

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）	・ウイズコロナとなるなかで、どこまで共存しながら復旧できるかが決め手となる。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・今後も様々な規制が緩和され、買い控えの反動もあり購買意欲がますます高まっていくのではないかと。
	◎	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の8～9月は、新型コロナウイルスの感染状況が収まり、全国旅行支援が始まれば、これまで2年半以上新型コロナウイルス感染症の影響で外出していなかった反動で、客が出掛けるという希望もある。需要喚起策もあって外出需要は底固く、良くなると思う。もともと、新型コロナウイルスの感染状況がこのままか、それほど増えないことを前提にしているため、予測し切れない余地もある。
	○	商店街（代表者）	・帰省期間に入ってくるため、何も縛りのない長期休暇は久々になる。広告やマスコミ関係もおおっている。
	○	百貨店（総務担当）	・ボーナス支給増加の見込みに加え猛暑もあり、夏物需要が大きく伸長することが想定される。物価高などの不安要素もあるが、高額需要による売上が物価高の影響を上回ると見込む。
	○	百貨店（営業担当）	・人が動き始めている。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が終息とまではいかないが、客のマインドが少しずつ変わってきているように感じる。イベント等の開催が戻りつつあり、外出も少しずつ増えることが予想され、それに伴い様々な需要が増えていくと予想される。
	○	百貨店（販売担当）	・ようやく新型コロナウイルス感染状況が落ち着いて、外出機会が増え来客も伸びてきている。新型コロナウイルス発生前の状況にすぐには戻らないが、ゆっくりと回復していく兆しがみえ始めている。
	○	スーパー（販売担当）	・来客数も増加しているし、1品単価上昇の影響で客単価が上がっているため良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・夏のピークでの売上は、この調子で進めば更にもう少し上積みも期待できる。特に、おにぎり、飲料やアイスなど夏商材の売上が高い実績で推移していることから、この商材を中心に売上の伸長が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・人流が徐々に戻りつつあるという手応えがあるため、今後は旅行、帰省やインバウンド消費などに期待を持てる。
	○	コンビニ（店員）	・今よりまだ気温が上がると思われ、涼みがてらで冷たい物の販売量が増える。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・例年より早い梅雨明けや異常気象ともいえる高い気温により、飲料、アイスや冷麺の販売が好調である。新型コロナウイルス発生前の水準回復もみえてきた。気候がこのままであれば、数値は短期的には明るいものになると予想する。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・6月は良かったが先々には懸念材料があるため、やや良くなる程度と見込む。ただし、小売業態に関する楽観的な観点で先行きを推測すれば、梅雨明けが早いという情報だけでも大きなプラス材料になる。
	○	衣料品専門店（店長）	・地域経済のエンジン役は一樣ではないが、回り始めている感じがする。消費者の購買活動は増えてきているが節約志向は強まっており、余分な物は買わない傾向にある。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・隣にも大型衣料品量販店があり立地条件が良く、集客も良いためグループ店内でも売上はかなり良い方である。目的なしに来店する客も多い。目的のある来店客は、ボーナスが入ると高単価の商品をよく購入する。客層も良く毎年のように購入があるため、これからは少し期待ができる。
	○	家電量販店（店員）	・単価が上がってきており、しばらく状況は良さそうである。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・季節要因のみになるが、猛暑でエアコン等の季節商材の販売量が例年より伸びる。
○	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期遅延が少しずつ解消に向かう。	
○	乗用車販売店（従業員）	・全体的な良い流れはしばらく変わらない。景気が良いというわけではないため楽観はしていないが、全体的には緩やかに良くなっていくと思う。ガソリンの価格高騰などいろいろ懸念もあるが、人の動きをみている限りはそれほど悲観的ではない。	

○	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム物件、新築物件共に見積り、引き合いが多くなっている。ただし、建築部材に使う資材の高騰で商品が間に合わなかったり値上げが頻繁に行われており、消費者の不信感が一部で出始めている。
○	高級レストラン（経営企画）	・来店動機や来店人数に変化はあるものの、来客数としては、徐々に現状からの回復を見込む。一方で人手不足と物価高などが収益に重く押し掛かる。
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。
○	旅行代理店（経営者）	・経済施策による需要喚起に期待できる。
○	旅行代理店（営業担当）	・秋にはGo To Travelが再開されると見込まれ、そうならば旅行会社を取り扱う旅行商品は、法人・団体旅行も復活して劇的に回復すると予測する。政府も腹をくくって早く再開してもらいたい。旅行業界のカンフル剤は、全国旅行支援ではなくGo To Travelである。
○	旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィーク明け以降に受注した団体旅行で、新型コロナウイルス感染症が理由の取消しは1件もない。受注している分が全て催行されていけば、新型コロナウイルス発生前の6～7割くらいの収益は上がる計算となる。
○	タクシー運転手	・前年はアルコール提供ができず7～8月頃のピヤガーデンもほとんど営業をしていなかったが、今年はこの暑さでピヤガーデンにも客がかなり戻ってくると思う。一番楽しみにしているのは全国旅行支援等で、かなりの数の客が利用して動いてくれると期待している。
○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和とともに、客の動きは良くなるのではないかと。
○	レジャーランド（職員）	・全国旅行支援により、全国からの集客効果が期待できる。出入国条件は緩和されたが、インバウンドの効果が確認できるのはしばらく先になると予想している。逆に、アウトバウンドは燃料費高騰や円安の影響で、国内旅行にシフトするケースも少なくないと考えている。
○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・依然新型コロナウイルス新規感染者数が一定数あるものの、周辺では落ち着いた対応をしているように見受けられる。今後の鉄道利用客の増加が期待できる。
○	美顔美容室（経営者）	・毎年のことであるが、8月から新キャンペーンがスタートするため販売量が増加する。
□	商店街（代表者）	・若年層の来客数は増えたが年配の来客数が増えてこないため、売上金額は余り伸びない。
□	商店街（代表者）	・光熱費を含め生活に必要な物が軒並み値上げとなり、当店のようなし好品を扱う店舗では、そのような社会情勢になると非常に売上が厳しい。
□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染状況の終息がない限り、景気は上向かない。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・物価高が心配である。
□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今が非常に良いため、これ以上良くなることは考えにくい。
□	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今月下旬になって増加に転じリバウンドも考えられるなかで、まだしばらくは、飲食店での飲料の販売増加は見込めないと考える。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇等で生活は厳しくなっているが、景気は現状維持が続くと考える。
□	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〔生活用品〕（販売担当）	・コロナ禍は落ち着いても、もろもろの物価高で財布のひもはなかなか緩まない。
□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・物価高、円安、ウクライナ情勢など不安な要素が多すぎて先行きが見えない。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き円安が影響すると思われる。
□	百貨店（企画担当）	・ウィズコロナが定着した感があり、来客数、売上共に大きく伸びている。今後は、インバウンド客の受入れ状況次第で大幅なプラスが期待できる反面、国内消費の面では、物価急騰により主力客である中間層の消費意欲の鈍化を懸念している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・食品、ガソリンや生活用品など広範に及ぶ物価高は、今後も相当期間続くと予想され、コロナ禍の自粛での反動によって拡大傾向にある個人消費に、ブレーキが掛かると考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・コロナ禍が落ち着いて来客数、売上共に回復しつつあったが、買上点数が伸びなくなった。商品の値上げで、買い控えが感じられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業績管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを見せている一方で、物価高の影響がやや感じられ、総じて余り状況が好転するとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・来客数、買上点数共に落ちている。買上単価は、商品の値上げによりやや上がっている。あと1品買ってもらえる方策を考える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルスの感染状況も一段落と言いたいところだが、新規感染者数が再び増えてきて余り良い方向には感じられない。ウクライナ紛争、円安、猛暑、食料品等の高騰により消費は冷え込む。決められた収入の中での消費の優先順位はおのずと生活必需品となるため、厳しくなると予測される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・しばらくの間は、現在の物価の上昇傾向が継続する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・まだまだ、新型コロナウイルス発生以前には程速い環境である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安及び物価の上昇において、変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、旅行や外食で消費は回復傾向だと思うが、過度な円安により輸入品を中心に値上げが続いており、景気回復の妨げになっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・年内は改善が見込めないといわれている。しばらくの間辛抱が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・部品不足や流通の遅れは相変わらずで、好転しそうな様子も見られないため、しばらくは変わらない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・オイルの仕入価格も高くなり、当社でも値上げを検討している。ガソリンもだが、他にも値上げラッシュが止まらないため、客は出費を増やしたくない状況である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の発売予定があるため新車販売は見込めるが、逆に納期が掛かるため生産がストップしている車種もあり、オーダーができない車が多々ある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・通常ならば来月よりボーナス商戦に入るが、最近の傾向として、頭金なし・ボーナス払いなしのローンを組む客が増えてきている。生活費が増えた分をボーナスで補うようであれば、新車への買換え客がどれだけあるか分からず、現時点では、余り良い方向に向かうとは思えない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・現状で安定すると思われる。コロナ禍とスマートフォンの普及等により、消費のスタイルが変わり、店頭で展示された商品ではなく、製造後の清潔な商品を買いたい人が増えている。
<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5.7%、前々年比ではマイナス13.7%である。来客数は前年比マイナス2.6%で、前々年比ではマイナス14.9%である。当県では前々年の5月には緊急事態宣言が解除され、売上、来店客が戻っていた時期である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・現在の為替相場を考えると、特に経済全てが良くなるとは思えない。新型コロナウイルス感染症の第7波の心配がある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・物価が上がってきている分、消費を抑えると思われる。
<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・このままの情勢では分からない。良くなることへの期待はある。
<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（営業担当）	・現状から更に良化するには、インバウンドの増加と新型コロナウイルス感染症の感染法上で講じる措置の変更など、目に見えた変化が必要と思われる。

□	都市型ホテル（総支配人）	・全国旅行支援が始まれば、宿泊は良くなる。新規感染者数の増加などで拡大できなければ、悪化する。食事付き宴会の受注状況は非常に悪い。宿泊、飲食共に価格が上げられるかが課題である。新型コロナウイルス発生以前と比較して、清掃費は50%、リネンは10%、食材その他消耗品も10%強の値上げとなっている。
□	旅行代理店（経営者）	・外国人観光客の受入れが早急に回復しない限り、以前の来客数にはならない。
□	旅行代理店（経営者）	・ようやく地元空港からも海外直行便が運航される話が出ているものの、夏休みの予約状況は、新型コロナウイルス発生前の水準には程遠い。海外からの入国制限の緩和と同様に帰国前PCR検査の緩和がもっと進まないと、渡航先での負担が大きい。日本人向けの帰国前PCR検査代は4万円前後が相場で、日本人旅行者は最高のターゲットになっている。海外の負担があるなかで新型コロナウイルス発生前のように海外旅行者を回復するには、帰国前PCR検査用のキットを事前に渡して帰国時に申告できるなど、簡素化してほしい。Go To Travelのような支援は、10～12月までは平日に限るなど、早めの告知と長いスパンで再開してほしい。6～9月の予約は既に入っているため、混乱は避けたい。
□	旅行代理店（経営者）	・7月15日以降は県民割から全国旅行支援へと変化しそうなので、その内容が分かるまでは判断のしようがない。
□	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に向かい人流の規制も緩くなったが、また増えてきていることもあり、2～3か月では良くなるとは思えない。
□	通信会社（営業担当）	・まだ機器不足が続きそうである。
□	通信会社（サービス担当）	・最近の傾向では速度より低価格のサービスを求めている客が多いため、今後、料金改定等をしていかないと既存客が離れていくと思われる。
□	テーマパーク（職員）	・インパウンドが増えない限り、今までのように回復するのはまだまだと感じる。
□	ゴルフ場（支配人）	・8月の予約数は、前年同日を上回っている。当地域のゴルフ場入場者は、前々年末以降少しずつ増えている。前年のように雨天の日が多くならなければ、8～9月も好調に推移するとみている。
□	その他レジャー [スポーツレジャー紙]（広告担当）	・大きな原因であるウクライナ情勢や円安などは、短期で解決するとは到底思えない。
□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は収まりつつあるが、物価がかなり上がっているため、客は金の使い方をいろいろ考えている。
□	住宅販売会社（従業員）	・新規感染者数の減少はみられるが、足元の状況が続く。
□	その他住宅 [室内装飾業]（従業員）	・客からの引き合い数が少ない。
□	その他住宅 [不動産賃貸及び売買]（営業）	・物価高などで修繕費もかなり高額になってきており、発注を見送るケースが増加する可能性がある。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばいかやや増加傾向にある。また、いろいろな物が値上がりしている。加えて、この暑さで外出を控えるようになり、余り良い状況ではない。
▲	商店街（代表者）	・電化製品を始め商品の値上がりが購入者の購買意欲を下げ、また、販売店にとっては適正利益が取りにくくなる。
▲	一般小売店 [贈答品]（経営者）	・先行きはやや悪くなると判断するが、やや良くなる兆しもある。今は付き合いの幅が狭まって少し厳しい状況であるが、3か月くらい先になると、今まで自粛していた反動で少し広がりをみせて企業も個人も金を使うようになり、少しだけだが上がっていく可能性もある。
▲	百貨店（売場主任）	・来月1日からクリアランスセールが始まるが、対象商品は前から残っているキャリー品であったり、今回値下げする商品は余り在庫が残っていないため、厳しいと思われる。クリアランス目当てで来店する客にとっては、サイズがそろっていないことが多いと思われる。新作の納期も大分遅れているため、購買意欲のある客は来店するが商品が追いつかず、売上は厳しくなると見込む。
▲	百貨店（計画担当）	・現状の傾向はしばらく続くが、足元で値上げが相次いでおり、今後は買い控えが起こる可能性がある。

▲	スーパー（店長）	・お盆期間はゴールデンウィーク以上に外食や海外旅行を含む外出傾向がますます強くなり、来客数は減少すると思われる。雨不足による野菜の価格高騰や原料価格の上昇による商品値上げで買上点数の減少が予想され、今より更に厳しくなる。
▲	スーパー（店員）	・今後値上げの影響が落ち着くかは、まだ見通せない。
▲	スーパー（店員）	・電気、ガスや食品等あらゆる物が値上がりして、来店客の様子を見ると家計がひっ迫しているように感じる。これからの猛暑も考えると、良い点が1つも見当たらない。
▲	スーパー（総務）	・新型コロナウイルス感染症の影響は緩和されてきたが、世の中の物価が何もかも上がってきている。買い控えにより景気が悪くなりそうである。
▲	スーパー（営業企画）	・今後も、ロシア・ウクライナ戦争に起因する原料の値上がりに伴う食品の値上げは続く見込みであり、食料品の消費は停滞する。
▲	コンビニ（店長）	・食品などの値上げが続き、新型コロナウイルスの新規感染者数も下げ止まっており、猛暑も加わってマイナス要因が多く、先行き不透明である。
▲	コンビニ（店長）	・物価上昇の影響が出始め、少しずつ節約志向が高まる。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・日用品等の値上げが相次いでおり、一旦は消費が冷え込むと予測する。
▲	衣料品専門店（経営者）	・消費が洋服に回するには、まだまだ時間が掛かりそうである。
▲	乗用車販売店（従業員）	・生活インフラに関わる物価上昇はこれからまだ続く。一方で客から賃金がアップしたから余裕が出てきたという話は、まだ耳に入っていない。現在の生活防衛のため、財布のひもはますます固くなってきていると感じる。この先の不安感から、事故や故障等で必要に迫られての買換えはあっても、差しあたっては、車の購入は考えられない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・納期が掛かる上に、値上げの予定がある。生産が回復しつつあっても、客足が遠のいてしまう。
▲	その他専門店 [貴金属]（経営者）	・現在は半導体使用製品もギリギリ供給されているが、今後、半導体使用製品の欠品や円安による価格高騰が発生し、販売が落ち込む可能性がある。小売業としては原価高騰のため値上げせざるを得ないが、どこまで低粗利率で持ちこたえられるかが、勝負の分かれ目になりそうである。
▲	一般レストラン（経営者）	・燃料費を始め仕入額等も値上がりしている。少し家計にも響くようになると思う。
▲	一般レストラン（経営者）	・更に全ての物に値上げの影響が出てくる。
▲	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・物価が上昇しているため、不安定要因が多い。
▲	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	・4～6月にかけて様々な商材の価格が上がった。これまでは消費者も覚悟の上といった様子であるが、光熱費の上昇や秋に更なる値上げが控えていることに警戒感を示す人が増えてきており、買い控えを予想している。
▲	通信会社（企画担当）	・好転する要素は中国でのロックダウン解除くらいで、これまでの経済環境や社会環境に加えて、夏場の高温やゲリラ豪雨など人の動きや食料品価格にも影響を与える要素が懸念され、悪化傾向が続く。
▲	テーマパーク職員（総務担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず、給与には変化がみられない。
▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍以降、業界全体で客離れが起きているため、回復の糸口が見えない。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、いろいろな物が値上がりしていて、段々と景気が悪くなっていくと思う。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が完全になくならない限り、景気回復は無理である。
▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	・介護保険の福祉用具貸与では、価格が実質上げられない構造となっている。新機種を採用しても現行機種以上の価格は付けられず、調達原価も販管費も上がって、利益を削っていかねばならない。
▲	設計事務所（職員）	・客との会話は、政治、ウクライナ情勢や新型コロナウイルスの話で一杯で、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）	・予算が潤沢な仕事はなく、利益を落としてもまずは仕事を取っていくスタイルが続いている。この先多少なりとも経済的には制約が緩和されることを期待している。

	×	商店街（代表者）	・物価高が非常に厳しく、必要最低限の日用品しか売れなくなりそうである。必要性の低い商品は、全く売れない状況が続くそうである。
	×	スーパー（店長）	・商品値上げによる1品単価の上昇よりも、来客数と買上点数の減少の方が大きい数値で推移している。
	×	スーパー（店員）	・商品は高くなる一方、なかなか売上に結び付くほど買上点数が増えていかないため、更に厳しくなる。
	×	スーパー（販売担当）	・ロシアのウクライナ侵攻には収拾のめどが立たず、食糧への影響は避けられない状況である。円安の影響もあり、輸入品の購入や企業の業績への影響は必至と思われる。また、最近の天候が水不足を起こす恐れもあり、農産品への影響が懸念される。
	×	コンビニ（店長）	・仕入価格上昇分の売価への転嫁が追い付かない。利益が取れない上に、売上の減少も顕著である。
	×	コンビニ（店長）	・物価上昇が余りにも家計を苦しめている。自己防衛のため、消費活動を極端に控えて引き籠る人の増加も考えられる。政府の対策も乏しく、消費を喚起させるものはない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・異常な気候、戦争、物価高など国民にとっては不安でしかない。この先、かなりどんどん悪くなっていくような気がする。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・新型車にも半導体不足の影響が非常に出ており、生産が開始されなかったりしている。とにかく車の在庫が全くなく、生産も全く追い付いていない状態である。
	×	観光型ホテル（支配人）	・個人宿泊は徐々にではあるが今後も増えていくと見込むが、食堂利用は今後も伸び悩む。今一度、商品内容と価格設定の見直しを迫られることになる。一般宴会は、第2四半期に入る来月以降も、向こう3か月の予約状況は全てが30%前後であるため、大変な厳しさを強いられることに間違いない。
	×	タクシー運転手	・物価高、燃料代高騰、エネルギー価格の高騰で電気代も上がって、原発を動かさないと、ますます悪くなり市民は大変である。
	×	美容室（経営者）	・今年の夏はとても暑くなるということで、客層が高齢化しているため外出が難しくなり、悪くなると思う。
	×	設計事務所（経営者）	・現時点で案件がないため、景気が良くなりようがない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・建築業から転業する若い事業者が多くなってきた。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・全ての製品ではないが、値上げした価格で販売できるため、収益圧迫が緩和される。半導体向け需要は引き続き好調で、数量は横ばい若しくは増える見込みである。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・同業他社で当社と競合する製品の生産から撤退したところがあり、その代替のための見積依頼が来ている。必要性の高い製品なので、受注できる可能性が高い。
	○	通信業（総務担当）	・物流に加えて、商流そしてインバウンドの人流も増えつつあり、それに連動して国内消費も増えると考えられる。ただし、物価上昇により今後買い控えが発生して、消費マインドに水を差して息切れする可能性がある。
	○	金融業（従業員）	・海外旅行客の受入れによるインバウンド需要が発生し、景気が回復傾向になる。
	○	会計事務所（職員）	・夏休みに旅行を検討して旅行会社に相談したところ、夏休みではもう締め切ったツアーもあるとのことであった。今まで我慢していた分、旅行や外食に支出しようということだと思う。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・いろいろな制約が解けて大きく好転し始める。物価、特に石油価格などは大きく下がっていき、その後いろいろな動きが湧き出してくると考える。当社の新製品には、活発な引き合いがある。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の原材料価格の高騰からすると、取引先への価格転嫁はままならず、その他にも良くなる状況はみえてこないため、景気は今と余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・2～3か月先なら、まだ景気は後退しない。我が国は良いモノやサービスがあふれており、円安のなかでインバウンドが戻れば、景気のプラス要因となる。ただし、賃金が上がりが続けている外国人に日本が安く買われているということでもあるため、適正価格で外国人に販売していく取組が必要ではないか。

□	一般機械器具製造業（営業担当）	・円安は販売チャンスだが、物流費、材料費が高騰しているため、利益が出にくい状況がずっと続いている。電子部品が納入されてこないため製品が製造できず、納期が長くなっており、しばらくは好転する材料がない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ウクライナでの戦争が終わるなど大きな変化がないと、傾向は変わらない。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・我が国の経済全体での停滞感、不安感の一扫のためにも、思い切った経済政策を実施してほしいところである。
□	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーへの部品、半導体の供給がどの程度回復するかに懸かっているが、大手自動車メーカーでは7月は5万台減産と言っているため、今のような状態が2～3か月は続く。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ロシア・ウクライナ紛争が終わっているいろいろな要素が安定しない限り、景気向上は見込めない。
□	建設業（役員）	・先行きは、新型コロナウイルスの感染状況次第で景気状況が変わるため、客の動きも静観となるか活発に動くか見通せない。
□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の問題も少し落ち着いてきて、後は参議院選挙が終わり落ち着いてくればよいが、ウクライナ問題もあるため、もう少し世の中が落ち着かないと見通しが立たない。
□	輸送業（経営者）	・軽油価格の高騰が長引くなかで、荷主も原料高で燃料サーチャージになかなか応じない。また、人手不足で派遣社員の多用が続き、人件費が高止まる。
□	輸送業（従業員）	・我々の業界のみならず客先で話を聞いても、販売量は増えてもそれ以上に調達コストが上がってきている。正直な話、忙しくなっているだけでもうかっている状態である。この様々な価格上昇は世界的に当分続くと思われる。
□	輸送業（エリア担当）	・変化する要因がないため、季節的変動のみである。
□	通信業（法人営業担当）	・ロシアのウクライナ侵攻による原油、食料等の高騰がかなり物価を押し上げていると思う。先行きは不透明である。
□	不動産業（経営者）	・物価上昇による様子見だが、ターミナル駅周辺などエリアによっては好状況を維持している。
□	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続き、外出や遠出を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、前年を上回る状況が継続していくと見込んでいる。
□	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少してきたが、特に日用品類の値上げがこの先も続きそうであるため、広告の受注も余り期待できそうにない。
□	行政書士	・前年よりも今期決算の方が赤字という業者の声を聞く。
▲	金属製品製造業（経営者）	・これから材料価格、電気料金やエネルギー価格が値上がりすることから、引き続き利益を圧迫すると考える。
▲	金属製品製造業（従業員）	・鋼材の仕入業者からも、単純な値上げ要請では市況も良くないなかで一方的に転嫁できるわけがなく、どのような売り方をすればよいのか思案に暮れているというような相談が多い。
▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・仕入れたい物が手に入らない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・全ての物の価格が上昇するなかで、消費購買力等が減退する。
▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・部品、材料費がどんどん上がるなかで給料は上がらないため、会社のもうけと消費はどんどん減って、景気は悪くなる一方である。
▲	建設業（営業担当）	・仕事をこなしていけば利益は出るが、会社自体が存続していく上で掛かる燃料代や電気代も含めると、会社としてもうかっているという話にはならない。以前よりは経費が掛かっているため、部品が入らないなかで今以上の仕事をするのは無理があり、2～3か月では改善は難しい。
▲	輸送業（従業員）	・マスコミ等の影響で消費者マインドが低下する。
▲	輸送業（エリア担当）	・低単価商品は伸びているが、通常の荷物は減少している。表面上個数はあっても単価が安く、コストは減らないために苦しい状況になっている。
▲	通信業（法人営業担当）	・リモートワークを標準に推し進める動きが既に加速している。人が外に出ないのに、飲食を始めとしたサービス業が復調できるはずがない。

	▲	金融業（従業員）	・社会情勢、長期化する円安への不安、新型コロナウイルス感染症の影響も若干残っていることから、景気はこの先も今一つ良くはならないという見方を持っている人が多い。
	▲	金融業（企画担当）	・材料費高騰の影響は、当面はしのげるが継続していくようであれば企業業績に与える影響も大きく、特に中小企業は厳しくなり、従業員の給料への影響が出てくると見込まれる。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞折込の受注量をみていると、依然として減少傾向が改善していない。
	▲	公認会計士	・円安を解消するために利上げが行われた場合、新型コロナウイルス感染症対策で借入れを行った企業の返済負担が重くなり、返済困難になる企業が今後増えると考えられる。また、ウクライナ等の世界情勢の影響により、海外からスムーズに輸入できない状況がまだ続くと考えられ、企業側の供給と消費者側の需要のバランスが、今以上に悪化することが予想される。
	▲	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス発生前と比較すると、売上は順調な回復がみられるが、このまま食料品、生活用品などあらゆる物が値上がりし続ければ、消費者の購買意欲が低下し、客単価の下落など、悪影響が出てくる。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・暑くなり、エアコンの利用が増えてきており、ますます支出が増えるばかりである。
	×	食料品製造業（営業担当）	・原材料価格の高騰により、販売単価に上乗せすれば更に大きく販売数量が下がる。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症と物価高の影響である。物価高になっても給料は上がらないという状況で、景気が良くなるはずがない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・鉄鋼メーカーの一時的な価格設定により、全く売れていないのに我々店売り製品のみ値上げばかりを繰り返している。これでは中小企業は立ち行かない。
	×	輸送業（エリア担当）	・欧州の戦争の影響が全世界に及んでいる。物価の上昇が生活のなかにじわじわと浸透し始めている。このような動きを背景に、経済活動が好転する要因が見当たらない。鬱屈とした雰囲気を経済のなかで感じる。明らかに景気減速の流れであろうと考える。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増加しなければ、良くなる。
	○	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）	・現在は求人数が求職者を上回り有効求人倍率が上がっている。これから求職者数の転職意欲も高まっていくと考える。そのため、転職市場は活性化するのではないかと期待している。
	○	職業安定所（職員）	・人の動きも活発になってきており活気が出てきた感がある。IT関連企業や飲食関連企業も、仕事が増えてきたため求人を出しているが、応募者が集まらず人手不足で困惑している状態である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・6月のボーナス支給を経て、秋口くらいの転職を検討する潜在層の動きが活性化してくる時期になる。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・直面している具体的な兆候はないが、米国経済の悪化による影響を懸念している。
	□	人材派遣業（営業担当）	・良くなる兆しはなく、停滞又は下降すると予想する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全体として求人数は増加傾向であるが、経済情勢により業種間での格差が拡大している。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・物価上昇の広がりにより、企業が新規求人を抑制する動きにつながる可能性がある。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・新車販売台数も前年比マイナスが続き、自動車メーカーの生産計画も先送りになっている状況である。生産計画の先送りや自動車生産工場の稼働停止によって、人材供給先の雇用の不安定さが続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・海外の戦争長期化など景気が良くなる材料がない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況は落ち着き始めているが、資源価格など物価高の影響が増大しており、楽観視できない。

□	職業安定所（職員）	・原材料やエネルギーなどの高騰による影響を受けている事業所が多く見受けられる。新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢や円安などの先行きにも不透明さがある。
□	職業安定所（職員）	・今後も原油価格の高止まりや更に円安が進み、原材料の仕入価格が上がる事が予想される。
□	職業安定所（職員）	・求人への改善傾向は続いているものの、新型コロナウイルスの感染拡大懸念が続くこと、ウクライナを始めとする海外情勢や円安の進行による物価の上昇は今後も一定期間続くと思われることから、景気が悪化する懸念は払拭されず、今後の景気の状況についてはどちらとも判断できない状況が続くと考える。
□	職業安定所（職員）	・来年3月の新規学校卒業者を対象とした求人に関しては、前年同月と比べて、それほど改善した状況とはなっていない。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・現時点での見込みとして、例年夏場の求人動向は落ち着く傾向にあるため、年々平準化しているとはいえ、同様の傾向を予測している。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・学部により若干の差異はあるが、前年同期と比べ内定状況は良い。特に医療系においては前年度の雇用控えも影響しているのか、内定率で比較すると1か月以上は早く決まっている。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・すぐには給料は上がらないし、物価上昇も止まらないと考える。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安などの影響による日用品などの値上げはマイナス要素である。消費者の意識も、買い控え傾向になる。
×	—	—