

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)	◎	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・飲食やレジャー関連の消費が大きく膨らんでいる。特に、飲食は週末の夜、レジャーは土日祝で動きが顕著である。
	◎	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少と関連する規制の緩和による。
	◎	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・10月の緊急事態宣言明け以降、徐々に客足、売上が回復してきている。10月は買い控えの分大きく回復したが、その反動で11月は若干回復の伸びが鈍化している。
	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることもあり、来客数が日を追うごとに増加している。今のところ朝晩のピーク時間帯が中心の伸長であるが、おにぎり・弁当・パン類などは、来客数需要を読み切れず早い時間に品切れとなる日も多く出てしまった。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・駅の利用者が増加している。年末が近いいためか、客単価も上昇傾向にある。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除から1か月が経過し、来客数も前年比で110%、前々年比でも70%と、ここに来て客足は増加傾向にある。特に下旬の飛び石4連休では、旅行客の動きが活発で来客数、売上共に伸長した。
	◎	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊予約が実績につながるようになった。
	◎	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・平日は学校団体の利用が増加し、前々年の11月よりも高い水準である。個人客は新型コロナウイルス感染状況の落ち着きと連動して新型コロナウイルス発生前の水準に近づいている。宿泊施設はGo Toキャンペーンの再開待ちと見込まれるが、県独自の需要喚起施策には一定の効果が出ている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、人と会ったり会食の手土産の売上が若干伸びている。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症は収束しつつあるが、まだまだ次が怖い。したがって、家内需要で特に良い肉がよく売れている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除された10月は、シャットダウンして観光客を拒絶していた公共駐車場に恐々とマイカー族がぼつぼつ戻り始めた。11月になって週末ごとに混雑がみられるようになってきた。日を追うごとに増えるのはマイカー客のみで、鉄道利用客はまだ半分程度、観光バスの客は行き先を変更した県内小中学校の修学旅行のみで、一般団体旅行客が安心して来られるのはいつの日であろうか。1日も早い新型コロナウイルス終息が待たれる。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、飲食店には少し客が戻ってきている。ただし、長居せずにすぐに帰る。バー、スナックなどアルコール販売が中心の店ではほとんど予約客のみで、どの店でも来客数がゼロの日がある。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・11月は結婚式、イベントやいろいろな企業の行事が行われた。これまでは自粛、中止や延期という状況であったが、今は新型コロナウイルス感染対策をしながらイベントを開催する企業や個人が増えてきたため、若干数字が伸びてきている。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末に向けた残予算の消化がみられる。
	○	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	来客数の動き	・しばらく外出は控えていたが久しぶりに買物に来たという客が多い。これまで控えていた分の反動から購買意欲は高いように見受けられる。

○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・平日の昼間は年配客が多いが、キャストを持った旅行者や仕事途中の客も少しずつ増えてきた。週末は成人式や大学の面接用にと、家族連れで来店して靴を購入する客が多くなってきた。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されてから、週末の来店客が増加傾向にある。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・百貨店には来店客があり、アイテムにもよるが購入率が上がっている。
○	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも落ち着き、客足は徐々に戻ってきた。以前は反響が薄かったテナント館の販促施策も、今回は好調である。高単価品も稼働しており、購入意欲が高まっている。
○	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してもしばらくは警戒感が続いていたが、ここに来て来客数も増えてきている。
○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・家族客が多くなり、買物籠の中の商品も多くなっている。
○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策の制限解除が購買意欲を高めている。今のところ、食品の値上げも余り影響はなさそうである。
○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・徐々に人の流れも戻りつつあり、前年を上回る店舗が前月よりも多くなってきている。しかし、夜間等はまだまだ人が少ない状況である。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されてから少しずつだが来客数が戻ってきている。ただ、まだ将来の不安があるため急激には戻っていない。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前年は前々年と比べて1日当たりの来客数が100人減ったが、今月は、その半分弱の約45人を取り戻した形となった。
○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・寒くなってきてホットドリンクや中華まんの売行きが良くなってきた。また、くじ商材の発売があり、販売量が増えたように見受けられる。
○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商について、宝飾品の店外催事を開催したところ、集客も当然のことだが客の購買意欲も上がっているようで、比例して結果も良かった。
○	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・寒くなってきて重衣料がかなり出るようになった。前月までは予算の3分の1や4分の1を達成すれば良い方であったが、今月は半分程度の予算を達成しており、特にスーツなどの販売が多かった。
○	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されて、新型コロナウイルス感染も落ち着いているため、客との会話のなかで遊びに行ったりとか、どこどこに出かけたという話題が増えており、消費も上がってきていると思われる。
○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との会話で食事、宴会や旅行の話題が増えてきているので、その分車は売れなくなっているが、景気としては良い方向にあるといえる。
○	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・今まで新規の来店客からの受注が少なかったが、徐々に新規受注が増えてきた。他社でも納期が掛かるため流れてきているとはいえ、購買意欲は上がっている。
○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が小康状態になり、年末から年度末に向けた住宅、商業施設などのリフォーム物件が出始めた。また、今まで延びていた物件の商談も入り始めた。
○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除で来客数は戻りつつあるが、人手不足や原材料等の値上がりによる収益減少の回復までには至っていない。
○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・最悪な時期は何とか出た様子である。少し明るさが戻ってきた。
○	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除された後、従来であれば再発出に備えて在庫量を控えめにする取引先が多かったが、現在は在庫をしっかりと持つために購入量が増えている。

○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・10月18日よりスタートした県の観光需要喚起策の効果が11月からかなり出てきており、週末を中心にかなりの客が入った。景気は上向きでやや良くなっている。
○	都市型ホテル (従業員)	来客数の動き	・少し客に宿泊してもらえるようになった。
○	都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・県の観光振興策の影響を受けて宿泊が増加している。新規感染者数の減少に伴いレストランの利用も戻ってきている。婚礼、法人宴会は、もう少し先になると見込まれる。
○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、新規感染者数も落ち着いていることから個人客が動いている。レストランは、ランチ・ディナーとも個人客が若干戻ってきた。宴会は会議中心で12月の忘年会は鈍いが、全く売上のなかった10月までに比べれば良い。宿泊は、個人客を中心に週末の需要がある。出張も動き始めたが、ホテル間の競争は厳しい。
○	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し収束に向かっていることが、少しずつ客の動向に影響を与えている。
○	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・10月15日より県の観光振興策が実施され、多くの個人客が旅行を申し込んでいる。11月30日までの期限が12月31日まで延長され、期間内は売上が好調になると見込まれる。
○	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数の劇的な減少により、一部グループも含む個人旅行を中心に、申込みと旅行実施が増えてきている。京都などのいわゆる観光地には、新型コロナウイルス発生前と変わらないほどの人出がある。このまま第6波の到来がなければ更に良くなると思われるが、必ず第6波は来るといわれているので、景気の回復はまだ先とみる。
○	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・客とは旅行に対して肯定的な話題が増えた。実際の申込みは徐々にという鈍い動きと感じられ、回復ムードは都市圏から順に広がると見込んでいる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言中は本当に苦しかったが、解除後は雰囲気が変わって、新幹線利用の出張客も随分増えている。何といてもアルコールが提供できるようになって、夜の街のムードも随分変わってきた。このまま順調に客が増えればよいと期待している。
○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・次年度に向けた機器更改による受注増加が見受けられる。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・訪問営業をしていると、客の様子が新型コロナウイルス発生以前のような雰囲気に変わってきているように感じる。多少であるが前向きに話を聞いてくれる客が出てきた。
○	テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・予想していた来園者数より多い日が多かった。
○	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・今月の入場者数は、予算及び好調であった前年同期と比べても大差なく推移している。ただし、レストランの売上は相変わらず伸びず苦戦している。8月頃と比べると10~11月の入場者数は順調に増えており、景気は少し良くなったと判断する。
○	その他レジャー [スポーツレジャー紙](広告担当)	お客様の様子	・明らかに周りの雰囲気が良くなってきている。ただし、夜を主体にした飲食業には依然厳しい印象を受ける。
○	その他住宅[不動産賃貸及び売買](営業)	販売量の動き	・入居希望者が微増しているので期待できる。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染は収まりつつあるが、新型コロナウイルス新変異株が発見され、客の話を聞いても良い悪いが半々である。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・多少客足は戻りつつあるが、見積りや金額交渉をしても商談がまとまらない。消費者は1円でも安く、ネットと天びんに掛けている。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・必要な物だけ買う傾向があると感じる。プライダも動き出したが、派手な披露宴はせずに家族だけの食事会で済ませる人が確かに増えている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・おせちやクリスマスケーキなど年末年始に向けての動きは特に良いが、衣料品などの不要不急品については動きが鈍く、寒くなったにもかかわらず消費者の財布のひもは固く、本当に必要な物しか購入しない動きが目立つ。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・中小の小売店は若干悪く、飲食店は若干持ち直しているという状態で、変わっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	来客数の動き	・ガソリン高騰の食料品への価格転嫁が多少あったが、買い控えている様子は見受けられなかった。この地方特産である富有柿の発送も多く、順調だった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・3か月前と同様に売上は前年を割り続け、予算に対しても未達である。良くない状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・相変わらず来客数は前年を超えることができない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・11月下旬～12月中旬にかけて市とキャッシュレス事業者とのキャンペーンが開催中で、酒の売上が増加した。少しでも割安に買おうとする消費者がかなりいる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・11月の売上は前年比97.2%である。県内はコロナ禍が落ち着き活気も戻っているが、小売業の完全復活には至っていない。実績だけで判断すると、3か月前と比較した状況は変わっておらず予断を許さない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・寒くなり来客数は増えてきたが、ほとんどの客が購買に慎重で財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客は非常に慎重に買物をし、安くても無駄な物は購入しない。経済活動が回復しつつあるとは実感するが、財布のひもは固く閉ざしている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・前月は一時的に売上が回復したが、一部の客の需要のみで全体的にはまだまだ回復する傾向は出ていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	お客様の様子	・前年が巣籠り需要でよく売れたので今年はそれほどでもないが、良い商品が普通に選ばれているので悪くはない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・来客数及び販売実績において、前年同月を下回る状況が依然続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・半導体や部品不足から新車の納期が伸びているが、中古車の値上げなどで収益は確保できている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	競争相手の様子	・今月は判断が難しく、それほど悪くはないが問合せが特段多くもない。同業者の話を聞いても同様で、横ばいと判断する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少とともに、店頭誘致活動に対する客の抵抗感はなくなってきたが、活動を控えている間の客の生活状況をはっきりとつかみ切れていないため、客との関係の再構築が必要と感じる。さらに、客の望む車種には納期の問題もあり、より良い関係を築く必要がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されても警戒心はまだ強いようで、商店街の人流も若干向上したようにはみえるが、日常の外出を控えている人は多い。購買意欲については、余り変化がない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔書籍〕（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も少し落ち着いてきたため人出は増えているが、書店ではコロナ禍で一旦伸びた売上がコロナ禍以前の売上に戻ったため、例年よりも1割ほど落ちている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・マスコミや身の回りの人たちの様子から、若干良くなっている雰囲気はあるが、実際にはまだまだの状況である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスも少し落ち着いたが、客は今本当に必要な物しか購入しないと感じる。客が本当に欲しい商品作りにシフトしていかなければと考える。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外出しないことに慣れてしまったのか、来店しなくなった客も多い。

□	一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の再拡大を懸念して、客は大人数での食事を控えている。
□	一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されてから普通に営業しているが、11月になっても、相変わらず一部のなじみ客しか来ない状況である。
□	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・全社的な売上をみると、前年とほぼ同じ実績で推移している。低く見積もっている予算比では80%近くあるが、前々年比では60%弱のため、3か月前と変わらず悪い状態が続いている。宿泊と食堂の利用は戻りつつあるが、年末年始が稼ぎ時の一般宴会の受注が4割程度では浮上できない。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され規制緩和が徐々に浸透し、観光地などはにぎわいが出てきており、県内割引もあって近場の観光地はその恩恵に浴している。しかし、夜の飲食店の需要は戻っておらず、飲みニケーションがなくても仕事は進められることが分かり、客足が戻らない。
□	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・緊急事態宣言解除から約2か月で新規感染者数も1けたやゼロに近い状態にもかかわらず、第6波への不安で団体旅行は難しいと言われる。家族や夫婦の個人旅行だけでは非常に厳しい。県民割効果も恩恵が薄い。Go To Travelキャンペーンを期待している客には県民割は魅力がなく、せめて隣接する都道府県で割引になるとうれしいという声もある。県の観光振興策は、高齢者には大変な作業かつ旅行終了後では利用しづらいとお叱りを受け、販売店としても大変である。Go Toキャンペーンの地域共通クーポンのような形で更に還元率を上げて実施すれば、もっと土産を買うと思う。
□	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・新規契約者数は変わらないものの、他社転向の解約が増えており、他社の飛び込み営業をユーザが受け入れる環境になっている。経済が動き出している兆しかもしれない。
□	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスも落ち着いているので今は多少客も動いているが、年末に向けては分からない。
□	観光名所(案内係)	お客様の様子	・3年前に来ていた客が来なくなった。皆歳を取ったからと思うが、どこも同様と考える。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されて人出はあるが、客の話を開くとまだ自粛している人が多い。
□	美容室(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、家から余り出ない高齢客が多くて駄目である。
□	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・小さな案件ばかりで手間ばかりが掛かり、収入増加にはつながらない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの動向が気になるが、新規感染者数は減少傾向で落ち着いてくると思われる。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・緊急事態宣言は解除されたが、飲食店は予約がほとんど入っておらず伸び悩んでいる様子である。年配者は旅行を当分差し控えるなど自粛慣れをしてしまったのが、景気悪化の最大の原因である。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・外出や外食等が以前よりも増えており、週末や夜間の来客数が減少し売上が落ちてきている。
▲	スーパー(店長)	単価の動き	・飲食店の復調により、小売業でのごちそう需要が減っている。客単価が上がり来客数は横ばいで、これまでの反動が出ている様子である。
▲	スーパー(営業企画)	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除に伴い、リベンジ消費も含め外食が伸びて内食需要が低下したことにより、客単価、買上点数が下降してきている。
▲	スーパー(ブロック長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少とともに、客の意識が以前よりも観光や外食へ向かいつつあると感じられ、来客数の減少が続いている。好調を維持していた総菜の売上にも影響が出ている。
▲	スーパー(販売担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されて、内食から外食に戻りつつある。売上の前年比は悪くなっている。

	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数が前年比1割減少、客単価は2割下落とかなり厳しい。新型コロナウイルス対策の自粛はなくなってくるはずだが、大物が売れない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9月以降、新車の納期が大幅に掛かるようになり、新型車が売れてもすぐに半年以上の納期となっている。納期が掛かるため販売台数も減少しており、キャンセルも出るようになってきている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体問題や部品供給遅れが長引いており、下方修正した目標の7割ほどしか売上がない。サービス工場への入庫数も減ってきており、予想以上に厳しい状況になっている。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きがやや悪い。
	▲	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・ホームケアキャンペーンで1セットを購入した客が、その後の先～今月に購入がないため、販売量が下がった。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・まだまだ新型コロナウイルスの影響がある。
	▲	理容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は多少落ち着いても、仕事は暇である。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客との会話で景気の良くなる話は全く出てこない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・借入金の低金利と借入期間の長期化で月々の返済が容易になってきたことを勧めて、新築を促している業者もある。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・問合せは増えてきているものの、銀行の少額ローンも通らないため受注に結び付かない厳しい状況の人がやや増えている。多少なりとも経済的に支援されることを期待している。
	×	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は多少落ち着いてきたが、消費はまだまだ下降している。
	×	スーパー（店員）	来客数の動き	・10月以降、特に最近は客の入りが少なくなっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月も新車の納期にめどが立たない状態である。来店客も少なく、市場は冷え込んでいる。
	×	乗用車販売店（販売担当）	それ以外	・半導体不足の影響で客が欲しい車を買えない状況となっている。かなり車のない状態である。
	×	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来てくれない。
	×	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・大手不動産業者は資本力があり広告費や人件費が出せるため、大手に客が集中して中小の業者は来客数が減ってきている。
企業動向関連 (東海)	◎	*	*	*
	○	化学工業（総務秘書）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が抑えられているため良くなっている。約2年ぶりに日常感を満喫するような雰囲気があり、今のうちにと小旅行や買物を楽しむ人が多い。賃貸借物件の募集をみても11月には明らかに多数の引き合いがあり、事業の通常再開が近いと考えている事業者が多いのではないかと。
	○	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に3か月前と比べればアップしているが、季節要因も大きいので、余り良くないと実感できない。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が増加している。ただし、販売単価が上がらない一方で原材料価格は高くなっているため、利益が出ない。
	○	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	・航空業界はずっとどん底であったが、少しずつ受注が計画として上がってくるようになった。
	○	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・外出する人が増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・半導体や部品の供給不足で売上が下がっていたが、3か月前と比べると15%程度増えてきているため、多少は改善に向かっている。

○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・企業間の物流が前年よりも増加傾向にある。しかし、自動車販売業については、半導体の影響で納車できない状態が続いている。
○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・徐々にではあるが、受注量が増えつつある。客先はどれも新型コロナウイルス発生以前への回復に向けて動き出している。むしろ、これから先に一気に増えると対応に苦勞することにならないか心配している。
○	通信業（総務担当）	それ以外	・越県の日帰り旅行をしたが、高速道路での観光バスの運行、目的地での団体客、昼食場所での客など多数みられた。サービス業での経済の立ち上がりが確認できた。
○	通信業（法人営業担当）	それ以外	・経済活動という意味では、皆、ストレスを発散させるかのように消費に前向きと見受けられる。休日の百貨店の人混み、ランチタイムの混雑が軒並み元どおりとなっている。会社に出勤する人の数は右肩上がり、通勤電車での人との密着が恐ろしいほどである。
○	通信業（法人営業担当）	それ以外	・金融関連の業績は上向きであり、景気は上向きつつある印象を受ける。
○	金融業（従業員）	それ以外	・休日に掛けた際の街の様子では、人出が多くなっている。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・クリスマスシーズンになりこれまでのコロナ禍でのマイナスなムードから一変し、景気は若干上向きな状況になっており、例年と比べても比較的良好な印象を受ける。
○	金融業（企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染がやや落ち着きつつあるため、話をしてもマインドが改善されているように感じる。飲食や旅行への抵抗感が薄れている人が増えてきている。
○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が多いことや新型コロナウイルス新規感染者数も減少し、公共交通機関で外出や遠出をする人が徐々に増加している。売上は前年を上回る状況になってきている。
○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せが活発になってきた。
○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・ワクチン接種の進展と新規感染者数の急減で、特にイベントに関わる広告受注が少しずつ増え始めている。
○	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシが徐々に増えてきている。
○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店に客が戻りつつある。雇用調整助成金の請求が11月からは不要となったところもある。
□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に減少が続いている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・半導体不足も依然続いており、原油価格の高騰による原材料等の値上げ分を価格転嫁できず収益面を圧迫している状況にある。3か月前と比べて景気は余り変わらない。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・中国の電力不足に端を発した原料、特に電気溶かす製品の供給不足の情報が業界内に広がっている。製品が入手できないと製造が止まってしまうため、先行しての注文が増えて残業で対応している。
□	金属製品製造業（従業員）	取引先の様子	・それなりに忙しくなっているが、原材料の価格高騰で収益の圧迫が続く。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・部材不足が著しく、物流も不安定であるため納期管理が非常に困難な状況である。納期管理ができないため引き合いに対しても積極的な回答ができず、受注できない案件が出てきた。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注は好調だが、部品供給の要因で納期の問題が出ている。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は少なくなっており、客先の業界でも客足は戻ってきているが、まだ設備投資を復活するには至っていないため、見積書は出しても出荷は先延ばしという状況が続いている。

	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上金額は若干増加しているが、これは素材、原材料の値上げによる価格転嫁分のみであり、生産量、受注量共に横ばいが続いている。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・住宅販売では他社も苦戦中との情報が多い。新型コロナウイルスの感染が収束気味の昨今でも、来場者数は伸びていない。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で遅れていた仕事をこなしていただくだけであり、新規で仕事が発生している状況ではない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販店向けの日用雑貨は、巣籠り需要がなくなり前年より1割ほど物量が減少している。製造業の物量は、新型コロナウイルス発生前と同程度まで回復してきたが、部品不足とのことで製造を増やせない荷主が多い。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響はしばらく継続すると見込む。
	□	行政書士	受注量や販売量	・貨物の動きが変わらない。
	□	公認会計士	それ以外	・収益性からみた客先の業績は厳しい状況である。中堅中小企業の従業員の給与・ボーナスは上昇していない。大企業は好業績の一方で、下請先の中堅中小企業はコスト高を価格転嫁できずに苦戦している。中堅中小企業は、コスト高と人件費高騰で収益性が圧迫されている。
	□	その他サービス業 [ソフト開発]（社員）	受注量や販売量の動き	・定期的に新規、更新の依頼は続いているが、大きな増加とはなっていない。大規模なイベントが開催されていないことが理由に挙げられる。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・原油価格や原材料価格の上昇などコストアップ要因も多く、大きく利益を圧迫している。新型コロナウイルス新規感染者数は激減しているが、市況は依然冷え込んだままのように感じる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・通信機器の製造販売でも最近になって半導体不足の影響が出てきた。数品目にわたって品薄若しくは供給のめどが立たない状況になっている。需要は落ちていないが、長期にわたる減産の可能性が出てきており、特に次年度の見通しは厳しい模様である。
	▲	輸送業（エリア担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきており、出張に出掛ける機会も増えている。主要ターミナル駅の人出はそれなりに増えてきているが、それが経済に結び付いているようには見受けられない。受注量がそれほど伸びていないため、3か月前と比べて毎日の取扱荷物量は下がり気味である。経済の改善状況は、人出だけでは判断できない。
	▲	その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	取引先の様子	・我々の業界は毎年この頃になると非常に忙しくなってくるが、今年は余り良くない。前年の売上が減少したことにより、取引先に余裕がなくなっているため、仕事の発注量が大幅にダウンしている。当社も同じく苦しくなっている。
	×	*	*	*
	◎	*	*	*
雇用 関連 (東海)	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・主要客である自動車メーカーの請負取引では、引き続き予算削減の動きは残っているものの、削減幅が小さくなってきている。また、派遣の引き合いも、当社の価格帯では取引に至らないことが多いが、ここ数か月の動向と同じように件数は前年より増えている。
	○	人材派遣会社（企画統括）	求職者数の動き	・求人数の増加に加えて求職者の動きが活発になり、新規求職者数が前年同期比で増加している。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は3か月前比、前年比共に上回り、前々年比でも90%まで回復してきている。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症による部品供給不足と半導体不足の影響で、当地域での9～10月の自動車製造は2か月連続の減産となったが、11月は増産になる模様である。
	○	新聞社 [求人広告]（営業担当）	それ以外	・旅行関連の広告が回復傾向にある。その他の業種はまだ大きな変化がみられない。



○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・まだまだ本格的ではないが、以前と比べると多少求人の動きが出てきている。休業から復帰した飲食・サービス系企業の需要増加によると見受けられる。ただし、企業側も様子見で本格的な回復までではない。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月と比べ増加している。輸送用機械器具製造業の主たる業種である自動車製造業の求人数が、前年同月と比べ増加している。新規求人数は、前々年の水準まで届いていないが、本年度に入ってから引き続き増加傾向にある。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比で新規求人数が4か月連続増加し、有効求人数についても7か月連続で増加している。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が増加しており企業の採用意欲は高まっているが、新型コロナウイルス発生前の水準には戻っていない。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業を中心とした企業の採用意欲の高まりが感じられる。
○	職業安定所（次長）	求人数の動き	・職種別に有効求人数の前年同月比を3か月前と比較すると、サービス関連等一部の職種で僅かな減少がみられるものの、ほとんどの職種で前年同月を上回っている。全体でも6か月連続で増加し、増加幅も伸びている。なお、前年同月は既にコロナ禍の影響を受けており、前々年同月との比較では依然として全体で大きく減少していることから、新型コロナウイルス発生前の水準には達していない。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍においての事業を予測しながら、必要な人材の採用への投資に積極的に動いている企業が散見される。
□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・開発支援のオーダー数は引き続き増加傾向にある。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス新変異株の拡大が懸念される。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ホテル業界は、少しずつレストランを中心に客足が戻りつつある。
▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響は減少気味であるが、原油高によるコスト増加のため、景気回復へのかじを切れない状況である。
×	—	—	—