

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症関連の暗い情報は、経済回復を阻害する。しかし、最近では明るい情報が中心になっているため、回復の希望が大きい。
	◎	スーパー（販売担当）	・11月に改装オープンし、客に支持される売場になる。来客数、売上アップを狙う。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・一棟貸しの借上げが終了すると痛い。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はやや増えているものの、行動制限もなく通常に近い生活に戻りつつある。また、全国旅行支援などを活用する消費者の姿が頻繁にマスコミで取り上げられ消費行動も以前より活発になっている。具体的には高額品やイェナカ商材、食料品に加えて、婦人、紳士共にファッション関連に動きが始めている。第8波への懸念や円安、インフレなどのネガティブ要素も多々あるが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻った生活や行動への期待感が、景気を後押ししている。
	○	百貨店（経理担当）	・今後も新型コロナウイルス感染症の影響は見込まれるが、全体的には景気は上向く。ただし、過度の影響は考慮していない。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが更に増加し、国内の景況感も上昇すると期待している。
	○	百貨店（営業企画担当）	・全国旅行支援等の観光喚起策で観光業が潤い、旅行を楽しむ旅行者をテレビや新聞でみることで、消費が上向きになることを願う。
	○	百貨店（販売担当）	・入国制限が緩和されたため、外国人観光客が増えていけばインバウンド需要の伸びが期待できる。
	○	スーパー（経営者）	・年末年始を迎え、近隣神社の参拝者増加に伴う来客を期待している。
	○	スーパー（店員）	・寒くなり、鍋の季節で牛肉や豚肉が順調に売れ始めている。買い控えの様子は余り見受けられないため、値上げの影響は限定的になる。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの大規模な感染拡大がない限り、客の動きは変わらない。ウィズコロナが一般化してマスクをしていない人も増えてきているため、政府が注意喚起をしても、人の動きは変わらない。
	○	コンビニ（店員）	・年末に入りクリスマスモードとなり、チキンやケーキを買う客が増える。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、行楽・旅行需要の増加による景気回復を想定する。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・紳士服のスーツ販売は、正月前後の成人式や就活に向けてスーツを購入する客がかなり増えている。今年は女性の方が、早めに下見や購入をする人が多い。
	○	乗用車販売店（経営者）	・来年に向けて更なる納期改善が予想されるため、購買意欲も高まりそうである。
	○	乗用車販売店（従業員）	・このままロシアの戦争、中国や北朝鮮の問題などが順調に解決に向かい、突発的に戦争が起こることがなく、新型コロナウイルス感染症が第8波など大きく流行しなければ、年末に向かって良い方向に進む。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・生産状況が改善しない分、先を見越した購入を考える人が増えてきている。納期の影響で商談が流れることが少なくなってきた。
○	住関連専門店（営業担当）	・ここ2、3年は新型コロナウイルス感染症の影響で設備投資、住宅などのリフォームを保留又は延期していた現場が動き始めた。大規模改修についても同様に動き始めてきた。	
○	高級レストラン（経営企画）	・新型コロナウイルス感染症に関する制限が徐々に緩和されるなか、政府や自治体の消費、行動促進施策への期待から、来客数、予約数が10月中旬から伸びている。また、インバウンドも地域によっては大きく増加しており、今後も期待できる。ただし、円安、需給バランスによる物価高が収益に及ぼす影響が計れない。	

○	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援の開始に伴い個人の宿泊利用が増加し、宿泊部門は回復傾向にあるが、法人の忘年会予約が新型コロナウイルス感染症発生前と比べ非常に少なく、事業全体でみるとやや良くなる程度にとどまる。
○	都市型ホテル（従業員）	・当地域では大型集客施設のオープンや国際的な自動車レースの開催があるため、来客数が増える。
○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が続く限りは旅行業の業績は上向きと考える。ただし、今発生している旅行案件も、新型コロナウイルス感染症の第8波が襲来すると半分は取消しが見込まれるため、今後の新型コロナウイルスの感染状況、第8波の動向に注視していかなくてはならない。
○	旅行代理店（営業担当）	・観光関連事業者では、全国旅行支援等による旅行需要の急拡大に合わせて費用を掛けて受入体制の整備を行ってきた。そこへの補助も大事であり、雇用の問題などキャンペーンが終わってからのことも、制度設計としてよく考えてほしい。
○	タクシー運転手	・給料が上がらない状況であるが、12月はボーナス時期となる。今の状況から、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言は発出されないとと思われるため、忘年会シーズンに入る12月はかなり期待できる。
○	テーマパーク（職員）	・インバウンドが増えている。
○	美容室（経営者）	・暮れから正月にかけては来客数も増える。
○	美顔美容室（経営者）	・キャンペーンセールを12月末まで行っているため、11月から12月に、もう1セットの追加購入を見込む。
□	商店街（代表者）	・電気代等を含めて生活に非常に金が掛かるため、なかなか当社の商品にまで予算が回ってこない状況が続く。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増加傾向になってきたため、先行きが読めない。ホテル関係も、宴会部門が戻ってきているが新型コロナウイルス感染症発生前とは程遠い状況で、上向き始めたがそこからまた停滞しているようである。
□	商店街（代表者）	・まだまだコロナ禍の状況次第で景気は左右されるため、分からない。
□	商店街（代表者）	・これからウクライナ情勢が悪化に向かう気がして、先行きが不安である。
□	商店街（代表者）	・戦争とコロナ禍が終息しないと変わらない。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・この先がよくみえない。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店の営業制限が解除されても、客の飲食店利用が大幅に増えるなど新型コロナウイルス感染症発生前に戻ることはない。飲食店に対する客のコロナ禍に伴う行動変容は、定着した様子である。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・足元からは余り変わらずこのままの状態が続く。企業間でのやりとりも活発化し、それに伴い個人にも動きがある。新型コロナウイルスの感染状況が大きく変わらない限り、今の状態が3か月後も続いて変化しないと予想する。
□	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）	・何もかも値上がりが続き、小売店に厳しい状況は変わらない。
□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症、安全保障上の問題、円安などの不安定要素が多過ぎて、先行きが読めない。
□	百貨店（売場主任）	・来月売場がリニューアルオープンするが、売場自体が少し縮小し取扱ブランドも減るため、リピーター客が少し減る。商品内容も少し若者向けになるため、年配客の来店が減り、その分売上也落ちると考える。
□	百貨店（総務担当）	・電気ガス等の値下げ対策が発表されたが、食料品を中心とする値上げにより、生活防衛的な消費行動に移ると想定している。衣料品を中心に不要不急の購入などが控えられており、売上は日に日に厳しい状況にある。
□	百貨店（営業担当）	・ウィズコロナの生活様式にも慣れて消費マインドは改善しつつあるが、物価高の影響が不透明である。
□	百貨店（計画担当）	・コロナ禍についてはまだ一進一退の状況が続いていくと考える。物価高の影響も出始めているため、現状での推移にとどまる。
□	スーパー（店長）	・節約志向はまだまだ続くと見込む。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・まだまだ値上がりが続いているため、客は最低限の物しか購入せず、やはり高い物や必需品以外の物は買いが薄くなってきて、非常に売行きが悪い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務）	・新型コロナウイルスの感染状況が消費者の行動に余り関係しなくなってきた。また、物価上昇等がテレビやメディアで報道されているが、客の買上点数は前年と余り変わらず、この状態が続くと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着けばよいが、新型コロナウイルスの新規感染者数が多少なりとも増える傾向にあるため、それが心理的に客の消費に影響を及ぼす。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症対策による自粛は一段落したことで、人流は回復の傾向にあるが、物価の上昇はまだ収まらず、水道光熱費の高騰など生活にまつわるものが伸び掛かる。落ち着いている新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向になってくることも懸念され安心は全くできないため、変わらないと予想する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・売上は好調であるが、原価率の高騰で利益の捻出に苦しむ。世間にはぎわいを取り戻し、小売業界は活気が戻り復調気配であるが、手元に残る利益次第では、景気の後退を予見させる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・なじみ客にいかに来店してもらおうかを大事にするしかない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・世の中では値上げラッシュの影響により消費の冷え込みが続く。極力余分な物は買わず吟味する傾向が客の購買行動に出ている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・例年であれば、年末商戦ということもあり個人消費が上向き景気も上昇する。しかし、現在の社会動向等をみると、物価上昇による家計負担が大きく、個人消費が現状より拡大するとは思えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安と物価高の状況が継続しているため、即座には回復しない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の受注状況は良いが、メーカーからの供給は改善の兆しがみえない。この状況は2年くらい続くと予想する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・景気に大きく影響するような要因が見受けられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・このままどこまでも景気が上昇するイメージは持たず、具体的な要因も感じられない。しかし、不安はなく問合せもあるので、変わらずいくのではないかと。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・全国旅行支援などで自動車が動く場面が増えれば、車の買換え、点検、修理等も増えると期待するが、ガソリン価格は補助が出ているとはいえ高止まりのままであり、楽観はできない状況である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・本来であれば年末にかけて販売量が増える予定であるが、相変わらず在庫不足が続いており、今後どうなるか分からない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [雑貨]（店長）	・郊外に集客施設が増える限り、中心市街地の地盤沈下は否めない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・原価、燃料等の高騰で、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・周りの状況を見て少しずつ値上げをしていくが、追い付くかどうか不安である。
<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・先が読めない。生活様式が変わったので、それに慣れてしまっている。また、地域差もある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・戦争や円安による物価高の影響がどこまで響いてくるかによって、流れが変わる。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・12月から1月もまだ全国旅行支援が続くことが十分考えられる。ただし、本格的に良くなるかは分からない。戦争は長引いており、物価上昇が企業業績に影響してボーナスや消費が冷え込めば相殺されてしまい、完全に良くなるはずと今と同じような状況が続く。全国旅行支援の有無、戦争、円安による輸入物価の上昇で経済は冷え込まないかなど、複合的な要素によって今後の景気が決まる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・円安、燃油高でアウトバウンドには向かい風、インバウンドには追い風であるが、企業における状況が悪化した場合には、需要停滞が見込まれる。

□	旅行代理店（経営者）	・海外旅行や社員旅行など団体旅行が動かないと経営は厳しい。円安、燃油料の高騰、ウクライナの戦争問題などで海外旅行には行きたいが少しちゅうちょしている面がある。地域発の安定した定期便の運航が戻れば、客も海外旅行を視野に入れてくれる。あと一步のところまできているため、準備をしていきたい。全国旅行支援も、予算が余るなら3月まで継続してほしい。県民割ではメリットはない。
□	旅行代理店（経営者）	・大手外食チェーン店のスクラップアンドビルドが進むなかで飲食店では2極化が進む。人口減少による消費の長期減少傾向をいかに乗り切るのが不透明である。
□	通信会社（企画担当）	・物価高、為替、ガソリン価格、エネルギー価格、年金問題など、小手先の対応ではなく明るい将来を見通せる社会、政治を真剣に考える時期にきているのではないか。今のままでは、閉塞感から景気回復とはならない。
□	通信会社（営業担当）	・半導体不足の影響で、端末がなかなか入ってこない。
□	通信会社（営業担当）	・止まらない値上げや在庫不足が解消されない現状から、2、3か月後の安定供給が見込めない。
□	通信会社（営業担当）	・特に変わる理由が見つからない。
□	通信会社（営業担当）	・現状が続くと考える。
□	通信会社（サービス担当）	・新規申込みが増加しても、安い会社への乗換えのため、解約も増えると考え。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・国が経済対策を行っていても、それ以上に物価上昇が進んでいる。
□	ゴルフ場（支配人）	・12月の入場者予約数は前年同日並みに推移している。冬場に入ると降雪の影響が大きいですが、年内はこのまま順調に推移すると見込む。
□	住宅販売会社（従業員）	・当分この状況が続くと見込む。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・企業の設備投資と併せて今月は一般住宅のリフォーム工事依頼が増えたため、2、3か月先に着工できる見込みである。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・単価が安定しない限り、なかなか景気が良くなるとは考えにくい。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ物価が上がると、なかなか花に金を掛けてもらえない。生活は更に厳しくなり、景気は良くならない。
▲	百貨店（経理担当）	・インバウンドを呼び込む円安のプラス効果は、資源価格の高騰・物価高がもたらす企業業績の悪化や消費マインドの低下によって打ち消され、全体として景気は後退に向かう。
▲	百貨店（販売担当）	・加湿器の売れ始めが遅かった。来客数は上がっているが販売量は控えめな様子である。
▲	スーパー（店長）	・買上点数の増加が見込める状況にない。
▲	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、減ったと思ったらまた徐々に増えそうである。外出する機会が多くなると新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることを警戒して、皆余り外出しなくなる。
▲	スーパー（支店長）	・円安が進み続けることであらゆる物が値上げされ、消費者の支出は生活必需品優先となり、嗜好品やぜいたく品への支出がかなり抑えられる。ロシア情勢から始まり、国内の政策や景気対策が芳しくないことで、まだまだ今後も厳しい環境になる。
▲	スーパー（営業企画）	・商品価格の上昇がまだ続いており、消費も停滞すると見込む。
▲	スーパー（販売担当）	・電気、ガス、灯油の値段が高止まりで、消費が拡大する要因が見当たらない。新型コロナウイルス感染症の新たな流行やインフルエンザの懸念があり、行動が抑えられるおそれもある。寒波の到来による季節商材の上昇に期待する営業が続きそうである。
▲	コンビニ（企画担当）	・今後、更に商品値上げの影響が出てくることが予想される。
▲	コンビニ（エリア担当）	・今月が、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き全国旅行支援などの影響も手強い、来客数のピークに近い状況と思われる。冬季に入り新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていく時期になるため、来客数は落ち込むと想定する。
▲	コンビニ（店長）	・もろもろの商品の値上げによる節約志向で、消費が落ち込んでいる。

▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・単価の上昇で必需品には駆け込み購入が少しみられるが、総じて弱い。
▲	家電量販店（店員）	・商品の購入を検討する客が減っている。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・今までは在宅需要で家電が売れたが、新型コロナウイルス感染症の第7波も少し落ち着き、外食や観光の方に人が流れている。周りでも新型コロナウイルス感染者が増え、感染したことを言えるほどにコロナ慣れしている。需要の先食いや値上げの影響もあり、家電は売れなさそうである。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・円安の影響もあり値上げの嵐で支出が大きく増えるなか、収入は増えない状況で、徐々に消費が落ち込むのではないかと。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新型車種が導入されても発売されて1か月で半年待ちになってしまい、さらに、高額な人気車種の多くは納期が掛かるため受注停止になっており、欲しくても車を買えない状況である。このままでは、車を売りたいとしても売ることができない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・これから更に電気・ガス料金の引上げ、燃料価格の高止まり等、生活に密着した費用が目に見えてかさんでくる。年末に向けていろいろと考えられる必要経費もあり、客の財布のひもは更に固くなる。
▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・海外からの流入で新型コロナウイルス感染症第8波の発生や円安による物価高騰など、年末に向けて不安材料が満載である。消費者の外出意欲や購買意欲が再びそがれることが懸念される。
▲	一般レストラン（経営者）	・マスコミ等による諸物価上昇の報道の影響か分からないが、消費者が余り金を使わないようになってきた。冬に向けてできる対応を考えて、営業をしていきたい。
▲	一般レストラン（経営者）	・周囲の雰囲気は少しだけ良いようにも見受けられるが、諸物価の上昇と給与の目減りはどうしようもない。短期的には何とかこなしても、長期的にはどのようになるか不安で一杯である。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・光熱費や様々な物の値上げが相次ぎ、購入数や予算を減らしたいという客が増えている。
▲	都市型ホテル（営業担当）	・不透明な状況が続くが、新型コロナウイルス感染症が拡大しそうな心配である。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・全国旅行支援は12月20日までのため、その後新たな支援がないと新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右される。また、光熱費を始め様々な購買品が10%以上値上げされている一方で価格転嫁ができず、先行きは読めない。
▲	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援が12月20日で一旦終了し、その後の状況が不明である。
▲	タクシー運転手	・経済政策の効果を見てみると、やや悪くなる。
▲	タクシー運転手	・大企業の年末年始の休みが長く、ビジネスでの利用が少なくなるため1月から2月は悪くなる。
▲	レジャーランド（職員）	・新型コロナウイルス感染症は過去3回冬の時期に感染拡大をしていることから、今冬においても第8波の到来は不可避と考えている。また、ラニーニャ現象により厳しい冬が予想されることから、外出意欲の低下も想定している。
▲	観光名所（案内係）	・円安に物価上昇はいずれも大変な問題である。良くなることは考えられない。
▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の収束が進むが、業界全体が以前と比べて沈下しているため客足が鈍っている。いろいろな販促努力が実らなくなっている。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上がり生活が厳しくなる。
▲	美容室（経営者）	・まだまだ物価上昇が続く、光熱費などはもっと家計に負担が掛かってくるため、客の財布のひもは今後ますます固くなっていく。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの影響がある。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・何もしなければ下落する一方である。サービスが他社より劣ってきたのか、あるいは、制度ビジネスなので利用者の判断基準が変わってきたのか分析中である。
▲	住宅販売会社（従業員）	・本来は、円安が進むなら高くなる前に建てるというマインドも起ころはずだが、物価上昇の話しか聞かないため、買い控えになっている。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・以前よりは打合せが増えてきたため期待しているが、まだまだ時間が掛かる。物価高がブレーキを掛けている。

	×	商店街（代表者）	・商店街立地の地域専門電機店であるが、商店街は完全にシャッター街となり、イベント等を開催するが、日に日に来客数が減ってきている。この流れは続くと考える。
	×	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き為替の影響を受ける可能性が高い。
	×	スーパー（店員）	・11月より担当のカテゴリーで大きな値上げがあり、かなりの影響が出ると見込んでいる。
	×	コンビニ（店長）	・食品の値上げラッシュ、仕入先の廃業や輸送コストの増大などで良くなる要素が見いだせない。
	×	コンビニ（店長）	・前月同様であるが、良くなる要因が全く見つからない。あえて景気に良い変化をもたらす要因を絞り出すと、大型集客施設オープンによる人流増加だろうか。それも一時的、限定的であるならば、悪くなる要因しか見つからない。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費者は物価高に振り回されており、外食に使用する予算が減っている。景気は悪くなる。
	×	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・円安の進行や海外との賃金格差拡大に対して政府は何も手が打っていないようにみえるため、当面は消費マインドも下がり続け、景気が好転する気配はみえてこない。
	×	設計事務所（経営者）	・計画から実施設計までは順調にいて3か月ほど期間を要するため、現時点で新規案件がないことは、望みがない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新築住宅が値上がりし、売行きが悪い。
	×	住宅販売会社（従業員）	・金利の動向次第で、少しでも貸付金利が上がれば、すぐに消費マインドが下がる。
企業 動向 関連  (東海)	◎	—	—
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・航空関連はそれほど回復していないが、航空関連の人材が誘導機器関連の方へ戻ってきている。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が若干収まりつつあること、旅行がしやすくなっていることなど、これまでの規制が緩んで一般国民が以前の生活に戻りつつあるため、今後の景気は良くなる。
	○	行政書士	・貨物量が少し増加する。
	○	会計事務所（職員）	・なかなか客足が戻らなかった飲食店も、少しずつ来店者が増えてきている。現在決算を迎えている法人顧問先も、業績が伸びてきている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安で世情は騒がしいが、円安は我が国にとって好都合であり、再び我が国が輝くチャンスが訪れていると考える。どんどん新しく人々の利便となるものを考案していく。日本銀行には、低金利の状態を続けてほしい。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・年末年始は例年なら荷動きが活発な時期となるが、今年は2回目の原材料価格の値上げがあり、製品価格への転嫁は非常に難しく収益面で圧迫を受ける。景気は今と変わらず、悪い状況が続く。
	□	化学工業（営業担当）	・引き続き半導体向けは生産調整が続く見通しであり、状況は変わらない。2023年春先から需要回復を見込む。
	□	化学工業（総務秘書）	・アフターコロナの1年目を満喫したい雰囲気があり、当面は人々が活動をおう歌する。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・部品の安定供給が短期的には望めず、現在の生産調整はしばらく続きそうである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・原材料価格が高止まりであるため、利益の確保が難しい状況が続く。
	□	金属製品製造業（従業員）	・原材料等の価格高騰に対して価格転嫁などが進むかが、収益の鍵になる。一方では仕事量確保のためか安値受注競争もあって、良くなる見通しもない。
	□	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）	・北米の客からは、金利上昇により設備購入の資金調達が難しく発注できないという情報が入ってくるようになった。円安で価格競争力は高まっているが、設備投資需要が弱まっているため、状況は変わらないと判断する。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・変化は余り見込めない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けてある程度は期待できるが、なかなか難しい状況になっているため、悪い状態が続く。	
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・株式市場はさえない全体的な停滞感がある。国内旅行の活発化は進むが、それだけでこの停滞感を打破できるとは思えない。	

□	建設業（経営者）	・内閣も安定してきていたが、新型コロナウイルス感染症に続いて政治と宗教の問題など、次から次へと問題が発生しており、それに対する対応が遅過ぎる。もう少しスピーディーでないとい経済も心配になる。安全策を取るのではなく、スピーディーな対応を求める。
□	輸送業（経営者）	・メーカーや大手流通業は原料や仕入コスト高による値上げへの対応に手一杯で、物流業の値上げ要請には消極姿勢が続く。
□	輸送業（従業員）	・世間全体が既に新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるようだが、一方で様々な経費も上がっている。業種や企業によっては、経費増加の部分が多い場合もあり、今後注意が必要と考える。
□	通信業（法人営業担当）	・円安が続くと庶民の懐にボディーブローのように効いて、財布のひもが固くなる。
□	金融業（企画担当）	・個人消費が増えてこない、景気は上向いていかない。ある程度の物価高はやむを得ないとしても、給与の上昇が追い付いてこないとい景気は上向かない。給与の上昇には時間を要するため、当面現状の景気が続く。
□	不動産業（経営者）	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が横ばいで推移すると見込まれ、外出や遠出をする人は徐々に増加していくと予測している。今後の売上は徐々に増加していき、前年を上回る状況は継続していく。
□	不動産業（経営者）	・様子見の状況は変わらない。
□	不動産業（開発担当）	・工事費、分譲価格、売行きに大きな変化が起きそうな心配がない。
□	広告代理店（制作担当）	・年末年始に向けてのいろいろなイベントも、大規模なものは控えて予定している企業がみられる。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いても、現状での新聞購読者数の減少と折込チラシが少ない状況は、好転しないと考える。
□	公認会計士	・物価高騰に対する政府の経済対策も始まり、主に水道光熱費やガソリン代の負担軽減など一時的には企業のコストも抑えられる。また、円安によるインバウンド需要も年末に向けて効果が出てくる。しかし、例年どおりであれば冬になると新型コロナウイルスの新規感染者数も増えてくるのが懸念され、良くなる部分とそうでない部分がある。業種によって、観光業、飲食業など景気が良くなる業種と貿易業、不動産業など悪くなる業種とでは大きな差が出てくる。
▲	食料品製造業（営業担当）	・消費が伸びてこない。嗜好品よりも必需品をそろえる傾向が強くと、消費につながらない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼価格だけでなくこん包資材、電気料金やいろいろな経費が増加し、鉄鋼価格分の価格転嫁のみでは吸収し切れず、今後受注量が減る。販売価格に価格転嫁された分、価格高騰が見込まれ、その状況で需要そのものが減少すると考える。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・いつまで続くか分からない円安と物価高で不安しかない。
▲	輸送業（エリア担当）	・現場が営業できていない。低単価の大口荷主に頼り切り、忙しいだけになってしまっている。
▲	輸送業（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、緊急性の高い航空便から船便へ徐々に変更する可能性がある。
▲	通信業（法人営業担当）	・リモートワークの普及で、人が外に出ず家で過ごす習慣が定着している。これまでのような飲食サービスへの消費行動の減少は必然である。代わりに何か別の消費行動が増えるわけでもなく、将来不安から貯蓄へ向かうと推測する。
▲	金融業（従業員）	・光熱費の値上げや物価の上昇により、日常生活は支出が増えている。特に冬は光熱費が多く掛かるため、景気は悪くなっていく。
▲	会計事務所（職員）	・物価高の影響か1件当たりの客単価が下がってきている。明らかに財布のひもが固くなっている。新型コロナウイルス感染症対策の自粛が続いていたときは来客数が少なかったが、現在は、来客数は元に戻りつつある一方で、売上単価が下落しており、利益が出ない構造となっている。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・燃料費、電気、ガス等の値上がりで収益が圧迫されるが、簡単に値上げできない。
×	鉄鋼業（経営者）	・基本的に製造業全体の生産や設備投資が回復しないと、我々の業界は非常に厳しい。

	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・更に半導体の入荷が悪くなり、生産コストでも電力、油、素材価格、切削工具などの値上がりが見込まれている。機械の値段も軒並み上昇し、見積りと購入価格に高額な差異が出ている。
	×	建設業（役員）	・大手自動車メーカーの減産や物価高による景気の冷え込みの影響が出てくる。客が活発に動く要素がない。
	×	輸送業（エリア担当）	・スーパーの客がセール品や割引品を買い求めるという話から、家計は著しく冷え込んでいることが読み取れる。物価が上がって給料が伸びない状況のなか、自衛手段として消費を控える傾向が顕著に表れており、先行きの景気は上がる余地が丸切りにないことを意味している。
	×	通信業（総務担当）	・輸入品のコスト上昇で欲しい物が手に入らないため、物価高の傾向はこれからも継続すると実感している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	求人情報誌（営業担当）	・1月、4月入社を見越した転職活動の活発化が予想される。
	○	職業安定所（職員）	・海外からの入国規制緩和で、外国人労働者の入国が進み、人手不足感の緩和が徐々に進んでいる。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少しずつ落ち着いてきており、サービス業等からの求人数も増加している。一方で物価高騰等から求職者の動きも活発になってきており、成約につながるが見込まれる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・12月ボーナスをもらった上で1月又は新年度入社を目指して転職を考えている潜在層が、そろそろ動き出すトレンドになる。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特に変化の兆しはない。
	□	人材派遣会社（社員）	・まだ静観の状況になっており、変化は期待できない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・行動規制緩和で観光業などは回復の兆しがみられるものの、海外情勢不安や原材料費の高騰、円安、物価高などから引き続き不透明な状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニア稼働率が高い水準で推移しているため、これ以上プラス方向へ大きく振れることはないと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・円安、物価高はしばらく継続すると見込む。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・円安の影響か、各メーカーが材料や原料のコストを気にしており、派遣活用にシビアになっている。円安は更に進む様相で、メーカーの派遣活用は様子見が続くと見込む。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・半導体、部品供給不足で工場の稼働停止が続き、雇用調整助成金で雇用の維持はできているが、残業時間数が減少し自動車製造業以外の業種へ転職する傾向がみられる。
	□	職業安定所（所長）	・部品の供給制約、原材料等の価格高騰、円安の影響など、不安材料も多い。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響、原材料の価格高騰、人手不足、10月からの最低賃金の上昇により、先行きが不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・一部の製造業では減産や供給制約がまだ解消されず、事業回復に至っていない事業所もある。長引く原材料やエネルギー価格の高騰は、今後の企業利益に影響をもたらす。
	□	職業安定所（職員）	・当面の間、円安の影響を受けて物価上昇が続く。エネルギー価格も高止まりしている。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・卒業予定者全員の内定が決まったのが、前年と比較して1か月以上早かった。また、採用機会としての試験回数も期間も、前年と比べ増加している。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・円安、原油高、新型コロナウイルス感染症等で景気回復の兆しがみえない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・求人・求職のアンマッチが多くなっており、採用数が減少している。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政府の景気対策はあっても局所的である。ここ最近のマイナス要素は改善されず、全体を浮揚させるまではいかない。人材不足感はあるが、採用についてもコストについても非常にシビアになっている。	
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・原材料の価格高騰の影響を受ける。	
▲	職業安定所（職員）	・海外情勢の不安定化による資源価格の高騰や円安による輸入品の価格高騰等の影響もあり、景気の先行きには厳しい局面が見込まれる。	

	▲	職業安定所（職員）	・原材料の価格高騰、円安等により、ますます経営環境が厳しくなり、企業の採用意欲が鈍くなる。
	×	—	—