。
<input type="radio"/>	観光名所（案内係）	・街を訪れる客層は変わったが、昔から営業している店が活気付き始めている。このまま進めばタクシー業界も含めて良くなる。
<input type="radio"/>	パチンコ店（経営者）	・良くなってほしい願望も含めて、上向きと見込む。
<input type="radio"/>	美顔美容室（経営者）	・美容商品のキャンペーンを5月末まで予定しており、4月には別商品のキャンペーンも始まるため、良くなる見込みである。
<input type="radio"/>	設計事務所（経営者）	・小さな案件が2～3件あり、若干良くなる期待はしている。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・少しずつではあるが、上向き傾向がみられる。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・期末であることに加えて世の中では株高の影響もあり、即効性はないが思考は明るくなっている。住宅購入者が増えると予想する。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・客単価が上昇する要因が見当たらない。ただし、来客数が安定しているため、景気に変化はない見込みである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・良くなる要素も悪くなる要素も同程度ある。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・ライフスタイルの変化で、家庭電化商品の使い方は家電というより個電になりつつある。多種多様な商品の使い方があるため顧客ニーズを的確に捉える必要があるが、販売方法は従来の方法しかなく、街の電気店としては現状維持が精一杯である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [高級精肉]（常勤監査役）	・株価の動きが良いため、景気もそれに追随する。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [酒類]（経営者）	・酒類の値上げが予定されている。来客数に増加の見込みがない酒類中心の店からは、閉店の相談が来ている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [生花]（経営者）	・まだまだ足元の状況は続く。株価は上がっても、景気が回復した実感は全くない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [贈答品]（経営者）	・物価高が進み、個人客はよく考え余り買わなくなっている。法人客は、収益が良くなっているため購入は増えている。この2つがバランスして良くも悪くもない状況を作り出しており、3か月先も今の状況から変わらない。
<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"/>	百貨店（総務担当）	・寒暖の差が激しく、なかなか春物衣料や雑貨の動きが鈍い。引き続き物価高による買い控えが見込まれるなか、春闘などの賃上げがどの程度消費に回るのか分からない。社会保険料率のアップも想定され、節約志向は厳しさを増してくると想定する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・富裕層においては、株高の恩恵を受けて旺盛な消費が持続するが、中間所得層では、消費が更に拡大するほどの賃上げ効果は見込めず、全体としての景気は、現状維持程度で推移する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・しばらくは現状のまま続くムードがある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・ここしばらくは現状の良い動きが続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・国内消費もインバウンド需要も堅調に推移しており、この流れが止まる要因は見当たらない。当面は、今の景況感が継続すると予測する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・インバウンドや購入マインドの高まりが続けばよいが、大きな変化はみられないと見込む。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・前年の新型コロナウイルス感染症の収束を受けてプラス傾向と考えたいが、当地域の景気回復は伸び悩んでいる印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・週末の来客数はかなり増えたが、買物の傾向からはまだまだ引き締めている様子がうかがえる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商圈内に競合店が増えオーバーストア状態となっている。人口が増えないなかでは、現状と景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客の購買動向から判断した。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・インバウンドは今後も増加が予想され、好調な状況を維持していく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今冬の勢いそのまま、春以降も好調な売行きを継続できそうな見通しである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・商品値上げの効果がなくなってきた。また、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による恩恵もなくなってきた。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・株価が史上最高値を更新した影響がどのように出てくるかは不明だが、景気が良くなるという確信は持てない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・メーカーが新製品の数量を抑えているため、客にアプローチを掛けづらい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・2～3月は厳しいといわれながらも目標をクリアしていたが、5～7月にかけてはやはり例年どおり厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・物価高騰の勢いが収束しつつあるとはいえ、生活水準が向上しているわけではない。3か月先には春闘も終わり賃上げ結果が出ているが、労働組合のない企業や中小企業など多くの企業では、物価高騰を上回る賃上げが行われるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・季節も変わり新生活が始まる時期となる。冬季と違い春先は季節商材の変動は少なく生活家電も売れる見込みであるが、景気については、大きくは変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は完全になくなり、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ったとみるが、物価高が続くなかで景気は良くなっていない。春闘で賃上げが実現すれば、良くなる可能性はある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・3か月後に生産が再開しているかどうかは不明である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・社会情勢が改善されない限り、景気の改善は見込めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客には賃金が上がっている様子はなく、大手企業以外はこの先も上がる期待ができないため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価上昇に対して、今のうちに必要かつ大きな消費は済ませておこうという声聞こえる一方で、株高やベースアップに浮かれてはいけないといった反応もある。景況感は悪くないものの、劇的に変わることはなさそうである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・良くなってほしいが、リネン業者はこの2年で3回目の値上げを求めてきており、仕入コストの増加は全く売値に反映できない。人材も取り合いの状況で、今後収益の減少を危惧する。

□	旅行代理店（経営者）	・消費はモノの購入からコト消費に変化している。コト消費を支える人材不足は今後決定的になり、かつ、2極化していくため、消費は増えも減りもしない。
□	旅行代理店（営業担当）	・人気のある行き先では春の旅行シーズン中は既に貸切バスや宿泊施設が満車、満館となっているケースが多く、受入れ側が飽和状態であることを実感している。
□	タクシー運転手	・年始から客の動きが低迷しているように思えて仕方がない。3月から急に客の動きが良くなっていくとは考えられない。
□	通信会社（営業担当）	・特に変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・やや上向きになっているとみていたが、客には状況を様子見しているような動きがあるため、2～3か月での改善はないとみられる。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・能登半島地震の影響もあり、客の動向が様子見となっている。この先3か月程度はこの状態が続くと予想する。
□	ゴルフ場（支配人）	・4月の入場者予約数は、今のところ各ゴルフ場とも不調である。2～3か月先はゴルフシーズンに入るため、予約数もこれから伸びると予想するが、現状の予約数からは景気が変わらないと判断する。
□	美容室（経営者）	・景気の良さを実感して消費につなげている人は、現時点では多くない。まだ現状のままが続く見込みである。
□	美容室（経営者）	・生活をしていく上で必要なガソリン代や光熱費が落ち着かない限り、景気も変わらない。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・住宅のリフォーム工事が増えてきており、引き続き問合せや見積依頼を受けている。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・悪いままで変わらない。固定費などの支出の上昇にもかかわらず収入が減少しているため、スタグフレーションの可能性を感じずにはいられない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期が終わり客の動きが落ち着くため、売上の増加は見込めない。
▲	スーパー（経営者）	・例年、ゴールデンウィーク明けから6月にかけては、来客数が減少する。
▲	スーパー（店長）	・値上げ要請がまだあり、商品の値上げが継続される。
▲	スーパー（店員）	・売上の主力であるみかんの入荷時期が終わり、これに代わる果物がないのが心配である。3月も暖かい気候が続くと予想されるため、鍋物商材の売行きも鈍る見込みである。
▲	スーパー（店員）	・新規店の開店や競合店の値引き対応に客足が流れ、当分の間は戻らない見込みである。
▲	スーパー（総務）	・企業の早期退職募集に関する話題が自社も含めてあちらこちらで聞かれ、経営不振が危惧される。
▲	スーパー（営業企画）	・原料価格高騰による各種値上げが進んだことに加え、4月以降は電気代引上げの影響が出始める。
▲	コンビニ（店長）	・2月になって急に売行きが悪くなっている。能登半島地震の影響は余りないようであるが、景気浮上感がみられなくなっている。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・前もっての購入が少なくなり必要な分だけを買うという具合で、客の財布のひもが固くなったと感じる。
▲	家電量販店（店員）	・新生活の下見客はあるが、例年と比べるとなるべく安く済ませようという傾向がある。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・家電製品の値上げは前年から始まっていたが、ここに来て買い控えが顕著になっている。食品等の値上げもあり、高価格な家電製品が買い控えの対象になっていくのではないかと。
▲	乗用車販売店（従業員）	・生産が停止している車種が多数あり、販売再開が未定の車種も多くある。販売台数は徐々に減少しており、今後も減少が続く見込みである。
▲	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況は余り良くない。需要喚起策等がないため、株価とは無関係に国内経済は停滞気味である。賃上げへの圧力が高く経営者の意識はそちらに向くため、宿泊や飲食等の緊急性の低い支出は控えているのかもしれない。今後の動向に注目したい。
▲	旅行代理店（経営者）	・北陸応援割が発表されたが、地元の旅行会社だけが恩恵を受けるような仕組みで、他府県の旅行会社には恩恵が少ない。
▲	通信会社（企画担当）	・3月は人が動く時期であるが、政治への不信感など先行き不安から、日常の支出は抑える傾向が続く見通しである。

	▲	理美容室（経営者）	・客からは、株価が上がっても生活が豊かになる実感がないという声を聞く。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・世の中とは逆行し、福祉用品の単価は抑え込まれている。
	▲	設計事務所（職員）	・政権を担う政党が今のような状態では、景気が良くなることは望めない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築資材の値上がりで利益が出ない。所得が増えても生活費が圧迫するため、売上の増加は見込めない。売行きも悪く、先行きが不安である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・建売業者が用地を購入してから、建売住宅を分譲し資金回収ができるまでにはタイムラグがある。その間に金融状況が変わらなければよいが、現状では分からない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・古民家を購入した人からリフォームの相談を受けているが、建築資材の高騰で何度打合せをしても話が前に進まず、施主も困惑している。この先景気が良くなるような見込みはない。
	×	コンビニ（店長）	・コーヒーの値上げがついに発表された。僅か10円の値上げではあるが、客の心理に影響があると推察する。コーヒーのドリップパックを購入してコンビニを利用しない人が1人でも増えれば、店舗にとってはボディーブローのような打撃を受ける。
	×	乗用車販売店（従業員）	・国民の感じる様々な不安から、今後はかなりの不景気になるのではないかと考える。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・現在、生産オーダーの受付がストップしており、4月以降は入荷の見込みが立たない。入荷のめどがはっきりしない車種を受注するのは、非常に困難である。株価だけは上昇しているが、先が全くみえない。
	×	タクシー運転手	・大手自動車メーカーの工場が停止したことに影響を受ける。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・需要は徐々に回復傾向であり、若干良くなる見込みである。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車の販売自体は回復してきたので、設備投資も回復すると予想している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界は3月決算が多いため、4月以降は新年度予算として設備投資がある程度期待できる。
	○	輸送業（エリア担当）	・ネットショッピングの継続的な増加や法人客の受注状況から、3か月後は現在よりも良くなると思う。
	○	通信業（総務担当）	・大企業で始まった賃上げが中小企業へと広がる。また、手形サイト短縮化の法案など現金が早く回収されて従業員へ回る循環が整うことで、消費者の懐が潤うことに期待している。
	○	金融業（従業員）	・今後も、物価は上昇しつつも旅行や行楽に出掛け、仕事についても足元と同様に生産量が増加する見込みである。
	○	不動産業（開発担当）	・株価の上昇に期待を込めて、やや良くなると判断する。
	○	会計事務所（職員）	・顧問先では、これまで決算ボーナスを出すことは余りなかったが、決算ボーナスを出すところが散見される。金額を見ても、定例のボーナス並みかそれ以上のところが多い。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・約30年前のバブル崩壊は、金利の上昇がきっかけであった。しかし、現在は株価としては最高値だが、まだ我が国の物価は世界のなかでは安い。過去と同じ過ちを繰り返さないよう適切な処置を望む。この先2年程度は、このままの金利であってほしい。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・株価上昇など楽しみなニュースも多い一方で、個人所得の増加は道半ばであり、早期の需要拡大は難しいとみる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現状の景気はやや悪いが、2～3か月先も期待できる材料はなく、このまま変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気が悪くなる特段の理由がない。株価は過去最高水準に戻ったが、米国ではこの間に株価が14倍に上がったという記事を見て、我が国の長期低迷を再認識した。景気が悪くなる理由はないが、良い理由も分からない。また、このまま続く確信もない。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	・同業他社の廃業や生産停止により既存製品の引き合いが多くなっているが、製造困難で手作りに近い製品が多い。その割に低価格であり、簡単には受注できない。	

<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	・仕事量の確保はある程度みえているが、この利益水準では苦しい。価格交渉の行方が仕事量などにも影響してくるのが不安である。
<input type="checkbox"/>	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判断した。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	・景気浮揚への期待感はあるが、思ったほどの実績は上がっていないため、当面は現実維持の想定で計画が進んでいる。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・新製品の効果は一時的なもので、長期的には余り変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・横ばいが数か月続いている。客先の受注見込みを聞いたところ、この先も半年以上横ばいである。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・受注量は増えたが、価格は余り変わっていない。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・賃上げされるのか不透明な上、天引きされる金額は増える一方で、自身で使える金は増える気がしない。
<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	・住宅業界は、2024年問題の対策が4月より必須となる。週2日の休日取得で施工のリードタイムが伸び、コストアップが懸念事項である。ますます住宅建築費の上昇につながる。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・年度末までの仕事があるが、新たな施策等はないため4月以降はまた一からのスタートとなる。契約から始めるため実際の作業に至るまでは時間が掛かり、それまでは仕事ができない。仕事がない状態では、景気が上がることはない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・燃料費や人件費など輸送コストの増加を運賃に反映できない状況で、運送業界にはますます厳しい将来が待ち受けている。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・世間での賃上げの話に加え物流業界は2024年問題もある。価格交渉はそれほど困らないとみるが、問題は人手不足である。仕事があっても対応できない状況になりそうで不安である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・景気は停滞し切っている。運送業界では全体として客に届けるための手段が手薄になっており、荷物を運ぶことができない。人口減少に伴い物量も減っていくが、それさえ運べないような状態になりつつある。注文した物が届かないなら注文もしなくなる。このような状況では消費意欲も高まることはなく、景気は低迷したままである。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	・前年同期と比べると受注量は減少傾向にある。円安の影響や株価の動きも心配である。消費者感覚としては、物価が2～3割上がったまま下がらないことで、財布のひもは固くなっている。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・春になり新生活が始まる人も多いが、景気が良くなる要素はなく、このままの状況が続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	・大企業のみならず、中小企業においても、原価上昇を価格に転嫁できるようにならないと適正な利益を確保できず、従業員の賃上げができない。給料が上がらない限り個人消費も増えず、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・今後も外出や遠出をする人は増加していく。売上も増加していき、前年を上回る状況は継続する。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（制作担当）	・賃上げも一部の企業に限られているため、まだまだ続く値上げが生活に大きく響いている。特に、高齢者には厳しくなっていく。
<input type="checkbox"/>	会計事務所（職員）	・仕入価格の高騰や競合他社との価格競争で利益が減少し、依然として厳しい状況がみられる。最近では顧客が商品の購入決定に至るまでの期間が長くなっており、値段や品質に一層シビアになっている様子がうかがえる。
<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（営業担当）	・受注量、受注価格共に落ちている。
<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少している。原材料価格の下落に合わせて、販売価格も下降傾向である。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・総理のリーダーシップと決断力に懸かっている。政策の向かっている方向は悪くはないが、なかなか進捗がみられず国民は不安になるので、何とかしてほしい。
<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・2024年問題への対応のため、外注業者への支払増加が続いている。荷主が値上げを了承するまでのタイムラグに耐えられるかが課題である。

	▲	輸送業（エリア担当）	・2024年問題への対策は進んでおらず、配送便数の増加による対応がやむを得ない状況になり、コスト増加となる。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が減少するなか、大手自動車メーカーの不正問題等で自動車の折込チラシが入らないなどの影響が続いている。
	▲	公認会計士	・人手不足の企業が増加傾向にある。従来の賃金単価では採用が厳しい状況にあり、求人時の賃金を引き上げて募集しているが、なかなか人材が確保できていない。仮に採用できても、賃金の上昇分を売価に転嫁できず、この先も厳しくなる傾向にある。また、利上げを予想している経営者もおり、設備投資が鈍化する可能性も高いとみている。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。見積量が通常より10～15%ほど落ちている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先各社で生産減少が続き、在庫が消化できるのは秋口と予測する。それ以後の動向が見えるのはお盆過ぎ頃である。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・年度替わりに伴う求人数の増加のため、やや良くなる。
	○	人材派遣会社（社員）	・歓送迎会での派遣予約の状況が良いため、景気も良くなる見込みである。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・現時点で法人からの求人募集件数は、コロナ禍が明けた前年と同程度である。低学年を含むインターンシップ募集も同時に増えてきている。
	□	人材派遣会社（社員）	・賃上げに対応できない中小企業が多く、その割に選考目線は非常に高いため、雇用のミスマッチが生じている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・一部メーカーでは来年度の採用計画にのっとり例年よりも早く3月からキャリア採用に動き出すという話もあり、人材投資の面で活況が続くとみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・春に向けて春闘や賃上げのニュースも目にするが、全体的にみると、物価の上昇分を補えるほどではないと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・4月の採用が落ち着くと、求人数が減少する見込みである。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・前年秋頃の自動車生産は好調だったが、中国に進出した日系メーカーの販売不振を受け、1～3月期の車両生産計画は下方修正となり、新年度以降も不透明である。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今月は決算期前の一時的な活発さとする。景気上昇の材料が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・当県内は首都圏等と違いインバウンドなどの好材料もないため、現状のままで推移すると予想する。
	□	職業安定所（所長）	・企業において人手不足は続いているが、物価高などにより収益が上がらず、新規雇用には慎重姿勢になる傾向は続く見込みである。また、生活費の補填に求職活動を行う高齢者が多い状況は続き、個人消費は伸びないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・前年末から年明けにかけて大手自動車メーカーの不正問題が相次ぎ、また、能登半島地震の影響もあり、管内企業においては製造業、非製造業にかかわらずこれから徐々に影響が出てくるのではないかと声を聞く。少し上向きかけたようにみえた景気であったが、これらのことから当面は変わらないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・求人数や求人倍率等からは、労働市場が好転するとはみられない。
	□	職業安定所（職員）	・全体では依然として物価高などが雇用に与える影響が続いている。求人数は、自動車関連や半導体関連など一部の業種では改善もみられるが、緩やかな減少傾向から良くなる状況ではない。
	□	職業安定所（雇用開発担当）	・1月以降、産業別求人数は前年比で減少傾向が続いている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて、活動意欲の高い求職者の動きは徐々に減退傾向となり、企業側も次年度の組織配置に向けた要員計画を進めていく段階にあるため、採用数は一定程度減退すると予想する。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・足元での繁忙は例年のことであり、年度明けからは一定の求人数に落ち着く見込みである。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数において、今後2～3か月で大きな変化はないと予測する。	

▲	人材派遣業（営業担当）	・国政の運営が正常な状態に戻れば、国民は前を向いて生活できるのではないか。マスコミやニュースが総じて政治への不信感をあらわにしている現状では回復の兆しはなく、絶望感が漂っている。
▲	職業安定所（職員）	・原材料やエネルギーの価格高騰が影響して引き続き求人数が減少する可能性がある。ロシア・ウクライナ情勢を受けて輸出ができず、生産量が低調に推移する可能性もある。商品の在庫が増加し受注減少により生産性が上がらないことが予想される。
▲	職業安定所（職員）	・企業整備が多数報告されている。雇用保険適用事業所数も前年同月比で減少している。
×	—	—