

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)	◎	スーパー（販売担当）	・いろいろとイベントがめじる押しなので、乗客数は増加を見込む。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・インバウンドが復活したようである。
	○	商店街（代表者）	・年末年始になるため、需要も増加傾向にある。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月の値上げ以降も傾向は変わっておらず、今後も前年を超える数字で推移すると予測する。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末に向けての残予算消化が始まる。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症第8波の状況次第であるものの、クリスマスや年末年始に向けて消費マインドは続き、節約志向もあるがそれを上回る高額品需要に支えられる見込みである。年末年始に海外へ出掛ける旅行者も新型コロナウイルス感染症発生前を大きく下回ると想定され、安近短の年末年始での買物需要に期待したい。
	○	百貨店（営業担当）	・原材料費高騰による商品価格の値上げは懸念される。
	○	百貨店（販売促進担当）	・円安によるインバウンドの売上が伸びると予測する。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が発生しても、現状の行動制限の緩和が維持されれば、小売業界の先行きは明るい。
	○	衣料品専門店（店長）	・大手企業や官公庁関連の仕事を請け負う会社からの注文は安定し、一般客も安定してきているため微増すると見込む。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・これから書き入れ時となる。年末年始にかけて成人式や就活の学生も多くなり、卒業式向けにスーツを購入する客も増えるため、12月に入ると結構忙しくなる。
	○	家電量販店（店員）	・パソコンは旧版基本ソフトのサポート終了で買換えの問合せが増えている。パソコンの売上は期待できそうである。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の拡大は緩やかなので、外出の心理的なハードルは下がっている。冬期ボーナスの額が分かれば家電にも金が回ってくるのではないかと。電気代の値上がりで省エネ家電の買換えにも期待したい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・年始の初売りや決算月に向けて、動きが活発になると予想される。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・車両の生産状況は回復の見込みがまだ立たないが、長期の納期でも客の反応はそれほど悪くない。聞くところによると他社では受注を停止しているところもあるなか、納期が掛かる車種でも商談になってきている。
	○	住関連専門店（営業担当）	・来年にかけてリフォーム工事の見積りが多くなっている。住宅、商業施設などが中心である。新築工事についても見積依頼が多くなり始めた。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・クリスマスの到来と1月以降の景気回復に期待する。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が話題となっているが、年末の人の動きをみないと、業績を含めて判断できない。
	○	バー（経営者）	・イベントなど徐々に増えてきているし、新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類に変われば、人も動くようになるのではないかと。
	○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援の1月延長がほぼ確実となり、また、新型コロナウイルス感染症の第8波もピークを迎え、これから1か月くらいで収束していく予測のため、年末年始や1月の旅行需要は増えると推測する。2月、3月まで全国旅行支援が延長された場合は、更に上向きとなる。
○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波でキャンセルや延期になる団体旅行もあり、この先もしばらくはこの繰り返しと予想される。	
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期を迎えるに当たって、ここで物件をしっかりと迎えれば、新型コロナウイルス感染症発生前の業況になるかもしれない。	
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波が来るとも予想され、新型コロナウイルスの新規感染者数も徐々に増えつつある現況では、変わらない。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・寒くなってきた、新型コロナウイルス感染症が再拡大したときにどうなるのか、また自粛制限が出るのかなど全く先が読めない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・景気動向の最大の要因はコロナ禍の状況なので、先のことは分からない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢、円安共にこのままもう少し影響が続く。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の波がなかなか落ち着かず、これから寒くなると外出行動がより控えられ、消費活動も停滞しそうである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・家電製品は軒並み値上げで高付加価値商品の売行きが悪い。今は行政の補助金施策で洗濯機等の買換えがあるが、それが終われば、物は売れなくなるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [高級精肉] （常勤監査役）	・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。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [結納品] （経営者）	・新型コロナウイルス次第である。新型コロナウイルス感染症の第8波が来ているため、どうなるか見当が付かない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [土産]（経営者）	・一時的なカンフル剤の効き目が終わったら、次は増税が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [贈答品] （経営者）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大すると、またストップが掛かる懸念もあるが、少し自由な行動ができ売上や人の動きも多くなってきており、3か月先を考えると今の上向きな状況がこのまま続いていると考える。
<input type="checkbox"/>	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 [生活用品] （販売担当）	・旅行や外出への支援のある間は良いが、終了後はまた買い控えの状態に戻る。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子] （企画担当）	・物価高、円安やウクライナ情勢等先行きが読めない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・ここ数か月は常に売上が前年超えて推移してきたが、前月は前年並み、今月は前年を下回る状況で推移している。極端な円安、物価の上昇や世情不安などからか、消費の勢いがやや下がりつつある。季節商材であるお歳暮も、スタートの11月が前年と比べて2割低く推移するなど、先行きに不安を感じている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が心配である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・様々な行動規制が緩和されインバウンド需要もあるが、すぐに好転することはない。新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきており、先行きは不透明になった。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・今後も新型コロナウイルス新規感染者数の増減が繰り返され、来客数の増減の繰り返しもしばらく続くと考えられる。また、値上げが増えているなかで売上の増加を見込むことが難しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・様々なキャンペーンの効果が出てきている。しかし、店内飲食は席数を減らしての営業が継続しており、新型コロナウイルス感染以前の状況にはまだ遠い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が来つつあるが、人の流れは変わらず、今の状況が普通になっているため、今以上の上昇はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況次第だが、いつもなら見掛ける来店客の年末準備のための買物がまだ見られない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・商材が高くなっているため商品の販売量がなかなか増えない。値段の高い物は非常に動きが鈍くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・この勢いは年末までは続くと思込む。年明け以降は落ち着いて、横ばいを見込む。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・原料価格の高騰が落ち着く要因は見当たらず、引き続き商品価格は高止まりが予測される。消費の2極化状態が続くと思込む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波がじわじわと来ており、その影響はあるなかでも、外出抑制にはならないと想定されることから、来客数の急激な落ち込みはないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスに慣れてしまい、ただ新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるだけでは人の動きを妨げることができなくなってきている。店舗によっては感染対策が緩和傾向にある。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況をみつつ12月から1月のイベント時には人出も増え、それに伴って売上も増えると考えているが、やはり新型コロナウイルスの感染状況が足を引っ張って、それほど大きくは伸びないと見込む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・年明けも全国旅行支援は継続となるが、割引率の縮小や新型コロナウイルス感染症の第8波の影響もあり、踊り場状態が続くと想定する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症第8波への対策がこれまで同様であれば、景気への影響が確実に出る。緩和なら緩和での対策を徹底する明確な判断を期待する。一方で物価の上昇は続いており、家計への打撃は大きいまま推移している。来客数の増加を体感するが、買上点数は期待できない状況であり、総じて変わらないと予想する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールでも昨今はなじみ客しか買わない。なじみ客用の納品をメーカーに頼んでも、ここ数年、在庫を持たないメーカーが多いため、バーゲンセールでも数字が取れない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・生活必需品等の価格高騰が家計に与える影響は非常に大きい。消費者は、賃金や生活水準に見合った支出しかできず、現状を踏まえると、今後も景気が上向くような環境にはならないと考える。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・2極化が進んでおり、一進一退である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安の継続と景気の悪化、新型コロナウイルスの感染再拡大から、先行きも変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・良くも悪くも大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・メーカーからは新車の生産正常化ができないとのことで、まだ1年以上はこの状態が続く見通しである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況で生活を制限することも、以前より少なくなり、景気を押し下げることがはなさそうである。かといって景気を押し上げる要因も見当たらず、今のままで推移する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・年末に向けて段々と消費が上がることを期待したいが、新型コロナウイルス感染症と物価高のため、それほど良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・大きな流れに変化はない。動きが悪いわけではないが、全体的に相場が安く、その面では苦しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、客の活動は活発になってきている。しかし、生活に関わる物価高騰を強く感じている客が大半であり、新型車が出たからといって興味を示すような客はまだ少ない。依然として財布のひもはまだ固い。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・新型コロナウイルス新規感染者数の動向に左右されるが、都心部や観光地近くではインバウンドの来客も多くなり、また、政府や自治体の政策により下支えが続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・これから業界は繁盛期になるが、例年の売上を維持できるように営業していきたい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波への突入や現在の経済状況を考えると、とても良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・電気代など維持費が掛かる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・ネガティブな話題が多く何となく後ろ向きの雰囲気である。明るい話題が1つでも2つでも出てくると、前向きなマインドになる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	・客は値上げに対して敏感ではあるものの、消費そのものをやめるまでには至っていない。値上げを受け入れる客が半分、代替の商品を探す客が半分といった印象である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍は収束傾向にあると感じているが、全国旅行支援の割引率が引下げとなるため、旅行消費マインドが悪化することを懸念している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・全国旅行支援を希望する客は多いため、引き続き同じように推移すると見込む。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（営業担当）	・現状維持が続く。良くなる要素が見当たらない。

□	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援の延長も決まってウィズコロナ時代の明るい未来がみえてきた矢先の、ここ最近の新型コロナウイルスの感染状況である。来年度に新たな支援の話もあるなかで、足元の感染状況に尻込みする客も多いため、なかなか見通しはつかない。当地発のレジャー航空路線はまだまだ新型コロナウイルス感染症発生前には程遠いため、何とか活気付けて運航してほしい。
□	旅行代理店（経営者）	・大きく落ち込んだ消費は回復しつつあるようにも見えるが、少子化の影響が徐々に都市部にも広がっており、都心の地下街や大きなビルにも空き店舗が目立ち、昔では考えられない光景が日常化している。今後もこの傾向が進むと考える。
□	通信会社（企画担当）	・全国旅行支援、年末年始など若干の明るい材料はあるものの、大きな経済環境は今の状況のまま続く。
□	通信会社（営業担当）	・引き続き値上げは止まらず、半導体不足による一部端末の供給再開の見込みもない。
□	通信会社（営業担当）	・販売量はこの先も変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・工事の状況についても、現状と変わらない状況である。
□	通信会社（サービス担当）	・リモートワークが増えていけば光回線の新規申込みが増える。ADSLサービスの終了に伴い光回線への移行も増えるため、引き続き景気は良い。
□	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波で新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、観光行動を自粛する可能性がある。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・物価上昇に伴う給与上昇が見込めない。
□	ゴルフ場（支配人）	・1月の入場者予約数は引き続き好調である。冬場であるが、降雪の影響が少なければ、このまま引き続き順調に推移するとみる。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・冬に向けてこたつ列車等の企画があるが、予約状況はそこそこ聞いているため、大きな変化はないと考える。
□	住宅販売会社（従業員）	・販売量は横ばいが続いている。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・同業他社も景気が良く、職人を確保できないため売上を伸ばすことができず、施工スタッフは飽和状態である。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・年明けには毎年飲食店の閉店があるが、来年は例年にも増して多くの閉店が予想される。具体的に閉店の相談を受けている。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・値上げのラッシュがこう続くと、やはり買い控える客が増えてくる。必要な物は仕方ないが、特にどうしても必要ではない物に関しては、数や金額を減らす。
▲	百貨店（売場主任）	・サイズがなくて売上につながらないケースが多いが、これからは12月末から始まるクリアランスセール待ちで安くなってから買おうという客がいるため、正価販売の売上が更に厳しくなる。現時点でサイズがそろっていない商品は年内の入荷が難しいため、またサイズ切れが多く発生して、厳しい状態が続く。
▲	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の水際対策緩和や円安効果によってインバウンドの回復は期待できるものの、物価高による企業業績と所得環境の更なる悪化が懸念され、全体として景気は後退に向かう。
▲	スーパー（店員）	・年明けに値上げが控えている。
▲	スーパー（総務）	・価格上昇により消費者の買上点数が下がっている。年末商戦を控えているが、客の財布のひもは締めつつある。
▲	スーパー（販売担当）	・燃料費の上昇に収まる気配がなく、消費が上向くとは考えにくい。大きなヒットを出せるような商品群も見当たらず、小売店は、生活防衛の商品を地道に販売する形態にとどまるしかない。
▲	コンビニ（企画担当）	・現時点で物価上昇の影響は感じられないが、今後は徐々に悪影響の出ることが懸念される。
▲	コンビニ（エリア担当）	・物価高騰による買い控えが拡大していく。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が叫ばれ、外出を自粛する人が増える。先の見通しは決して良くない。

▲	コンビニ（店長）	・冬季もメーカーは物価高騰に伴う更なる価格変更を予定しているとの報道がある。また、政府から伝わる情報も増税政策が目立つ。最低限の買物に抑えて家計を守りたい心理が強くなるのではないかと。
▲	コンビニ（店員）	・冬本番に入り、来客数が減る。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・急激な円安は落ち着いて円高方向に戻ってきているが、まだまだ電気料金など値上げが予定されているようなので、一般庶民にとっては悪影響になる。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・物価高騰、円安や新型コロナウイルス感染症の影響等、消費へ悪影響の要因が複数あり、景気が良くなるとは思えない。
▲	一般レストラン（経営者）	・当店のような居酒屋での外食は、ますます控えるようになっていく。
▲	一般レストラン（従業員）	・景気は相変わらず低いレベルで安定する。サッカーワールドカップの開催中は更に客が来ない。分かっていたことであるが、今回は特に客が来ない。
▲	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援が年内27日宿泊分まで延長になるが、来年は新型コロナウイルスの感染状況を考えながらの施行となり、割引率と地域共通クーポンが減るため、今より良くなることはない。ただし、元々当地は2月から3月の気候が温暖なことから、一時的な要因では地元を舞台にしたドラマが新しく始まる。11月が非常に良かったため、変わらないか、やや悪くなる程度と考える。新型コロナウイルスの感染状況とドラマの評判が、集客要因として大きく関係してくる。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。年末年始の予約は非常に弱い。その一方で光熱費を始め経費高騰を価格に転嫁できない状況である。また、人材が確保できず今後の大きな懸念材料となっている。
▲	旅行代理店（経営者）	・年明けより全国旅行支援の割引率も下がるため、販売量が増える材料に乏しい。
▲	タクシー運転手	・増税の噂がある。
▲	タクシー運転手	・年末年始の出費が増えるため、1月から2月は利用客が少なくなる。
▲	レジャーランド（職員）	・1月から2月は、元来集客の少ない時期であるが、新型コロナウイルス感染症第8波の状況により若干の影響を受けると見込まれる。また、ラニーニャ現象による厳冬で、外出意欲の低下も想定している。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がって給料は上がらないため段々と大変になる。
▲	美顔美容室（経営者）	・年末年始にかけて行事が多くなるため、どの家庭でも出費が多く、月2回来店する客も月1回の来店になる。
▲	美容室（経営者）	・これから段々寒くなると光熱費などの値上がりがかかり家計に影響して、他の支出にも影響が出る。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることが大きい。
▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	・取引条件を維持していた仕入先から、年明けから春先にかけて値上げすると案内があった。現状のレンタル商材を長く運用していきたいが、陳腐化リスクと品質維持管理面での影響もあり、悩ましい。
▲	設計事務所（職員）	・どちらかというインフレ傾向のため、これから景気が良くなる様子はみられない。
▲	その他住宅 [住宅管理]（経営者）	・細かな仕事は増えているが単価が低いため、売上は上がらない。年内はこうした状況が続く。
×	スーパー（店長）	・前年と比べると年末年始の人流があり、在宅率が下がる。
×	コンビニ（店長）	・度重なる食品仕入価格の上昇を売価に反映させているが、特に飲料の値上げにより、売行きに影響が出る。小規模小売店では、電気代や人件費などのアップもあり、とても対応し切れない。
×	乗用車販売店（従業員）	・人気車種のほとんどがオーダーできない上、新型車種も生産台数がかなり少なく、販売するにも条件が付けられ、客が欲しくても販売できない。恐らく数年はこの状況が続くと考える。
×	乗用車販売店（販売担当）	・12月は一般的に決算月となっているため、1月から3月の販売量はおのずと減少が見込まれる。既に現段階で新規の客も減っており在庫もないため、客の動きは鈍い。

	×	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍が谷の時期でも業界全体での反転はなく、新型コロナウイルス感染症第8波の影響で、これから短期中期では期待できない。
	×	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・物価上昇が見込まれるため、1月以降の集客はまた鈍ってくると予想している。足元の増加は一時的な傾向と考えている。
	×	美容室（経営者）	・この先寒くなってくると、幾ら店内を暖かくしていても来店するまでが寒いため、客の出足が悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・3か月先に良くなるには現在案件が動いていないといけない。設計は金になるまでタイムラグがあるため、長いスパンでみる必要がある。
	×	住宅販売会社（経営者）	・売地や建築資材の値上がりや社会全体の景気も悪く、どこまで悪くなるのか心配である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・これから例年どおり来客数が少なくなる冬枯の時期となる。年内は厳しく、年明けからの動きや年末の国会での住宅政策に期待するしかない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・同業他社の倒産で、連鎖的に倒産する下請が出てくる可能性が高くなってきた。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車、装置設備関連共に部品供給不足は続いているが、その状況でもある程度数量が読めるようになって、注文が安定している。今後、若干の増加も見込めそうである。
	○	金融業（従業員）	・これからイベントが多い季節になるため、そこに向けて市場は活発化する。新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩くなってきていることから、飲食店を含め例年よりも活気があるとの見方が多い。
	○	金融業（従業員）	・年末年始で需要の高まりがあるため、景気は良くなる。
	○	会計事務所（職員）	・これまで辛抱していた分、旅行や趣味への支出が増える。実際に人気のある舞台のチケットは取りにくいし、日帰りバス旅行は、バス1台が満席に近いことが多い。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安は少し落ち着いてきたが、我が国がエネルギーに振り回されないために早く水素社会にする必要がある。安全に水素を使用するために、国を挙げてコンペを行い、アイデアには国から大いなる資金を投入して企画、検討、実施すべきである。
	□	化学工業（総務秘書）	・東アジアの安定や経済安全保障、脱炭素対応等、景気に大きな影響を及ぼす問題はたくさんあるが、先行きが想像しにくいいため、数か月先の景気へ直ちに影響はしない。目先の状況を読み取りながら、当面は外出を楽しむ時期が続くのではないかと。
	□	金属製品製造業（経営者）	・材料価格はこれから徐々に下落するとの見通しもあるが、スピードは遅くなりそうである。
	□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量は例年並みに出たとしても、原材料の価格高騰の転嫁が間に合わず、収益性は厳しいままと見込む。
	□	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）	・12月はクリスマス休暇が控えており北米では発注などの動きも例年鈍くなるため、受注が上向きになることは期待できない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変わる要素がない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後を占う上で日本経済を活性化する景気対策が鍵になるが、長引くウクライナの戦況や中国経済の減退など世界経済を覆う不安感のなかで、明るい未来は考えにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・生産スケジュール上、しばらくこのまま低調が続くそうである。
	□	建設業（役員）	・年末は客足が例年厳しいため期待できないが、年明けからは新年度に向けた動きが出る。ただし、客に対する減税のメリットがなくなり、物価上昇などデメリットへの不安がある。
	□	建設業（経営者）	・政策の方向性は間違っていないが、決断に時間が掛かっていることから景気が上向き気がしない。
□	建設業（営業担当）	・補助金や支援金が出て、その償還や今後払わなければならない税金などを考えると、景気がそれほど良くなるとは思えない。行動自粛のない状態で新型コロナウイルスの感染再拡大があると、苦しい生活状況が慢性化するのではないかと。	

□	輸送業（経営者）	・荷主への価格転嫁が進まないどころか値下げ要求もある。その一方でコストアップ要因が収まる気配はない。
□	輸送業（従業員）	・物の流れだけでいえば、景気は大分良くなっているが、受注額・販売額の増えた要因は、原油を始めとする各種原料の値上がりによるため、決して先行きの楽観はできない。
□	輸送業（エリア担当）	・大手ECの低単価荷物のみ増え、通常荷物が減っている。物量が増えても1個当たりコストはほぼ減らない。さらに、燃料価格の高騰から下請の単価は上がっている。
□	輸送業（エリア担当）	・社会が安定する要因が見つからない。
□	輸送業（エリア担当）	・当社が取り扱う荷物量からみると、企業の経済活動は活発化していないのが春先からの傾向である。経済の根本となるインフラ整備などの投資に関わる原材料が発生しないため、荷物も集まらず、経済は底上げされず、景気はこのまま低迷状態を続ける。
□	通信業（法人営業担当）	・政府の物価高対策があっても、個人消費にはかなりの圧力が掛かっており、財布のひもは当然固くなる。新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、諸物価の上昇によってじわじわと生活が脅かされることに対して、非常に厳しい目が向いている。
□	金融業（企画担当）	・中小企業においては、特に企業業績が賃金に与える影響が大きい。物価高もあいまって賃金が上がってこない消費につながらない。当面は現状の景気が続く。
□	不動産業（経営者）	・現状の様子見が続く。
□	広告代理店（制作担当）	・年明けに向けて中小規模のイベントが予定されているが、いろいろな原材料価格やコストが上昇しているため、余り期待はできない。
□	行政書士	・現状維持であるが、中にはドライバーが安定しないため一時休業届を出して様子を見る業者もいる。
□	会計事務所（職員）	・依然として仕入価格等は高騰しているが、買い控えを警戒して極力値上げを避ける経営が続いている。物価高騰が収まるまでは、利益が減少しても経費削減などでのしご状況である。
▲	食料品製造業（営業担当）	・回復できる要因が見当たらない。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・原材料価格の高騰やエネルギーコストの上昇による影響はますます大きくなる。更なる価格改定が必要になる見込みも出てきている。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料は本年度2回目の値上げがあったが、製品価格への転嫁は非常に難しく採算面での悪化傾向が続く。半導体不足や円安等の影響もあり、景気は今よりやや悪くなる。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は相変わらず収まらず、当業界にとっては厳しい状態が続いている。2～3か月後もそれほど良くなるとは思えない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・原材料等の値上がり分の価格転嫁はできているが、生産量が横ばいである。今後この値上げが製品価格に反映されたときに、消費が減るのではないかと考える。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだまだ続く値上げに円安で、景気回復はいつになるのか。
▲	通信業（法人営業担当）	・リモートワークの浸透や生活様式の変化など、新型コロナウイルスに起因する目に見える変化を経て、当たり前前の感覚も変化している。長引くコロナ禍での生活で、不確実性を許容する柔軟性を身につけてきた。ビジネスの世界でも常識が非常識になりステージの変革期にあるが、この変革期に新しいサービスを投入してくるのは、決まって外資企業である。我が国の経済成長を支えてきた老舗企業の踏ん張りや大胆な変革なしには、景気の好転は望めない。
▲	通信業（総務担当）	・円安やロシアのウクライナ侵攻に対して、国家として何の打開策もなく、エネルギー等の特定品目への補助金投入も、末端消費者からすると価格が抑制されている実感はなく、高騰したままに感じる。先行き不安が募り消費は更に抑制されるため、景気はどんどん悪くなる。
▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向で推移し、外出や遠出する人も徐々に減少傾向を予測している。今後の売上は徐々に減少していき、前年を下回る状況になっていくと見込んでいる。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・ウクライナ紛争はまだ1年は継続するようなので、1年は不景気が続く。

	×	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の影響がまだある。物価が上がるが給料は上がらない、非課税家庭のみ優遇され働いている人はともに暮らせない状況になってきているため、なかなか景気は上がらない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・上昇要因が全くない。客の状況も日々の受注量や見積量も伸び悩んでいる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの受注が増えず、用紙代高騰のためかチラシのサイズも小さくなり単価も下がっている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・円安や資源価格が高騰するなかでも、企業の人員整理等がみられない。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新年度からの求人が増加する時期のため、繁忙期に当たる。一方で直接雇用を希望する傾向もあり、求職者数は例年より少なく、例年どおりの伸びは期待できない可能性がある。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルスによる採用控えが、本年は明確に解消されている。特に医療系である本学では、医療機関の積極的な採用が顕著であった。新型コロナウイルスの指定感染症の見直しにより、この傾向は続くものと予想される。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・変化の兆しは特にない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・回復の兆しがみえないなか、消費者には物価上昇による買い控えが拡大すると見込む。
	□	人材派遣会社（社員）	・早めの忘年会の間合せが増えたが、新型コロナウイルスの新規感染者数の状況次第で、実施されるか未定である。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・ウィズコロナの下で行動規制は緩和されているが、海外情勢や物価上昇などマイナス材料があり、不透明である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニアの高稼働状態が続いているため、リソースの兼ね合いで今より景況感が良くなりづらい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・年度末までは派遣利用先の企業での新たな派遣増員は少ないと見込む。人手不足で、足元の求人も満足に賄えない状況がしばらくは続くと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は安定しているが、人材不足による採用コストが増加する一方で、採用数は横ばいから減少傾向になる可能性がある。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの世界年間計画で生産台数減少が発表され、12月以降も工場の稼働停止が数日行われる。新型コロナウイルス感染症対策の補助金が終了し、残業も見込めないため、雇用の維持が一段と厳しくなる。
	□	求人情報誌（営業担当）	・法人側での人員配置が見直されるタイミングのため、求人が増加しやすい傾向にある。個人側も新年度を見据えた転職活動が活発化する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価上昇による消費意欲の低下が続くと、景気回復は期待できない。
	□	職業安定所（所長）	・部品の供給制約、原材料価格等の高騰や新型コロナウイルスの感染状況などの影響について、注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・求人数も徐々に増加しているが急激な変化はみられない。年末年始を控え一部の業種では繁忙が見込まれるが、新型コロナウイルス感染症の第8波が来ているなかで、景気が大きく変わることはない。
	□	職業安定所（職員）	・雇用情勢の回復基調に変化はないが、原材料やエネルギー価格の高騰が雇用に与える影響には注意が必要である。
	□	職業安定所（職員）	・今後も円安の影響により原材料の価格が高騰する可能性がある。また、この先も半導体不足の影響で生産が計画どおりに進まない可能性がある。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大や海外情勢の変化による原材料の価格高騰、円安による輸入価格の高騰等の懸念材料はあるものの、新型コロナウイルス感染症対策については現段階でも行動制限はないため、雇用情勢には大きな変化はないと見受けられる。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が増加して有効求人倍率が飛躍的に良くなるとは思えない。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後、4月入社を目指して活動意欲が高まり、求職者数の増加を見込む。	
▲	人材派遣会社（営業担当）	・収入が増えなければ多くの方が実質的な収入減少を実感する。	

	▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・今後は変わらないか、やや悪くなると予想する。政治の面も含め 明るい要素がない。
	×	—	—