

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感染症の第8波も収束に向かっている。この状況が続けば景気回復は早そうである。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・インバウンドの急激な回復とともに、現状より更に良くなる。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	・ウィズコロナの実現により、人の動きがより活発化すると予測する。
	◎	タクシー運転手	・年度初めでビジネスマンの利用が多くなり、観光シーズンで観光客の利用も増える。
	○	商店街（代表者）	・インバウンドが戻りつつある。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・春から初夏にかけて気候も良くなり人出も増える。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症への対応の仕方がみえてきて飲食店利用が回復する傾向が引き続き期待できる。それに伴い飲食店での飲料の販売量も増える。
	○	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かうと特に大きな影響がある。
	○	百貨店（売場主任）	・フロアの改装はまだ終わっていないが、先日から当売場の前が完成して客が入ってくるようになった。靴と洋服を併せて購入する客が出てきたため、少しずつ売上は戻ってくる。
	○	百貨店（企画担当）	・3月にはマスク着用ルールの緩和、5月には新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行と長く続いたコロナ禍での生活から解放される反動及び海外からの観光客の増加により、消費活動の活発化が予測される。反面、エネルギーを始めとした物価高騰による消費者の日常生活への影響から、中間価格帯商材の動きが鈍ることを懸念している。
	○	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も変化し景気は元に戻る。
	○	百貨店（営業担当）	・物価高の懸念はあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、経済活動の活発化が予想される。
	○	百貨店（販売促進担当）	・今後も本格的に景況感が良くなり、春から初夏の商戦も好調に加速すると予測している。
	○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になりマスクを外す人が多くなれば変わる。
	○	スーパー（販売担当）	・天候が暖かくなると皆外に出掛けようという気分になり買物に来てくれる。また、これからいろいろなイベントがあるため、買いやすい状況になる。
	○	コンビニ（企画担当）	・物価上昇の影響はあるが、人の動きに制限がなくなり、気温の上昇とともに行動が活発になることが予想される。
	○	コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍に1つの区切りもみえてきて、例年の春先の動きに加え、更なる来客数の向上や春先に動く商品の販売数アップにつながる様子がうかがえる。
	○	コンビニ（店長）	・インバウンドが各方面で少しずつ動き出していることと、新型コロナウイルス感染症の終息まではいかずともウィズコロナの状況が続けば、これから少しずつ良くなる。
	○	衣料品専門店（店長）	・客の受注が増えてきており、それに応じて備品購入のシーンを以前より見掛けるようになった。SNSやテレビなどの影響によって取扱商品の注目度が高まってきている。
	○	家電量販店（店員）	・購入に至らなくても前向きに検討してもらえるようになっていく。
○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・白物商材の値上がりが続き販売数量の減少を補う。電気代の値上げが省エネ家電の需要を喚起する。	
○	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足の影響は相変わらずだが、客の様子に動きがみられる。この動きが販売量につながることを期待する。	
○	乗用車販売店（販売担当）	・人気車種がデビューしたため注文が増えている。2～3か月後の入荷のためこれからも注文が増えると見込む。	
○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、リフォームや商業施設のオープン、改修工事など見通しが立ちつつある。少しずつ見積りや受注物件が多くなっている。	
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・春の卒入学、新社会人への贈物や御褒美需要を期待する。	
○	高級レストラン（経営企画）	・政策とともにアフターコロナの行動が広がる。また、少人数になるが春の卒業・入学、入社、歓送迎会などの集まりに期待している。	

○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げによって少し人出が増える。
○	一般レストラン（経営者）	・原材料費の値上げも落ち着いたので、イベントの売上を伸ばしていきたい。既存店舗の売上は前年と比べ10%増え、少しずつコロナ禍以前の売上に戻りつつある。
○	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	・値上げの影響で来客数や売上が減少すると想定していたが、コロナ禍での自粛から解かれた需要と海外からの来日客の増加で、値上げの影響はほぼない。
○	都市型ホテル（経営者）	・景気対策が順調に進めば良くなる。
○	都市型ホテル（営業担当）	・インバウンドも回復しつつあり、今後も良くなる。
○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和による客の戻りを期待したい。ただし、仕入コストの大幅な増加と人手不足を価格に転嫁できず、収益状況は厳しい。
○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行やマスク着用の緩和、海外旅行の需要も増えるので、景気は少し良くなる。
○	旅行代理店（営業担当）	・3月からマスク着用ルールが緩和となり、5月から新型コロナウイルス感染症が5類感染症へとシフトしていく予定は、法人客の団体旅行の復活へ大きな要因となり得る。既に秋口の旅行計画の依頼も受け始め、好転していく予測である。物価高騰でも旅行計画は進めてもらえるため、このまま推移していけば新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻る日は近い。
○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が見直される5月以降、旅行需要がそのまま拡大していくのか、あるいは、新型コロナウイルス変異株等によりまた違う展開となるのか、大きな動きがあると思う。
○	通信会社（営業担当）	・少しずつではあるが積滞解消が進みこの流れで客の購買検討が始められれば、僅かではあるが上向きになるのではないかと考える。
○	通信会社（営業担当）	・販売状況が良く、好調な状態になると考える。
○	テーマパーク（職員）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、やや良くなる。
○	その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・今後新型コロナウイルス感染症発生以前に近づく流れがある。
○	美顔美容室（経営者）	・新しいキャンペーンセールが始まったため、セット購入が多くなる。
○	美容室（経営者）	・最近明るい兆しがみえている。この3年間は特に新型コロナウイルス感染症の影響があったが、随分収束に向かっているようにみえてきて、これからは少し良くなる。
○	美容室（経営者）	・これから春になり出掛ける頻度が増えるため、来客数も増える。
○	その他住宅 [室内装飾業]（従業員）	・個人住宅及び企業の設備投資工事を順調に受注している。
□	商店街（代表者）	・徐々に街にも活気が戻りつつあるが、若者が多く、年配者の姿が余りみられない。店の形態によって集客に差があり、景気の上昇は今後も期待できない。
□	商店街（代表者）	・本当に軽い上昇トレンドが続くと考える。
□	一般小売店 [高級精肉]（常勤監査役）	・景気の高揚待ちである。
□	一般小売店 [贈答品]（経営者）	・金を使わないと経済が伸びないと考え国のいろいろな施策やキャンペーンで金を使おうという人と、諸物価の高騰で財布のひもが固くなりなかなか動けない人が半々に混じり合っていて、結局見た目では余り変わらない状況が続く。
□	一般小売店 [生花]（経営者）	・物価の上昇はまだまだ続く。余り期待はしていない。
□	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）	・暖房費の負担が無くなるこれからの時季に期待したいところだが、全く良い材料が見当たらない。
□	一般小売店 [書店]（営業担当）	・年度末の予算消化が来月まで続く。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・全国旅行支援の延長は予算があればという前提となるが、引き続きクーポン利用による売上の底上げを期待する。一方、様々な物価、特に食料品の値上げ、中でも卵が大きく値上がりしており、総菜関係などの価格転嫁に苦労している状況や卵を極力使用しない商品の展開など、悩ましい状況である。また、電気料金などの各種値上げも、財布のひもを固くする要因にもなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・値上がりを不安に感じるため買い控えとなる。
<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よりも物価高の影響が大きくなり、購入に関してはシビアになる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・現状でもコロナ禍の影響は余りなくなっているが、特に商品への購買意欲の高まりは余りみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・間もなく新型コロナウイルス感染症対策の措置や行動制限もなくなり、客足増加を期待する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・電気代やガス代の高騰、商品値上げ分を上回る賃上げがされない限りこの状態は続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・まだまだ商品が値上がりし必要最低限の物しか売れなくなる。必要とされていない物は後回しにされていく状況が続くとなかなか大変である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・広告の影響で選定される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・金融政策の大きな方向転換はなく、原料価格の高騰など経済環境にも変化がみられないため、当面は消費行動も変化しない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和されそうなため、アウトドア関連の販売は回復しそうであるが、マスクの需要は間違いなく下がる。小売側の販売努力が結果を左右していく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・晴れの日のパーティーは増えてきたが、商品の値上げも増えてきた。したがって、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・電気料金を始めとするあらゆる物のコストアップに伴い、家庭の消費支出もかなり抑えざるを得ない状況になり、生活必需品以外の嗜好品などの購入は消極的になる。併せて国際状況の悪化もマイナス要因に働いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・光熱費高騰などのダメージや物価高を、一部企業の賃上げでは補えない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・暖かくなると行楽に出掛ける人は更に増える。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・賃上げが大きなポイントになると考えるが、大企業の一部のみにとどまり、社会全体では期待できるほどの賃上げが実施されるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安傾向及び市場環境による物価高が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・食品や光熱費などの生活必需品が値上がりしているため、庶民にとっては気分的にも節約をしなければという考えが働く。大手企業の賃上げの波が中小企業にまで波及すれば、多少景気が良くなるかもしれない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後も不安定な納期が続くそうである。しばらく辛抱の時期が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・相変わらず新車の納期は車種によっては1年以上となっており先が見通せない状況が続いている。この状況はあと1年くらい続くとの見方もある。新型車の値上げもじわじわと進んでおり、受注状況に影響が出ないか心配である。
<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）	・特に明るい話題や先につながる話題はなく、そろそろ上向いてくのではないかという根拠のない雰囲気もあるが、結局変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きにより客の行動は活発化しているが、客によって感染対策の意識の違いがあり、不快感を持たせない対応が必要となる。新年度も始まりいろいろな行事も盛んとなれば、店舗への集客活動も盛り上げられると期待する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・客を呼び込みたいが材料がない。しばらくこの状態が続くとみられ、正直なところセールスの士気も落ちており、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・日本銀行の政策がこれからどのようなようになるか不透明なところがあり、それによっては全く変わらないかもしれないし、もしかすると、また諸物価の上昇につながるかもしれない。

□	一般レストラン（従業員）	・暖かくなり人出は増えるが、支出は抑える。
□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
□	旅行代理店（経営者）	・爆発的な流れがまだみられない。徐々に良くなっているが、物価高の影響もあり、まだまだ鈍い。
□	旅行代理店（経営者）	・4月は新生活も始まり、ゴールデンウィークまでは余り新規案件は動かないことが多いため余り期待していない。ゴールデンウィークや夏に向けてのアプローチを進めていく。社員旅行も海外方面は少し動きが悪く感じる。マスクなし、制限なしの生活に期待している。
□	旅行代理店（経営者）	・コロナ禍の最中よりは回復はしているが、以前のような動きは見られない。以前にも増して節約志向が強くなっている。
□	旅行代理店（経営者）	・暖かくなると旅行需要も増える。
□	タクシー運転手	・良くなる政策がない。
□	通信会社（企画担当）	・新規契約者数は増えているものの、良かったときほどの勢いはみられず堅い動きになっている。物価高の傾向に慎重になっているのではない。
□	通信会社（サービス担当）	・メタル回線の終了に伴い、関連する新サービスへの移行で光回線サービスの申込みが増加するかもしれないが、逆に回線を廃止する人も増えそうである。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・まだまだ物価が上がっていく。
□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の予約を前年同日比でみる限り、このまま好調に推移する見込みである。前年4～5月の入場者数も好調であったが、それに匹敵する入場者数があると見込む。
□	設計事務所（経営者）	・設計自体の案件は少ないままだが、省エネ、住宅性能評価や長期優良住宅に関連する書類作成の依頼は多少あると見込む。
□	住宅販売会社（従業員）	・当分横ばいが続く。
□	その他住宅 [展示場]（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の影響よりも、ウクライナ情勢や日本の買い負けの影響の方が大きいと、景気の上昇は期待できない。
□	その他住宅 [不動産賃貸及び売買]（営業）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行すれば、動きが良くなって期待値が上がる。
▲	商店街（代表者）	・省エネ家電の補助金が無くなる。
▲	百貨店（経理担当）	・企業の業績は明らかに落ち込んでおり今後の雇用・所得環境の悪化が懸念されるほか、今春闘における賃上げも生活防衛に充てられ消費の拡大にはつながりにくく、その結果、景気は緩やかに後退する。
▲	スーパー（店員）	・卵の価格上昇がしばらく続くと予想されるため、マヨネーズなど関連する商品の値上げが回避できない状況になっている。ほかにもアイスや飲料関連も仕入業者から値上げの告知がきているため、しばらくは我慢が続く。
▲	コンビニ（店長）	・来店客が年明けから極端に減っている。生活に直結する商品を扱っているため、買い控えかもしれない。
▲	コンビニ（店長）	・水道光熱費の上昇による家計圧迫の影響が出始める。3月以降は外気温が上昇して暖房による光熱費は減るが、節約志向は高まる。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、予想外に来客数は伸びていない。物価上昇による節約志向があるのかもしれない。
▲	コンビニ（店長）	・気温の上昇、移動や異動の増加に伴い良い変化が起こる可能性は大いにある。国際的なスポーツイベント、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）などによる良い影響があるかもしれない。ただし、それも限定的にならざるを得ないほど生活に余力がなく、酒やたばこの消費が増えている人も多いのではないかと案じる。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・コロナ禍は落ち着きを見せているが、物価高が止まらず価格に敏感になっている。特に飲料など構成比の高い商品への反応は顕著である。物価高の様相は変わらないとみられ、今以上に消費者の購買マインドは厳しくなる。

▲	コンビニ（本部管理担当）	・売上は好調だが経費の高騰で利益の捻出に苦しむ状況が続いている。この状況は、単純にもうかっていないということなので、このままの状況が継続すれば景気の悪化が懸念される。コロナ禍は収束してきたが、新たな課題に直面している。
▲	衣料品専門店（経営者）	・これだけ物価が上がると、なじみ客ですら買い控えている様子である。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・食品価格が上がっていることが、衣料品に回す金を減らしている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新車の供給がいまだに不透明である。ちょうど3年前から新型コロナウイルス感染症が流行し出して一番新車が売れない時期と重なってくるため、車検の需要も少ない予想で、しばらくは厳しい状況が続く。
▲	乗用車販売店（従業員）	・この先直近で何か非常に盛り上がるのがなく、WBCはあるがそれほど期待できないため、どちらかというやや悪くなる。
▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くは受注停止になっており、当分受注再開しないため、売れる車が限られてきている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・不景気までとはいわないが、消費回復までの要因が見当たらない。
▲	バー（経営者）	・先が見えない。マスクが自主性に任せられた途端に新型コロナウイルスの感染状況がどうなるか分からない。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・明るい材料が出てこないことには、なかなか難しい。
▲	観光型ホテル（経営者）	・3月で全国旅行支援が終了する。延長の噂もあるが今は分からない状態である。支援が無くなると景気を下支えした個人消費を冷ましてしまうため、景気はやや悪くなる。新型コロナウイルスの感染状況が収束したといっても、3年間このような状態が続いたのだから、支援措置も3年間くらい中長期的に行わなければ景気は落ちていく。その辺りに狙いを定めた政府の支援が求められる。
▲	テーマパーク（職員）	・雪が少なくなって、雪遊びの客が少なくなってくる。
▲	観光名所（案内係）	・値上げがまだ続くようである。景気が良くなる見通しは全く立っていない。
▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体で客離れが続き、将来に対するマインドが低下している。
▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がるのに給料は上がらないため段々と生活が苦しくなると考える。
▲	美容室（経営者）	・いろいろな面で値上がりがあり、賃金が上がっているところは少ないため、まだまだ厳しくなる。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・物価高の収まる心配がなければ、利益を目減りさせるだけで好況感を味わえない。
▲	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているが、だからといって景気が良くなるような全体的な雰囲気はない。基本的に円安傾向が続くため、景気は上昇しない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・建築ではある程度の養生期間を置く必要があるが、急いで工事を行っている会社があるようで、何か不具合が出なければよいが、問題が起きると価格高騰に加えて不信感につながり、より消費マインドがなくなってしまうため不安である。
▲	住宅販売会社（従業員）	・良くなる要素が全くない。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・コロナ禍の頃からみれば客に意欲がみえる。今後2～3か月先に給料が上がれば契約者数も増える。経済回復に期待する。
×	スーパー（店長）	・食料品の値上げはまだまだ続き、原料以外にも人件費や全ての経費類での値上げがある。
×	スーパー（店員）	・4月も担当カテゴリーでの値上げが決まっている。直近の買上点数の落ち込みに更に拍車がかかる可能性が大きい。
×	タクシー運転手	・仕事の売上が増加しているにもかかわらず、増加分が給料に反映されるのは微弱である。春闘によるベースアップがここ2年反映されず非常に厳しい生活を強いられ、今年も余り期待できない状況に思えて仕方がない。給料が全く上がらない一方で生活に必要な物がほとんど値上げとなり、良くなる要素は全くなく、非常に悪くなっていく。特に、電気・ガス・ガソリン・食料品の値上げを何とかしてほしい。

企業 動向 関連 (東海)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先が設備投資を積極的に行う状況になってきている。新型コロナウイルスの感染状況が終息しなくても、改めて設備投資を行う気運が全体的に高まっている。
	○	化学工業（営業担当）	・一部半導体向け需要の回復を見込む。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米自動車向け設備投資で、凍結されていたプロジェクトが再開したり、設備入替えの話が出始めたりしている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・客の設備投資、機器購入意欲は底堅いが、納期が遅れている他社製品の動向に合わせて当社製品の納入調整を受けている。半導体部品の供給が進めば、全体の動きが活発になる。
	○	通信業（法人営業担当）	・諸物価高騰のなか春闘では大手企業各社は非常に高額なベースアップ回答を出し、非常に喜ばしいことである。新年度予算も早く国会を通して早く一般世間に行き渡るよう手早く進めることが必要である。希望的観測であるが、景気はやや上がってくる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の収束により、旅行や飲食店などいろいろな業種が活気を取り戻しており、これからも景気は良くなる。
	○	不動産業（経営者）	・都心回帰で不動産市況の活発化が予想される。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・足下の円安水準であれば必ずチャンスが来る。そのためには多くの経営者が喜ぶ新製品を作ることが自分の仕事と考える。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料の値上げ分について、大手企業が4月の年度替わりから製品価格の修正に応じてくれるようで少し潤うが、景気は今と余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気の下がる特段の理由はない。電気代がかさみ飲食費も高騰しており個人消費に悪影響がありそうだが、金の出入りが激しい方が景況としては熱くなるため、影響は限定的と考える。
	□	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。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の生産計画3か月先くらいまで、低いまま継続することが確定している。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・値上げラッシュと円安が続く間は良くならない。
	□	建設業（役員）	・消費者心理としては、物価の上昇などマイナス面もあるが、地元大手自動車メーカー系企業のベースアップ等のプラス材料もあり、市場の活性化に期待したい。
	□	建設業（経営者）	・政策の方向性は良いが判断が遅い。この状態では良くも悪くもならない。
	□	建設業（営業担当）	・コロナ禍や部材・材料不足で仕事もままならないなか、生活面では物価等が上がっているため、景気はそれほど上昇してくる様子にはみえない。横ばい状態での物価高のため景気が良くなるとは思えない。
	□	輸送業（経営者）	・新たな引き合いも増えてきているが、多くは既存物流会社からの値上げ要請からのコンベ案件であり、収支改善にはつながらない。
	□	輸送業（従業員）	・恐らく受注量は増えていくが、支出もかなり増えているため、忙しいだけでもうからない状態になっていくのを危惧している。
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物の動きは悪くなっている。2024年問題の対策に相当の金額が掛かると見込まれ、値上げを行ったがその増収分も2024年問題の対策で消えてしまう。
	□	輸送業（エリア担当）	・国際情勢の変化が読みにくいいため、予測が難しい。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行やゴールデンウィークを迎えることにより、旅行やその他消費は増える。また、海外旅行者の国内への受入れにより国内の景気は良くなるが、日々の生活での変化は余りない。	
□	金融業（企画担当）	・中小企業にも原材料費の上昇分を価格転嫁できる兆しが出てきていること、給与面でも交渉できる雰囲気になっていることから、当面は現状と変わらないが、少しずつ良くなる方向に向かう。	
□	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更に減少傾向で推移すると見込まれ、外出や遠出をする人は更に増加傾向になる。今後も売上は増加し前年を上回る状況が続くと予測する。	

	□	不動産業（開発担当）	・数か月の間で上下に振れるような感じはせず、現状維持とみる。
	□	公認会計士	・国際情勢に落ち着く気配がみえないため、景気回復は考えにくい。物価は4月以降も上昇傾向が予測されるため、利益は悪くなる傾向にある。サービス業や観光業が来月になると少し動き始めることはプラスの材料である。人材の供給が追い付いてくると、企業によって差はあるが、景気が回復する企業も出てくる。
	□	行政書士	・現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・更なる値上げのニュースも聞く。賃上げが値上げに追い付くかどうか不明であるため良くなるとはいえず、変わらないと考える。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・足元で起きている商品の需要減退傾向が、更に強くなると見込まれる。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・以前からの商品に関しては、客先からは伸びそうな情報がなく新規引き合いも少ないことから、ジリ貧の様相である。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・全体的に良くなる要因はない。個別に仕事のあるところにどれだけつながらているかで変わってくる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・春先以降、材料の価格高騰がまた続くという見方もあり、仕事量もやや落ち込む傾向があるため、収益性は落ちる懸念がある。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・物価高などで先行きに良い見通しはない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・素材の価格上昇分がそろそろ製品価格にも転嫁される時期になり、需要が減少する。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・素材、運賃も高騰し、売上が下がれば更に厳しい状態になる。電力、燃料や運搬費の価格が高騰したままでは、先行きはやや悪くなる。
	▲	輸送業（従業員）	・食料品や燃料費などの値上げはあるが、賃金アップの話は聞かない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・日々仕事をするなかで、日本経済が収縮していると感じる。まずは空気感、次に働く人のパワー、最後に企業活動に新しいモノが生まれない現実である。どんどんと小さくまとまって、収縮している。
	▲	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられたら、大型連休等に向けてイベントや印刷物などの広告受注が増える。
	▲	会計事務所（職員）	・物価の高騰が続いているせいか、消費者の財布のひもは固くなっている。仕入価格が高騰しているため値上げをしたい企業も、売上が減っては元も子もないため、利益が出なくても売り続けるしかない。物価高騰が一時的であればいいが、しばらく終わりそうもないため、景気は悪化する。
	×	食料品製造業（営業担当）	・様々な価格高騰の影響もあり受注数が軒並み減少している。収入が変わらず支出が増え続けている。今後とも回復の見込みは立たない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・賃金が上がらず物価が上がる。まだ新型コロナウイルス感染症の影響もある。ウクライナでの戦争の影響もある。とにかく賃金が上がっていないのに物価が上がるという状況のため、景気が上昇するとは思えない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しているため、価格を下げて提示している。
	×	輸送業（エリア担当）	・国内では、日本銀行総裁の交代が発表されて10年以上続いたゼロ金利政策が見直されるのではないかとことから、先行きは金利の上昇が見通せるが、そうなると段々と金の動きが鈍くなる。国外では、ウクライナ紛争、米露の対立がますます激化することによって景気が良くなる見通しが全く立てられないため、景気はますます悪くなっていく。
	×	通信業（総務担当）	・物価高に対して国の対策も賃金上昇による対抗策もないままで、各家庭の現金はどんどん目減りしている。この状態はこの先も続く。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の減少についても新聞購読の減少についても解決できる状況にない。
雇用 関連	◎	職業安定所（職員）	・入国規制の緩和に伴うインバウンド需要の回復が、やや遅れている産業分野での景気拡大に寄与する。
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	・年度末の予約は増えてきてはいるが、新型コロナウイルスの新規感染者数によってはキャンセルの可能性もある。

○	人材派遣会社（企画統括）	・4月採用に向けて転職の動きに活発化が見込まれる。
○	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類感染症移行による影響次第である。
○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・今の求人情報から景気は上向きで、かつ派遣給与の改定も大きく関係して求職者も増加する予測から、これから先も良い循環が見込まれる。
□	人材派遣会社（経営企画）	・特に変化の兆候はない。
□	人材派遣業（営業担当）	・物価上昇のなかでも光熱費関係が抑えられない限り、景気回復までは厳しく、現状維持が精一杯と想定している。
□	人材派遣会社（営業担当）	・例年3～4月の年度替わりは、派遣契約の入替えが多く発生するはずではあるが、例年ほどの動きがなく、派遣市場は停滞を続けるのではないかと想定する。
□	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げ気運もみられるが、対応できるのは一部の大企業のみで、所得アップは限定的である。
□	人材派遣会社（営業担当）	・人材不足が更に厳しくなり、採用が難しくなっていく。
□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連は多少の上向きを予想するが、電気機器関連は非常に厳しい状況が続く。製造系人材の転職の動きは、多くはみられない。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・当面は今の状況からの改善が見込めない。
□	職業安定所（所長）	・人手不足や原材料の価格高騰による収益への影響が懸念されている。
□	職業安定所（職員）	・オンライン化が進むなか、企業としては社員の若返りに向けた採用を検討しているところも多いが、求職者数は高齢者が増加し若年者が減少していることから、なかなか採用に結び付かないようである。
□	職業安定所（職員）	・前月と変わらず、主要産業の製造業の雇用情勢については、原材料やエネルギー価格の高騰などにより企業収益が減少しており、求人募集の判断に苦慮がみられる。
□	職業安定所（職員）	・求人・求職について大きな動きはないが、新型コロナウイルスの感染状況や物価の上昇も継続していることから、今後の雇用や経済に与える影響が懸念されており、先行きは不透明な状況となっている。
□	職業安定所（職員）	・2～3か月先に雇用情勢が好転するとは考えられない。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・主要客の派遣募集数にはここ数か月変化はないが、外部活用の削減は継続されているため、契約レートの締め付けが厳しくなっている。4月以降の契約レート改定も、前年と比べて芳しくない。
▲	求人情報誌（営業担当）	・求職者の動きから、やや悪くなる。
▲	職業安定所（職員）	・引き続き燃料費の高止まりで経営改善が難しい。原材料費の値上げは続くと思込まれることから、更に経営を圧迫していく可能性がある。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年3月中旬以降くらいから求職者の登録は落ち込みを見せており、本年度においても例外ではないと推察する。
×	—	—