

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の規制緩和により、前年よりも経済は動くと考えている。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・個人の自覚で新型コロナウイルス感染防止に努めながらのコロナ禍の終息を期待する。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、春にはやや良くなる。
	○	百貨店（総務担当）	・中国から入国時の検査導入は発表されたが、新たな新型コロナウイルス変異株の流入から次の感染の波につながらないかが懸念される。しかし、まだまだ海外旅行需要は新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていないことや売上への貢献が高かった全国旅行支援が1月10日から再開されることから、国内での旅行需要の取り込みに期待できる。年末年始の天候も良く行動制限のないことも見込まれることから、初詣帰りの需要の取り込みにも期待したい。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加は続けているが、消費者の購買行動は前年と比べて積極的であり、旅行や外出に対する抵抗感や不安は新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない。来客数は継続的に前年を上回っており、売上も前年を超える日が続いている。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症をインフルエンザと同等に扱う議論が始まっており、人々のマインドも変化する。
	○	衣料品専門店（店長）	・人手不足により仕事をこなせない企業が多い。人手不足は慢性化しているが、技能実習生の活用などにより苦境を乗り越えている企業も増えている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・スーツ業界は今が繁忙期である。寒くなってスーツを購入する客に正月三が日でどれだけ販売できるか、正月が終わると就活が始まるので他店と比べてどれだけ良い物を提供できるかに重点を置く。
	○	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対策の規制も緩和され、新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなれば、景気はおのずと良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・3月まで我々の業界は一番活気付く月となる。客もそのことを心得ているため商談しやすい。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・1月は時間も金も余裕が出てくるタイミングで、世の中の雰囲気も変わってくる。12月後半に買い控えていた客も戻ってくるのではないかと期待もある。ただし、商品である車自体の生産量が増えるわけではないため、今と比べれば良くなるという見立てである。
	○	住関連専門店（営業担当）	・小中規模の改修工事の見積りが多くなっている。新築工事に対しても、商業施設や小規模だが住宅等の引き合いが多くなっている。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の位置づけが5類感染症になれば、少し変わるかもしれない。
	○	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍の収束に伴って、宴会利用が増加する。
	○	都市型ホテル（経営者）	・円安が心配であるがインバウンドの再開が期待される。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・中国からのインバウンド需要に期待する。国内需要は新型コロナウイルス感染症発生前まで良化すると予想する。
○	旅行代理店（営業担当）	・1月から3月まで全国旅行支援の延長が決まり、旅行需要に期待をしている。年始から新型コロナウイルスの新規感染者数が減っていけば、旅行申込みは増えていくと想定している。また個人旅行が中心でグループ・団体旅行の実施は2割程度であるが、団体旅行の実施が増えると旅行業界も一気に好景気へと推移する。	
○	ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約数は前年同日以上で推移しており、景気は今月より良くなると見込む。冬の間は雪の状況に大きく左右されがちであるが、天候が平年並みであれば、景気は良くなる。	
○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・新型コロナウイルス感染症への警戒感が徐々に和らぎ、旅行に対する需要も少しずつ上がってくる。	

○	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (営業)	・繁忙期に入り、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着けば期待はできる。
□	一般小売店 [高級精肉] (常勤監査役)	・財布のひもの固さはなかなか変わりそうにない。
□	一般小売店 [生花] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に収まる気配もないし、大して変動はない。厳しい状況はまだ続く。
□	一般小売店 [贈答品] (経営者)	・年末は人の動きが活発になり、ボーナスが出たことも影響して伸びたが、少し良くなるような客の動きは、2～3か月先もこのまま変わらない。
□	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)	・生活に係る費用の値上がり、商材の値上がりなどの話題ばかりで明るい材料が見つからない。
□	一般小売店 [書店] (営業担当)	・客の残予算が少ない。
□	一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・政治の安定感がなく景気政策の方向性が分からない。日本銀行の金融政策には疑問があり、先行きが読めない。
□	百貨店 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響もあり、今後も例年並みに戻るとは考えにくい。
□	百貨店 (販売担当)	・12月に入ってから来客数がやや減少している。加湿器などの冬物雑貨がようやく売れ出している。
□	百貨店 (営業企画担当)	・新型コロナウイルス感染症の第8波次第である。
□	百貨店 (販売担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加はあるが、外出を控える人は少なくなっている。明るい兆しはみえ始めてきたが、回復までにはまだ時間が掛かる。
□	百貨店 (計画担当)	・コロナ禍の影響はそれほど変わらない。物価高などの要因も、百貨店の買上動向に大きな変化はもたらしていない。
□	スーパー (経営者)	・ウィズコロナで来客数は大幅に増加しているが、席数を減らしての営業が継続しており、売上の大幅増加までは至っていない。
□	スーパー (店長)	・商品価格や電気代が以前のように下がることはないため、節約志向は当分続く。
□	スーパー (店員)	・年末の大雪の影響がどう出るか。一気に野菜価格が高騰するため心配な部分がある。
□	スーパー (営業企画)	・原料高の状況が改善される様子はなく、その反動からの保守的な消費傾向は当面続く。
□	スーパー (販売担当)	・年末ほどの勢いはないかもしれないが、お買い得品だけでなく、良い物やおいしい物は見せ方で売れる。
□	スーパー (販売担当)	・季節商材の動きは良いと見込まれるが、客の購買を捉える営業政策が企業の業績を左右するため、一概には良しあしがいい状況が強まる。消費の縮小に連なる外的環境にもよるが、企業努力が業績に直結する。
□	コンビニ (企画担当)	・今後海外からの観光客が徐々に戻ってくれば、現状を維持していくのではないかと。
□	コンビニ (エリア担当)	・電気料金や原材料費高騰の収束が見られず悲観している。
□	コンビニ (エリア担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数がこのまま増え続けても、政府による行動制限は掛からなさそうであるため、今と同じ動きになると考える。
□	コンビニ (店長)	・ウィズコロナの空気ができ上がっているため、新型コロナウイルスの感染拡大による影響は特にはない。ただし、政府の増税に関する議論の進展次第では、節約志向の人が増えるおそれがある。
□	コンビニ (店長)	・新型コロナウイルス感染症に対する意識が客から離れない限り、現状のままが続く。
□	コンビニ (商品開発担当)	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限はこれまでとは明確に違い、プラスに働いている。一方で様々な価格上昇が続いており、これによる購買意欲低下を懸念する。
□	衣料品専門店 (経営者)	・年配のなじみ客が多いため、新型コロナウイルスの感染状況が収束しない限り、あえて外出しない傾向が続く。
□	衣料品専門店 (販売企画担当)	・インバウンドの動きを余り感じられない。
□	家電量販店 (店員)	・値上げに伴い単価が上がっているだけである。特に良い商品を探している傾向はない。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・全国旅行支援による旅行需要の拡大や水際対策緩和によるインバウンド需要の回復といった要因はあるが、一部での回復であり全体としてはさほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・年明けに更に値上げが多数予定されており、支出が増えても収入が増えないため、どうしても消費は落ちるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまた増加傾向にあるが、以前のような行動制限はないと見込まれ、景気にマイナス影響はない。反面、プラス要素もみられず、しばらくは変わらず推移する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車販売における納期改善の兆しが少しみえてきたが、毎月状況が変わるため予想が困難である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・半導体問題は変わらないようで、あと半年くらいは影響を受ける見込みである。客に、納期が1年掛かるため今購入を決めてほしいとは言い難い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（経営者）	・景気が改善する材料が見つからないため、どう動くか分からない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・ウィズコロナ、アフターコロナとして新たな客層、嗜好や会合に対応して、少しずつ回復する。外国人の入国や全国旅行支援等で、前年を超えると期待する。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も日に日に増えている。物価高などでガソリン代も上がっている。外食に掛ける予算がどんどん減っていくのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・イベント販売も徐々に開催されて店舗外での販売も増え出したため、現状維持に努める。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・特別なことがない限り変わらない。日本銀行が長期金利の変動許容幅を拡大したがすぐに効果が出るとは思えない。これから3か月程度は何も変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・仕入価格の上昇により、売上が伸びない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症で落ち込んでいた外食、旅行などの業界は全国旅行支援もあいまって良くはなるが、支援が終われば落ち込む。インバウンドが徐々に増えても、人件費や燃料費の高止まりなどによるコスト高が影響して、景気回復とまではいかない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・閑散期に入るが、全国旅行支援の後押しがあれば予約も期待できる。ただし、年明け分の年内予約が余りなかったので何ともいえない。春休みやゴールデンウィークの新規予約が入らないと、2023年も厳しいかもしれない。地元空港で定期便が増えて新型コロナウイルス感染症発生前のような便数になれば、コストダウンにつながる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症で死者や重症者が出る限り、団体旅行の完全再開はない。今後数年は、個人・小規模団体の取扱がメインと考える。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシー料金の値上げによって売上が上がり、現在は行動制限がないことや年末ということで、一時的に良いようにみえる。年明けの様子をみないと判断しにくいと、余り変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・1月から新たな施策で販促を掛けるが、我が国の経済力不足に社会として追い付くには時間が掛かるため、物価高による消費後退、買い控えが続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・ほとんどの家庭には既にインターネット環境が導入されているため、インターネット環境でできる新たなサービス等を提供していく必要がある。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・半導体不足の状況下で機器納期の遅延も解消せず、その兆しもみえないため、2～3か月で良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・今後も現在の状況が続くようである。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況次第である。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・物価上昇に伴って国の補助があり、同じ水準で推移すると見込まれるため、変化がないと考える。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・これからも光熱費など物価の上昇が当分続き、かなり影響を受ける。

□	住宅販売会社（従業員）	・材料価格の高騰がみられ、販売量への影響は大きい。
□	住宅販売会社（従業員）	・後押しとなる補助金、税金対策も今一つである。正月の来場に期待したいが厳しいと予想する。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・住宅のリフォームや新築物件を年明けから受注している。
▲	商店街（代表者）	・ロシアによるウクライナ侵攻が長引けば長引くほど、景気が悪くなる。
▲	商店街（代表者）	・いろいろな製造業などで製造原価が上昇しているが、なかなか販売価格への上乗せは難しい。
▲	商店街（代表者）	・電気代や燃料費のコストアップが客の購買意欲にブレーキを掛けている。今後も物価高は続くと考え、販売量自体は落ちる。
▲	商店街（代表者）	・物価高により日用品の購入が精一杯となり、ほかに金を使う余裕がない人が多い。ますます量販店や安売りの店に集中し、店舗や事業所の淘汰が進みそうである。
▲	百貨店（売場主任）	・11月中旬に売場が少し縮小になった。メーカーも在庫が厳しく前年よりもクリアランスセール用の商品を十分用意できないため、売上も少し落ちると考える。
▲	百貨店（販売促進担当）	・シーズンの端境期になるため、若干落ち込みがみられるのではないかと予測する。
▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請は継続されており、来客数の増加も見込めない。
▲	スーパー（店員）	・年明け以降も担当カテゴリーでの値上げが控えているため、再び消費が落ち込むリスクを抱えている。
▲	スーパー（総務）	・物価上昇により、売上金額は変わらないが販売数が1割ほど下がっている。徐々に買い控えが加速すると見込む。
▲	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴う外出控え、原料原価の高騰やコストの上昇継続により、あらゆる業種、消費者のマインドが買い控えの方向に向いているのではないかと懸念している。
▲	コンビニ（店長）	・良くなる理由が依然見付けられない。本部の施策も価格高騰に対応できておらず、新規商品開発中心の旧態依然としたものである。もっと客をドキドキワクワクさせなければいけない。
▲	コンビニ（店員）	・寒さが厳しくなり外出を控えることが見込まれ、来客数が厳しくなる時期になる。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・値上げの影響による消費回復の遅れにより、現状維持と考える。
▲	コンビニ（本部管理担当）	・足元の売上が好調に推移していても利益の捻出に苦戦している。特に水道光熱費は、1.5倍となる店舗も出てきており、利益を圧迫している。この状況が今後、小売業界を追い込むと危惧している。
▲	乗用車販売店（従業員）	・全体的に余り活気がなく、先につながる話も少なくやや良くない。自動車業界全体の動きが鈍い。
▲	乗用車販売店（従業員）	・ますます生活に必要な品物の価格が上昇する。それに見合う可処分所得の増加が見込めるならば新車購入の商談も聞いてくれるだろうが、客が希望する車両の価格や納期問題が結構大きなハードルとなり、今乗っている車に不具合が起こらないとなかなか話の核心には入ってもらえない。客の財布のひもは相当固い。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・光熱費の高騰による原価上昇が、企業でも収益圧迫につながっており、厳しい状況は当面続く。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・物価高騰が浸透してくるため、購買意欲は明らかに下がる。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・2022年に実施した価格改定は、おおむね客の理解を得られた。しかし、2023年予定の価格改定は、更なる値上げに客からも大きな反発があり、取扱が取りやめとなる商談が出てきた。

▲	観光型ホテル（経営者）	・2月から3月は、11月から12月ほどの好景気は見込めない。1月10日から全国旅行支援が始まるが、割引幅の縮小や寒さが続くため今のような景気が続くとは考えにくく、やや悪くなる。また、新型コロナウイルスの感染状況とそのときの雰囲気景気はかなり影響を与える。新型コロナウイルスの感染状況がどの程度収まるかにもよるが、既に社会では許容度、寛容度が広がっており、不安感が払拭されれば後押しになる。	
▲	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症の今後の行方が懸念材料である。年末年始の宿泊予約は非常に悪く、春からのインバウンドの戻りに期待する。宴会は、大手企業を含む経済界が宴会を解禁しない限り見通しは暗い。様々なコストの上昇を価格に転嫁できない。リネンサプライは半年前に10%程度値上げしたにもかかわらず、2度目の値上げを伝えてきており非常に厳しい。	
▲	旅行代理店（経営者）	・2023年3月まで全国旅行支援が延長されるが、割引率も低くなり客の反応が今より悪くなる。	
▲	タクシー運転手	・今後は落ち込む。	
▲	観光名所（案内係）	・寒波が続く予想と、値上げがまだ続くようである。これでは2～3か月先に良くなるとは考えられない。	
▲	理美容室（経営者）	・電気代やいろいろな物が値上がりして、段々と景気が悪くなる。	
▲	美顔美容室（経営者）	・毎年のことであるが年末年始の出費で買い控える客がいる。新しいキャンペーンセールが始まるが、購入する客は限られているため悪くなる。	
▲	美容室（経営者）	・やはり新型コロナウイルス感染症第8波の影響で良くない。	
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入先から更なる価格改定の連絡があった。福祉用具のレンタル商品は介護保険制度の上限価格設定もあり、サービス料金への反映はできない。安全な商品を提供するために整備をするにも、交換部品のコスト上昇により、負担が大きく押し掛かってくる。	
×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・長い間営業していた店から、年明けに閉店予定という連絡が次々と入っている。	
×	百貨店（経理担当）	・物価高が企業業績の悪化や家計の圧迫をもたらし、更にこれが消費者の買い控えや消費マインドの低下を招くことによって、間違いなく景気は後退する。	
×	コンビニ（店長）	・主力の食品では仕入価格の上昇が続く。運送料金のほか販売コストも下がる見込みがない。価格転嫁が追い付かない。	
×	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くが販売停止になっているため売れる車がない。客に対する言葉も、これまでの、納期が掛かるので待つてほしいから、注文できず申し訳ないになってきている。	
×	乗用車販売店（販売担当）	・元々車の在庫がないうえに、来年から標準金利が上がるという報告を受けダブルパンチである。車がないため在庫販売ではなくオーダー販売になれば値引き幅も減り、販売量は厳しくなる。	
×	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響で売上が復調しない。	
×	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・更なる物価上昇や税制改正で、悪化が予想される。	
×	美容室（経営者）	・正月前に集中的にパーマ、毛染めをし、1月から3月は寒くて足が遠のき、次の施術は4月から5月まで延びてしまう。	
×	設計事務所（経営者）	・現在進行している案件は設計ではなく、設計の二次的な業務である住宅性能評価の作業のみである。これも1月中には終了するため、忙しくなる気配はない。	
×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、物価高による生活苦など、先行きが不透明なかで不安が大きくなり、景気は降下する。	
×	住宅販売会社（従業員）	・工事費が高くなり、かつ借入金利も上昇すれば新築住宅を手にするのはかなり難しくなる。	
×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・年明けからの受注は何件もなく、定例的な仕事だけでは心配である。景気が回復して消費意欲が戻らない限り、先の見通しは余り明るくない。	
企業	◎	—	—

動向 関連	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・1月から新年度が始まる会社が多いため、引き合い・受注が増えると見込む。
(東海)	○	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の設備投資が数か月後には復活するのではないかと期待から、若干良くなる。
	○	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加も日常化し、人々の生活への大きな障害にならなくなってきたため、国内景気は経済活動の再開を背景に持ち直しつつある。企業の設備投資計画も依然として堅調である。
	○	金融業（従業員）	・前年までと比べると新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和が大分進み、中小企業などの指標も若干上向いて生産性も上がり、飲食店なども活気付いている。
	○	金融業（従業員）	・足元では新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、3か月後には、経済が落ち着き景気も良くなると期待する。
	○	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が来ているが、消費者には以前のような自粛の傾向がそれ程なく、売上は現状維持が見込まれる。物価高騰で売上原価の上昇がみられるが、円高傾向に進んでいるため、今後は仕入価格も落ち着く。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・4年間を投じて開発してきた機械を使用し、中小企業の残業時間や人件費削減にも貢献したい。海外情勢の影響で国内に仕事が増えてくるならば、より重要になると考える。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の行動規制緩和、海外からの入国者が戻りつつあり、外食や土産物需要などが回復しつつある。一方、原材料、エネルギーコストの上昇は止まらず、企業経営においては厳しい状況が引き続き見込まれる。
	□	化学工業（営業担当）	・需要回復は来年7月頃からと見込む。
	□	化学工業（総務秘書）	・基本的な流れが大きく変わる兆候がない。過度な円安に収束の気配が感じられることは、国内経済の安定感醸成につながっている。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・新規案件はまだ増えていきそうだが、以前からの製品の動きが悪く、現状維持となりそうである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・受注量がさほど伸びず、仕入価格は高止まりであることから、収益性はやや低下すると考える。
	□	金属製品製造業（従業員）	・春先の仕事量がみえていないため、やや不安は感じるが、一方で仕事は途切れないであろうという期待もあり、読みづらい。
	□	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。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ここ数か月は余り変わらないと見込む。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・ロシアによるウクライナへの侵攻が長引き、その他世界情勢の懸念など、これまで考えもしなかった事象が浮上するなか、我が国は防衛力の増強に進む動きなど、次はどのような展開になるのか不安感を持ちながら進むことになる。明るい未来は考えにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・円安傾向が緩和の割に値上げラッシュが収まらない。増税も予定されており不安しかない。
	□	建設業（役員）	・来年は長期金利の上昇で住宅ローンの固定金利が上がることで予測されるため、客の住宅購入意識がプラスに転じるかマイナスになるか、気になるところである。
	□	建設業（経営者）	・政策の方向性は良いが決断に時間が掛かっている。積極的に判断しもっとリーダーシップを発揮してほしい。
	□	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で自治体の予算はかなり削られるが、必ずやらないといけない仕事は発注が見込まれる。ただし、また新型コロナウイルス感染症が拡大してくると、仕事が止まる可能性もある。
	□	輸送業（経営者）	・物量増加、コスト減少や人手不足解消といった良い兆しは、全く見当たらない。
	□	輸送業（従業員）	・売上は回復しても、同様に経費が増えている。同業他社からは、余り良い話が伝わってこない。廃業という話もチラホラと聞こえてくる。決して他人事ではないと感じる。
	□	輸送業（エリア担当）	・世界経済が安定していないため、何とも予想が付かない。
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物が最も多い12月もさほどひっ迫せず慌てることがなかったことに鑑みると、景気は引き続き変わらず、2～3か月後も悪いままが続くと推測する。

	□	輸送業（エリア担当）	・荷物の量は増えているが、低単価の荷物のみ増えている。経費はこれ以上下がる余地がなく原油価格も高値での定着により、経費コントロールもできにくくなってしまっている。
	□	金融業（企画担当）	・原材料費の値上がりを経済転嫁できるまでに時間を要すこと、給料は増加が見込まれても物価高に追い付かないことから、当面現在の景気が続く。
	□	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は増加傾向が見込まれるが、外出や遠出をする人は横ばいになっていき、今後の売上も前年並みで横ばいが続くと思われている。
	□	不動産業（経営者）	・コロナ禍への慣れがあり、際立って変動するとは考えにくい。
	□	広告代理店（制作担当）	・広告の受注量は微増しているが、3か月先になっても景気はほとんど変わらないと考える。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料は本年度2回の値上げがあったが、製品価格への2回目の転嫁は非常に難しい。受注量や販売量も更に減少し採算面でも悪化傾向になり、景気は今よりやや悪くなる。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・客の好調な話が聞こえてこない。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・世界的な金融引締めの影響が出てくる。新型コロナウイルス感染症やウクライナ問題は来年も解決しないと思われるため、引き続き不安定な状況が続く。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・価格転嫁された製品が今後市場に出た場合、需要の減少が見込まれる。2～3割程度の価格上昇を想定しており、需要減少が見込まれる。
	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・物価高が地味に響いてきており、給料も上がらないし景気が良くなる兆候が全くない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・円安はとどまるところを知らず、消費者は菓子1つ取ってみても、内容量の減少に違和感を持ちながらも淡々と日常を過ごしている。内部留保を切り崩しながら経済活動を展開している企業も、見込みどおりの利益を確保できるか先が全くみえない状況下で、いつまで頑張れるか疑問である。景気回復のきっかけが1つも見当たらず、徐々に景気が悪くなる。
	▲	通信業（法人営業担当）	・年明けには更なる値上げが報道され、消費者マインドはかなり冷え切っている。日本銀行が大規模金融緩和策から実質上の利上げに踏み切ったことで、1月からは住宅ローンの固定金利の引上げとなるなど、非常に厳しい。
	▲	不動産業（開発担当）	・工事費の上昇が著しい。今後価格が落ち着いていけば良くなるが、このままの水準が続くとやや悪くなる。
	▲	公認会計士	・固定金利の上昇が見込まれる一方、新型コロナウイルス感染症対策による融資の返済が本格的に始まる。特に中小企業は0.5%金利が上がるだけで日々の資金繰りに影響が出るため、少し景気が悪くなることが予想される。増税の話も出ていて、これまで購買意欲の高かった消費者でも、これからは少し鈍化が予想される。
	▲	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策での無利子融資の返済が間もなく始まる。多少の余裕を持って借り入れたところは良いが、切羽詰まって借りたものの業績が戻っていないところは、返済が始まると一気に苦しくなる。顧問先のなかでも、行き詰まりそうところが幾つかある。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・低価格帯へのシフトが続き、売上全体が落ち込む。
	×	食料品製造業（営業担当）	・現在でも販売量、注引量共に前年比で減少しているが、年明けより様々な商品の値上げも重なり、更に販売しづらくなる状況が容易に考えられる。
	×	通信業（総務担当）	・来年春の電気料金の40%上昇はあり得ない。このようなことを見逃せば、一層消費は冷え込む。電気は全ての財やサービスのコストに影響する。また、比較的高額な耐久消費財の購買意欲の減退にもつながる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・年明けに印刷用紙代の再々値上げがある。折込チラシの印刷コストが上がり、受注の更なる減少が見込まれる。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・年度末に向けて生産台数は上向きと予想されており、半導体不足も徐々に解消されるといわれているため期待したい。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が拡大するなかでも、求人の動向には影響が余りみられない。

○	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用決定数及び法人企業側の熱意は落ちる気配がなく、1月から3月の需要期に向けて今後も加速していく見込みである。
○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・有効求人倍率のとおり求人数も右肩上がり順調に伸びている。年度末を迎え求人の増える時期にも重なるため、更に良くなることを見込む。
○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年学内で実施している医療系法人の説明会を、過去2年間はオンラインで実施していたが、参加希望法人が増え今年是对面で行った。各法人に採用意欲がうかがえる。
□	人材派遣会社（社員）	・歓送迎会の時期になり多少予約は入っているものの、取りあえず押さえているだけの感じで、期待はできない。
□	人材派遣会社（企画統括）	・日本銀行が事実上の利上げを決定したことによる影響が不透明である。
□	人材派遣会社（営業担当）	・年明けから来年度以降の引き合いは増加しているが、自動車メーカーの生産台数が回復しないと、外部への投資の振り分けは見直しとなる可能性が高い。ばん回生産となるほど半導体調達が順調に進む見通しではないため、現状から変わらないと考える。
□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は引き続き高い状況で推移するとみられるが、人材不足感から採用コスト等の上昇傾向が続き、採用数の大きな変化はないと予測される。
□	求人情報誌（営業担当）	・2月は4月入社に向けた転職活動が活発になり、2～3月にかけては、人員配置の兼ね合いから求人が増加する傾向にある。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気浮揚の要因が見当たらない。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・好転する材料が思い浮かばない。
□	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。年明けに新型コロナウイルス感染症第8波の影響がどこまで出るか、原材料費等の高騰がどこまで続くか、海外情勢がどうなるのかなど不安材料が多いなかで、景気が大きく変わることはない。
□	職業安定所（職員）	・雇用情勢は落ち着いており、改善の動きがみられるが、原材料やエネルギー価格の高騰が雇用に与える影響に注意する必要がある。
□	職業安定所（職員）	・求人、求職の動きは落ち着いており、改善の動きが継続している。新型コロナウイルス感染症は行動制限のない年末年始を迎えたが、感染状況は第8波の様相を呈しており、今後の経済活動への影響が懸念される。海外情勢の不安定化や資源価格の高騰等もあり、先行きは不透明な状況である。
□	職業安定所（職員）	・雇用環境の改善は見込めない。
▲	人材派遣業（営業担当）	・値上げラッシュの影響が続くことで、生産量が向上しても利益率が低下するため、景気回復へは至らない。政府の支援策も大規模なものにはならない様子である。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・収入が増えない限り、家計圧迫が続く。
▲	職業安定所（職員）	・引き続き物価高騰の影響が予想される。また、人手不足により工事の受注量も減少が見込まれる。従業員の高齢化で若手を採用したくても充足できない状況が続いている。
×	—	—