

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<br>動向<br>関連<br><br>(東海) | ◎             | 百貨店（経理担当）   | ・ワクチン接種等により新型コロナウイルスの感染リスクは後退して消費マインドが大きく改善するほか、Go Toキャンペーン等の需要喚起策を通じて観光・飲食関連消費が伸長することによって、景気は大きく上向くと考える。       |
|                            | ◎             | 百貨店（営業担当）   | ・まん延防止等重点措置が解除され、消費者のマインドも戻りつつある。   |
|                            | ◎             | コンビニ（店長）  | ・新規感染者数の増加とまん延防止等重点措置や緊急事態宣言を繰り返すことで、ウィズコロナが確立された。劇的な新規感染者数の増加がない限り、感染症対策を徹底しながら外出する人は増えていくと思われる。               |
|                            | ◎             | コンビニ（商品企画担当）  | ・3回目のワクチン接種の進捗やゴールデンウィークを始めとする行楽需要の高まりにより、景気が良くなると見込む。  |
|                            | ○             | 商店街（代表者）  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くにつれて徐々に良くなっていくと思われる。ただし、会社関係の人は相当借金が増えているようなので消費に金が回りにくいため、なかなか以前のように戻らないのではないかと思う。       |
|                            | ○             | 商店街（代表者）  | ・新型コロナウイルスの感染が収束しそうで、皆浮き浮きしている。   |
|                            | ○             | 商店街（代表者）  | ・新規感染者数の減少とまん延防止等重点措置の解除で飲食店にはにぎわいを感じる。今後も幅は少ないかもしれないが、徐々に回復していくと感じる。   |
|                            | ○             | 一般小売店〔土産〕（経営者）  | ・観光バスによる移動はまだまだこれからである。ガソリン価格の高騰や日用品・食料品の値上がり等で、100%の回復は難しそうである。  |
|                            | ○             | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当）   | ・まん延防止等重点措置の解除後の人の動きに期待したい。   |
|                            | ○             | 百貨店（経理担当）   | ・まん延防止等重点措置も解除され、徐々に景気回復へ向かうと思われる。  |
|                            | ○             | 百貨店（業績管理担当）   | ・まん延防止等重点措置が明けて以降、土日を中心に来客数、売上共に回復傾向にある。今後、極端な新型コロナウイルス感染再拡大がなければ、この回復傾向は続くと考えている。                              |
|                            | ○             | スーパー（販売担当）  | ・販促戦略のアプリが始まった。クーポンをレジで提示すると5%引きになるなど、若い客層が増えると期待する。  |
|                            | ○             | コンビニ（企画担当）  | ・人の動きは回復傾向にあるが、夜間の来客数はまだ戻ってはいないため、大幅な改善は期待できない。   |
|                            | ○             | コンビニ（エリア担当）   | ・気候が暖かくなることと、新型コロナウイルス新規感染者数も大幅には減らないにしても少しずつ少なくなることで、人の動きが活発になり、来客数が伸長していくと思われる。このことから売上、来客数はアップしていく流れになると考える。 |
|                            | ○             | コンビニ（店長）  | ・卒業に伴うアルバイトスタッフの確保と新体制の構築に心血を注ぐ時期であり、安定運営できるかは現時点では不透明な部分が多い。しかし、それ以外の不安要素はない。                                  |
|                            | ○             | コンビニ（店員）  | ・夏に向けて来客数が増えることが見込まれる。  |
|                            | ○             | コンビニ（本部管理担当）  | ・ロシア・ウクライナを始め世界情勢が不安定だが、景気に対しての不安感はない。国内事情によるのでコロナ禍がこのまま鎮静化できれば、盛夏の繁忙期に向けて小売業は期待できる。                            |
|                            | ○             | 家電量販店（営業担当）   | ・まん延防止等重点措置の解除で、今までの自粛の反動により購買意欲が上がってきている。  |
|                            | ○             | 住関連専門店（営業担当）  | ・住宅、商業施設などのリフォーム物件が増加してきた。また、新築に対する問合せ等も少しずつ増えている。ただし、設備を含む主要資材の値上げが相次いでおり、見積りや契約には少し時間が掛かっている。                 |
|                            | ○             | その他専門店〔貴金属〕（経営者）  | ・期待値を含めての判断である。新入学・入社のシーズンやゴールデンウィークを考慮すると、景気回復してもらいたい。   |
| ○                          | 高級レストラン（経営企画） | ・まん延防止等重点措置の解除により来客数の回復を期待するが、店舗・業態によって、客の利用動機や人数、個室利用などの要望に応えられるか否かで格差は出てくる。 |   |
| ○                          | 一般レストラン（経営者）  | ・まん延防止等重点措置が解除され少しずつ人流は増えると思うが、すぐに以前のように戻らないと思う。                              |   |

|   |                    |  |
|---|--------------------|--|
| ○ | バー（経営者）            | ・まん延防止等重点措置も解除され、夏に向けて新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きそうである。  |
| ○ | 観光型ホテル（経営者）        | ・まん延防止等重点措置が解除されて足元では需要が回復基調にあるため、このまま推移すればやや良くなると思う。緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出ると非常に需要が冷え込み、人が動かなくなってしまうので、状況次第である。外部要因にかなり左右される状況であるが、順調にいけばやや良くなる見通しが立つ。  |
| ○ | 都市型ホテル（経営者）        | ・インバウンド需要の回復が期待される。  |
| ○ | 旅行代理店（経営者）         | ・まん延防止等重点措置が解除され、経済を動かしていく方向にシフトしていきだろうと思われる。  |
| ○ | 旅行代理店（経営者）         | ・4月になると旅行の県民割も開始される予定である。6月や8月の団体予約がちらほらと入り始めている。  |
| ○ | 旅行代理店（経営者）         | ・まん延防止等重点措置も解除され、新型コロナウイルスも薬で少し対応できるようになれば、景気は少し良くなると思う。   |
| ○ | 通信会社（営業担当）         | ・新型コロナウイルスへの対策の進展等に加えウクライナでの戦争が終われば、少し上がってくるのではないと思う。  |
| ○ | テーマパーク（職員）         | ・春の団体客の予約状況が戻りつつある。  |
| □ | 商店街（代表者）           | ・今は先のことが全く読めない。  |
| □ | 商店街（代表者）           | ・まん延防止等重点措置が解除になったが、相変わらず新規感染者数が減少していない現況を考えると、足元と変わらないと考える。   |
| □ | 商店街（代表者）           | ・今まで我慢していた分、人の流れは活発になりそうだが、ロシアの軍事侵攻の影響が経済活動にかなり反映されると思うので、全体の景気としてみれば、余り変わらないのではないかと予測している。  |
| □ | 一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役） | ・ウクライナ情勢が先行き不透明である。  |
| □ | 一般小売店〔結納品〕（経営者）    | ・新型コロナウイルス感染や世界情勢への不安など良い材料が全くないため、このまましばらく低迷すると思う。  |
| □ | 一般小売店〔贈答品〕（経営者）    | ・まん延防止等重点措置が解除されたが新型コロナウイルスの新規感染者数が下がらない。したがって、2～3か月先も客自身が自粛をして人との付き合いの範囲を狭めた状態が続く。一旦狭くなった付き合いの幅は2～3か月程度では変わらない。客の心理としてはまだ自粛が続き、2～3か月先も売上は伸びないと予想する。 |
| □ | 一般小売店〔酒類〕（経営者）     | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているため、飲食店の利用にはまだまだ慎重な傾向が続く。企業によっては飲食店への出入りを原則禁止としているところもあると、飲食店のオーナーから聞いている。  |
| □ | 一般小売店〔土産〕（経営者）     | ・原材料費、輸送費などが軒並み上がり始めている。明らかに悪性インフレーションの兆候を感じており、コロナ禍が明けても、力強い回復は難しいと感じる。   |
| □ | 一般小売店〔果物〕（店員）      | ・3か月ほどでは変わらない。   |
| □ | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当）   | ・新型コロナウイルス、ウクライナ情勢や円安等いろいろな状況の先行きが読めない。  |
| □ | 百貨店（売場主任）          | ・春夏物の入荷が少し厳しく輸入品はなかなか入ってこないが、客の問合せは多くなった。まん延防止等重点措置でまた外出ができなくなる前に買っておこうという客が多いのであろうか。海外ブランド品の問合せも多く、入荷次第連絡という客も何件かある。購買意欲のある客が増えてきた。                 |
| □ | 百貨店（企画担当）          | ・3月21日をもってまん延防止等重点措置が解除され、景気の戻りを期待したが、前年並みの売上で推移している。新規感染者数も一進一退で、旅行や外出などファッションや雑貨の購買を押し上げる要素が伸びていない。年齢が高い層の外出も余り戻っておらず、この傾向は数か月続くと思われる。             |
| □ | 百貨店（計画担当）          | ・足元では新型コロナウイルスの感染拡大が収束しつつあるが、消費の急激な上昇感はない。一進一退の状況が続くのではないかとと思われる。  |
| □ | 百貨店（販売担当）          | ・まん延防止等重点措置が解除されても新規感染者数が減少しなければ自粛は続くため、良くなるとは考えにくい。   |
| □ | 百貨店（販売担当）          | ・来客数は回復しているが、売上は思ったほど伸びていない。来月の動向も見てもないと分かりにくい状態である。   |

|                          |                          |  |
|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | スーパー（経営者）                | ・客席をほぼ半数に減らしての営業なので、満席でも以前の売上は期待できない。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店員）                 | ・商品価格が上がってきて非常に販売量が減っている。これからも更に厳しくなっていくと思う。   |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（販売担当）               | ・新型コロナウイルスの新規感染者数によって来客数が変わってくるため、どちらともいえない。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長）                 | ・新型コロナウイルス感染がどう推移するかによる。このまま終息に向かうということは、現時点での可能性としては低いと思うため、景気が良くなるかどうかは不明である。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（商品開発担当）             | ・まん延防止等重点措置が解除されて人の動きは活発化している。Go Toキャンペーンの再開があり来店動機も高まるが、半導体不足による工場の休業などは引き続き発生が予想され、様子見が続く。                                       |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者）              | ・新型コロナウイルスの感染が収束すれば、来店のきっかけにはなると思う。  |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（販売企画担当）           | ・まずは新型コロナウイルスの感染が収束していかないと、ファッションを楽しむ環境にはならない。   |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（売場担当）             | ・物価上昇の影響が大きく、今後も買い控え等が増えると考えられる。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者）              | ・納期遅れのめどが3か月でははっきりしないため、まだこの状態が続く。新型コロナウイルスの収束もまだまだみえにくい部分があるため、しばらくこの状態が続くと思う。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者）              | ・大きく景気に影響するような要素は見当たらない。今後控えている各方面での値上げは不安要素である。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者）              | ・タイヤ価格の値上げなど、今後も良くなる感じが見受けられない。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者）              | ・半導体不足による新車供給の遅滞は、しばらく続くと予想される。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員）              | ・特に具体的な材料や理由はないが、横ばいか、精々少し良くなる程度と見込む。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員）              | ・新車の生産制限はまだ解消されておらず、客との会話でもよく話題になる。ガソリン代の高騰や生活用品の値上がり等で、自動車に余り金を掛けられない様子の客が更に増えてきているので、先行きは不透明である。                                 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員）              | ・悪い状態が続くという意味で変わらない。新型コロナウイルスの影響がいきなりなくなって製造業が一気に増産できるとは思えない。まだ当分は、悪い状態が続くと思う。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（販売担当）             | ・当社はドイツからの輸入車を販売しており、たださえ半導体不足の影響で生産が遅れているのに、ウクライナ情勢で部品供給もまた大分遅れるという情報があったので、今後どうなるか不安しかない。  |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [書籍]（店員）          | ・新型コロナウイルスの第7波が来るのではという話はあるし、ウクライナ情勢もありいろいろな物の値上がりが続いているため、客の財布のひもが固くなるのではと懸念している。   |
| <input type="checkbox"/> | その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当） | ・売上は前年比マイナス7.1%、前々年比マイナス19.5%である。来客数は前年比マイナス10.9%、前々年比マイナス19.8%である。  |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン（経営者）             | ・まだまだ飲食業には新型コロナウイルスの影響があると思う。現状維持ができるように努めていきたい。   |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）    | ・4月より食材等の値上げが多く、客先でもどの程度価格転嫁できるか苦慮している模様である。値上げにより販売量の減少を見込む取引先が一定数おり、通常よりも在庫量を減らす動きが出ている。   |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（支配人）              | ・新年度が始まる4月以降の予約状況は、宿泊人数は前年や前々年よりは多いが新型コロナウイルス発生前の3割にも満たない。一般宴会に至っては2割未満という有様で、回復にはまだまだ時間が掛かると思う。ゴールデンウィークの個人客と6月の株主総会に少しでも期待を持ちたい。 |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（総支配人）             | ・良くなることを期待したい。   |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（営業担当）             | ・現状と同様で余り変わらないと思われる。   |

|   |                          |   |
|---|--------------------------|---|
| □ | 旅行代理店（経営者）               | ・コロナ禍も3年目なので、そろそろ旅行の計画を立てたいという声はある。県民割を政府も後押しするつもりならば、6つの地域ブロック内で全国版のGo To Travelと同じ仕組みで実施してほしい。客が直接ホテルにネットで予約すると、当日ワクチン証明を1人分しか持っていなかったり、子供がワクチン未接種で陰性証明もないケースなど当日トラブルが起きる恐れがある。個人経営の旅行会社ならワクチン接種の確認もきちんとできると思う。Go To Travel自体も、後からの割引にしなければ、大手旅行会社のような不祥事もなくなると思う。ブロック県民割を行うならば、県内の旅行会社での予約を必須にしてほしい。 |
| □ | 旅行代理店（経営者）               | ・飲食料品などの値上げやガソリン代の高騰で、消費者の選別がより厳しくなる傾向がある。具体的には、近所の税込み一本30円のみたらし団子屋には行列ができ、車で来店客も多くなっている。また、大都市の中心部に八百屋などの食料品店が出店するなど、集中的に居住者が集まってくる場所と過疎化している地域とに差ができてくる。  |
| □ | 旅行代理店（営業担当）              | ・旅行業での大きな収入は期待できない。政府の施策がでない限りは、旅行業外の収入確保を優先して取り組むのみである。  |
| □ | タクシー運転手                  | ・タクシー業界はなかなか厳しい状況がまだまだ続いている。賃上げ回答をみても、良い企業もあるがなかなか厳しい企業もある。ロシアのウクライナ侵攻の問題もあって、小麦粉、電気、ガス、ガソリンなどいろいろな物が値上がりしているため、その対策として、特に高齢者は金を使わなくなるのではないかと懸念がある。   |
| □ | タクシー運転手                  | ・悪いまま戻らない。  |
| □ | 通信会社（営業担当）               | ・足元の状況が続くと思う。   |
| □ | レジャーランド（職員）              | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていけば変わらない。原材料費や燃料費の高騰により、4月から商品価格を改定する。客の消費行動にどのように影響するかを危惧している。  |
| □ | テーマパーク職員（総務担当）           | ・ウクライナ情勢で世界経済が不安定であり、物価が上昇する気配もある。  |
| □ | 観光名所（案内係）                | ・新年度になって、値上げやその他良くないことばかりが宣伝されている。先行きが心配である。  |
| □ | ゴルフ場（支配人）                | ・5月の入場者予約数は、各ゴルフ場共に好調に推移している。しかし、これからはコロナ禍に対する認識の変化に伴って様々なレジャーへの分散が予想される。したがって、今後のゴルフ場の景気は余り変わらないと判断する。   |
| □ | その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）      | ・コロナ禍への警戒感には変わらない状況である。   |
| □ | その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当） | ・変わらないというか分からないというのが本音である。ロシアが核兵器を使用するといった状況になれば、悪化は避けられないと思うが、ウクライナへの侵攻が落ち着いていけば、景気が上向きになっていると思う。腹立たしいことではあるが、ウクライナ情勢次第である。  |
| □ | 美顔美容室（経営者）               | ・まだ新型コロナウイルスの感染が収まり切らないため、用心している客は来店を控え、余り気にしない客は来店してくれる。しばらくはこのような調子ではないかと思う。  |
| □ | 美容室（経営者）                 | ・新型コロナウイルスの感染が落ち着くまでは変わらないと思う。  |
| □ | 住宅販売会社（従業員）              | ・今しばらくは様子見の状況が続くと思われる。  |
| □ | その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）        | ・住宅新築、住宅リフォームや企業の設備更新など、順調に受注している。  |
| □ | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）     | ・まん延防止等重点措置も解除されたので期待したいが、繁忙期が終わってしまったので、先行きは変わらない。   |
| ▲ | 商店街（代表者）                 | ・家電製品や工事部材のほぼ全てが値上げとなる。販売量に影響しないはずがないと思う。   |
| ▲ | 一般小売店〔書店〕（営業担当）          | ・年度初めは一旦停滞する。   |
| ▲ | 百貨店（総務担当）                | ・各種食料品の値上げやガソリン価格の高騰により、消費者の財布のひもは一層固くなるものと想定される。賃上げなどで少し明るい話題があるものの、消費全体を盛り上げる力には欠けている。今後の新型コロナウイルス感染動向次第であるが、消費需要よりも旅行需要に金が回り、百貨店としては厳しい状況がまだ続くものと想定している。   |

|   |                   |   |
|---|-------------------|---|
| ▲ | 百貨店（販売促進担当）       | ・現状では新型コロナウイルス感染の拡大防止措置が何もないので、第7波の到来によって第6波よりもはるかに多い感染者が発生し、ゴールデンウィークと夏休みの間には感染拡大防止措置が出るのが予測される。それに伴い来客が減少すると見込んでいる。   |
| ▲ | スーパー（店長）          | ・ウクライナ情勢の終わりがみえていないなか、生活品、電気代やガソリンなどの値上がりが相次ぐことで、消費者の節約意識は更に高まっていくと思われる。  |
| ▲ | スーパー（店長）          | ・商品の値上げアイテムが増えており、更なる値上げ要請がある。  |
| ▲ | スーパー（店長）          | ・値上げラッシュが続くなか、物価だけが上昇し消費者の所得は増えない。節約思考が一層強まる可能性がある。   |
| ▲ | スーパー（店員）          | ・4月より値上げの категория がまた発生する。  |
| ▲ | スーパー（店員）          | ・原油価格はある程度落ち着きをみせているが、円安に大きく動いているので、その影響がどう出るかにもよる。3月は油や大豆などの値上げがあったが、4月以降も何らかの値上げがあり、どう影響するかである。   |
| ▲ | スーパー（総務）          | ・新型コロナウイルスに対する規制の緩和により、一層出歩くようになって巣籠り需要が減ると考えられ、小売業にはマイナスの要因がある。また、ウクライナ問題による物価上昇により、財布のひもが固くなるのではないかと考えられる。  |
| ▲ | スーパー（営業企画）        | ・ロシア・ウクライナ情勢により燃料を始めとして原料費が高騰することが予想されるので、その影響が消費動向に出てくると思われる。  |
| ▲ | スーパー（販売担当）        | ・食品以外にもいろいろな商品の値上げが始まっており、また新型コロナウイルス感染症も終息に向かっていない状況から、必需品以外の購買拡大が考えにくい流れになりそうである。小売各社の競争は激しさを増しており、企業体力の消耗も懸念される。   |
| ▲ | コンビニ（店長）          | ・夏の花火大会も中止となり、近隣での春の祭りも中止となった。まだまだ新型コロナウイルス発生前に戻るには、時間が掛かる。   |
| ▲ | 衣料品専門店（店長）        | ・特に中小企業の客からは、コロナ禍の影響による部品供給不足や人材不足などにより仕事が進まないという話を聞く。こういった地域経済のサイクルの回転が鈍化している。   |
| ▲ | 衣料品専門店（売場担当）      | ・今が1年のうちで最も繁忙期に当たるため、今月は単価が安い物も高い物も平均的によく売れて、当初予算もかなりクリアしている。ただし、今がピークであって来月以降はフレッシュャーズも減り、既にスーツをそろえている人は要らないため、今よりも下がると思う。   |
| ▲ | 家電量販店（店員）         | ・特に購買意欲を感じない。故障したので仕方なく買換えをするという場面が多い。  |
| ▲ | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・新型コロナウイルス流行初期の2020年度と比べて2021年度の方が売上、来客数共に減少傾向にある。ECサイトの普及は今に始まったことではないが、新型コロナウイルス対策で今までECサイトを使っていなかった人も一定数はECに流れていく。新型コロナウイルスもまだまだ続くだろうが、新型コロナウイルスの感染が収束したとしても、小売のEC化は加速していきそうである。 |
| ▲ | 乗用車販売店（営業担当）      | ・ガソリン価格の高止まりや食料品などの値上げ等、生活に関わる物の値上げが著しいので、財布のひもが締め消費が鈍くなると思う。   |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員）       | ・客との会話で、ガソリン価格の高騰、電気・ガス料金の引上げや生活用品の値上げ等、生活費の増加によりなかなか車までは金が回らないと、生活に余裕が余らないことを嘆く話題が増えてきた。   |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員）       | ・生産のめどか立たないのに新型車は発表され、発売すぐに半年以上の納期になってしまう。生産が止まり、改良等でオーダーストップになる車も多い。発売が急きょ延期になったり、生産が止まったりするので、メーカーは間違いのない予定を組んでほしい。   |
| ▲ | 乗用車販売店（営業担当）      | ・昨年末の時点では今年4月以降は生産が回復するといわれていたが、ロシア・ウクライナ情勢が扱い商品の供給にも大きく影響し、遅れている商品入荷がこの先更に悪化するおそれが出てきた。この先は一層不透明になった。  |
| ▲ | 一般レストラン（従業員）      | ・物価の上昇に伴い、外食を控えている。   |

|                        |   |                       |  |
|------------------------|---|-----------------------|--|
|                        | ▲ | その他飲食 [仕出し] (経営者)     | ・ロシアの影響で物理的にも心理的にも後退する。  |
|                        | ▲ | 旅行代理店 (営業担当)          | ・もう新型コロナウイルスオミクロン株の別系統の感染拡大による第7波に突入したと考えてよいと思う。県民割やGo To Travelを実施する準備が進められているが、実際に実施できるかは疑問である。また延期になるのではないかと半信半疑の状態、旅行予約の増加は見込めないと思う。 |
|                        | ▲ | 通信会社 (サービス担当)         | ・年度替わりのピークが終わると落ち着いてくるので、新しいサービスの提供等がなければ、新しい客をつかむのは難しいと思う。  |
|                        | ▲ | テーマパーク (職員)           | ・収束がみえない。  |
|                        | ▲ | パチンコ店 (経営者)           | ・コロナ禍の影響は収まってきているが、業界全体の集客力が落ちてきており、監督官庁による規制の強化とあいまって、減少傾向は変わらない。   |
|                        | ▲ | 理美容室 (経営者)            | ・いろいろな物価も上がって、生活が段々と苦しくなっていくのではないかと思う。   |
|                        | ▲ | 美容室 (経営者)             | ・まだまだ新型コロナウイルスの影響はあるので、一時的に足元では良くなっているが、客自体は少し来店を控えているような感じがする。  |
|                        | ▲ | 美容室 (経営者)             | ・新型コロナウイルスの影響が一番大きいと思う。  |
|                        | ▲ | その他サービス [介護サービス] (職員) | ・介護保険サービスである福祉用具レンタル価格は、上限を設定され、このご時勢では原価高騰でじわじわと利幅が縮小していく様相である。品質に影響を及ぼさないように、運営努力をしている。  |
|                        | ▲ | 設計事務所 (経営者)           | ・計画案件が少なく、実施設計につながらない。   |
|                        | ▲ | 設計事務所 (職員)            | ・今の政府の状況を見ると景気が良くなるような方向性はみられない。   |
|                        | ▲ | 住宅販売会社 (経営者)          | ・売地が少なく、また、在庫も少なくなって、その上建築費が上がっているため先行きが不安である。   |
|                        | ▲ | 住宅販売会社 (従業員)          | ・住宅ローンの借入金利が低水準であるため、検討をする人は出てきている。  |
|                        | × | コンビニ (店長)             | ・仕入価格の上昇で販売価格を上げざるを得ない。まん延防止等重点措置が解除されても、客足は戻っていない。  |
|                        | × | 一般レストラン (経営者)         | ・新型コロナウイルスの終息は無理であろうから、まだまだ心配がある。そして、ウクライナ問題が最大の懸念である。   |
|                        | × | 都市型ホテル (従業員)          | ・予約数から、悪くなると判断する。  |
|                        | × | 通信会社 (企画担当)           | ・新型コロナウイルス、半導体不足、円安や原油といったいろいろな物の値上がりなど、不安定要素が多過ぎる。  |
|                        | × | 理容室 (経営者)             | ・次から次へと予想外の事案が出てきて安心できない。  |
|                        | × | その他住宅 [住宅管理] (経営者)    | ・新型コロナウイルス対策が遅れ、エネルギーや材料の価格が上がり、これからまたウクライナ情勢も加わり、経済の回復が進まず2～3か月先が心配である。このままでは景気は落ち込む。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(東海) | ◎ | —                     | —  |
|                        | ○ | 輸送業 (従業員)             | ・物量の動きから、徐々にではあるが良くなっている感があるが、ウクライナ情勢が長引けば、それも終息する可能性がある。  |
|                        | ○ | 通信業 (総務担当)            | ・新型コロナウイルスとの付き合い方も浸透して、感染症対策をしつつ規制も解除になり、消費が戻る。  |
|                        | ○ | 金融業 (従業員)             | ・新年度を迎え一般的な需要は増えるように思う。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばいであるため、観光や飲食関係では景気は戻りづらいと考える。  |
|                        | ○ | 金融業 (従業員)             | ・飲食店の営業時間が通常に戻るということで、皆の会話を聞いていても、外に出て外食や会食を楽しむ計画を立てている人が大変多いため、飲食店を中心に景気は上がっていくと思う。   |
|                        | ○ | 不動産業 (経営者)            | ・大都市圏への集中がみられる。  |
|                        | ○ | 不動産業 (経営者)            | ・今後は新型コロナウイルス新規感染者数の減少傾向がしばらく続くと思われ、外出や遠出する人の増加傾向は当面継続すると予測している。今後も売上は徐々に回復していき、前年を上回る状況は継続していくと予測している。                                  |
|                        | ○ | 会計事務所 (職員)            | ・季節的にも外へ向かう気分になっている。国内旅行のパンフレットがダイレクトメールで送られてくることが増え、幾つか検討しているツアーもある。少しずつ消費が増えるように思う。  |

|   |                     |   |
|---|---------------------|---|
| ○ | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・新型コロナウイルスの感染拡大から2年ほど経過したが、あと半年は不況が続くと考え。当社の新製品も客に試用してもらった段階になった。客の反応はまずまずで上々の滑り出しである。  |
| □ | 食料品製造業（営業担当）        | ・軒並み受注量も減少傾向にあり、良くなる要因が見つからない。  |
| □ | 化学工業（総務秘書）          | ・景気に悪影響を与える要因は特段ない。スポーツ観戦や興行の再開は2年間の我慢を取り戻すような消費行動にもつながり、ポストコロナでの好景気を歌いたいという意識が強く感じられる。   |
| □ | 窯業・土石製品製造業（社員）      | ・受注の予想を立てにくい状況が続いているが、新規引き合いは多く、受注量が増えることはあっても減る可能性はなさそうである。  |
| □ | 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、変わらない。   |
| □ | 一般機械器具製造業（営業担当）     | ・輸送と部品供給の問題が解決しないことには生産計画が立てられず、受注に結び付かない。また、輸送費の高騰が利益を圧迫しているため、良くなる材料がない。  |
| □ | 一般機械器具製造業（経理担当）     | ・鋼材やガソリン価格が高くなり先が見えない。とても利益は望めない。   |
| □ | 電気機械器具製造業（経営者）      | ・3か月前もまだ新型コロナウイルスの影響が続いていると思う。客先業界の設備投資への意欲が復活するのは大分先なので、余り変わらない。   |
| □ | 電気機械器具製造業（経営者）      | ・全ての物が値上がりするなかでやむを得ないといった感覚もあるため、余り変わらないと思う。  |
| □ | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）  | ・ロシアの戦争が終わらないとロシア向けの輸出関連が復活しないため、しばらくはこのままだと思う。   |
| □ | 建設業（経営者）            | ・世間では新型コロナウイルスとウクライナ問題で何となく落ち着かず、景気も良くなるのかどうか誰も分からない状態である。これから少し大変になると思うが、現状のままewithく考える。   |
| □ | 建設業（営業担当）           | ・今の御時世では、出勤が減ったサラリーマンも自営業も全体的に収入は下がっていく一方だと思う。こういう世の中だからこそ新しい仕事が出てくるときにどういった業種で景気が上がっていくかは分からないが、これまで良かったところは下がって違うところが上がっていくと思われる。 |
| □ | 輸送業（従業員）            | ・原油や部品などの先行きの供給や値段が予測できない。新型コロナウイルスの感染が収束してもいないこの時期に、ウクライナ問題でまた影響を受けそうな感じである。   |
| □ | 輸送業（エリア担当）          | ・燃料費は上がっているが、客からの単価は変わらないために苦しい。  |
| □ | 輸送業（エリア担当）          | ・ロシアのウクライナ侵攻による世界経済の停滞や物価の上昇が見込まれ、良いニュースが何もない景況感である。先行きが見えないという点で、今後の景気は少し伸び悩みそうである。  |
| □ | 通信業（法人営業担当）         | ・次は新型コロナウイルスの第7波である。ワクチン接種とマスクに頼った対策は腰抜けで場当たりのである。新型コロナウイルス発生前の日常を取り戻すための行動様式の確立に国を挙げて取り組まねば、状況は好転しない。                              |
| □ | 通信業（法人営業担当）         | ・諸物価高騰の折から消費者マインドがかなり低くなる。加えて、新型コロナウイルスの第7波が押し寄せてくるかもしれないと考える。  |
| □ | 広告代理店（制作担当）         | ・新たな新型コロナウイルス変異株に加えて、ウクライナとロシアの情勢による原料不足もあり生活必需品の値上がりが予想される。広告出稿量も横ばいが続きそうである。  |
| □ | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・新規利用者が増える時期までは、購入量は増加しない。  |
| ▲ | 食料品製造業（経営企画担当）      | ・原材料価格、燃料、人件費や物流費など更なるコストアップ要因が多過ぎて、危機的な状況にある。  |
| ▲ | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）   | ・新型コロナウイルス感染症の拡大、主要原材料の値上げ、物価高、ロシアのウクライナ侵攻、円安の急激な進展等による悪い状況が今後も続くと思われる、景気はやや悪くなると思う。  |
| ▲ | 化学工業（営業担当）          | ・プラスチック原料価格は更に上昇し、収益のひっ迫が予想される。客への値上げ活動は実施しているが、全て転嫁できないことが予測される。   |

|                  |   |                    |  |
|------------------|---|--------------------|--|
|                  | ▲ | 金属製品製造業（従業員）       | ・ステンレス材を始めとした原材料の価格高騰が暗い影となっている。収益の圧迫はもちろんだが、市場の縮小、停滞は免れず、その影響は見極めが付かない。   |
|                  | ▲ | 電気機械器具製造業（営業担当）    | ・ウクライナ情勢等の影響が今後出てくる可能性がある。   |
|                  | ▲ | 電気機械器具製造業（総務担当）    | ・ロシアのウクライナ侵攻や北朝鮮の動向等、地政学的リスクが心理的な圧迫となり、消費マインドを下げるのではないかと危惧する。  |
|                  | ▲ | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・ロシア・ウクライナの戦争の影響と、需要に見合う部品の入手が進まないため、やや悪くなる。   |
|                  | ▲ | 建設業（役員）            | ・建設、不動産分譲とも資材高騰が懸念される。分譲住宅では販売価格に大きく影響する。客が予算オーバーになってきている。コロナ禍やウクライナ情勢による影響で、更なる不安材料がある。   |
|                  | ▲ | 金融業（企画担当）          | ・まん延防止等重点措置が解除されたとはいえ新型コロナウイルスの感染が収束に向かっていないことに加え、ウクライナ問題もあり材料費が高騰している。価格に転嫁できない企業は非常に厳しい。両方が落ち着いてこない、景気は良くなる方向にならない。                                |
|                  | ▲ | 不動産業（開発担当）         | ・マンションの販売状況は変わらず堅調であるが、資材素材関連の値上がりの影響が今後出てくると考える。  |
|                  | ▲ | 新聞販売店〔広告〕（店主）      | ・配達用の燃料費や賃金など様々なコストが上がっている。また、節約のために新聞購読をやめる人も増えてきている。   |
|                  | ▲ | 公認会計士              | ・中小企業の後継者不足や低生産性等新型コロナウイルス発生前からの課題や、業種によってコロナ禍で生じた売上減少等の課題の解決には少し時間が掛かる。今後、補助金等が適用されなくなる局面では、企業の業績悪化が具現化すると見込まれる。さらに、ウクライナ問題によるエネルギーコスト増加等の影響が予想される。 |
|                  | ▲ | 会計事務所（職員）          | ・原料価格の高騰や円安の進展で、以前にも増して仕入価格が高くなっている。価格に転嫁したくても売上減少などが懸念され、なかなか進まないのが実状である。国の指導で抜本的な経済対策がなされなければ、景気は悪化、若しくは現状維持にとどまると思われる。                            |
|                  | × | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）  | ・新型コロナウイルスの影響、ロシアの問題、給料は上がらず物価が上がっていくなど良い話題がない。  |
|                  | × | 鉄鋼業（経営者）           | ・良くなる要因がない。世界情勢による資源価格の高騰もあり、鉄鋼メーカーの恣意的な値上げ要請だけが続き、中小零細企業は企業間取引での物価高に押しつぶされる。これ以上続くと潰れる会社がどんどん出ると思う。   |
|                  | × | 金属製品製造業（経営者）       | ・仕入価格の上昇を販売価格に転嫁する準備はしているが、引き合いも減少している。  |
|                  | × | 輸送用機械器具製造業（管理担当）   | ・4月から更にいろいろな物が値上げされ、更に景気悪化へ向かう気がする。  |
|                  | × | 輸送業（経営者）           | ・軽油価格の高騰やトラックの新車不足に伴う修理費増大はしばらく継続すると思われ、利益を圧迫する。さらに、消費財、生産財共に原料価格高騰に伴う値上げが続くことで消費が冷え込み、荷量が減少すると考えられる。  |
| 雇用<br>関連<br>(東海) | ◎ | —                  | —  |
|                  | ○ | 人材派遣会社（社員）         | ・ゴールデンウィークに祭りの開催が決定し、少しは良くなるかと思われるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の状況による。  |
|                  | ○ | 人材派遣会社（営業担当）       | ・派遣求人数、成約数共に前年を上回り、積極的な採用計画をもくろむ企業が増加傾向にある。  |
|                  | ○ | アウトソーシング企業（エリア担当）  | ・4月以降、部品供給不足と半導体不足は徐々に改善される見通しである。生産計画も部品調達との関連を考え、段階的に生産増加へ推移する予定である。第7波の懸念もあるが、生産計画どおり推移してほしい。   |
|                  | ○ | 職業安定所（職員）          | ・輸送用機械器具製造業については、半導体等の部品供給不足も改善しており、新型コロナウイルス発生前の状況に向かっていくと思われる。一方、世界的な原油高、原材料高に加え、ロシア・ウクライナ情勢等、先行きに不安要素がある。   |
|                  | ○ | 職業安定所（職員）          | ・まん延防止等重点措置が解除となり、求職者も求人者も動きが活発になっていくと見込まれる。   |

|   |                 |   |
|---|-----------------|---|
| ○ | 職業安定所（職員）       | ・管内企業では人手不足感が出てきているところが多くなっている。ただし、海外情勢や新型コロナウイルスの感染状況に注視する必要はある。   |
| ○ | 職業安定所（次長）       | ・コロナ禍が続くなか、新規求人数は産業ごとにばらつきはあるものの増加傾向を維持している。なお、新たな新型コロナウイルス変異株による感染の再拡大やウクライナ情勢が経済に与える影響には注視が必要である。                     |
| ○ | 学校〔専門学校〕（就職担当）  | ・3月末時点でも、若干ではあるが採用未定の学生がいないかという法人からの問い合わせがある。入職辞退者などが発生している状況である。   |
| □ | 人材派遣会社（経営企画）    | ・特に変化の兆しはない。  |
| □ | 人材派遣業（営業担当）     | ・新型コロナウイルス感染対策、ウクライナ情勢次第で変動はするが、この先数か月には劇的な変化は期待できない。   |
| □ | 人材派遣会社（営業担当）    | ・4月になって一旦採用意欲が下がる企業が増えてくる。それに伴い求職者も一旦現状の職で様子を見る時期となり、人材流動は落ち着くとみている。  |
| □ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・新型コロナウイルス、ウクライナ情勢など企業活動を進める上で不安要素が多い。手探り状況が続くと思われる。  |
| □ | 職業安定所（所長）       | ・新規求人数は徐々に増加し、穏やかながら改善傾向を維持しているが、新型コロナウイルス感染の長期化の影響に加え、原材料価格の高騰、部品・部材不足等先行きの不透明感が残る。                                    |
| □ | 職業安定所（職員）       | ・新型コロナウイルス感染症の影響は軽減し始めているものの、資源価格の高騰や円安の影響が懸念される。   |
| □ | 民間職業紹介機関（窓口担当）  | ・新型コロナウイルスの感染拡大が収束とまではいえないもののまん延防止等重点措置が解除されたため、その分減少していた求人ニーズは戻ってきているが、ロシア・ウクライナ情勢の経済面への影響などが懸念されるため、周囲の景気上昇までは見込めない。  |
| ▲ | 人材派遣会社（企画統括）    | ・ロシアのウクライナ侵攻が世界経済に大きな影響を与えると思われる。   |
| ▲ | 人材派遣会社（営業担当）    | ・前月と同様に今月は年間でも派遣募集が増える時期であるため、2～3か月後は足元よりも募集数下がるのが予想される。また、ロシアのウクライナ侵攻が長期化すると主要客の部材調達への影響が出て、外部人材活用への投資にストップが掛かる可能性もある。 |
| ▲ | 人材派遣会社（営業担当）    | ・ロシアのウクライナ侵攻で先行きが不透明である。  |
| ▲ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・Go Toキャンペーンなどが再開するが、新型コロナウイルスとウクライナ情勢で消費マインドは冷え込んでおり、上向く気配はない。   |
| ▲ | 職業安定所（職員）       | ・ウクライナ情勢の影響が暗く影を落とすと考える。  |
| ▲ | 民間職業紹介機関（営業担当）  | ・4月からゴールデンウィークにかけては、例年転職希望者の登録が減少する。  |
| × | —               | —   |