

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)	◎	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・改装して売上が上がった。店長と担当者で販売計画をきちんと立てるようになった。
	◎	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・予約が入るようになった。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・週末は新型コロナウイルス感染症発生前の人出に戻り、平日も以前より商店街全体で増えている。来客数も増えている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍が終息しつつあり、好調である。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・個人旅行は、主に若年層のマイカーによる復活で堅調である。ただし、観光バス利用による団体旅行は、いまだに新型コロナウイルス感染症発生前の20%程度の回復で遅々として進まず、全般に70%くらいの戻りである。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末の予算消化が始まった。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数も減少傾向にあり、客が外出し、特にバレンタイン催事が非常に好調であり、対応に追われている状況である。また、寒さも今年は厳しく、冬物衣料や雑貨などの動きが継続的に好調である。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症第8波のピークアウトに反比例して、平日における会食等のビジネス需要及び休日におけるレジャー関連の個人需要に盛り上がりを感じる。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客単価が良くなっている。
	○	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・購買意欲のある客が多く、来客数、売上共に徐々に伸び始めてきている。前年比では良くなってきているが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るには時間が掛かる。
	○	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・コロナ禍は相変わらず続いているが、客のマインドがかなり変わってきており、多少の混雑も苦になくなってきた。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・買い控えにより買上点数は減少しているが、商品値上げにより1品単価は上がっており、客単価は前年より伸びている。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・年末から年始にかけて売上は前年を上回り、悪くない推移であった。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げが相次いでいるが、それほど買い控えの様子はみられない。寒さの到来で防寒用品、暖房器具も動きが良く、年初の福袋商戦から前年を上回る状況である。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・年末年始の効果で客単価が上昇傾向にある。また、年始を過ぎてしばらくたっても単価が高い状況が変わらない。ただし、商品の値上げによる影響も考えられる。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上、来客数の状況は、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている。あと5～6%で新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻る。
○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・正月にテレビ番組で放送された商品が高評価を得て反響が大きかったので、紹介された商品がかなり売れた。	
○	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・全国旅行支援の延長により、引き続き行楽需要が継続しており、単価の高い土産品を主体に好調に推移している。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して、来客数は7割強であるが、客単価の向上により売上はおおむね新型コロナウイルス感染症発生前並みで推移している。	
○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると来店客は増えているが、成約ベースでいくと動きは鈍い。納期が掛かることで代替を控える人も多い。	

○	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・値上げにもガソリン代高騰にも慣れてしまったのか、あるいは諦めたのか、必要以上の出費は抑えるが、必要な物にはちゃんと金を使うようになってきたようにみえる。
○	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・新築は横ばいであるが、大規模改修及び中小のリフォーム物件が増えている。ここ3年程度様子見であった物件が動き始めた。
○	都市型ホテル (従業員)	来客数の動き	・設備工事関係の仕事の客が増えてきた。
○	旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・値上げが続くなかコストアップのため、需要喚起には少し時間が掛かりそうである。
○	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・3か月前と比べて新型コロナウイルス感染症の終息も少しみえてきたという観点から、少し売上が伸びた。
○	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりで余り気にしなくなった感があり、個人旅行を中心に全国旅行支援を利用して旅行に出掛ける人が微増している。観光地には中国以外の、特に韓国を中心にインバウンドの団体が戻ってきている。売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の70~80%くらいまで戻ってきている。
○	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・解約件数は下げ止まっており、新規契約件数や引き合いは若干増えている。
○	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・インバウンドが増えてきている。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の3割ほど戻ってきた。
○	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・1月の入場者数は好調であった。下旬に大寒波が襲来したものの、好天の日が多く恵まれた月となった。3か月前と比べると、シーズンとしては寒い季節になるが、それなりに入場者は確保できている。
○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕(職員)	来客数の動き	・鉄道旅客のうち定期券収入、定期券外旅客運賃並びに雑収入のいずれも10%ほどの回復があり、やや好調といえる。観光列車や団体客の伸びは今一つながら、まずまずの状況である。
○	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・どん底から比較すれば少し良い状況だが、喜べるほどではない。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕(営業)	来客数の動き	・3か月前よりは良くなっているが、前年同月比では横ばいである。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・日用品類の価格や光熱費の上昇によって、客には金銭的な余裕がなくなっていることを強く感じる。不急の商品や耐久消費財の売上がほとんどない。
□	一般小売店〔結納品〕(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制も若干緩くなって人は動いているようだが、小売業まではまだ影響がない。
□	一般小売店〔高級精肉〕(常勤監査役)	販売量の動き	・客の財布のひもはまだまだ固い。
□	一般小売店〔酒類〕(経営者)	販売量の動き	・飲食店での飲料の販売量は引き続き増えてこない。週末や昼を中心に飲食店への来客数は少し増える傾向はみられるが、食事をして飲料は頼まない傾向が続いている。
□	一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・1月は3か月前と比べると多数の物価が上がり、コロナ禍において若干の自粛も続いていることを考えると、客は少し金を使うのを控えている様子である。特に、贈答品関係では、個人も法人も高額品の購入は敬遠している。どちらかという少し縮小傾向の1月であった。
□	百貨店(売場主任)	それ以外	・11月末に売場改組があり紳士靴売場としてはやや小さめになったため、年配客向け商品の種類が減った。昼間の来店が多い年配客には購入する商品がなく、その分売上が少し減っている。

□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波、インフルエンザの影響が継続している。来客数は前年よりプラス10%で推移しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとマイナス10%で新型コロナウイルス感染症発生前には戻らない。
□	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍からの回復は、今一つ感じられない。県知事の医療ひっ迫警報や医療ひっ迫防止対策強化宣言等の影響もあるかもしれない。
□	スーパー（店員）	単価の動き	・年末商戦の勢いが下降していくと思われたが、天候と価格も落ち着いて、良い売上につながった。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数が少なくなり、販売量が減っている。
□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・依然として売上は前年割れをしている。来客数、客単価共に前年を下回った状態である。客単価は買上点数の減少によるもので、各種値上げにより1品単価は上昇しているが、無駄な物の買い控えが定着している様子である。
□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・今月上旬は売上は落ち込む傾向がみられたが、中旬以降徐々に回復し同水準となった。前年比としては、前月を多少上回りつつある。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・価格が上がり売上自体は前年以上の状況だが、来客数は前年以下であり、ニーズに応じているとは言い難い。
□	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・売上は前年比102.2%という状況であった。前年のコロナ禍に対する比較なので前年比を超えることは必然の結果である。世間一般、小売業界全般でも同様の事象が発生していると思われる。
□	衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	・最近、売上や引き合いが多くなってきているという同業者が、少数だが増えてきた。加工場を回っても、良くないと言っているところが9割である。
□	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商について、物価高の影響が大きいのか、引き続き客の財布のひもは固い。
□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比85%で推移している。前年と比べエアコンやテレビの大型商品が売れているため売上額は前年並みだが、来客数の落ち込みが気掛かりである。10年に1度の寒波もあるが、閑散期の2月に向けて販促を強化したい。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体等の問題もあるが、ついに自動車も値上げが始まった。車種によっては数10万円価格が上がるものもあり、これから新車を検討する客には良い材料ではない。新型車が出るのは期待が持てるが、納期が1年以上掛かる場合、納車の頃にはその車種がマイナーチェンジする時期でもあるため、悩みは尽きない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ある程度消費者には一定の購買意欲があるが、製造業が現在物が造れない状況にあるため、うまく調和が取れずに景気は停滞している。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年末より増えてきているが、入荷商品が少ないため商談がまとまりにくく、売上につながらない。
□	その他専門店 [貴金属]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が1月上旬に増加したため、外出しない傾向が強まり、来客数が減少した。
□	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	・引き続き新型コロナウイルス感染症発生前に比して来客は限定的である。物価高の影響もあり、従前並みへの回復は不透明である。
□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・年始、週末や祝日は回復傾向にあるが、平日と夜の集客は回復にまだ時間が掛かる。アフターコロナとしての傾向なのか判断しづらい。
□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客が金を余り使わなくなった。
□	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・行動制限も緩和され人の動きは活発になった一方、物価高騰により低所得者には負担が大きくなっている。

□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・ウィズコロナになり人通りが増えてきたが、外食よりも中食といわれる総菜が売れていたりもする。新型コロナウイルス感染症対策の様々な支援金や融資が終わり、休業の店も出てきている。また、パチンコ店、飲食店などでは、少子高齢化の影響がじわじわと出てきている。
□	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体客はあるといっても、秋から変わらず大半が小人数グループ、又は日帰りである。まとまった売上には結び付いていない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・年始の賀詞交換や挨拶回りが少なくなり、12月と比べると利用者が30%以上減少した。降雪の影響で極端に利用者が増えた日もあった。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・景気対策はなく、増税のおそれがある。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・最近の異常寒波の影響がかなり出ており、事前のニュース等で大雪が降る等の発表があると客足が減っている。特に、報道発表後は公共交通機関の間引運転や遅延をおそれ早々に帰宅されてしまうため、夜の利用客が非常に少なくなる日が多い。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・機器の納期遅延は解消されず、納期が決まっている案件については受注ができない。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前月より変化はない。
□	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	・物価は上昇しているが、給与の増加につながっていない。海外の状況もいまだ安定していない。
□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・夏から同じであるが、客足が悪い。人が街中の店に入らない。
□	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	・来場者数や契約に結び付く層の来場は、横ばい若しくはやや下降線をたどっている。今後回復するにしても緩やかな上昇で、劇的な改善は期待できない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・全体的な販売量は横ばいである。
□	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・取引先業者の仕事がほどほどに確保されている。他社の仕事も多いようである。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・ウクライナでの戦争が長引きそうで、皆、値上げなどで厳しいと感じている。
▲	一般小売店 [生花]（経営者）	来客数の動き	・元々1月は来客数、売上は少ないが、今年は寒波の影響も大きく、特に24日以降来客は数えるほどであった。当然売上も伸びない。仕入価格も高騰しているため、一部の商品はやむを得ず値上げしたが、その影響もある。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%を割り込んできている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の終盤は全国旅行支援などで通常外の客が多く来店していたが、今月は来客数が落ち着いた状態となっている。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・1日当たり来客数が前年6月以降ずっと前年割れである。価格変更による強制的な平均客単価の上昇により、日々の売上自体はそこそこで着地しているが、客がコンビニに寄らないようにして家計を自衛しているのは明白である。消費活動が低下している。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・上旬はバーゲンセールがありなじみ客の来店で商品も動いたが、中旬以降はポップ広告を出したにもかかわらず客が入ってこない。寒波と値上げのダブルパンチである。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・直近の寒波で冬物商材を求める人が一時的には増えたが、今月は暖かい気候が続いていたため、来客数及び購買数が少ない。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・壊れたから買い替えるという客がほとんどで、年数がたっているだけの理由での成約は少ない。
▲	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掛かるため販売停止になっている。新型車が出ててもその車に販売が集中して売れるため、すぐにオーダーストップになり販売できなくなってしまう。

▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・ますます生活に係る費用が増大し、客からは、生活防衛で今差し当たって必要としない物は買わないという話をよく聞く。各家庭で収入の大きな伸びが期待できる状況を実感として持てなければ、なかなかこの状況は打破できない。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・とにかく人が出ていない。来客数が極端に少ない。
▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染対策がかなり緩くなってきたため、皆の外出意欲がしみじみ伝わってくる。ただし、どこへ行っても諸物価の上昇で経済的に付いていけないことが問題である。
▲	その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	お客様の様子	・ここに来て増税という言葉は、どんな理屈にせよ消費マインドを低下させる。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕 (経営企画担当)	販売量の動き	・前年秋から年末は値上げが見込まれる商品の買い置きが増え、販売量は多かった。しかし、年明け以降は販売数量は5%程度マイナスとなっている。値上げをした分、売上は前年を上回っているが、販売数量の減少が気掛かりである。
▲	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前は10月11日から全国旅行支援がスタートして段々と客が増え良くなっていた。1月になって全国旅行支援が縮小されたこともあるが、一般客は既にキャンペーンを利用したためか少し飽きている感があり、3か月前と比べてやや悪くなっている。キャンペーン疲れというか飽きられてきた様子がみられる。
▲	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・前年末の全国旅行支援で回復した宿泊利用者数は、新型コロナウイルスの感染再拡大及び全国旅行支援の補助金額減少により、予算を下回る水準となっている。宴会利用者数は、特に企業の利用が大きく落ち込んだままで、回復の兆しはない。
▲	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・1月の宿泊稼働は非常に悪い。
▲	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・年明けから全国旅行支援が開始されているが、都道府県ごとに取扱いが異なり、非常に煩雑で事務量が増加した。客の反応も今一つである。
▲	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・全国旅行支援の延長をアナウンスする時期が悪く、割引も小さい。正月明けで出掛けづらく寒い時期ということもあり、1月～2月は取り込めていない。3月以降に計画中の予約はあるが、秋ほど全国旅行支援の恩恵はない。
▲	理美容室 (経営者)	来客数の動き	・余り客が来てくれない。
▲	美顔美容室 (経営者)	来客数の動き	・客自身や家族が新型コロナウイルスの感染者となって来店できなかつたり、雪の影響でキャンセルが多く出た。
▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客と話をすると、毎回、物価高や光熱費の高騰で経済的に苦しくなってきたと言う客が多い。
▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響で良くない。
▲	その他サービス 〔介護サービス〕 (職員)	単価の動き	・光熱費、燃料費、資材費、商品仕入単価など、1月に値上がりしたのが多い。
▲	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全く聞かない。
×	商店街 (代表者)	お客様の様子	・いろいろな物が値上がりし、新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりしており、良い要素が余り見受けられない。同業者や取引先の廃業が目立ってきた。
×	一般小売店〔生活用品〕 (販売担当)	単価の動き	・行動制限がなくなり来客数は増えてきたように思うが、購買に結び付かない。
×	スーパー (店員)	単価の動き	・商品が高くなって、動くものも動かなくなっている状況が続いている。
×	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高止まりと、下旬からは気温がぐっと下がって来客数が減少し、1月全体の売上は前年同月比で10%ほど減少した。

	×	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・1月とはいっても悪い。問合せも少ないし販売量はまるでない状態で、非常に良くない。
	×	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。
	×	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・当地域の大手分譲業者は、物価の上昇でコスト高となり、分譲用地の買い控えをしている様子である。
	×	その他住宅〔住宅管理〕 (経営者)	お客様の様子	・企業の人手不足は深刻で、人員確保ができれば当社で受注できる仕事もあるが、自社での募集にも集まらず断念した。どの企業も人手不足には苦戦している。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	通信業(総務担当)	それ以外	・やはり新型コロナウイルス感染症対策の緩和と、次年度の春以降に感染症法上の分類が5類に移行すると報道があり、人々の移動が盛んになるという気運の高まりが要因である。
	○	不動産業(経営者)	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあり、外出や遠出をする人が徐々に増加傾向にある。今月の売上は、前年を上回る状況となっている。
	○	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	・ここ数か月はほぼ同じ流れである。各社においては少額の資金で利益を出すよう努力をしている。仕事は前向きに増加しており、この動きは良い。
	□	食品品製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・多様な商品が値上げされるなかで、生活者の商品を選択する目は一層厳しくなっている。食品においては、し好性の強い物への買い控え傾向は否めない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は3か月前と余り変わらない。原材料の価格高騰が続いているため採算面では悪化しており、景気は余り変わらない。
	□	化学工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・食品添加物・香料・色素などの食品関係は、人の動きも増え回復傾向にある。半導体向け電材需要は低調が続いている。特に自動車向けが悪い。
	□	化学工業(総務秘書)	それ以外	・食料品を始め車の修理、家具や衣服など日常生活での諸費用で明らかに値上がりを感じる。前年秋頃からはアフターコロナを満喫するような変化があり、現在もそれが続いており、景況感としては悪くはない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・販売数量が減少している製品の価格を下げている。材料の値上がりにより客は様子見をしているとの情報も入っている。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・顕著な変化はない。
	□	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・客先業界がまだ新型コロナウイルス感染症の影響から回復しておらず、設備投資が始まっていない。やや始まりかけてはいるものの、全体的に悪い。
	□	電気機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・原材料価格は高止まりし、電力料金も上がりコストアップは避けられないが、価格転嫁は競合相手もあり思うようには進んでいない状況である。客の設備投資状況は変わらないものの、適正利益を確保するまでには時間が掛かりそうである。
	□	輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	受注量や販売量の動き	・今年中は余り受注量が上らず、来年から再来年辺りになって上がってくるという情報が入っている。
	□	建設業(営業担当)	取引先の様子	・仕事の発注状況をみると、来年の予算が少なかったり年間行っている業務項目の削除もあつたりするため、余り景気が良いという実感はない。
	□	輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費財、生産財共に荷動きは低調のまま変わらない。特に今年は、旧正月前後の輸出入物量に増加がみられない。
	□	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・夏以降年末まで忙しい状態が続いていたが、1月に入り小休止といったところか。年明けに各荷主から、今年は前年より少し良くなるかもしれないといった話を聞いたので、今後忙しくなりそうではあるが、中身が伴うかどうかは分からない。
□	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年と比較して企業間の出荷物量は減少気味である。	

□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・前年と比べて受注量が目に見えて少なくなっている。企業物価指数の上昇は良いことかもしれないが、消費者物価指数の上昇に年金の増加が追い付かず、現状では変わらない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・物価の上昇により、企業業績は余り良くない印象を受ける。
□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料費、光熱費等が高騰し、従来よりも原価がかなり上がってきている。販売価格に転嫁できればよいが、取引先との関係で転嫁しづらい面も多い。利益が減ってきており、企業業績へ与える影響はまだまだ続くとみられる。
□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格の変動は余りみられない。
□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・紙媒体による広告は同業種が多く、新規企業の発注は余りみられない。
□	公認会計士	取引先の様子	・業種によって多少の差はあるが、新型コロナウイルス感染症対策緩和の反動が少し落ち着き、対面サービスの来客数も前月までと比較すると大幅に増えている状態にはない。クラウドソフトのようなコロナ禍で需要が多かった産業は、逆に顧客数として落ち着いてきており、景気は上向きでも下向きでもないような状態である。為替相場がやや円高に戻りつつあり、輸入業者の純利益は少し改善傾向にあるが、物価高の影響もあるため、余り変わっていない状況である。
□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・売上や利益率について注目すべき変化がない。
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	それ以外	・原料の値上がりりが1年に2回もあり、中には40%以上の値上がりもある。製品への価格転嫁は容易ではなく、客を回って理解を得るための営業活動に要するコストも重荷になっている。
▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業全体の停滞感が継続しているため、良くなる傾向は見受けられない。
▲	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・各地の建設需要が旺盛なのか、せつかく仕事量はたくさんあっても原材料の価格高騰分を転嫁できず、収益性はかなり悪くなってきている。
▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備のプロジェクトが凍結されたり延期になったりしている。先の見通しが不透明で、即納できる在庫品しか売れていない状況である。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・11月から1月の稼働日数は毎月20日間で同様にもかかわらず、生産量が減少している。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・物価高、燃料費高騰で生活費が増大している。いつになったら落ち着くのか不安である。
▲	建設業（役員）	取引先の様子	・当エリアでもマンション、戸建て住宅の在庫が多く、他社が軒並み完成在庫を大幅値引きで販売している。少ない客を取り合っていて、値引きの上乗せで利益が圧迫されている。売上となる成約件数を伸ばそうとすると利益が無くなるため、経営上厳しい状況である。
▲	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・発着個数が減少し始めている。もう経費はほぼ削れない。
▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・電気代、ガス代など生活を維持するための支出が増え、気持ち的に消費を抑える傾向にある。行楽、レジャーや旅行だけでなく、外食を控えたり、食費を抑えるために葉物野菜は少なめに根菜を多めにできるメニューを考えたりする。金の手元に残らない不安から外出を控える人が増え、ますますリモートワークと引き籠りが進んでいる。
▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・特に飲食店などは、マスクなどの制限もなくなり客入りも良く盛り上がっている。その他の業種からも比較的景気は良い方向と聞いている。自動車販売については、まだまだ車が入らないため売上には直接つながっていないものの、客の動きは比較的良いと聞いている。
▲	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域ではマンションの販売が低調な一方で、資材高騰などによる工事費の上昇が続いており、景気は下向きと感じている。

	▲	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・折込広告が増えない。
	×	食品品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・様々な業種の客で、食料品など家庭の必需品での値上がりによる買い控えが大きく影響している。受注量、販売量は減少する一方である。
	×	輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・液晶の生産が下がっているため、製造装置の動きが悪い。新型スマートフォンの売行き不振が影響しているように思える。自動車の生産も下方修正のままで、改善の見込みがない。
	×	輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・1日当たりの取扱物量は3か月前と比べて更に減少している。1月になってから荷動きが本当に低迷しており、寒い週などは特に荷動きがほとんどストップしている。1日当たりの取扱物量は前年の10%以下で、3月に向けて果たして荷物量は伸びていくのか懸念している。
雇用 関連 (東海)	◎	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が増加傾向を続けており、有効求人数では一部を除き新型コロナウイルス感染拡大前の状況に近づきつつある。
	○	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・忘年会や新年会、年明けの同窓会で、少数ながら利用件数が増えた。
	○	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・派遣業界において、4月転職希望者の争奪戦が始まってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったわけではなく、ここ3年のなかで回復しているだけである。
	○	民間職業紹介機関(営業担当)	採用者数の動き	・年度末に向けて企業の採用意欲も高まると同時に、転職希望者の動きも活性化している。
	□	人材派遣会社(経営企画)	周辺企業の様子	・特に景況が変化する要素はない。
	□	人材派遣会社(企画統括)	採用者数の動き	・求人数は前年同期比で増加しているが採用者数はやや減少しており、企業は採用難の状況にある。
	□	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・派遣募集数は3か月前とほぼ変わらない。
	□	人材派遣会社(営業担当)	採用者数の動き	・求人数は3か月前比で微増であるが、求職者が減少しており採用数は減少傾向にある。
	□	アウトソーシング企業(エリア担当)	周辺企業の様子	・当地区の自動車製造については、半導体不足・部品供給不足で変わらず不安定な状況が続いている。小型船舶とバイク関連の製造は、多忙となっている。
	□	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	周辺企業の様子	・材料価格、エネルギー価格の高騰のなかで、地元企業の厳しい状況は変わっていない。政府の支援策もあるが一部業種に偏ったもので、全体的には好影響を及ぼしていない。人材面でも人手不足が続いており、その面でも厳しい企業経営が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	それ以外	・景気が上向く材料が乏しい。物価上昇で消費意欲が停滞している。
	□	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人数は前年同月と同水準で、前月比でも大きな変化がない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は全体的に微増となっている。製造業では業種によっては安定しているが、自動車関連については、円安や材料の価格高騰、入荷の遅れやいまだ続く半導体不足に苦慮する企業も多い。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に減少したが、有効求人数の低下幅がより大きいため、有効求人倍率が低下した。そのなかで、医療・福祉、生活関連サービス業、娯楽業の求人増加の傾向がみられた。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・製造業と小売業では、材料費や光熱費が高騰しているが価格に転嫁できずに収益が悪化している。建設業でも、材料価格が高騰しても値上げができず収益が悪化している。介護事業や建設業では、人材不足が続いている。
		▲	人材派遣業(営業担当)	周辺企業の様子
	▲	人材派遣会社(営業担当)	それ以外	・物価高騰が顕著になっている。
	×	—	—	—