

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新規感染者数の減少、観光客数の増加、物流の拡大などが連動し始めている。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き好調を見込む。コロナ禍で自粛していた会合が一気に開催へ動きそうである。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援の6月、一部では7月までの再延長が決定し、個人旅行は好調で、法人等の団体旅行の計画実施も新型コロナウイルス感染症発生前の6割くらいまで戻っている。行楽シーズンに突入すると更に増えていくと予測する。新たにアフターコロナの助成事業が自治体、行政、国の事業として計画されると、更に良くなる。
	◎	タクシー運転手	・これからは寒さも緩み気候が良くなるため、歓楽街の景気も良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況も収束に向かい良くなっていくとみるが、いろいろな物が値上がりして買い控えなどで1度下がったマインドが急激に回復するとは思えない。じっくりとゆっくりと良くなっていくのではないか。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・ボーナス支給が楽しみである。それによってちょっとしたぜいたくがしたくなるはずである。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への客の来店機会が、少しずつ増える傾向が期待できる。
	○	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落ち着いて周りも戻っていく雰囲気がある。特に我々小売業には重要なことである。
	○	百貨店（総務担当）	・卵を中心とした価格高騰は総菜や和菓子、洋菓子に影響が出ており、卵を使用した商品の一時停止や販売価格の上げが目立っている。全国旅行支援を継続する地域が多くなってきたこと、新型コロナウイルス感染症の分類の見直しや新型コロナウイルスの新規感染者数の減少もあり、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に届くところまで来た。ゴールデンウィークに向けた旅行関連商材の需要が今年は特に見込まれる。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響がほぼ薄れたこともあり、旅行需要だけでなく、イベントの開催、通常勤務への回帰、会食機会の増加など、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻りつつあることで、ファッション関連商品の動きが活発化し、この数年間不要とされていたフォーマルウェア商品などのニーズも高まっている。また、この先マスクが不要な生活を見据えて、口元系の化粧品で関心の高まりを想定している。
	○	百貨店（経理担当）	・直近の売上は戻ってきており、中心市街地の人出も多い。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数が増加傾向にあり、人気の催物やイベントにはかなりの集客が期待できる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・様々な制約が解除され、更に景況感が良くなっていくと予測する。
	○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になれば変わってくる。
	○	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が第5類感染症になり行動は活発になる。物価高の影響に懸念はあるが、新型コロナウイルス感染症発生前と同様とまではいかないものの、良くなっていく。
	○	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況が一旦落ち着き、春休みの花見やイベントなどでの買い足しが戻ってくるのを期待している。
	○	コンビニ（企画担当）	・今後当エリアにも徐々にインバウンドの戻りが期待でき、交通アクセスの拠点となる駅店舗は売上増加が見込まれる。
○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症に終息の兆しが少し出てきたため、客の消費マインドが徐々に高まっていく。特にインバウンドの動きに注目している。	
○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類への引下げやマスク着用の緩和など、人の動きを制限していた要因が緩和されつつある。4月からは新生活により経済活動が活発になることで人の動きが更に増えれば、今よりも景気は良くなる。	
○	コンビニ（店員）	・新年度が始まり、今までの常連客に加えて新しい客が増える。	

○	コンビニ（商品開発担当）	・行動制限の緩和から来客数が増加し、販売も好調である。ただ、物価高騰も続いており落ち着きを見せるのはまだ先と予想する。売価を上げた商品の動きも悪くなく販売数は落ちないため、当面この状況で推移するのではないか。
○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来客数の減少は気になるが、電気代の高騰で節電家電への買換えの話があり、単価は上がりやすい。新型コロナウイルス感染症の収束で来客数が回復すれば、売上も期待できる。
○	乗用車販売店（従業員）	・人の動きは少し良くなっているようにみえるため、いろいろな理由により良くない状況としては今が最後となり、この先景気は上がっていくのではないかと。
○	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足も解消され車が徐々に生産されるようになってきたため、自然と販売量も上がっている。
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・光熱費や物価の高騰により節約傾向は強まると考えるが、新型コロナウイルス感染症の対策が緩和された好影響が数か月は継続する。
○	高級レストラン（経営企画）	・アフターコロナとして、新たな消費や政府等の施策にも引き続き期待したい。
○	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・当初は値上げにより販売数量の減少を予想していたが、同時期に賃金の上昇についての報道が多くなり、客も値上げに対して悲観的な様子ではなくなっている。
○	観光型ホテル（支配人）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が2類相当から5類へ引下げられると、より一層来客数の増加が期待できる。
○	都市型ホテル（総支配人）	・外国人旅行者の戻りと5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に期待する。ただし、この1年で光熱費が約40%、リネン洗濯費が25%上昇し、更に清掃コストも大幅に上昇し価格交渉も受け入れてもらえない。人材確保が非常に困難なことに加え、コストの上昇を販売価格に転嫁できず、収益は悪化する可能性が大きい。
○	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の問合せが徐々に増えてきているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前ほどではない。今後も問合せが増え続け、旅行が実施される秋頃の数字に期待している。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の行動制限が緩和されてマスク着用も個人判断になり、段々と外出する人が増えている。夜の繁華街も徐々に外出する人が増えてきて、乗車客が増えている。
○	通信会社（営業担当）	・年度初めということもあるが、機器の遅延も少しずつ解消していることで受注も多く、僅かでも良くなるのではないかと。
○	通信会社（営業担当）	・今後も少しずつ良くなる。
○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束しインバウンドが増えれば、先行きはやや良くなる。
○	テーマパーク職員（総務担当）	・金融機関の定期預金利率が来月から上昇となる。
○	美顔美容室（経営者）	・来月から新しいキャンペーンセールが始まるため、新規の客が見込める。
○	設計事務所（経営者）	・予定の決まっている案件もあるため現状より悪くなることはないかと期待する。ただし、全く仕事がない状態から抜け出すだけのことである。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・3月の動きが例年以上だったため、この先も期待値が高い。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する捉え方が変化して、外出する機会は増加傾向にある。ただし、水道光熱費の値上がりなどが景気に影響するため、変わらない。
□	商店街（代表者）	・前向きに考えている人が多い。ウクライナの問題も解決に向かうのではないかと。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて人の往来も増えてきている反面、物価高が続いているため、そこまで消費活動は増えない。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・物価高がかなり進んでいるため消費は上がらない。物価が上がり過ぎて会社の利益は上がっても支払に回るため、3か月先も今の状況が続く。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価上昇が今しばらくは続くとみられ、賃金が上がっていない零細企業もあり、良くなるのはもう少し先になる。
□	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)	・物価高が多少でも解消されない限り、買い控えは続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・購買意欲や購買力のある客の来店があっても、春物新作の入荷が少し遅れており、入ってきてても在庫数は十分ではないため売上につながらず、少し厳しいと見込む。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売担当)	・春休みということもあり来客数は増えた。ギフト品の要望も多いため、新型コロナウイルス感染症の影響で自粛していた行事が復活している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (計画担当)	・現状、コロナ禍の影響はほぼなくなっているが、客の生活様式が新型コロナウイルス感染症発生以前に戻ることはなさそうであり、物価高の要因などもあるため、現状のままが続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・客先の来客数は増加するとみるが、人手不足でせつかく来店があっても対応できない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (営業企画)	・先行きに対する見通しは立っておらず、当面は現状の景気、消費動向が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー (総務)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、家族連れのお客が増えてにぎやかになってきたが、物価上昇の影響で買物が慎重になっているように見える。今後も消費は上向きにならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・花見需要などは新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、商品の値上げが半端ではないため、手放しで喜べない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (支店長)	・相変わらず値上げの勢いが収まらず、特に必需品の値上げは家計を直撃するので、し好みや衣服類などへの出費をかなりセーブするのではないかと。昇給が全業種、中小企業に広がれば少し景気も上向くとみるが、まだ時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・現在の来客数と比べると微減になるかもしれないが、例年の動きに比べると活発であるため、現在の好調な流れを引き継ぐ形で数か月は推移すると想定する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・物価高や経費の高騰に収入が追い付かない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (商品企画担当)	・行楽需要は続くと思えるが、来客数の増加につながらない限り、景気は現状のまま頭打ちと推察する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・夏物は単価が低くなっているが、これだけ諸物価が上がっているため、洗い替えに複数枚を買う客はいない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (売場担当)	・世間では、各企業が積極的に大きな値上げを実施しているようだが、それはほんの一部であり、自分の周辺では大きな値上げが行われたところは少ない。そのため、景気が良くなるまではいかないと推測する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (店員)	・来客数が少ないため特に変化はなさそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (営業担当)	・円安及び物価高で4月以降も更に様々な商品の値上げがあり、賃金上昇が追い付かない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	・ここ最近では値上げや電力価格の高騰などに段々と慣れてきているようであるが、今後更に食料品や日用品など身近な物の値上げが予想されるため、大幅な値上げがあっても景気は横ばいと想定する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・経済活動が戻ってきているが、業種や企業規模によって回復具合に差があるようで、全体的に考えると横ばいである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・遅れている納期の改善について、新車メーカーからの情報ではまだ見通しが立たない様子である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・新年度がスタートし、周りでも徐々に例年行われていた日常を取り戻すことができれば、客の行動も活発となり、新車購入に対する前向きな検討も進むと期待する。しかし、まだ生活関連の物価上昇は続くと思われ、出費をどれだけ切り詰めればよいかという節約や選択の意識はまだ強い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・ゴールデンウィークに向けてガソリン価格がどれだけ落ち着くかも気になる。燃料代が高いと自動車の利用を控えるため、点検の需要が減る。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店 (営業担当)	・リフォーム、小規模改修は、住宅、企業や商業施設などで多くなっているが、新築住宅や新店舗の商業施設などについては、様子見がまだ続いている。しばらく大きな物件の動きは鈍いが、小規模の改修工事は多く出ている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (経理担当)	・将来の景気については不透明である。中小企業の値上げはどうなるのか不安がある。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・原材料費が3年前と比べ10%～20%ほど上がっている。4月から更に上がるとメーカーからは聞いている。利益確保のため、利益率の高い商品を多めに売っていくなど工夫が必要である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・団体での行動がまだ少ない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今まで新型コロナウイルス感染症の影響で我慢していた人たちが外出するようになった。給料アップはまだ大手のみで中小、個人までは回っていない状況である。物価上昇がやはり響いている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・物価の上昇に伴い仕入価格が上がり過ぎている。
<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・先行きは変わらないというより、マスク着用の見直しや5月からの新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行などでどうなるのか分からない。
<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）	・4年ぶりの夏休み需要にかなり期待している。前年とは違い海外への家族旅行の問合せが当地域でもようやく始まったが、仕入先が付いていけない。客のニーズに応えるため旅行会社も頑張りどころである。前年までは事業支援金があったが今年はなく、何らかの補助金があると大変助かる。もうあと一歩、長いトンネルから抜け出すには資金も必要である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・中小酪農家のように加工業者に乳価の値上げを訴えても認めてもらえないばかりか、海外からの輸入飼料の仕入価格高騰により廃業するところが出ていたり、ターミナル駅前の飲食店ビルや歓楽街でも、空き店舗が徐々に増えていたりしている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・業況が下向きではなくなってきた。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・物価高と賃上げの状況を生活者がどのように受け止めるかによる。中小事業者ではさほどの賃上げは期待できないため、良くなるまではいえない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・料金体系の見直しや新しいサービスなどで既存客の確保をしていくと厳しい。
<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	・街中の商品は全て値上げとなり、値下げする物は皆無である。これは本当に大変なことになると考えている。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・4～5月はゴルフシーズンに入る。2か月先の5月の予約数は前年と同様でほぼ順調である。コロナ禍の状況も和らぎ、コンペの予約数も増える傾向にあり、レストランの売上も上向きに推移している。この先もしばらく順調に推移すると判断する。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・客の動きはあるかもしれないが、美容室では電気代が非常に高くなっており、水道・ガスの料金もどれくらい影響するかである。客の家庭も同様で、光熱費高騰などの影響で客の財布のひもは固くなっている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響も地方ではまだあるように見え、暑くなってきたら客の出足も悪くなる。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・レジャー面やイベントは戻りつつあるが、物価がかなり上昇しているため、景気は良くなるとも悪くなるともいえない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・商品原価や販管費等の経費がぐんぐん上がってきているため、明るい材料を探すのが大変である。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・この先に大きな変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・起爆剤となる材料がない。
▲	商店街（代表者）	・さすがに値上げラッシュで購買意欲が低下するのではないかと。
▲	商店街（代表者）	・これまでは政府や自治体による省エネ家電を中心とした補助金政策があり、家電買換えの促進剤であったが、今後は余り期待できず、商品単価の上昇もあり需要は落ち込むと考えている。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度初めは動きが悪くなる。

▲	百貨店（経理担当）	・今春闘の賃上げ効果を打ち消すような物価高によって更なる買い控えが広がり、個人消費の減退が景気の足を引っ張る。
▲	スーパー（店長）	・価格上昇は止まっておらず光熱費も高騰したままであるが、賃金は余り上がっていないため、必要な物以外の買い控えは続く。
▲	スーパー（店員）	・4月からの売価変更で、有名商品の値上がりが増えつつある。
▲	スーパー（販売担当）	・良くなると判断する理由が今のところ見つからない。イベントもないし、客はスーパーに毎日は来なくなった。
▲	スーパー（販売担当）	・商品の値上げは今後も続くともみているが、商品の品薄はかなり解消されつつある。これからの動向を左右する季節商材の動きも、既に化粧品のコーナーでは売上の回復があるが、全般的に押し上げる力が弱そうなので、販売量の劇的な回復はなかなか望みにくい。電気代等の高騰で客が支出に回す余裕がないのも大きな要因と考える。
▲	コンビニ（店長）	・4月から食品の再値上げがあり、販売量の落ち込みが更に続くと思われる。電気料金などの固定費も上昇している。
▲	コンビニ（店長）	・物価は高騰するが賃金は増えないため、家計は苦しくなるばかりではないかと推察する。土木工事等が減る春の時期は、更に消費を抑える傾向が顕著となる。
▲	コンビニ（本部管理担当）	・小売業界は、電気代高騰を含む経費が異常に上昇していることに苦心している。この状況が続けば、利益確保のために人件費削減等、負の連鎖が発生すると思料する。このインフレ状況に対して、小売業経営者だけが利益の確保に苦しむ状況を打破する政策を検討する必要がある。
▲	衣料品専門店（店長）	・中小・零細企業の顧客を中心に、不安定な仕事量や過熱した競争による報酬額の減少を嘆く声が多い。一般の顧客は、財布のひもが固いままである。
▲	乗用車販売店（経営者）	・4月以降は更に需要は下がると見込む。
▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くがオーダーストップで購入したくてもできない状態が続いている。新型車の発表もあるが予約の段階で数年待ちになり、納期を聞いて購入を控える客もいる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・メーカーからも良くなる見通しの話はなく、まだしばらく供給の回復には時間が掛かるといわれている。高かった中古車の相場も徐々に下がり始めており、4月からは更に下がる見通しで、受注残の客の下取り価格も予定より下がるのではないかとみられ、厳しさが更に増すおそれがある。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・今年前半は景気の底上げは難しいとみられる。収入と支出のバランスが大幅に変わってきている。
▲	観光型ホテル（経営者）	・1年以上電気・ガス料金が上がっており、家庭の消費がかなり抑えられてしまうと、今よりも景気を支える若しくは追い風になる要因がないため、先行きは少し弱くすると想定される。企業も福利厚生、社員の懇親会や宿泊に対してプレーキを掛けるかもしれない、やや悪くなる可能性がある。政府には、引き続き観光産業に対する支援策が必要であると理解してほしい。
▲	旅行代理店（経営者）	・物価上昇の折、全国旅行支援の延長も景気回復に効果があるとは考えにくい。
▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体が衰退過程に入っている。
▲	理美容室（経営者）	・いろいろな物の値段が上がって、段々と景気が悪くなる。
▲	設計事務所（職員）	・ウクライナの問題など、これからも好景気になりそうなニュースは余りない。米国の景気についても同じように暗い話題が多い。
▲	住宅販売会社（従業員）	・ハウスメーカーでも、キャンペーンと称してお買い得感を出しているが、それでも総工事金額に対しては理解が得にくいのではないかと。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・物価高の影響がじわじわと現れて商談に時間が掛かり、これから先は悪化を危惧している。ただし、給料が上がれば話は別で、消費も活発になると期待している。
▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・年度末需要が一段落して元請の着工状況も少し悪くなっている。
×	スーパー（店長）	・値上げによって1品単価を上げても、乗客数と買上点数の減少で客単価が下落する。
×	スーパー（店員）	・担当カテゴリーにおいて来月以降も更なる値上げが控えている。

	×	乗用車販売店（従業員）	・現在の物価上昇の流れがこのまま変わらない限り、必ず悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・給料が上がっても物価が上がっているため景気が良くなるわけではない。利益もなく売行きも悪い。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新規出展社の見込みが全くない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・一部に電材需要が回復見込みの業界がある。夏場に向けて飲料の需要が増える見込みであり、香料メーカー向け容器の出荷量が増える。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・半導体不足の影響で部品の供給不足も続くが、顧客の設備投資意欲は衰えていない。秋頃から部品供給が戻るという予測も出ており、年末にかけて通信機器の販売が増加するものと期待している。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・製造拠点の集約が始まり、当拠点での作業が増えている。
	○	通信業（総務担当）	・物価高騰をやむを得ず許容する雰囲気になり、無駄な支出は抑えつつも購買や旅行といった気分転換に投資することはますます増加すると予測する。やはり明るいニュースが社会を活気付ける。
	○	金融業（従業員）	・ゴールデンウィークの到来や外国人観光客が増えることにより、国内景気は少し良くなる。
	○	不動産業（経営者）	・コロナ禍の反動で購入希望者の増加が想定できる。
	○	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みられ、外出や遠出をする人は更に増加していくと予測している。売上は増加し前年を上回る状況は、継続していくと予測している。
	○	広告代理店（制作担当）	・物価高がどこまで続くのか不透明で、企業も様子をみながらの広告発注になる。
	○	会計事務所（職員）	・4月は大半の顧問先が定期昇給を行うが、物価の上昇が急であるため例年より昇給額を増やすところが多い。健康保険料、介護保険料や雇用保険料の引上げもあるため手取りがどれくらい増えるかは疑問だが、少し消費に向けられるのではないかと。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日米の金利差のため円安が続いている。我が国は低金利のため予算の成立は容易であるが、国家予算の4分の1程度が国債というのは少し多い。それに対して、米国では4%程度のため予算成立が段々と難しくなり、高金利はそろそろ止まる。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・給与所得の向上はプラス要因ではあるものの、食品関係への後押し効果は限定的と予想する。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料、運賃、その他資材等の大幅な値上げの影響で採算面ではとても厳しい。2～3か月先も今と変わらず悪い状況のまま推移して、景気は今と変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気が悪くなるような特段の材料は浮かばない。しばらく消費者は外出して金をたくさん使い続けると予想する。
	□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量が見込めるのは有り難いが、原材料価格の高騰が収まらず、収益性が厳しいのは変わらない。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合い、受注共に増えてきて、運送コストは落ち着いてきたが、1度価格が上がった原材料費が下がり、利益がなかなか確保できない状況が続いている。
	□	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。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな変化は考えにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだ続く物価高がいつまで続くのか分からない。
□	建設業（役員）	・建築コストアップが続くなか、当エリアは土地価格の上昇率も高く、住宅の販売価格に転嫁されるため、販売に影響がある。	
□	建設業（営業担当）	・部材等で必要な物は、国内生産がまだ追いつかないため、価格が高いままである。身の回りの給与面に関しては、大手企業は賃金アップとなるが、中小企業や地方企業まで波及するにはまだ時間が掛かる。	

□	輸送業（従業員）	・ただでさえ燃料等の経費増加で頭が痛いのに、これからは人件費も上げていかないと人手不足になってしまう。何とか運賃に転嫁したいところだが、荷主が理解してくれるかどうか分からない。
□	輸送業（エリア担当）	・特に変動要因がない。
□	輸送業（エリア担当）	・春闘の結果が発表され、大手では軒並み賃上げの動きであるが、その賃上げ分は物価上昇分の補填に回る可能性もあり、増えた分が消費の拡大につながるものでもない。法人としては、投資に回すための金が人件費になって、かえって賃上げが足かせとなるのではないかと。経済はこのままおおむね停滞すると見込む。
□	通信業（法人営業担当）	・今年度予算が国会を通過したため期待感はある。ロシアによるウクライナ侵攻で世界中が非常に困っており、特に物価高が庶民を直撃している。景気が上昇に向かうのはなかなか難しい。
□	金融業（従業員）	・現在の景気は良い方向にあるものの、やはり食料などの価格高騰により現在の給料のままでは生活が厳しくなるという懸念を持っている人が多い。景気としては良くなっても、支出が多くなるため、総合してみるとどちらに振れるか分からない。
□	金融業（企画担当）	・物価高が進んでおり、中小企業にまで賃上げが浸透しないと個人消費の伸びも期待できない。原材料高を販売価格に転嫁できないと業績も厳しくなり、賃上げも期待できない。
□	公認会計士	・景気が回復しないなかで、中小企業にも賃金上昇の波が来ているように見える。4月より新入社員を採用する企業も増えており、人材獲得のために初任給を上昇させた企業もあるが、中小企業では販売価格に賃金上昇分をなかなか転嫁できていないケースもみられる。マスク着用が個人判断になるなど新型コロナウイルス感染症の影響は和らぐことが予想され、売上は少しずつ回復するが、原価の上昇も続いているため、3か月では余り変わらないと予想する。
□	行政書士	・現状維持である。
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・4月からの値上げ前の駆け込み注文が3月にあったため、4月からの3か月程度は受注量の減少が予想される。
▲	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しているため、販売量の減少を想定する。価格競争も激しくなっている。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・今月は年度末で受注が多かったが、2～3か月先は通常の販売量になり悪くなる。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・これから価格転嫁された材料が製品になって市場に出回るため、相当な値上げが見込まれ、需要が減少する。
▲	輸送業（経営者）	・消費財、生産財共に輸出入が減っていることから、この先の国内物流量は減少することが見込まれる。
▲	輸送業（エリア担当）	・物量は減っている。値上げを行うが、2024年問題の対策費も大きく必要となる。業界全体での値上げとはなっておらず、契約荷主は値上げを受入れにくくなっている。個人の荷物も安い方に流れるのではないかと懸念もある。
▲	通信業（法人営業担当）	・この年度末は、企業もアフターコロナを掲げ、集合会議を復活させたり送別会規制も撤廃した。しかし、この3年間で働く者の行動様式は様変わりし、対面の会議でなくとも仕事は進むことを知り、わざわざ疲れた身体にむち打って付き合いで飲みに出掛けようとする気力もなくなった。働き手は家から外に出ず、飲食店は淘汰されていく。物価高もあいまって、ビジネスマンのインドア化はますます加速するのではないかと。
▲	会計事務所（職員）	・仕入価格の上昇と顧客の節約志向で利益が圧迫され、厳しい状況となる。コロナ禍は終わりを迎えてつつあるが、先の見えない物価上昇が今後も当分の間は続くことが予想され、景気は悪くなる。
×	食料品製造業（営業担当）	・回復の要因が見当たらない。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価は上昇しているが給料は上がらない状況で、景気が上向くとは思えない。
×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。中小零細企業には賃上げができないどころか、雇用の維持や企業の存続すら危うい状況が続いている。

	×	一般機械器具製造業（経営者）	・世界的な景気の悪さと物流の停滞、電気代、消耗品や素材の高騰でメーカーが在庫を絞り始めている。景気は間違いなく下降局面にある。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・4月から用紙代の値上げがあり、今後は折込広告が増えないと推察する。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・原材料の価格高騰など不透明な部分はあるが、観光業を中心に人の動きが活発になる。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一般消費者の経済活動は、このまま上向くと期待する。
	○	職業安定所（職員）	・新規求職者のうち雇用保険の受給手続をした人をみると、自己都合の割合が大幅に増えており、自発的な転職活動が強まっている。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・この時期での次年度卒業予定者の照会や訪問などによる勧奨の増加、就職サイトからの学生個人への勧奨も頻繁であり、コロナ禍明けの医療機関での採用がより積極的である。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・景況感の変化を感じる材料は特にない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・中小企業だけでなく、春闘の恩恵を受けない企業を含む支援策が必要と考える。見た目だけの政策ではなく、裾野に行き渡る政策が必要である。
	□	人材派遣会社（社員）	・特に変化はない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・物価高騰に対する賃上げの動きも一部で見られるが、大きな改善は見込めない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・派遣募集や中途社員募集については年度替わりのピークを過ぎる。ただし、採用がうまくいっていないケースが多く、派遣、中途社員にかかわらず募集は継続されると想定する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・景気回復に向けたポジティブな要素が見当たらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人に対して求職者数も不足し、年度末での派遣契約の入替え件数が例年ほど伸びない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・4月以降の国内自動車生産については、下請企業の大幅な生産調整がないようにメーカー側の対応を期待する。下請企業においては生産における人材調整が安易に行われる。
	□	職業安定所（所長）	・しばらくは原材料の価格高騰による雇用への影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・求人数も徐々に回復しつつあるが、雇用面も含めて各企業がどこまで回復していくのか、まだ先が見通せない状態である。
	□	職業安定所（職員）	・原材料やエネルギー価格の高騰が企業の景気に影響し、求人も一部の産業では停滞状況にある。
	□	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数はそれぞれ小幅に増加しているが、大きな動きはない。海外情勢の不安定化や物価高騰の影響が今後の雇用や経済に与える影響が懸念され、先行きは不透明な状況となっている。
	□	職業安定所（職員）	・今後2～3か月先に雇用情勢が好転するとは考えられない。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・派遣求人数の増加は季節的なものもあり、人材枯渇企業の直接雇用での採用意識が高めな市場感は変わらない。
		▲	人材派遣会社（営業担当）
	▲	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）	・今後も物価が上昇する可能性が高いことから、個人消費が減速する。原材料価格、輸送費共に高止まりが続くとみられる。仕事量があっても、人手不足により請負できない状況が続く。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・徐々に求職者の転職活動は鈍化するが、ゴールデンウィーク明け以降をめぐり、再び動きが活性化してくる見込みである。
	×	—	—