

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）	・人々が安心して観光バスを利用するようになって初めて景気の上昇につながる。
	◎	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症に対するマインドが変化してきており、景気は回復に向かう。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症移行などにより、行楽需要が更に活性化されると予測する。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・景気対策次第である。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制も段々と緩くなり、春風が吹けば、小売業にも人が来てくれる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類第5類への移行決定に伴い、インバウンドの回復と、国内の消費回復のプラス効果が、景気の押し下げを上回るのではないかと考える。
	○	百貨店（総務担当）	・中国の日本人に対するビザ発給再開の報道もあり、今後我が国の中国からの入国者・帰国者に対する水際対策が緩和となれば、本格的なインバウンドによる需要増加も見込まれるのではないかと想定している。このままバレンタインも好調に推移すれば、2月も売上の的には確保の見込みが立つ。
	○	百貨店（企画担当）	・足元の景気は戻りつつあるが勢いに欠ける状況で、当地周辺では買物目的のインバウンドはまだまだ多くみられない。ただし、数か月先にはインバウンドの戻りも今以上みられると考えており、期待をしている。
	○	百貨店（営業担当）	・足元の景気は戻りつつあるが勢いに欠ける状況で、当地周辺では買物目的のインバウンドはまだまだ多くみられない。ただし、数か月
	○	スーパー（経営者）	・行動制限がなくなり、客足は回復しつつある。
	○	コンビニ（企画担当）	・現段階ではインバウンドによる効果は出ていないが、今後徐々に効果が現れてくるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春先に向かい、新型コロナウイルスとも共存して生活していくスタイルが浸透してきたため、来客数の伸びは例年と比べて大きく、更なる需要増加が見込める。
	○	コンビニ（店長）	・3月～4月は学校の入学・卒業や社会人の異動などで人が大きく移動するため、経済活動が活発になる。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類感染症に下がると人の動きが多少良くなるので、それにつれて売上、来客数共にやや良くなる。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への見直しにより客の購買が増える。カジュアル服を求める一般客の行楽需要やプロの客の仕事量の増加により、経済は活性化に向かう。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・前年4月にはマスコミを中心にエアコンの品不足が報道され夏前に売れた。今年は4月に向けて電気代や食料品などの値上げが予想されるが、家電ではエアコンや白物の値上げが顕著になりつつある。エアコンの2022年モデルも早めに無くなる予想で、いつもは売れない2月でも値上げ前の駆け込み需要を掘り起こせば、1月同様に前年を超えそうである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・2月～3月は決算月である。例年のことではあるが、この時期に契約する客も多い。納期遅れが続くものの、ここ数か月は動きが出てくると見込む。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車生産の正常化にはまだしばらく時間を要すると思われるが、販売現場ではこの状況に慣れてきており、生産が少し改善すれば業績の向上が見込まれる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・中古車の市場価格が落ちてきた。これは新車の供給が増えてきたことを意味する。すぐにとはいかないまでも、これから先は新車の供給が増えるのではないかと期待している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・人気の小型車がデビュー予定で、現時点でかなり予約注文をもらっているが、より活発になると見込む。
○	乗用車販売店（営業担当）	・関係企業で社長交代の発表があったが、これによって何らかの動きがあるのではないかと期待している。	
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・物価高騰の影響は多大にあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い外出意欲が向上し、来客数、購買意欲の上昇を期待する。	
○	高級レストラン（経営企画）	・インバウンドや全国旅行支援などから、来客数の増加が見込める。年度末や年度初めの祝い事などの予約も増えてきている。ただし、アフターコロナのスタイルなのか少人数、小グループの傾向がある。	

○	一般レストラン（スタッフ）	・今月で景気の悪さも底に着いたのではないかと。
○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかなり減っており、新型コロナウイルスの感染症の分類も2類相当から5類感染症に引き下げ、政府主導で日常生活に戻ろうとしている。さらに、行動の自由や旅行への関心が出てくると思うため、2～3か月後の景気は今よりやや良くなる。
○	都市型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し、5月に感染症法上の分類を5類に引き下げる効果で、客の意識が良い方向に向かうと予想する。中国以外からのインバウンドにも期待が持てる。
○	都市型ホテル（総支配人）	・政府がゴールデンウィーク明けからの新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を発表した翌日に、かなりの宴会予約が入った。ただし、リネンなどこの1年で2回値上げがあり、また電気料金が支払ベースで2019年の135%になっているため、経営は苦しい。
○	旅行代理店（経営者）	・見積依頼が少しずつ増えつつあるため、期待したい。
○	旅行代理店（経営者）	・大きな要因としては新型コロナウイルスの感染状況に収束傾向がみられるため、景気は少し良くなる。
○	旅行代理店（経営者）	・年明けからの全国旅行支援には余り効果がみられない。消費者は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行すれば制限なく旅行できることを期待している。ただし、10代の新型コロナウイルスワクチン未接種者はすぐに感染するため、医療機関が混み合う。公共交通などではマスク着用ルールを残すなど、少しずつ緩和していくべきである。医療ひっ迫が繰り返されるのは怖い。
○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行する方針が固まり、3月も沖縄や北海道など遠方の申込みが増えている。4月以降の申込みも順調に増えている。後は、団体旅行の復活を待つのみである。
○	タクシー運転手	・年度末から年度初めは、挨拶回りや歓送迎会などが増えるため利用者が多くなる。
○	テーマパーク（職員）	・今後、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になり、海外や国内の動きも活発になる。
○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・歩みは遅いものの、徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の数値に近づいている。
○	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で、少し消費者のマインドが改善されると期待している。ただ、国民性に鑑みると、一気にノーマスクやイベントの人数制限が進むとは思えないため、劇的な変化はみられないと考える。
○	美顔美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が少しずつ落ち着いていくのではないかと期待があり、新しいキャンペーンセールも始まる。
○	美容室（経営者）	・これから先は新型コロナウイルスの感染状況が収束していくニュースが流れていくと考えられるため、客が動き出して景気は良くなる。
□	商店街（代表者）	・先行きはそのままプラスにもマイナスにもならず進むのかもしれない。
□	商店街（代表者）	・急激な物価上昇に所得の増加が追い付いていない。中小企業従業員の可処分所得が増えない限り景気の上昇は見込めず、数か月では状況は変わらない。
□	商店街（代表者）	・来客数は増えているが客単価は低調なままなので、今の状況がピークである。決して購買力が強くなったとは思えない。
□	商店街（代表者）	・物価高の影響により、買い控えが加速している。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・まだまだ冬の時代が続く。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・まだまだ消費者の飲食店での行動は慎重な傾向が続く。飲料の販売増加は期待できない。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・諸物価の上昇、新型コロナウイルスの感染状況がなかなか収まらないことなどから、個人も法人も同じように少し経済や付き合いの幅を狭くする状態が続く。
□	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〔和菓子〕（企画担当）	・不安定要素がいろいろある。賃上げの問題や落ち着いたとはいえ円安の問題、ウクライナや中国・朝鮮情勢等、不安定要素が多過ぎて先行きは分からない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕 (販売担当)	・これから新年度に向かっていくが、これといって明るい材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・年度末の予算消化が始まったが、前年と比べると9月～10月の円安の影響で、予算残が少ない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・閑散期からの切り替わりで、今とそれほど変わらないと予測する。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売担当)	・年末年始は来店客も多かった。バレンタイン関連は出だし好調である。反対にコロナ禍で売上が伸びた自家需要品は低迷している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業企画担当)	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類引下げでマスク着用の緩和が浸透すれば、4～5月くらいには景気回復がみえてくるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響は今後そこまで大きく変化しないと思われるが、物価高の影響を受けた買い控えが懸念される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (計画担当)	・コロナ禍の影響は余りなくなってきたが、物価高の影響などにより商品の値上げが続いており、消費マインドが上がってくるのか疑問を感じている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になったとしても、現状でも客の動きは以前に戻っており来客数が今以上に増えるとは考えられないため、今と変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・最低限必要な物は単価が上がっても購入するが、それ以外の物は後回しになるため、その分の売上がない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー (営業企画)	・まだしばらくは原材料の価格高騰が続くと見込まれ、商品価格も高止まりが予想されるなか、消費の低迷を見込む。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・景気が上向きになる理由が余り思い付かない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (総務)	・毎日の来客数は前年と余り変わらない。ただし、必要最低限の買物にとどまっておリ相変わらず財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・中国からの供給不安定で需要を賄えなくなる可能性がある。必需品の動きは順調だが、販売者の売り方が問われそうな商戦に感じる。値上げがまだまだありそうなことも懸念材料である。消耗品のアルミホイルの価格がかなり上昇し、販売量がどうなるか注視している。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・良い習慣が定着すれば、売上利益の取りこぼしが減っていく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店員)	・春休みに入って、お花見などへ出掛ける人の来店を期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (商品開発担当)	・行動制限の緩和から来客数は高まってきたが、落ち着きを見せている。物価高がまだ落ち着きを見せず、水道光熱費など生活にまつわるものも高騰しており、油断はできない状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (本部管理担当)	・売上の要素を来客数と客単価に着目してみると、世間全般の値上げによる販売単価の上昇で売上が好調な小売業が多い。一方で、来客数の上昇は期待を下回る状況である。また、利益に注目した場合、値入率の高騰、水道光熱費の高騰などで売上ほど利益は伸びていない。この状態が継続すれば、近い将来にも小売業に不景気が訪れると想定する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・天候が落ち着いても、値上げラッシュのため一見客は洋服を買う気持ちが萎える状態がまだしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (販売企画担当)	・なかなか需要が回復しない。インバウンドもまだ期待できない。土産用の子供向け浴衣などがまだ動かない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (売場担当)	・物価高対策として、政労使による賃上げの気運が高まっているが、企業もエネルギー代の高騰で負担が増加しており、期待するほどの賃上げが行われるとは思えない。そうした点から、今後の景気も現在と大きな変化はないと考える。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (店員)	・客と話をしても購買意欲が感じられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (営業担当)	・物価高の影響は広くある一方で、賃金が上昇するのは一部の企業においてのみではないのか。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	・まだまだ物価の上昇が続くそうであるが、大手企業がこの春賃上げに積極的に取り組むというニュースが出ているため、現状維持の景気若しくは、中小企業にも賃上げが広がれば景気が良くなる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に対する姿勢も変化し、人の動きに活気が出てきたのはプラス要素だが、一方で物価高が顕著になってきており、その影響次第で良い方にも悪い方にも転じる。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・先が見通せない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・やはり明るい材料がないのが一番大きい。これから何か大きく変わるとい要素もないため、この調子で進んでもおかしくはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後の新しい賃金にもおおよその目算が立ち、自動車販売店も決算販売の真っ最中となる。しかし、客の求める車と登録可能な車両のアンマッチは続くため、なかなか販売は厳しい環境に置かれている。物価上昇もまだまだ続くだろうし、客の購買意欲にはまだ盛り上がりを感じられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・それほど急激に製造業が活気付くとは思えないため、しばらく停滞した状態が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・春に向かって来客数は増えていく見込みであるが、メーカーから商品の生産・入荷に関して色よい返答はない。年間予定もつかめない状況になってきている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で様子見及び中断していた現場が動き始めた。ただし、先が読めないということで大規模な物件については検討中という姿勢が強い。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・中堅中小企業まで賃上げが行われるかどうかである。上場・大企業のみでは、物価高の環境においては景気回復は限定的である。
<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染法上の分類を、今春を視野に見直す方向で検討が進められているが、5類感染症に移行した場合、行動制限がなくなり医療現場の状況も変わる。ただ、それが良くなるのか悪くなるのか読めない。また、コロナ禍での生活習慣に慣れているため、3年前の生活には戻らない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・引き続きコロナ禍の影響が続くと思われる。全国旅行支援の補助金減額の影響も大きい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・全国旅行支援の終了もあるため何とも見通せない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・インバウンドなどに関連する業界は、当分は激減していた需要が戻ってくるが、生活形態が変化しているため、宴会は1次会で終わる。光熱費の高騰や物価上昇に伴い、賃上げがあっても新型コロナウイルス感染症発生前と同じようには戻らない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の間合せは増えてきているが、下期以降の実施がほとんどで、上期は依然厳しい状況が予想される。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・最近にない異常な寒波のせいで短い距離の利用客は増えていますが、夜間の長距離利用客が少なく売上が増えないため、現状維持の状態がまだ続く。現在の寒さが収まるまでは、変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新規契約件数がもう少し増えてくるようであれば好転の兆しと思えるが、まだそこまでの状況ではないため、現状維持程度と見込む。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・半導体不足が解消されるまでは、この状態がしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・今までと変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・前月より変化はないと考える。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・少しずつ円高傾向にあるが、海外情勢の安定が見込めない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の3月の予約数は、現時点で各ゴルフ場共に前年同日比を大きくクリアしており、この先もこのまま順調に推移するとみている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・少し案件数が戻ってはいるが、良くなる材料が乏しい。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・材料の価格高騰もあり販売価格の値上げを行ったが、販売量に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・金利が上がる前に家を持ちたいと思う若い人が少し増えたようである。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・今のところ、個人の住宅新築やリフォーム、企業の設備投資など安定して見積依頼や引き合いがきている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期も終盤になる頃で、どこまで維持できるかが課題である。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・光熱費がかなり上がっていて、いろいろな物も値上がりしているため、財布のひもを引き締めるのは当然のことである。消費拡大はとて望めそうにない。

▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ値上げが続くとやはり買い控えるようになり、買物の回数も減らすようになる。
▲	百貨店（売場主任）	・海外からの輸入品は納期が遅く、国内生産の商品も原料が高くなってまた値上げになるため、売上は少しずつ厳しい状況になる。
▲	百貨店（経理担当）	・インバウンド拡大の期待というプラス要素は、更なる物価高がもたらす企業の業績悪化や消費者の買い控えのマイナス要素によって打ち消され、全体として景気はやや後退すると考える。
▲	スーパー（店員）	・4月より担当カテゴリーの値上げが予定されている。
▲	スーパー（店員）	・1月下旬に襲った記録的な寒波の影響が間違いなく出てくる。野菜や果物がこれから価格上昇に転じ、電気代や物価の高騰も重なって、かなり苦しい状況に追い込まれる。
▲	スーパー（支店長）	・生活に関わる全ての物での値上げラッシュにより、ますますし好性の高い商品は売行き鈍感が必至である。値上げに対して個人所得が増えない以上は、今後も商売を続けていく上で厳しい環境が続く。国には中小企業を支える政策を打ち出してほしい。
▲	コンビニ（エリア担当）	・電気代の高騰、物価高や円安などにより、状況は一層厳しくなる。
▲	コンビニ（店長）	・1月下旬に新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に転じ、売上増加に期待しているが、物価上昇などの影響を考えると全く先が読めない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種のほとんどが販売停止になっており、欲しい車があっても販売できない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・一部車種の値上げのため、販売台数の減少が考えられる。
▲	住関連販売店（経営者）	・物価高の影響からやや悪くなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・食材を中心として値上げがひどい。物価が高騰しており外食等に使う金の余裕がない。
▲	一般レストラン（経営者）	・原料費の高騰や公共料金の値上げによって商品を値上げした。客単価は上がったが、常連客の来店頻度が減ると予想される。
▲	一般レストラン（経営者）	・光熱費など全ての値上がりひどすぎて、財布のひもが緩まないのは仕方がない。当分の間は景気が上向くことはなく、気持ちばかりが焦る。
▲	一般レストラン（従業員）	・電気代の値上げが消費を抑える。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナ、原材料高騰などでマイナス心理が働いているなかで、税を上げるといった議論だけでも、景気の気の部分が落ち込むことは明らかである。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・値上げにより販売数量が5%程度減っている。仕入価格や賃金の上昇、固定費の上昇などコスト高のため購入量を抑えたいという商談が増えている。
▲	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援も3月までで、4月以降の状況は不透明である。
▲	タクシー運転手	・景気対策はなく、増税のおそれがある。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価がいろいろ上がって段々と景気が悪くなる。
▲	美容室（経営者）	・まだまだ物価が下がらないことと光熱費がまだ上がるということで、客の消費マインドとしても余り良い景気とは受け取れない。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・前年の春、秋に続き、原価高騰の波がまた押し寄せてきている。光熱費の価格上昇は恐ろしい。
▲	設計事務所（職員）	・今の政策には景気が良くなる要因が乏しく、これから良くなる可能性は低い。
×	商店街（代表者）	・家電製品を始め工事部材等の値上げ幅が大きいので、販売単価は上がっても販売数はそれ以上に落ちると思われる。ソフト料金を値上げして利益を確保したいが、限界がある。
×	スーパー（店長）	・商品値上げによる買い控えと競合店との価格競争から、悪くなる。
×	コンビニ（店長）	・仕入商品の値上げにより販売量が落ち、光熱費の上昇や配送費用の高騰で販売経費が上がり、利益率の下落を実感する。

	×	コンビニ（店長）	・依然として景気が上向く要因が見つからない。客の多くに、公共料金の高額な支払を何とか払っている様子もみられる。蓄えも余りなく、新型コロナウイルスの感染やけが等で仕事に行けなくなったらどうしようといった声も聞く。
	×	観光名所（案内係）	・人出が少ない上に、値上げや物価高騰はこれからもまだ続くと見込まれ、全く良くなる兆しはない。
	×	パチンコ店（経営者）	・業界全体の収縮が止まらず、新機種などの効果も今一つの状態が続いている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・今後は金利上昇、物価高で家のローンに回す金が今までより少なくなるため、分譲住宅の売行きが悪くなる。
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・人材確保が難しく、職業安定所や人材派遣会社に相談しても労働力不足で見通しが立たない。今のところ景気回復は見込めない。
企業 動向 関連  (東海)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けて取引先から設備投資を受注しているため、2～3か月先は今より良くなる。
	◎	輸送業（エリア担当）	・他社の値上げを受け、運送業界全体が値上げして適正な利益が生まれるようになると思う。
	○	化学工業（営業担当）	・自動車向け以外の電材需要は一部回復の見込みである。
	○	輸送業（従業員）	・2024年問題もあり運賃が上昇するかもしれないが、その反面人手不足は相変わらずである。受注量は新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻ってきており、今後も続きそうであるため、それにどう対応できるかが課題である。
	○	通信業（総務担当）	・サービス業界の業績向上が期待できる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行し、経済が活性化される。
	○	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減少傾向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傾向になっ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。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・我が国にとっては厳しい円高が20年ほど続き、国内の産業は空っぽになったが、円安状態が長く続けば国内回帰が起り再び活性化する。新製品の引き合いもきており、より高度な開発が要求されるため一層の努力が必要である。
	□	化学工業（総務秘書）	・しばらくアフターコロナを満喫したいと世間は考えている。中止されてきたイベントやコンサートは再開され、体力のある会社は賃上げを宣言している。極端な円安も収まっている。景気は、大きく上げることも下げることもないと思う。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・前年10月頃の急激な円安で原料価格が大幅に上昇したが、円相場が落ち着き今後しばらくは上がらないと思われるため、現状維持と考える。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資の長期計画が凍結や延期になっている状況には、好転する材料が見当たらない。
	□	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。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・半導体等電子部品の供給不足により通信系機器の納期が遅れており、はっきりとした見通しが立てづらい。業績への影響がどの程度になるか不安である。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・2023年度中の受注量はそれほど上がらず、2024年以降に上昇する計画である。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・この冬の寒さもあり、当分、燃料費が下がる気配も給料が上がる気配もなく、変わる要素がない。
□	建設業（経営者）	・政治の状況をみていると、政策等の判断が遅く不安がある。	
□	輸送業（経営者）	・荷主からは荷量の回復につながる話も出ていないし、燃料の価格高騰や人手不足も収まる気配がない。	
□	輸送業（エリア担当）	・国際航空貨物は世界の事情に影響される。国際経済、政治情勢が不安定であるため予測が難しいが、季節的には増加する時期となる。	
□	通信業（法人営業担当）	・まだこれからも物価高が予測されており、一般庶民の財布のひもはますます固くなる。景気は上向いてほしいと願うが、庶民の感覚からするとまだまだ景気が上向く状況ではない。	

□	金融業（企画担当）	・中小企業は原材料費等の高騰を価格に転嫁しづらく、利益への影響は大きい。中小企業の賃上げも進まない個人消費も上向かないため、当面現状の景気が続くと思われる。
□	広告代理店（制作担当）	・春に向けて各イベントの予定はあるが、規模は縮小されるものが多く、告知等も控えめになってきている。
□	会計事務所（職員）	・コロナ禍で人同士の接触を避ける傾向がみられたが、最近はその傾向がみられなくなっている。円安は落ちているが物価が高止まりしているため、今後も景気が良くなるとは思えない。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・春先にかけても値上げラッシュは収まらず、引き続き厳しい状況は続く。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の景気も悪いが、2～3か月先も原材料価格の値上げ分を製品価格へ転嫁できず、収益面で悪化して景気はやや悪くすると見込む。
▲	鉄鋼業（経営者）	・当地域の傾向として、自動車業界の生産量が上向くと全体が上向く傾向があるが、その兆候はない。
▲	金属製品製造業（経営者）	・材料価格が高止まりで推移するなかで、価格を下げて販売する製品がある。
▲	金属製品製造業（従業員）	・年度が替わると仕事の落ち込みが大きいのでは、という声をよく聞く。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・下半期にかけて素材価格が2割近く上がっている。今後生産される製品はその分を価格転嫁して販売されるため、需要は落ち込むのではないかと。
▲	建設業（役員）	・不動産購入に対する税制優遇が縮小傾向の上に物価高で販売価格も上がる一方では、客側のメリットが少ない。一般のファミリー層の動きが悪く、一部の富裕層やディンクス層が少し動いている様子である。
▲	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は余り変わらないのに感染症法上の分類が5類感染症へと移行する。景気が良くないなかで、今後は新型コロナウイルス感染症になっても何も休業補償が無くなり、この先は保障なしで仕事を休む人も出てきて、需要が減るかもしれない。
▲	通信業（法人営業担当）	・ウィズコロナの掛け声のもと、働き方や営業方法が変わってきている。それに伴ってコミュニティやコミュニケーションの取り方も変わり、必要な交際費などの支出が極端に減った。娯楽や飲食に関わる支出項目や金額が減り、それを生活のための基本的な消費に充てる状況になっている。
▲	金融業（従業員）	・例年と比べると今後の景気の伸びには期待もあり、世間一般では、今後は消費指数等も上がっていくイメージが強い。
▲	不動産業（経営者）	・様子見の状況が続く。
▲	公認会計士	・中小企業でも価格転嫁を少し始めているが、それ以上に物価の上昇が激しく、値上げ幅では吸収できなくなっている。消費者が必要な物資の価格高騰も顕著で、今後、消費の減少が見込まれる。新型コロナウイルス感染症関連の補助金も3月末で多くが無くなり、企業の収益も圧迫され賃金上昇もすぐには難しいため、家計を見直す消費者が増えて景気の悪化が予想される。新型コロナウイルス感染症関連の融資返済が徐々にスタートするなかで金利の上昇も景気が悪くなる要因と考えられる。
▲	会計事務所（職員）	・年末に物価上昇を考慮して特別ボーナスを出した顧問先が2社あった。しかし、これからも再値上げがあると考えられるため、財布のひもは固くなり景気は悪くなる。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・商品の値上がりで購買意欲が落ち込む恐れがある。
×	食料品製造業（営業担当）	・様々な業種で、食料品などの家庭必需品の値上がりによる嗜好品の買い控えが大きく影響している。今後更に当業界は厳しくなる見込みである。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・給料は上がらないのに物価だけ上がっていき、どんどん生活しにくくなる。今後も同じ状況がまだ続けば、景気が上向くわけがない。
×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・全ての材料、電気、素材が高騰していて、利益率の下降が著しい。円安の影響もある。
×	輸送業（エリア担当）	・年末の繁忙期は僅か数日間のピークであった。年が明けてびたりと荷物が動かなくなってしまった。これから年度末に向けて例年であれば荷物が増えていく時期であるが、その状況は全く予想できず、このまま低迷するのではないかと。

	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・用紙代の再々値上げの影響で、折込広告の出稿が減少している。
雇用 関連  (東海)	◎	職業安定所（職員）	・海外からの渡航制限が大幅に緩和され、外国人労働者等の入国が一層進むことで、人手不足感も緩和されると考えられる。
	○	人材派遣会社（社員）	・期末に向けて人の流動が発生する。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・4月の派遣採用に向けて派遣先各社が動き出す時期である。2月中に4月採用を決定していく企業が増える。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・先行して客から聞いている4月以降の案件は、例年より若干多く感じる。本当に人手が不足する領域や客にない技術領域であれば、外部人材を活用する機会が増えると予想する。
	○	求人情報誌（営業担当）	・4月入社を見据えての転職活動が活発となる。人員配置が決まることから、求人数にも影響がある。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げによって、観光業などが完全に回復してくることに期待したい。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は順調に右肩上がりの状況である。年度末を迎えるに当たり人の動きが多くなり、更に求人数の増加が見込まれる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の5類への引下げが確定し、医療機関の採用控えが解消され、医療系学生の採用は回復すると見込む。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特に景況変化の要素はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・宴会での利用が少しずつ増えてきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数によっては宴会が開催されるか直前まで未定なので、不安定である。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルス感染症に関連する動きなど先行き不透明な材料があり、景気が回復する決め手がない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・春闘が始まったが、物価上昇分をカバーする賃上げは期待できない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加する傾向でも、求職者が増えないため、採用数は良くても横ばいと推測する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現状もかなり冷えた状況であるが、今後もしばらく大きな変化はなく、現状の景気が続くと予想する。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響が予断を許さない状況であるが、行動規制がなく年末年始の帰省や旅行が行われることで財布のひもが緩む一方、年明けから値上げされる商品も多いことから買い控えが起こる。
	□	職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあるが、主要産業である製造業関係の半導体等の部品不足が解消されていないことや、エネルギー価格の高騰、物価高など不安要素がある。
	□	職業安定所（職員）	・求人、求職に大きな動きはないが、新型コロナウイルス感染症は第8波の感染状況を呈しており、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物価の上昇も継続しており、先行きは不透明な状況である。
	□	職業安定所（職員）	・2～3か月先に雇用情勢が好転するとはとても思えない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月入社を目指して活動意欲の高い求職者が動き続ける時期である。経済情勢の動向も気になるところであるが、現状では求人募集を継続している企業が大半である。
		▲	人材派遣業（営業担当）
	▲	アウトソーシング企業（エリア担当）	・2月以降、半導体不足の改善で生産台数が増加すると発表され、生産体制の安定や残業時間の増加は見込まれるが、他地区では半導体関連で人の動きが激しくなっていると聞く。
	▲	職業安定所（職員）	・電気料金やガス代が値上がりし、経営を圧迫する。燃料費が高止まりしており、引き続き電気、ガス代は高値が続くことが予想される。
	×	—	—