

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	・コロナ禍は第7波から第8波へと正に伝染病そのもので、終息の見当が付かない状況であるが、国の支援策も名を変えながら始まって人が動くようになった。借金による一時的な対応策であるが景気回復になっている。話題になっている増税が、次の景気後退を招くのは否めない。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・ビール出荷、地元飲食店の売上動向共に過去最高の数字で推移している。
	◎	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・10月下旬に1度閉店して11月上旬に改装開店し、売上が上がった。
	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・全国旅行支援による来客数の向上や、新型コロナウイルス新規感染者数が一旦落ち着くなかで、外出増加による消費マインドの向上などで商品全般の売行きが好調である。また、比較的温暖な気候が続いたため、飲料や酒などコールド商品の販売量が多かった。
	◎	コンビニ（店長）	単価の動き	・店舗催事で販売している高価格帯の商品が以前よりも売れている。来客数は減っているが、代わりに1人が家族分をまとめ買いするなど、販売点数の増加により客単価が上昇している。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果もあり、3か月前と比較して10ポイントほど来客数が増加している。特に、団体旅行などの旅行者の増加が顕著であり、日配品を主体に好調である。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援で宿泊は良いが、新型コロナウイルス発生以前には戻っていない。レストランも来客数が増えつつある。ただし、宴会は、11月後半に新型コロナウイルス新規感染者数が増えると、食事付きを中心に直近の予約もキャンセルとなり非常に厳しい状況である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・平日も含めて来客数は増えている。ただし、購買単価は依然として低い。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・少し新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和されたためか、来客数が増えた。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・早期販売やポイント何倍デーのキャンペーンも時折実施するようになり、ブラックフライデーが我が国にも根付いてきたのか、客の行動からは好景気がうかがえる。来客数、購入量共に3か月前と比べると増えている。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	単価の動き	・円安が解消されつつある。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波を前に客足は急に衰えることもなく、全国旅行支援も功を奏しスーツケースを持った客が多く見受けられ、売上を下支えしている。海外特選ブランドや時計などの高額品需要も引き続き好調であり、一部ブランドでは、朝から行列が途絶えない状況が継続している。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・秋口から人流が活発化して関連消費は上向きにあるが、家計を圧迫しつつある物価高がこれを打ち消そうとしている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドの売上が目に見えて良くなっている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・節約志向により買上点数は落ちているが、値上げにより1品当たりの単価が上がっているため、客単価の上昇につながり売上を押し上げている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・地方の特産品である柿の全国発送があり、一時的ではあるが売上が上がった。また、新物のみかんやりんごが入荷し、多少値段が高くても売れているため良くなっている。
○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日は特に、家族連れや仲間と連れ立っての来店で来客数が増えている。	

○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、人の流れはほとんど減少することなく、売上が前年を上回る店舗がほとんどである。
○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・多くの物が値上がりしているため、買い控えも一部みられるが、客単価上昇で売上が微増している。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の動きに影響を受けながらも、来客数は徐々に増えている。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・外出機会が増えたせいか、来客数が少し増えて売上も増加した。
○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比112.6%と好調で、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年に匹敵する売上まで回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念があるものの、3か月前と比べ脱コロナという状況を強く感じる。小売業全体に同様の売上伸張があると推測している。
○	コンビニ（店員）	単価の動き	・ちゅう房弁当に新メニューとして総菜メニューが加わったことと、ファーストフードの1個増量もあり、複数点買いの客が増えて客単価が上がった。
○	衣料品専門店（売場担当）	競争相手の様子	・来客数は増えている。家族葬が多いものの葬式が復活して礼服が順調に売れている。また、急に寒くなってきたためスーツの販売も伸びている。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・最近では成約率が向上してきて、購買意欲が上がってきた。
○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・外出する人が多くなって、来客数も増えている。
○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・皆新型コロナウイルス感染症に慣れて第8波が始まって余り動揺していないため、多少景気は良くなっている。
○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・リフォーム工事の中小物件が増えている。新築工事についても、先々の見積りや交渉依頼が入り始めている。
○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により夜時間帯には少し陰りがみられるが、今後増加する前にと、会食で利用する少人数の団体もみられる。週末は、家族・友人との会食利用が多くみられるようになっている。
○	バー（経営者）	お客様の様子	・年末に向けて徐々に動いている感じはするが、忘年会などはまだまだ自粛モードに見受けられる。新型コロナウイルス感染症発生前とは明らかに生活様式が変わり、外食は控えめで、したとしても早い時間で終わり2軒目などには行かない様子で深夜帯の店はかなり厳しい。食事中心の店は、ランチなどはすっかり元に戻っている模様である。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・団体客は400人以上収容できるが、現在は個人客が主体のため260人程度でほぼ満室の状態である。全国旅行支援が10月から始まり、11月はその影響でかなりの来客数である。3か月前はこのような喚起策がなくてもある程度の利用客があったが、11月は、全国旅行支援の割引と地域共通クーポンの影響で、大変多くの客が来ている。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前月に引き続き、全国旅行支援により特に宿泊者数が増加している。
○	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響が大きい。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの予約が入るようになった。
○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援の影響で仕事は非常に忙しいが、思ったほどの利益が出ない。全国旅行支援の手続が難しく余計な仕事が増えて大変なので、全国旅行支援に賛同する旅行会社にも支援をお願いしたい。客が思っている以上に本当に大変である。
○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が到来しているが、全国旅行支援を利用した旅行申込みは一部の取消しにとどまり、高止まりしている。最近も、問合せ件数は少なくなったが依然新規申込みは発生している。ここ2～3年分のストレス発散もあり、旅行需要は続くと予想する。

○	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・少人数ではあるが、観光性のある団体旅行が増えてきている。2年ほど行事を実施していないため、予算に余裕のある団体が多い。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・コンサートやイベント関係の予約が増えてきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波のため、ビジネスマンは夜の街でも早い時間に飲食を済ませ帰宅する傾向にある。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援やインバウンドの影響で増えている。
○	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が到来しているといわれるが行動制限もなく、全国旅行支援やイベント割の需要喚起施策により、第7波に比べて影響は少ない。
○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・11月は好天にも恵まれ入場者数は順調に推移している。3か月前は天候に恵まれなかったこともあるが、今月は3か月前よりもやや良くなっていると判断する。まだまだコロナ禍のなかにあるが、屋外でのゴルファー数は好調に推移している。
○	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	・全体での集客は前年より増えているが、一部の地区が前年比で減少となっている。
○	美容室（経営者）	お客様の様子	・今年の夏はとて暑かったため客の出足も少々悪かったが、涼しくなり正月も近づくにつれて、忙しくなってきた。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・行動自粛が緩和されているが、かなり新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。良くなりそうで良ならない。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数は戻りつつあるが、いかんせん1人当たりの客単価が低いため、なかなか販売量や売上の増加につながらない。
□	商店街（代表者）	それ以外	・中心部、郊外いずれの商店街でも不動産の空きテナントが目立ち、すぐに埋まらなくなっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前と比べても高値安定である。
□	一般小売店 [高級精肉]（常勤監査役）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症とインフレの克服を期待する。
□	一般小売店 [酒類]（経営者）	販売量の動き	・飲食店への来客数は少しか回復傾向にあるが、飲食店でのアルコールなど飲料の販売は増えていない。焼き肉店でも焼き肉だけを食べて帰る客がいる状況である。
□	一般小売店 [生花]（経営者）	販売量の動き	・例年花が売れない時期であるが、物によっては10%ほど値上げをしたにもかかわらず、販売量は落ちることもなかった。スーパーに入れている分については、やや落ちている。
□	一般小売店 [生活用品]（販売担当）	単価の動き	・街には人が出てくるようになったと感じるが、売上は変わっていない。
□	百貨店（売場主任）	それ以外	・当地への旅行客の来店もあるが、当店は全国旅行支援の対象外のため、購入せずに帰る客も多い。来客数は少し増えているが、サイズの品ぞろえが悪く売上につながらない状況が続いている。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は、前年、前々年を上回るが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻らない。新型コロナウイルス感染症の第8波により、自粛生活が続く。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・催事を運営するなかで、好きな物に対しては金を出すが、不必要な物に対しては厳しい傾向にある。
□	百貨店（販売担当）	単価の動き	・入店客や購入客が増え始めた。高単価品の稼働で単価も上がっていたが、中価格帯が停滞しており売上は横ばいである。
□	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で来客数は少し減少傾向であるが、以前の状況に比べると減少度合いは小さくなってきている。
□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、客単価、買上点数は依然として前年割れをしている。ただし、アップグレード業態ではマイナス幅が小さい。

□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数は増加しているが、気温の高さが冬物商材の売上増加を阻んでいる。生活雑貨部門では値上げが相次いだ が、必需品の売上数量の落ち込みは少ない状況である。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・売上は前年比100%で推移し、来客数も準じている。毎年作業服を大量購入する客からの注文が減少する一方、一般の客が増えている。相殺するとほぼ横ばいである。
□	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商部門で紳士服や宝石等の店外催事を行ったが、集客はある程度あったものの、購入客が想定より少なかった。また、購入客の単価も以前と比べて下がっている。
□	衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・よく買う客と余り買わない客とでまちまちである。購入客は限られるが、よく買ってもらえる。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・買換え需要が中心で余り変化はない。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車生産の遅れが続いているため、中古車で利益を補う。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・目に見えて良くなっている様子も、悪くなっている様子も見受けられない。新商品が発表になっても、来客数は若干の増加で余り増えない。
□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・来店客の様子では、最近では自分で消費するための購入が多く、友人などへの差し入れは少ないように見受けられる。
□	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・コロナ禍で客の生活スタイルが変わった。1軒目でお開きとなり2軒目、3軒目には行かない。
□	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・団体のツアーバスなどの利用もあり、にぎわってきているが単価が伸びない。
□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	来客数の動き	・本来なら年末商戦に向けて盛り上がりたがなければならぬが、様々な要素が絡み合っているせいか、微妙な雰囲気である。
□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・9月に値上げを実施したところ、販売量は5%程度減ったものの、売上は僅かに値上げ前を上回った。値上げ実施でもっと消費が減るかと思っていたが、思っていたよりは売上が確保できている。
□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の規制が終わり人出が戻りつつあるが、レストランなどの客足はマスクミでいわれているほどではなく、新型コロナウイルス感染症発生前の7割ほどの印象である。クリスマスに向けての装飾なども以前より簡素、質素になっている。平日のターミナル駅前の若者の人出と比較すると中心市街地では高齢者の多さが目立ち、持ち歩いている百貨店の袋を見ても、買物の量が増えているようには見えない。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数こそ落ち着いてきているものの、新規契約は件数、単価共に落ちたままの状況である。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・当面、現状維持が続くようである。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・特に変わらない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・店舗の統廃合や無駄を探して省く動きが増し、提示した見積りに対しても厳しくなっている。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・在来線、観光列車共に顕著な増減はなく、変化に乏しい。
□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・キャンペーンセールは8月から12月まで長期間行っているため、今は中休みの状態である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・円安による材料費高騰となっている。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・閑散期に入り市場が動きにくい状態であるが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が、3か月前と比べて更に0.2点落ちてきている。

▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・担当カテゴリーで11月より値上げが発生した。売上は前年並みから前年超えを維持しているが、販売数量は93%程度で、1品単価の上昇に支えられている状況である。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・判断が難しい状況である。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・まとめ買いする客のお陰で平均客単価自体は悪くないが、来客数の減少が止まらない。おにぎり1個や飲物1品での購入もやはり多く、購買力の差を強く感じる。物価高騰がかなり影響している。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・寒い季節になると、防寒服を求めて例年であれば一見客の来店もあるが、今年はそれすらない。これだけ諸物価が上昇すると、衣料品は一番先に我慢の対象になる。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・来客数、販売量共に前年割れとなった。前年も11月は通常より悪かったが、決算セールを前倒しで始めても効果がない。コロナ禍や燃料価格の高騰で先が見通せないため、冬期ボーナスの額を確認してから大物家電を買う客が増えている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・食料品や燃料など生活に必用な物の値上げが続いており、客の購買意欲が下がってきている。
▲	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・全体的にはそれほど変わらないところで、中古車は若干動きが悪い。世の中では物価高の割に、中古車の価格は安い。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くは納期が1年以上掛かり、オーダーストップで欲しくても買えない状況が続いている。オーダーできないため販売店も販売することができず、受注に影響が出ている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両生産状況の改善が余り感じられず、客の希望する車両をなかなか届けられない。そのため、客との良好な関係が十分に構築されず、今後の不信感につながりはしないかと不安がある。また、客が希望する新車の納期を十分に説明できないため、以前のような駆け込み販売が難しい。
▲	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・来客数も減っているが、客の購買意欲も落ちている。
▲	その他専門店 [貴金属]（経営者）	来客数の動き	・クリスマス、ボーナス商戦時期にもかかわらず、新型コロナウイルス感染症の第8波への対策からか、日中の外出率の停滞を感じる。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波や物価高騰など幾つかの要因が重なり、来客数が伸び悩んでいる。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・給料が上がらない人や年金生活者の現在の生活状況として、諸物価の値上がりにはとても付いていけないという声をよく聞く。
▲	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も第8波に入り、客の利用が減ってきている。宿泊、料飲部門は全国旅行支援の関係で新型コロナウイルス感染症発生前まで回復しているが、宴会部門は、法人、婚礼共に低迷している。
▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が10月11日より開始されたが、各県の対応がまちまちで大変である。加えて、報告申請などの事務作業が多くなり非常に煩雑化している。販売量もさほど伸びていない。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・増税の噂がある。
▲	通信会社（サービス担当）	お客様の様子	・建物自体に無料のWi-Fiを導入するオーナーが増えた関係で、個別に申込みする人が減り、解約が増えている。
▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店間隔が段々と長くなっている。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客からは、何もかも値上げで家計が大変という話をよく聞く。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。

	▲	その他サービス [介護サービス] (職員)	それ以外	・ 値上げ前に積み増していた在庫も一巡し、新価格での調達が再び始まった。介護保険福祉用具レンタル商品の仕入れなので、上限価格の設定もあり原価が上がっても価格に反映できず苦しい状況である。
	▲	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聞かない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・ 建築資材の価格高騰等で当初の工事費が確定できないため、新規契約をちゅうちょせざるを得ない。
	▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	お客様の様子	・ 建築材料が高騰し施主も二の足を踏んでおり、受注には時間が掛かる。新型コロナウイルス感染症に物価高と、まだまだ厳しい状態が続く。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・ 輸入品の洋酒のみならず、ガソリン代を始め全ての仕入れ食材が値上がりしている。
	×	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。
	×	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・ 3か月前と同様に良くない。いつも仕事をもらう企業からの案件がほとんどない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・ 売地が少ないため、なかなか土地が購入できない。土地の値上がりも同調している。
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・ モデルハウスという販売方法の限界なのか、来場者数が激減している。資料請求やネットからの注文がこれからの鍵になりそうである。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	金融業 (従業員)	取引先の様子	・ 新型コロナウイルス感染症の影響による落ち込みから、クリスマスやブラックフライデーのイベントが後押ししながら、新型コロナウイルス感染症に関する規制などが若干緩んできたことも加わって、比較的景気は良くなっている。製造業などに関しては若干伸び悩み生産も増えていないため、全体としてはやや良くなっている程度と考える。
	○	金融業 (従業員)	それ以外	・ 外国人旅行者や国内旅行者が増加していることから、観光や物の需要といった面では景気が良くなっている。ただし、日常生活における身の回りの様子では、物価が上がっていることから買い控えがある。
	○	新聞販売店 [広告] (店主)	受注量や販売量の動き	・ 3か月前と比べて折込チラシの受注量が増えている。
	○	会計事務所 (職員)	取引先の様子	・ 顧問先の法人は好調で、一時期客足の落ちた飲食店も少しずつ来客数が戻ってきている。
	○	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 前月よりは少し低調であったが、客先では、現状のままではリスクがあり何か前向きな仕事をしようと考え、大きな資金を掛けることはないものの、改善したいという動きが目立った。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・ 例年10月から12月は季節的に青果物等の物流が活発になるが、今年は荷動きが余りない。加えて、半導体不足、原材料価格の高止まりや円安の影響が大きく、景気は3か月前と比べて余り変わらない。
	□	化学工業 (総務 秘書)	それ以外	・ 新型コロナウイルス感染症の第8波が到来した模様で、実際に周囲でも新型コロナウイルスの感染者は多いが、新型コロナウイルスと共存することに慣れ、景気への悪影響は感じられない。駅も飲食店も人出があり、新型コロナウイルス感染症発生前と同じ様相を呈している。物価上昇は結構パンチがあり効くが、過度な円安が一段落した安ど感やアフターコロナを満喫したい衝動が、景気を支えていくのではないかと。
	□	窯業・土石製品 製造業 (社員)	受注量や販売量の動き	・ 客先では過剰在庫の整理がある程度進んだようで、3か月前の受注水準に戻ってきた。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・ 価格を下げないと受注できない状況になっている。材料価格は高い状況が続いている。
	□	金属製品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・ ここに来て年末や年度末に向けたバタバタ感が例年どおり出てきた。もう少し弱含みかと思われたが、仕事量はありそうである。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・ 余り状況の変化がない。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 受注量、生産量がほぼ同数量で、横ばいが続いている。

□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一時の急激な円安は落ち着き、輸入原材料の価格高騰への不安感が少し収まりつつある。ただし、通信系の輸入機器は依然納期が遅れており、システム構築全体にも影響するケースがみられる。ネット放送の定着により高速通信の要望は継続しており、対応するための設備投資意欲は変わっていない。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・製造スケジュールは非常に空いていて、最盛期と比べると10分の1程度になっている。
□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・年末やコロナ禍における部品不足の解消で、仕事は出てきている。仕事量は増えているが元々予定にあった仕事であり、新規の仕事としては、それほど変わっていない。
□	輸送業（経営者）	それ以外	・自動車関連の荷量の低迷もあるが、消費財の荷量が伸びない、それ以上に、人手不足に伴うコストアップ、軽油価格や資材価格の高騰により利益が圧迫されている。
□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・売上は既に新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあるが、支出も同じかそれ以上に増えている。結果として、余裕が余りない状況は変わっていない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内物量が前月と同水準である。
□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて荷物量は増えていない。11月も低空飛行でずっと景気の低迷が続いている。良くなっていなければ更に悪くなっている状況でもなく、春先から悪い状況がずっと続いている。新型コロナウイルス感染症の第8波は来ているが、昨今は段々と新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、方々で人出が増えている。しかし、それは飽くまでも消費行動であって、生産活動や経済活動を根底から良くするような投資案件は生じていないのではないかと。
□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症や国際情勢もあり、経済が安定していない。
□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・物価上昇が庶民の財布を直撃している。一方で法人所得が過去最高となっている。
□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波、円安の進行や物価高などがあり、特に中小企業では、原価高でも販売先に価格転嫁できない厳しい状況に変化はない。
□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ここ数か月は変動がない。
□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域の住宅不動産市況は芳しくない。販売価格は横ばいである一方、資材高騰のあおりを受け秋から工事費が上昇を始めた。
□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まり状態のなか、物価の上昇や円安の影響もあるため、広告出稿量はほぼ変わっていない。
□	行政書士	受注量や販売量の動き	・ドライバーの入社・退社が激しいため稼働が安定しないと運送業者が嘆いている。
▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年度の受注量に比しても減少傾向にある。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品業界でも各社値上げの動きが加速しており、店頭価格も徐々に上がってきている。しかし、嗜好品では特に客の買い控えの動きも顕著で、販売数量の減少が危惧される。
▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車部品向け設備では、急にプロジェクトの延期や、保留になる案件が増えてきている。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当業界が相変わらず景気の悪い状態のなかで、特に設備投資が少なくなっている。少ない仕事に対してメーカー間での競争が激しくなり、なかなか仕事が取れず受注も生産も少ない状態である。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・更なる物価高でも給料は増えず、残業もない。年末に向けてどうすればよいか分からない。
▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・11月に入り広告を打っても客の来場が伸びず、来客数がかなり減ってきた。成約も伸びず苦戦している。

	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・年間計画の達成見込みを算定する時期にある。サブスクリプションサービスは前年比で微増傾向であるが、初期に設備投資が必要なサービスの見込みは、極めて厳しい。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・モノの購入において物価上昇を直に感じている。必需品以外の買い控えや、必需品においても量を減らしたりランクを下げて消費を抑制している。
	▲	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多いが、徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、外出や遠出する人は横ばい傾向になっている。今月の売上は、前年並みとなっている。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注価格や販売価格の動き	・灯油の値段が1.5倍になっている。電気代、ガス代などの支出も増加している。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売額は前年比では伸びているが、値上げの影響だけで販売量は伸びていない。仕入金額がかさんで粗利が5%も減少している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月前半は新型コロナウイルスの新規感染者数が落ちていたため、会食利用やインバウンド利用が少しずつ増えた。
	○	求人情報誌（営業担当）	求職者数の動き	・ボーナス支給後の転職や新年度に備えた情報収集に来る人も多く、求職活動としては活発化の方向にある。
	○	職業安定所（所長）	求人数の動き	・ほとんどの業種で新規求人数が増加している。
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が前年同月比で2か月連続減少した。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特段の変化はない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・求人数は前年同期比でやや増加しているが、新規求職者数は前年同期比で減少しており、成約数は前年並みとなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア稼働率で比較すると、3か月前とほぼ数値が変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前比での求人数は大きな変化がなく、前年同月比でも同水準となっている。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・上半期の自動車販売数は前年比9.6%減少と半導体不足が顕著に表れた結果となり、この先も見通せない状況が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・景気が上向く要素が見当たらない。人の動きは戻ってきたが、消費に結び付いているようには見受けられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・円安やウクライナ情勢などの影響で全体的に低迷している。一部、復活した観光業や外食業では戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準ではない。先行きへの不安から人材の動きは止まっている状況である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べ全体的に求人数は伸びているが、すぐに人が欲しい場合と、先を見越して募集している場合に分かれている。新卒や中途採用を含め採用に苦戦している企業も多くみられる。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・建設業では、原材料不足による資材の価格高騰の影響があるが、見積価格を守らざるを得ず価格転嫁できないため苦しい状況である。食品製造業でも、マグロやフルーツなど材料が輸入品のため円安の影響を受け、厳しい経営状況となっている。製造業では、半導体不足により生産が進まず、自社製品の販売ができず売上に影響している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前月と比較して有効求人数、有効求職者数共にほぼ同数値となったため、有効求人倍率は前月と比べ横ばいとなった。産業別では、サービス業の求人数に増加傾向がみられた。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き法人側の採用意欲は旺盛であり、外部環境が変化しても採用活動における中途社員ニーズは減退せず、求人数も増加傾向にある。	

	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・価格上昇のあおりを受け、木工製造業といった地域中小企業においても電気代が100万円以上増加している。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高の影響が大きい。
	×	—	—	—