

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	・来客数の動向は極めて良くなっている。少人数のマイカー利用による旅行が復活している。ただし、観光バスの姿はほとんど見掛けない。新型コロナウイルス発生前に比しての復旧度合いは、80%くらいと見込まれる。
	◎	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・平日夜における個人、企業の飲食消費や、休日における個人のレジャー消費が着実に拡大している。
	◎	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症のネガティブなイメージが払拭され、客は普通に来店している。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ウィズコロナが完全に定着したのか、客は増加傾向にある。値上がりする商品が非常に多いが、購買点数の減少も余りない。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・空梅雨で外出する機会が増えており、それに伴い来客数も増加傾向にある。特に、週末は新型コロナウイルス発生前と比較して8割を超える来客数があり、消費も増加傾向にある。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前はまん延防止等重点措置が適用されていたため、客の動きが全く止まっていた。春休み以降は個人客を中心に回復し、今は新型コロナウイルスに対する不安感や警戒感がかなり薄らいできたため、来客数が戻ってきて良くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・週末の人出は、完全に新型コロナウイルス発生前に戻っている。ただし、客単価は低く、来客数が増えても総売上額は横ばいである。
	○	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	お客様の様子	・人出が大分戻ってきた感じがあり、販売量も増えてきている。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向で、これまで消費を控えていたことに加え短い梅雨や猛暑もあり、来客数や売上も好調に推移している。特に、海外特選ブランドや時計を中心に、高額品の消費需要が旺盛である。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・入店客数は、前々年を上回り前年並みに戻ってきているが、新型コロナウイルス発生前の水準には戻っていない。売上は、前々年、前年を上回り例年の実績近くまで戻している。
	○	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・5月以降急激に来客数が増えており、今まで苦戦していた飲食店にも客がかなり戻ってきている。それに伴い特にここ最近まで苦戦傾向であった衣料品にも、動きが出てきている。
	○	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・テナントビルの施策や自店の新作投入もあり館内は徐々ににぎわい、来客数は伸びている。購買意欲が比較的高く、目的を持って来店する客が多かった。
	○	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の影響を受けていた3月よりは少しずつ状況は回復しているものの、依然として売上は新型コロナウイルス発生前の水準には達していない。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・6月前半は、売上、来客数共に少し苦戦したが、中旬・下旬にかけては、例年に比べて梅雨の時期としてはおにぎり、サンドイッチや冷麺などの販売量が多い状況であった。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・行楽地、繁華街、駅前やロードサイドなどに立地する店舗の売上は、前年を上回ってきている。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・暑くなってきたので、冷たいドリンクやアイスクリームの販売量が増えたことに加えて、冷凍食品や総菜の販売量も増えてきた。
○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ小売業の状況は好転しており、新型コロナウイルス発生前の2019年と比較してほぼ100%に回復している。たまたまであるが6月は天候にも恵まれ、売上が上振れする見通しである。	

○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・技能実習生の就労開始、人材派遣業の活発化、景気に左右されていない業種の活性化を客の注文状況から感じる。一方、解体業、車の製造に関わる下請会社やイベント関連などはまだ回復途中の状況にあり、景気は両極端となっている。
○	家電量販店 (店員)	販売量の動き	・気温が上がりエアコンや冷蔵庫の販売台数が伸びている。前年よりも価格の高い機種が多く売れている。
○	家電量販店 (フランチャイズ経営者)	販売量の動き	・今年は空梅雨で気温も高く、エアコン、扇風機等季節商材が売れている。コロナ禍、半導体不足、上海のロックダウンによる3重苦でタイトな商品供給も価格維持にはプラスに働き、売上増加につながっている。
○	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・全体的な流れは良くなってきている。元々そこまで新型コロナウイルス感染症の影響を受けていなかったが、動きが良くなっており、より良くなる方向にある。
○	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・ウィズコロナの段階に入り、リフォーム物件や新築物件等についても引き合いが出始めている。資材高騰などで見積りができない物件も出ているが、夏頃には落ち着いて間に合ってくる状況である。
○	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が減少傾向となり、商店街にも人出が増えてきた。3か月前と比べると、店前通行者数も確実に増えた。
○	その他専門店 [雑貨] (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の心配がなくなり、来店時のマスクや手指消毒は依然行うが、検温はスルーする客もいる。
○	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・来客数は前年比で大きく改善傾向にある。特に週末の集客は、新型コロナウイルス発生前まで戻ってきている。一方、平日及びディナータイムの回復は遅れている。
○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の様子を見てみると、海外までは行かないが市外へ出掛けたり、外で金を使うことが多くなっているようである。
○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客同士の会話のなかで、仕事が増えたとか旅行にも行けるようになって喜んでいるという話題が非常に多い。
○	一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・団体での食事が増えてきている。
○	その他飲食 [仕出し] (経営者)	お客様の様子	・コロナ禍での制約が徐々に緩和され、一定程度は通常の生活に戻つつある。心理的には少し前向きになっている。
○	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・来客数も増えつつある。
○	都市型ホテル (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一段落したことで、客のマインドがポジティブになっている。レストランの利用客は新型コロナウイルス発生前に回復し、法人宴会も人数が少ない会食などは増加し、週末の宿泊も増加傾向にある。ビジネスマンの出張は50%程度まで回復傾向にある。
○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が3月で解除となり、県民割等の効果もあって週末の宿泊は比較的好調である。平日は、出張客の戻りが鈍く競争も激化して単価が低迷している。レストランは、ランチは徐々に増えているが、ディナーは依然厳しい。宴会は徐々に戻つつあるが、会食は少なく会議中心で規模も小さい。
○	旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・アフターコロナに向かっている。
○	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・4月から再開された県民割が7月14日まで延長され、一時ほどの過熱ぶりはないものの、売上は堅調でやや良くなっている。
○	旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・県民割を利用する個人旅行が増えてきている。旅行需要は確実に戻ってきているが、収益が回復しているかという点、県民割は県外旅行を扱っても客に割引ができない不合理なルールのため、旅行会社を通さずに旅行する人が多く、収益は余り回復していない。
○	旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・バス1台に収まる小中規模グループではあるが、団体旅行の見積依頼件数が明らかに増えている。

○	タクシー運転手	お客様の様子	・今月前半は雨の日が多く後半は暑い日が続いている影響で、タクシー利用客が非常に多くなっている。新型コロナウイルス感染症の影響がひどかった時期と違って結婚式も非常に多くなっており、大型会場でのコンサートなどイベントでも客は随分活発に動いている。夜の利用客も、月曜～土曜まで以前とは比べものにならないほど利用してくれている。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・春の学生団体客が新型コロナウイルス発生前の水準に戻ってきた。
○	その他レジャー施設 [鉄道会社] (職員)	来客数の動き	・地域イベントが徐々に復活し、参加者が鉄道を利用している様子であり、僅かながらプラスに働いている。
○	美顔美容室 (経営者)	販売量の動き	・紫外線がとても強くなってきたため、UV商品やホワイトニング商品の購入が多かった。
□	一般小売店 [結納品] (経営者)	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスによる不況からは抜け出していない。その上、この暑さで客が来ない。
□	一般小売店 [高級精肉] (常勤監査役)	販売量の動き	・ウクライナの状況と新型コロナウイルスの感染状況には先行きが少し見通せてきたが、業績については、引き続き節約モードで厳しい。
□	一般小売店 [贈答品] (経営者)	お客様の様子	・6月は早期でお中元予約を取る時期である。売上は一部の大口客の伸びで全体の落ち込みを支えている。状況が悪く客では、残念だが買い控えが進んでおり、そういった客の数はまだ多い。
□	一般小売店 [酒類] (経営者)	販売量の動き	・飲食店の来客数は少し戻ってきているが、来店客の飲料のオーダーは増えていない。
□	一般小売店 [生花] (経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に特に変わりはない。
□	一般小売店 [書店] (営業担当)	販売量の動き	・円安の影響で買い控えがある。
□	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・平日の昼間は70代の夫婦連れや1人で散歩がてら来店する男性が多いが、夕方には買物目的で来店する男性が少しずつ増えている。ネット上で完売の商品が、もしかしたら店頭にはあるかもしれないと来店する客も多いが、当売場でも入荷状況は厳しく、秋まで待ってもらうなど納品が厳しくなっている。
□	衣料品専門店 (売場担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する行動規制等が緩和され、国としては経済の再開に向けて動いているものの、物価上昇が影響しているためか、日用品の消費という行動にまでは至っていない。
□	衣料品専門店 (販売企画担当)	お客様の様子	・来客数や問合せは微増しているが、売上は変わらない。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・半導体不足に加え中国でのロックダウンの影響で、新車の納期が遅い状態が続いている。
□	乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・相変わらず新車の生産予定が立たない日々が続いている。販売需要も少ない。
□	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・車検や事故など必要な作業での来店はあるものの、点検や新車購入などは行わなかったり先送りにされたりする。
□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の注文は前年並みで推移しているが、車が生産されないため、納期までに1年近く掛かる車種もざらにある。納期が掛かるため、車検近くの客でなくても新車販売を促進できるメリットはある。
□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・ガソリン料金の高騰が続いているため、燃費の良い軽自動車を中心に売れるようになってきたが、生産が不安定で納期が延びたり戻ったりするので、月単位での売上が読めず苦勞している。また、生活用品の値上げも重なり遠出を控えるという客もいて、車の買換えの選択肢が減り思うようには販売が伸びない状況になっている。
□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・ごく僅かに生産回復の兆しがみえるが、十分な供給には至らず販売商品がそろわないため、商談も煮詰まらない傾向が続いている。納期が掛かっても、めどさえつければ話がしやすい。

<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	来客数の動き	・食事中心の店には客足が戻ってきている様子だが、2件目に利用される店では、まだまだ客足は鈍い。1件目で飲み終わる様子である。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	販売量の動き	・春から商材の値上げが多く当社でも価格を改定した。販売量は5%程度減ったものの、値上げ幅も同程度で、売上には影響がなかった。当然、値上げは販売に悪影響であるが、消費者も昨今の状況をよく理解しており、多少の値上げは覚悟している様子である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前には及ばないものの、個人の宿泊者は増えつつある。ただし、県民割等による客だけが目立ち、それ以外の一般客は見受けられない。県民割等の配分金額も、すぐに上限に達してしまう。一般宴会も、大会や総会が多く、利用人数は増加しているが飲食が伴わないため、売上にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・県民割、ブロック割は延長となり全国旅行支援は未定、各都道府県がバラバラで既に全国からの客を受入れ開始している都道府県もある。また、大手旅行会社やオンライン代理店の予約サイト、ホテル自社Webで受付開始となるなか、県ごとに支店はなく県内にしか事業所がないような個人旅行会社は蚊帳の外で、全くの営業妨害である。参議院選挙向けのアピールか、数日前にGo To Travel事業からのメールで全国旅行支援に参加できるような案内が来たが全く期待できない。現在入っている予約を安定させるためにも、直近予約で迷惑を掛けないようにすべきである。宿泊日数制限は必要であり、また、夏休みに全国で開始したら絶対に現場は混乱すると思う。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・居酒屋などには客足が戻ってきているようだが、以前のように2回転する状況ではなくなっている。2年半近くのコロナ禍により生活のスタイルは変わり、少子化の影響によって街自体が縮小している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・物価が上がってガソリン代も上がっているため、景気が良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・販売の動きについては、物の値上がりもあり控えている様子だが、新型コロナウイルスの感染状況から規制が緩和されてきているなかで、積極的に購入される物もある。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・現状に変化なしである。まだ、機器搬入ができない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・ADSLサービスの終了に伴い光回線の新規開局ビルが増え、光回線への切替え申込みは増加しているが、据置き型のWi-Fiサービスや低価格のIP電話への乗換えのための廃止も増加している。
<input type="checkbox"/>	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・コロナ禍以前から6月は来場者が少ない月で、平年より遅い梅雨入りとなり天候には恵まれたが、新型コロナウイルス発生前の水準には至っていない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・割引クーポンなど国や県の応援があるため週末は大分回復してきたが、平日は静かである。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者はほぼ順調に推移している。予算には僅かに及ばないものの、前年よりは増加している。早々に梅雨入りしたものの雨の日は少なく、入場者はこの3か月も順調に確保できている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響に加えて6月末でのこの暑さに、客の出足が本当に悪くなってしまった。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話を聞いているとイベントが少しずつ戻りつつあり、髪の毛に気を使う客が多くなってきた。しかし、物価が上昇しているため、その辺りは客もシビアにみているようである。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響である。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [介護サービス]（職員）	それ以外	・受注量が減っているわけではないが、商品・資材の調達価格の値上げが続々と打診されている。最長でも来年春までには価格を改定するとの案内もある。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・変化はみられず横ばいが続いている。

□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・閑散期で売上が伸びない状況であるが、例年並みには見込めそうである。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・若い人は活動的になって移動や飲食をしているが、年配者は生活習慣が非常に変わってしまったと実感している。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に加えて、買上点数の減少にも陥ってきている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品値上げが続き、1品当たりの単価は上がったが買上点数が落ちている。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・前月までは販売単価の上昇で前年並みの売上を維持できている部分もあったが、販売点数のマイナスをカバーできない状況になってきている。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・6月下旬の高温が大きく響いた。昼12時から夕方4時までの来客数がガクンと減った。総菜関連も、天ぷらや煮物などが売れ残ることが多くなり、厳しい状況が続いている。
▲	スーパー（販売担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染状況の落ち着きで、外食傾向に戻りつつある。商品の値上げもあり、売上、利益は良くない。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・コロナ禍は落ち着いてきているようであるが、全てが流行前に戻っているようではない。商品値上げの影響は限定的である。
▲	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・客単価、来客数の減少が続いている。光熱費の料金引上げに加え食品の値上げが相次ぎ、明らかに家計への影響があり、消費の引締めが起きている。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・4～6月にかけて、例年ならば気温の上昇とともに売上も上がるが、今年は横ばいで推移しており、なかなか上がらない。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・食品や日用品の値上げで、目的なしで洋服を新調しようとする消費者がいなくなった。
▲	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・客からは、とにかく安い物、何かお買い得なものはないかという声が多くなってきた。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今は各メーカーがモノを造れないため、消費者の購買意欲は低下している。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ガソリン価格の急激な上昇は、車が生活の足である地域では、非常に深刻に受け止められている。過去のオイルショックの際にはガソリンそのものが手に入らない状態であったので、燃費の良い車への代替促進も客に提案できたが、今の状態では燃費比較による客へ提案はインパクトが弱い。さらに、新車の納期が遅れているため、余り強く推すことも難しい。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・値上げの影響で、一般消費者が例年と比べてかなり金を使わなくなった。
▲	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・あらゆる商品が値上がりしたりガソリン価格が高騰したりで客が嘆いている。したがって、来客数も減っている。
▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数は伸び悩み、解約件数は高止まりで、オプションサービス契約数も減少傾向となっており、悪くなっている。
▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・暑くなって客が増える時期だが、客が来てくれない。
▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は全く聞かない。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・縮小開催ではあるが花火大会も町のイベントも開催が決定し、予算が組まれることになってホッとしているが、景気が回復したとまでは考えづらい。世の中では経済格差が激しく感じられるようになってきた。
×	商店街（代表者）	それ以外	・資材や原材料の価格高騰により、仕入価格が軒並み上がっている。値上げ幅が大きすぎて販売価格に全てをすぐには転嫁できず、売っても赤字が増えていくだけであり、非常に苦しい状況である。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は極端に来客数が少ない。したがって、販売量や売上につながっていかない。
×	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数が少なく買上点数も少なくなっているため、売上は非常に厳しい。

	×	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数もさることながら、客単価の落ち込みが激しい。税金関係の支払なども重なって手持ち資金が余りない様子を接客時に感じるほど、厳しい状況を体感している。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	×	その他レジャー 〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	来客数の動き	・住宅関係業種では悪い材料しかない状況である。展示場への来場者数は前年より増加しているものの、購入層の来場は減少している。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新しい案件が全くない。計画案件もない。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・建築資材の高騰で見積りが適正にできない。
企業 動向 関連	◎	通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物流改善のシステム改修やコンサルティング受注が多数ある。荷物の動きが活発で、企業の物流改善投資が増えている。
(東海)	○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は間違いなく増えている。客先からの引き合いは順調に増えてきており、手配がギリギリの状態である。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店等は、3か月前と比較して来店客が戻りつつある様子である。それに伴って、仕入先や設備等の事業者へも良い影響を与えているようである。
	○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業や建設業の客先は以前から比較的好調だが、飲食店にも来店客が戻ってきている。自動車メーカー関連の会社は、休業は発生しているが以前ほど深刻ではない。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・景気の良しあしに対して、ウクライナ情勢、円安や商品値上げはマイナスで、アフターコロナや空梅雨はプラスといえる。ぜいたく品が売れたり高めの飲食店が混んでいる様子から、コロナ禍で続いた我慢を発散する消費は、しばらく続くのではないかと。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・ほぼ従来どおりの安定した受注状況に戻ってきた。特急の依頼も少なくなり、納入先の生産予定がはっきりするようになってきた。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格が上がっており、利益の確保が困難になっている。数量面でも、横ばいから減少傾向になっている製品がある。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備は、引き合い、受注案件は減っていないが、大型案件は少なく、受注金額自体も少ない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢などの影響も、直接的には出ていないが、改善する傾向もない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鋼材価格が1.5倍程度まで上がり、価格転嫁も進んでいるが、受注量、生産量共に横ばいが続いているため、それほど変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・取引先の設備投資意欲もあり、市場としては継続して好調であるが、一方、電子部品の需給問題やウクライナ侵攻などにより、この先の見通しへの不安感からか、株価にも好調さが反映されてこない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・分譲住宅の完成在庫物件の販売が伸びた。資材の高騰などで旧物件に割安感が出てきた結果である。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・受注した仕事の見積金額は、前年の予算組みでそれほど変えられないが、部品の値上がりや未納があって仕事を完了させることができないと同業者や取引先からも聞く。一般の定期的な仕事の売上は変わっていない。外注工事は価格が変動している。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・燃料価格や原材料価格の高騰の影響で、思ったほど物量が伸びていない。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・職場では、遅れてきた新型コロナウイルス感染症の流行なのか第7波の始まりなのか、ようやくリモートワークから通常勤務に戻って飲み会やイベントが開催されるようになったのもつかのま、また、子供からの家庭内感染が増えてきている。そのお陰で予定していたイベントも次々と延期が決まり、心情的にも社会的にも復調の出端を挫かれている。

□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・記録的な円安の影響が大きい。生活保護申請、国民年金保険料免除申請の数がかなり増加している。
□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・材料の価格高騰が企業業績にじわじわと影響している。また、部品不足もあり材料価格の高騰に拍車がかかってきている。
□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・活発だった問合せが一段落している。
□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に雨の日が多いが、新型コロナウイルス新規感染者数が減少傾向にあり、外出や遠出する人が徐々に増加傾向となっている。売上は前年を上回る状況が継続している。
□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・最近のイベント開催では、来客数も以前と比べ増え始めてきているが、新型コロナウイルス発生前に戻るには、まだ時間が掛かりそうである。
□	公認会計士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少し落ち着き、消費が戻りつつあるなか、円安の影響により物価が上昇し、賃金が上昇しない状況で消費者の負担増となっている。大企業は少しずつ値上げを行っているが、価格転嫁ができない中小企業も多く、利益が圧迫されている取引先が多く存在している。
□	行政書士	受注価格や販売価格の動き	・燃料の値上がりにより、荷主との運賃交渉に日参している。
□	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	取引先の様子	・営業マン、近隣の取引先や競合会社のどこを見ても良い動きは感じられない。仕事量の減少で、多くの企業は動きが慎重になっている。
▲	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・全ての原材料価格の高騰、円安、ウクライナ情勢、新型コロナウイルス感染症等による。特に、自動車関連は半導体不足の影響も大きく、景気は全般的にやや悪い。
▲	化学工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・国産ナフサ価格の高騰により、電力費や仕入製品が値上がりしている。全ての販売製品には値上げ分を転嫁できていないため、収益を圧迫している。
▲	金属製品製造業 (従業員)	取引先の様子	・ステンレス材を中心に仕入材料の価格高騰が続くなか、価格転嫁もままならず、収益環境が一気に厳しくなっている。
▲	輸送用機械器具 製造業（品質管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・部品や材料が軒並み値上がりしており、7月からはまた上がる。
▲	輸送用機械器具 製造業（経営者）	それ以外	・鋼材、チップ類が不足気味で、取引先の生産が停滞している。
▲	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	・6月は一部で休業を行った。そのため、売上は前年比で約8～9%減少となった。
▲	輸送用機械器具 製造業（管理担当）	それ以外	・いろいろな物の価格上昇や円安等で、買い控えが起きそうである。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販店向けの1店舗当たりの荷量が、前年比で5%ほど下がっている。様々な物が値上げされるなかで消費者の買い控えが始まったのではないかと。
▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・取引先の経営者や社員との話から、円安傾向が止まらない、国内金融機関等の含み損が多額であるなど、不安要素が多くある。
▲	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・不動産価格の上昇は一段落しているが、資材等の高騰により工事費が上昇している。
▲	その他サービス業 [ソフト開発] (社員)	それ以外	・ガソリン価格の値上げが続いており、地方の移動手段として家計を圧迫している。
×	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注、販売数量が大きく減少している。
×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月以降は全く動きが悪い。平年よりも20%くらい落ちている。客先の様々な製品の出荷が、半導体不足、原材料費の高騰や流通の問題など全ての要因が絡んで停滞している。

	×	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると景気は明らかに悪くなっている。当社が受託している1日当たりの貨物量は、前年比5ポイント以上の減少が日々発生している。3か月前も前年比を下回る日がちらほらあったが、今はほぼ毎日下回っている。明らかな景気の後退、減速を感じる。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・宴会では少人数ながら会食の利用が入ってきている。レストランの利用も増えてきている。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・国内旅行を中心に観光関連の動きが戻ってきた。人の動きが出てきたことで、消費もある程度上向きになっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数と有効求人数が増加し続けている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き堅調である。世界情勢や物価高など外部環境面の変化は企業の採用数に影響を与えておらず、採用意欲は旺盛である。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・開発現場の人材需要は堅調で、新人配属も順調である。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・原油高によるコスト増加により、生産が増加しても採算が合わない企業が多い。また、値上げラッシュに消費者の収入が追いついていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は、3か月前比では減少しているが前年同月比では増加しており、継続して回復傾向にある。
	□	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・今年度に入って、人材紹介、人材派遣共に求人数は前年同期比では微増にとどまっている。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・海外からの部品供給不足、半導体不足がなかなか改善されず、毎月のように自動車関連の生産調整が続き、収束が見通せない状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・もろもろの材料費や燃料費の高騰などにより、特に製造業は収益状況が非常に悪化している。以前から良くなかったため、悪いままの状態が続いている。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・これまで増加傾向であった新規求人数について、増加がみられなかった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、3か月前と比べると若干下回っているが前年比では上回っている。産業別では、製造業全体では増加しているが、食品、自動車関連以外は減少しているなど業種によってばらつきがある。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・給料は上がらない一方で物価上昇が止まらず、実質的な生活水準は落ちていていると感じる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前は年度替わりのタイミングに向けた派遣募集が多かったが、今は募集数が減っている。ただし、前年同月比では、大きな違いはない。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内企業では、原材料の仕入価格の上昇分を販売価格へ転嫁できず、経営を圧迫している。依然としてウクライナ情勢の影響により厳しい経営を強いられている。急激な円安により今後も原材料の価格高騰が続くと、値上げを余儀なくされる。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が若干減少し求職者数は若干増加したため、有効求人倍率が若干悪化した。	
	×	—	—	—