

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染防止に注力しながら、元気を出すことが大切である。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・遅きに失した感はあるものの、一定数の外国人観光客を入国させるなど政府が経済を回そうという方向に動き出したことが大きい。
	◎	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として高い水準にあるが、これまで消費されなかった分の需要があり、今後の売上拡大に期待が持てる。インバウンドについても徐々に戻ることが想定され、売上の上積みにも寄与することが見込まれる。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの規制緩和でますます来客が増えそうである。
	◎	百貨店（業績管理担当）	・店の改装効果やイベントワクワク割のスタートにより、少しずつ客の購買意欲が高まると考えられる。
	◎	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、規制も緩和されたため、少しずつ客が出てくると思う。
	○	商店街（代表者）	・夏休みの帰省時期は、人出が増加傾向になる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が収束して、旅行業界や航空業界も良くなると思う。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・行動制限が大分緩和されると思うので、足元のような状況ではなく、景気はやや上向いていくと思う。
	○	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・ゴールデンウィーク以降、大分人出が戻ってきたように感じる。外出の機会が増えたからか、服飾雑貨の動きも戻ってきている。
	○	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィーク前から、特に百貨店の中心客である中高年層の消費者の動きが活発化し、ファッション関連商材も動き始めた感がある。ゴールデンウィーク後も、新型コロナウイルスの感染拡大は予測を下回っており、中間層にも動きが見えつつある。
	○	百貨店（経理担当）	・コロナ禍も落ち着きつつある。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数は増加傾向にある。ただし、物価高に伴う景気減速やアフターコロナの新しい生活様式により、一気には回復していかない。
	○	百貨店（販売担当）	・このまま自粛などがなく夏休みに入ることができれば、売上は上がりそうである。
	○	百貨店（販売担当）	・今の状況が続けば、徐々に客足は戻ると感じる。しかし、新型コロナウイルス発生前のようにするには、まだ時間が掛かる。
	○	スーパー（販売担当）	・夏休みに入るため、より一層来客数が増えると思う。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響も懸念されるが、このままの状態を維持することが予測され、盛夏に向けて、売上、来客数共に緩やかながらも伸長していきそうな流れである。
	○	コンビニ（エリア担当）	・海外旅行者数も少しずつ増えて、国内の人流は回復していくと思われる。
	○	コンビニ（店員）	・夏に向けて、冷たい物を買いたい涼みに来る客が増えると思う。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・夏季に向けての行楽シーズンの到来により、人の動きが活発になると想定する。
○	衣料品専門店（店長）	・大口の注文が増えてきており、コロナ禍からの回復で今後も続くと思われる。	
○	衣料品専門店（売場担当）	・国内での規制緩和だけでなく、海外からの入国者の受入れも始まっている。今後、こうした規制緩和に伴う動きが活性化していくと消費も上向きになり、併せて景気も回復すると考えられる。	
○	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いてきたので、経済活動が活発になれば景気が少し良くなると思う。ただし、いろいろな物が値上がりしているため、マイナス要素もある。	
○	乗用車販売店（経営者）	・今後は新型車も発売されるので期待をしたい。	

○	住関連専門店（営業担当）	・住宅、店舗などのリフォーム物件が増えている。ここ数年新型コロナウイルスで休止していた物件も動き始めており、将来的な見込みはある。ただし、建築資材の値上げで先々の見積りが出しにくくなっており、プレーキが掛かっている。
○	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・このまま社会の新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進みマスクが外れていくと、化粧品や旅行用品の売上が加速すると思われる。
○	高級レストラン（経営企画）	・コロナ禍で厳しい営業状況であった都心部において、企業等の動きが徐々に出てきている。6月以降のインバウンドにも期待している。
○	都市型ホテル（営業担当）	・国内の飲食需要の回復に加え、インバウンドに期待する。
○	旅行代理店（経営者）	・今後は経済回復にシフトしていくことを期待する。
○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策が緩和されて2か月たつが、このまま収まった状態があと2～3か月続けば、良い方向に向かうと思う。
○	旅行代理店（経営者）	・2年半の我慢から解き放たれ自由に移動できて宴会も多くなる。ただし、人口の減少は間違いなく、内需は復活しても、海外からのインバウンドが増えない限り生き残れない。
○	旅行代理店（営業担当）	・さすがに数か月後にはGo To Travelも実施されると思うので、ウィズコロナで団体旅行も増えていくと予想する。
○	旅行代理店（営業担当）	・現在問合せを頂いている団体がそのまま実施に至ってくれば、多少は回復傾向にあると考えてもよい。
○	テーマパーク（職員）	・学生団体、一般団体も戻りつつある。
○	レジャーランド（職員）	・県民割がブロック割へと範囲拡大しており、集客促進の効果が期待できる。直近3年は夏に感染拡大しているが、ゴールデンウィークに引き続いて、行動制限のない夏になるようお願いしたい。
○	テーマパーク（職員）	・今後新型コロナウイルスの感染が収束し、インバウンドも増えてくる可能性がある。
○	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・新型コロナウイルス収束によるマインドの上昇が、景気全体を上向きにさせる気がする。
○	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・暑くなると入浴用品の需要が高まるため、販促活動を計画中である。
○	住宅販売会社（従業員）	・ボーナスの状況次第で、動きが変わるかもしれない。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、まだまだ思ったよりも減少していかないと思う。
□	商店街（代表者）	・ちょっとした要因で活気がしぼんでしまうので、正直、答えようがない。薄氷の上を歩いているようである。
□	商店街（代表者）	・当業界としては、家で巣籠り生活をしてもらう方が販売量につながる傾向がある。外へ出掛けられると、他で散財されて当業界にまで回ってこない。
□	商店街（代表者）	・コロナ禍においても、客の動きは回復しているように感じるが、家電製品の品切れ状態や商品部材の値上げが余りに急で驚いている。商品が高くなりすぎて、買いたくても買えない状況が出てくると思われる。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・今は全世界的に経済のバランスが崩れている。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月後も今と変わらないと考える。足元で伸びている企業、産業は売上と収益に貢献してくれるが、大多数を占める中小企業は物価高によって4か月先も消費を控える。全体では変わらない状況だが、内訳は大多数のマイナスを、一部企業の売上によって賄っている。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費者の飲食店の利用方法は新型コロナウイルス発生の前後で大きく様変わりしており、以前のようにもう戻らないという飲食店オーナーの声をよく聞く。複数の不動産業者からも、空き店舗に入る良いテナントがないかと相談される。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価上昇はとどまるところを知らず、この状態が続くと家計にも響き、消費は落ち込むと思う。切り花の仕入価格もかなり上がっていて、厳しい状況にある。
□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響は段々と改善に向かっていると考えられるが、他の要因として、ウクライナ戦争、インフレや物価高などは先が読めない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・例年どおりと思われる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (経理担当)	・新型コロナウイルスの感染リスクが後退して、レジャー、外食やイベントを中心とした関連のリベンジ消費が期待される一方、物価高が家計を圧迫することで、景気は足踏みすると考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (計画担当)	・コロナ禍の影響はあると思われるが、今のマインドが維持され、ある程度の需要は続いていくと思われる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・席数を減らしての営業では客足が戻っても変わらない。単価を上げることは容易ではなく回転数にも限りがあり、売上は頭打ちの状態である。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・うめの時期になるが、入荷量が少ないと聞いている。その影響がどこまで出るか。また、スイカの価格がどこまで下がるかによって売上が変わる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・商品の値上げはまだ続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー (総務)	・食品メーカーでの値上げの報道もあり、買い控えて財布のひもが固くなると見込んでいたが、売上や来客数など来店状況には余り変化がないため、このままの状態が推移すると思う。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・当店は、夜の繁華街のにぎわいととも売上が伸びる形ですずっと推移してきたが、今の状況では夜の人出でにぎわいが戻るようには思えないため、ずっとこのままの状態が続くと見込む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・業界全体としては必ずしも良い状況は期待できないが、個店としては、新体制のスタッフも機能し始め、淡々と落ち着いて営業できそうな見込みである。上昇はしないが、減少するような要素も当地では余りない。アプリ登録者・利用者の増加は、経営の下支えとなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (商品開発担当)	・ウクライナ情勢と新型コロナウイルスに左右される環境は、短期的に変化がないと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (本部管理担当)	・小売業界のみを考えた今後の見通しは、来客数の増加で増益をもたらす人動の活性化度合いと、経費を圧迫する各種商材の値上げ幅が指標となり、この2点が折り合うことが理想である。商材値上げのインパクトが想定を超えた場合、小売業界の先行きは不透明となる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・バーゲンセールではそれなりに売れるが、勢いで購入する人が少ない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (販売企画担当)	・もう少し新型コロナウイルスの規制緩和が浸透して、常に人の動きが活発化してくれば、上向いてくると思う。今はまだそうっていないので、変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (店員)	・テレビや洗濯機の在庫状況が芳しくない。余り販売が伸びるようには思えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・部品不足や工場停止は回復の兆しもなく、その影響は長く続きそうな様相である。それに輪を掛けて、各種エネルギーの高騰や物価高が消費に悪影響を及ぼしそうである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・先行きに特に明るく魅力的な要素はないが、悲観する理由も特になく判断が難しいため、変わらないと思う。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・新車は売れるが、納期は最低半年で1年以上掛かる車が多数ある。1年以上先の車を販売しても、いつ登録納車ができるのか分からない状況である。上海のロックダウンで、更に伸びている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・ものづくりの世界では、課題解決にまだ1年は掛かると思われ、まだまだ悪い状態が続くと見込む。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・新型車が発表されて、前年比120%ほどの来客数で店には新型コロナウイルス発生前の活気が戻りつつある。注文数も、前年を上回る数字になっている。ガソリン価格の高騰でより燃費の良い車や電気自動車が話題になり、車の維持費を下げることに関心があるように見受けられる。軽自動車の売上比率の上昇もそのためと感じる。ただし、生産遅れはやはり深刻で、今注文を頂いても納車は半年以上先で、ここしばらくは良くなるとは思えない。

<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4.6%、前々年比マイナス13.0%である。来客数は、前年比マイナス9.8%、前々年比マイナス18.0%である。なお、当社は大手小売店をキーテナントとするショッピングセンターを運営しているが、前年度からリニューアル工事が進捗中で一部店舗がローテーションで休業しているため、単純な比較はできない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・いろいろな物品の値上げのため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・ウクライナ問題と石油、ガス、電気、食材や原材料の価格高騰を受けて、これから先が良くなるとはとても思えない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・4月から売上ベースで6割を占める商材を約10%値上げした。5月は、数量ベースでは前年を下回ったものの、金額ベースでは前年と同程度となった。今回の値上げ分を販売価格に転嫁する取引先が多く、消費者に受け入れられるかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (支配人)	・県民割などにより、個人の予約数が増えつつある。修学旅行も再開され、宿泊人数の増加が期待できる。一方、レストランはなぜか来客数の伸びが今一つで、一般宴会の予約状況も4割程度にとどまっており、全社的には厳しさが続く。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (従業員)	・予約数から変わらないと見込む。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (経営者)	・新型コロナウイルスの感染が収束して平常に戻ると思う。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	・当地域ではこの夏の国際線リゾート路線の運航がまだ未定である。もし夏の需要が国内旅行だけになると利益が見込めず、やはり厳しい状況が続く。国内旅行を自分で手配したりマイレージのポイントで旅行する客も多く、ホテル単体の予約はネットの予約サイトに負けてしまう。さらに、ブロック割で直接ホテルに予約をされると、他県に支店がない個人旅行会社は、もはや県内旅行だけの取扱となってしまふ。移動の多い夏休みには、県民割を中止してほしい。また、電子マネーは使いにくいので現金割引とするなど県民割の方法を統一すべきである。海外旅行では、帰国前PCR検査をワクチン接種者は免除してくれたらハネムーン需要が増えて、仕事にもつながると思う。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・3か月先にはまた暑い時期となり、期待半分の複雑な心境である。明るいニュースとしては、6月頃より海外からの観光客受入れが少しずつ始まる。悪いニュースは、ガソリン価格、ガス代、食品などの値上げで毎月の出費がこれまで以上に増えるので、特に高齢者のことを心配している。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・工事の長期化は当面続きそうである。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・半導体不足の影響はより身近な商品にも及んできており、機器の一時出荷停止などによって販売量が減少している。2～3か月では解消に向かうのは難しいと思われる。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (案内係)	・少なくとも新型コロナウイルスの感染が収束に向かっている状態は嬉しいと思う。ただし、ウクライナ問題や続々と商品の値上げが続くことから、余り大きな期待はできない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (支配人)	・7月以降の入場者予約数は順調で、各ゴルフ場共に前年同日の予約数を大きく上回っている。前年もそこそこの入場者があったので、今後も、このままの良い方向で期待できると見込む。
<input type="checkbox"/>	美顔美容室 (経営者)	・まだまだ新型コロナウイルスを警戒している人がいるため、新型コロナウイルス発生前の状況には至らない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	・しばらく横ばいが続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [室内装飾業] (従業員)	・今のところ見積り等の引き合いもほとんどない状態である。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (営業)	・閑散期の間にはどれだけ準備できるかが課題であるが、新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着けば期待が持てる。

▲	百貨店（売場主任）	・平日の来客数は減っている。客の様子は、買うというよりも売場を一周見て回るとい人が多い。接客時間も長く、一足ではなく何足か履き試しをして、購入する客もいれば、検討すると言って帰る客もいる。メーカーも余り在庫を持っていないため、他店からの取り寄せで回しているがなかなか納品も厳しく、商品の値上げもあって、厳しい状態がずっと続いている。
▲	スーパー（店長）	・世界情勢の不安、原料価格の高騰や末端商品売価の値上げ、新型コロナウイルスのリスク減少に伴う在宅率の下降により、やや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・原料の価格高騰により様々な物の値上げが相次いでおり、買い控えによる買上点数が減少している。この状態はしばらく続くと思われる。
▲	スーパー（店員）	・6～7月にも値上げの要請があり、更なる販売数の減少が見込まれる。
▲	スーパー（営業企画）	・燃料費を始め各種原料費の値上げが今後本格化することが予想される。内食需要は高まるものの、消費支出は抑制されると思われる。
▲	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルス及びウクライナ紛争の影響により、ことごとく値上げされている状況下で個人の収入が増えることはなく、ますます消費が厳しくなると思われる。新型コロナウイルスに関しては少し明るい見込みがあるものの、特にアパレル関係の購買に関しては、まだ上向く兆しはない。この状況が当たり前の世の中になりつつある。
▲	コンビニ（企画担当）	・人の動きはより活発になっていくと思われるが、今後商品の値上げが予定されており、物価の上昇による影響が心配である。
▲	コンビニ（店長）	・物価の上昇が著しい。6月に多くの商品が値上げとなる一方で、人件費削減を図る企業が多く給料は増えないため、段々と景気は悪化していくと思われる。
▲	家電量販店（営業担当）	・物価の上昇及び円安の影響により、やや悪くなる。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・まん延防止等重点措置の解除でこれまで控えられていた旅行や外食は復活し始めるだろうが、逆に今まで恩恵を受けていた家電業界に回る金が減る。上海のロックダウンの影響で売れ筋商品の納期が分からないのも、不安材料である。
▲	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足からくる新車の供給状況は、ウクライナ問題などによりここ数か月でますます悪化している。メーカーでは今後最低1年は改善しないと予想しているようである。
▲	乗用車販売店（従業員）	・客の財布のひもがますます固くなると見込まれる状況で、希望する車両の納期がはっきりせず待ち時間が必要になれば、よほど定期的に車両購入が必要な客か、若しくは事故等でどうしても買換えが必要な客といった限られた客層になってくる。運転中の快適さが増すような装備が増えないと、一般客へのアピールは弱いと思う。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・この先もしばらくは納車状況は変わらないか、更に納期が延びる恐れも出てきており、見通しが立たなくなってきた。いずれは商品が入ってくることを前提に受注を取っていくしかないが、目安の入荷時期は目安でしかなく、客には相当余裕を持って案内しなければならない。
▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・輸入状況と円安の影響で、メジャーブランド品、素材としての金地金やダイヤモンドが更に高騰する見通しである。真珠も国内養殖市場が厳しいようで、価格高騰が見込まれている。貴金属品は全般的に値上げせざるを得なくなりそうである。その結果、買い控えが発生すると思われる。
▲	一般レストラン（経営者）	・原材料費の値上がりやウクライナ侵略の影響で、例年と比べやはり売上は下がると思われる。
▲	一般レストラン（従業員）	・物価の上昇が家計を圧迫する。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・物価の上昇は広範囲にわたるため、買い控えが進む。
▲	観光型ホテル（経営者）	・7～8月も県民割などが継続していれば今の状態が続くと思うが、継続するかどうかは全く不透明である。県民割などがなければ、やや悪くなる。施策の有無が、良くなるか悪くなるかの大きなポイントになる。

	▲	都市型ホテル（総支配人）	・食材、清掃、リネン、アメニティーなど全ての取引業者がここぞとばかりに10～40%の値上げを告知し、交渉の余地なく実施してくる。このような環境は、過去に体験したことがない。国内出張の宿泊客が当ホテルの主要客であるが、出張手当の引上げは期待できず、厳しい競争のため価格には転嫁しづらい。レストランのディナーや宴会は、大手企業を中心にいまだ会食が禁止されており、受注に苦戦している。
	▲	旅行代理店（経営者）	・観光需要喚起策が県民割からGo To Travelに移行されたときの客の反応が読めない。
	▲	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているものの、原油高、半導体不足などマイナス要因の先行きは見通せず、閉塞感が続くと思う。
	▲	通信会社（サービス担当）	・ほとんどの家庭で既に光回線が導入されているため、今後はより安い会社への乗換え客で実際の新規客はほぼいなくなる。料金体系の見直しや新しいサービスの提供等で既存客を引き止めていかないと、テレビサービスの強い他社等に客が流れてしまうと思われる。
	▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の影響が一巡したあとも来客数は漸減したままである。業界全体で同じ動きと思われる。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上がっていくため、景気は悪くなると思う。
	▲	美容室（経営者）	・2～3か月後は夏になるが、車を運転できる客が少なくなっているため、客の出足は悪くなると思う。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの治療薬ができれば良くなると思うが、できない限りはまだまだであると思う。
	▲	美容室（経営者）	・少しずつ新型コロナウイルスの影響はなくなっているが、物価上昇など別の要因で、景気が悪くなっていくと思う。
	▲	設計事務所（職員）	・政府のスタンスとして、景気対策の優先度は低いように思われる。景気回復は余り期待できない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・客のリフォームしたい意欲は少しずつ高まっているが、3か月先に建築資材が下がる保障もなく、まだまだ厳しい。景気回復も進まず、油断のできない状態である。
	×	商店街（代表者）	・全ての仕入れ品目で値上がりしている。ロシアが戦争を続ける限り、まだまだ景気は悪化しそうである。
	×	スーパー（店長）	・国内全体で特殊なインフレ状況に陥る可能性がある。物価は上がるが賃金は上がらず、安物買いの状況となる恐れがある。
	×	スーパー（販売担当）	・輸入食品の停滞が更に深刻化し、中国製の工業製品や市町村の指定ゴミ袋にも供給不安もあり、客の需要に対応できないことも予想される。コロナ禍で落ち込んだ商品の回復力も弱く、厳しい状況になりそうである。
	×	コンビニ（店長）	・次々に食品の仕入価格が上がっていて、価格改定が追い付かない。配送経費の増大のため、納品回数も減っている。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足の影響で車がほとんど生産されていない状況となっている。ショールームにも展示用の車が半分以下しか置けない状態である。
	×	タクシー運転手	・石油価格の高騰や円安に十分対応できていないので、景気は悪くなるしかない。
	×	設計事務所（経営者）	・新しい案件が現時点でないと、おのずとしばらくは暇な日々を過ごすことになる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がまだ続いている。広告を出しても、客の動きは余りなく反応は悪い。
	×	住宅販売会社（従業員）	・なぜか資材高騰にかこつけて工賃も上がってきている。大工の手間を習得しようと思う若者も少なく、手配が大変になってきた。
企業動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先のメーカーがそろそろ設備投資を始めるということから、ある程度の販売台数が出るのではないかと期待を込めて、やや良くなると思っている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・海外からの部品や半導体の供給なども、今よりは改善されると思われる。完成車メーカーの生産も増えていくと考えられる。

<input type="radio"/>	建設業（役員）	・在庫物件にはお買い得感があり、販売しやすくなるのではないが、しかし、その後は価格が高騰した新規物件が出てくるので、買い控えとなる可能性がある。建設工事では、受注はまだあるが、資材高騰による減益が懸念される。
<input type="radio"/>	輸送業（従業員）	・この2年間コロナ禍で中止になっていた引き合いで、4月以降次々と話が出ている。このまま次の新型コロナウイルス感染拡大が起きないことを祈りたい。
<input type="radio"/>	通信業（総務担当）	・足元の新型コロナウイルスの感染状況であれば、もっと人流が活発になって国内消費が増えるため、やや良くなると思う。
<input type="radio"/>	通信業（法人営業担当）	・長く続いたコロナ禍だったが、日常を取り戻す動きが加速している。学校でも体育時間にはマスクを外し、自転車に乗る大人もマスクを外す人が多くなった。日常の行動が変わることから、心理的にも新型コロナウイルスから解放されて、消費行動も元に戻るようになるのではないかと考えている。
<input type="radio"/>	金融業（従業員）	・足元では比較的新型コロナウイルスの感染が落ち着いているため、旅行に出掛けたり飲食店も長い時間営業ができるようになってきている。将来についても、旅行の予定を立てているとよく耳にするので、景気は戻ってきておりこれからも良くなると思う。
<input type="radio"/>	不動産業（経営者）	・海外事情を考慮した国内不動産への回帰の兆しがある。
<input type="radio"/>	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少と、4回目のワクチン接種が開始されたこともあり、今まで中止されていた夏開催の企画等も再開され始めている。
<input type="radio"/>	会計事務所（職員）	・夏休みに向かって出掛ける機会は増えると思う。私自身も友人との旅行を計画している。
<input type="radio"/>	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・いろいろな問題が少しずつ解消されてきて生産は回復すると思う。抑えていた設備投資も国内向けで増加し、当社の新製品も大きく評価されると思う。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営企画担当）	・食品を中心に値上げの事例が後を絶たず、人流が増える反面、家庭内消費の勢いは大幅に減速する可能性がある。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（営業担当）	・受注量は前年に比して減少が続いている。回復の兆しがみえない。
<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気は余り良くないが、2～3か月先も、原材料高、原油高、物価高、ウクライナ問題、新型コロナウイルス感染症等には余り改善が見込めず、景気はこのままやや悪い状況が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務秘書）	・アフターコロナの外出や買物を楽しむ日々がしばらく続く。賃上げを行う企業が多く、景況感良好で消費を支えることにつながる。物価の急激な上昇は不安材料だが、今のところ容認できる範囲である。
<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、変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	・円安で設備を売りやすい状況だが、輸送費と部材費が高騰しているため、利益の確保が難しい。部材が入らないので設備の製造が遅れており、輸送も混んでいて予定が立てられないため、受注に至らない案件も出ている。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・変化の見込める要素が少ない。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・ロシアのウクライナ侵攻もあり、不安感、停滞感が漂っている。コロナ禍が落ち着いたところで、思い切った経済政策を行わないと、当分日本経済は浮上できなくなるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	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っていろいろな物の価格が少しでも下がり始めたなら、多少景気は上向くと思うが、しばらくはこのままだと思う。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの収束がはっきりしないと、景気のことからは分からない。内閣では対策を考えているようだが、これからはウィズコロナの方向で進まなければ、どうにもならない気がする。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・軽油の高止まり、ドライバー不足によるコストアップは当面収まらないと思われる。また、値上げによる消費財の荷動きの悪化が懸念される。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・移動やマスクの制限が緩和するとEC市場は一時よりは減少するが、人が動けば荷物の量も増えていく。

	□	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数が減少する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見込まれる。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。
	□	不動産業（開発担当）	・引き続き様々な値上げが控えているため、良くなるという見込みが立たない。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新規感染者数は少ないが、折込広告の受注が全く増えない。
	□	公認会計士	・中小企業を取り巻く環境に大きな変化は予想されない。政府の中小企業施策は薄く広くの総花的であり、また、本当のニーズに対する内容になっていない。
	▲	化学工業（営業担当）	・プラスチック原料が値上げとなり、更なる収益ひっ迫の可能性はある。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・中国でのロックダウンの影響から、ほとんどの原料や部品に供給不安をかかえている。通常よりも在庫を多くせざるを得ないが、それでも原料等の不足により生産調整を余儀なくされる可能性がある。取引先でも生産調整を始めているところがあり、じわじわと影響が拡大する。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・特にステンレス材のかつてない高騰を目の前にしながらも、取決め価格への上乗せは厳しく、仕事量も確保しなければならず、ジレンマだけである。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・当社でも3割近く値上げをしているため、その分物価が上がり消費が落ち込むのではないかとと思う。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・運輸関係、素材関係の入手が難しく、更に悪化するような内容の情報が多い。
	▲	輸送業（エリア担当）	・取引業者からは先行きの原材料の価格高騰をうかがわせる発言があり、資材や工賃の値上げが示唆されている。ウクライナ問題に起因する世界的なエネルギーの欠乏感が反映されて、いろいろなものに波及していくのではないかと考えると、先行きは落ち込むと見込む。
	▲	通信業（法人営業担当）	・世界各地で様々な大きな課題がある。半導体の輸入停滞など我が国でも非常に厳しく、海外ではもっと厳しい国がたくさんある。ロシア・ウクライナの戦争の影響がかなり大きく、世界全体の景気自体も減速していくのではないかと心配している。
	▲	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数等と関係なく、日常生活は変わっていないように思う。物価の上昇により、人々の生活は打撃を受けていると感じる。
	▲	金融業（企画担当）	・一般管理費の増加が見込まれるなかで価格転嫁も難しい。利益が減ることにより給与等の増加も難しく、個人消費への影響があると思われる。景気はやや悪くなると見込まれる。
	▲	会計事務所（職員）	・客先業界では、販売量、受注件数は新型コロナウイルス発生前に戻ってきているが、仕入価格全般が値上がりしているため利益率が下がっている。価格転嫁も簡単ではなく、今後も材料費は高くなっていくと予想されるため、状況は悪化すると思われる。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・材料費の値上げで利益が落ち込んでおり、値上げせざるを得ない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・収入が増えないのに物価が上昇している状況や新型コロナウイルスの感染状況などを考えると、景気はもっと悪くなり個人消費も減っていくと思われる。周囲をみても良い話は全くないため、景気は下がっていく。
	×	鉄鋼業（経営者）	・大手鉄鋼メーカーの中小零細向け店売り価格は値上げばかりが続き、大手客向けとの値段差が広がる一方である。このままでは、中小ものづくり企業の大半が仕事を続けられない状況になる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いは減少しており、この先は販売数量の減少と材料価格の高騰による利益の減少が見込まれる。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・夏季に向けて求人数が増加しそうである。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・全体としての求人数は増加傾向にあり回復局面ではあるが、回復ペースは業種や企業による2極化が徐々に広がっている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・年間で2番目に人材ニーズが高まる半期替わりに向けて、派遣募集が増え始める時期となる。

○	人材派遣会社（営業担当）	・4月採用者の教育や受入先での業務開始により、各部署での人員構成の問題点が出てくる時期である。それに合わせて派遣人材の活用が活発化すると考えている。
○	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加傾向にあり、新規求職者数も減少傾向にある。
○	職業安定所（職員）	・新規求人数は一部の職種を除き全体的に伸びてきている。新型コロナウイルスの感染対策も徐々に緩和されるなか、外国人観光客の入国を6月から再開するなど地域経済の活性化が見込まれ、サービス業を中心に求人の回復が見込まれる。
○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は改善に向かっていているため、緩やかな回復が続くと思われる。ただし、第7波の可能性や円安、ウクライナ情勢を始めとする国際情勢の不安定化に伴う物価上昇等、景気や雇用に対する不安定要素は引き続き懸念されているため、今後の動向には注意が必要と思われる。
□	人材派遣会社（経営企画）	・特に材料はない。
□	人材派遣業（営業担当）	・現状からの回復にはまだ時間が必要である。劇的な景気回復は期待できない。
□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・今後も供給部品・半導体不足が継続的に続き、工場稼働停止が懸念される。また、地元で起きた工業用水の施設損壊の影響も懸念される。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ウクライナ危機の長期化、円安、部品調達停滞や働き手確保の苦戦など景気が上向き要素が見当たらない。今後は今の厳しい状況のままか、あるいはもう一段の悪化を予想する。
□	職業安定所（所長）	・新型コロナウイルスの感染状況が高止まりであることや原油・資材の高騰、ウクライナ情勢など不透明な要素が多い。
□	職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向にあるが、半導体不足や中国でのロックダウンによる部品不足、電気代の高騰などにより、今後の景気の動向に影響が出てくる可能性がある。
□	職業安定所（職員）	・当面は原油高、物価高などの影響を受け、景気は現状と変わらないと思われる。求人数は増加する一方で、求職者数は減少又は横ばいの傾向が続いている。在職中の求職者も多いと感じることから、転職には慎重になっていると思われる。60歳以上の高齢層の求職者数は、増加傾向といえる。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・今期の業績予測を見据えた上で採用に慎重な姿勢となる企業が増えてくる可能性もあるが、現状では変化はみられない。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルス感染の収束とまではいかなくても少しずつ日常が戻りつつあるため、派遣での求人需要は一定数変わらずにあるなかで、本格的に正社員への就活を開始する人も多くなる。企業にとっても、直接雇用のチャンスの時期になると予想する。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年までは複数回実施されていた採用試験が、今年は特定日に随時開催といったケースが増えている。採用人数の調整若しくは厳格化が見受けられる状況である。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・生活必需品などの値上げが相次いでいる一方で、賃金は上がらない風潮が強まっている。
▲	人材派遣会社（企画統括）	・エネルギーや原材料の値上げが波及して、様々な物価上昇につながっている。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ウクライナ情勢による原油高や円安など、先行きには不安要素が強い。
▲	職業安定所（職員）	・物価の上昇等により、個人消費が伸びないと思われる。
×	—	—