

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍の収束と全国旅行支援など助成策の相乗効果で、観光客の増加が著しい。マイカー利用による個人旅行やグループ旅行が増え、団体旅行も少しずつ増加に転じており、4年前の90%の水準である。
	◎	コンビニ（店長）	単価の動き	・物価高により商品単価が上がっているため、一概に回復しているとはいえない。ただし、価格が高くても商品力の高い商品は継続して売れている。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・行楽需要の伸長に伴い、週末を中心に旅行客の土産需要への対応で売上も堅調である。
	◎	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・4月初めから月末まで予約が一杯入っており、前年や前々年とは打って変わって大変うれしい状況である。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・客からの問合せは宴会、宿泊、レストラン共に新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきている。収入面では値上げ効果で増収傾向であるが、食材の原価高が利益を圧迫している。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新年度が始まり、新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、全国旅行支援も延長継続されているため、団体旅行の実施、計画、申込みが多数発生している。取扱高をみる限り、完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻った状態である。
	◎	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和が進み、まず少人数グループから客足が戻っている。3年ほど行事を見合わせてきたため余剰予算があり、グレードの高い宿泊先や食事がよく採用された。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・年度末から年度初めでタクシーの利用が増えた。前年末の改定でタクシー料金が14%高くなったが、それ以上の増収になっている。運転手不足で市内のタクシー会社全社の稼働率が下がっていることも、稼働しているタクシーの増収につながっている。
	◎	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・物価が上がっているにもかかわらず、来園者数が伸びている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・ロシアのウクライナ侵攻が長引いている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し始め、人出がかなり増えている。それに伴い消費活動も上向きである。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況もやや落ち着き、景気は上向いているとみられるが、我々のような小売業の回復には、まだもう少し時間が掛かる。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・今月は世の中の動きが大変良くなってきた。結婚式、葬式も含めて人の集まりが増えてきた。今までの自粛ムードから一転して、結婚式でもたくさんの人を呼ぶ傾向にある。春ということで金を使う意識が高まっているため、贈答品や冠婚葬祭関係の品も幅広く動き出した。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・午前中は年配客がカジュアルシューズを見に来店し、午後はスーツケースを引いた客が来店して靴を試着するなど、来客数はコンスタントに増えている。夕方まで会社帰りに立ち寄って靴を購入する客が多いため、売上につながっている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・入社、入学式等の対面開催やコンサート等のイベント参加など、人の動きが活発化している。
	○	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影響も薄れて生活様式も元に戻りつつあり、売上も着実に伸長傾向にある。
○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・店舗への来客数は増えてきており、インバウンド需要もようやく戻りつつある。	
○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・来客数は増加傾向にある。インバウンドは、身の回り品のブランド品の売上がほとんどで化粧品の上は少なく9対1の構成比である。アフターコロナ、ウィズコロナの動きも少しずつみえてきた。	
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・チラシの配布エリアを変えたことで、夕方から夜間の来客数が増えた。	

○	スーパー（店員）	販売量の動き	・春休みの旅行やイベントなどによる飲食の買い出しがある。また、旬のたけのこなどが順調に売上を後押しした。
○	スーパー（店員）	お客様の様子	・春の祭りやゴールデンウィークなどのイベントに関する購入量が増えており、1客当たり購入額が高い傾向にある。
○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は前年比100%を超えている。商品値上げの影響もあるが、景気は回復傾向にある。
○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・3か月前より来客数は増えたが、来客数と販売量はイコールではなく何ともいえない。
○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・春に伸長する商品群が例年と比べて高い水準で売れている。前年よりも暑い日が多く、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きつつあることから外出需要が増えて、米飯や調理パン類、飲料・酒の売行きが好調である。
○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数や販売量は新型コロナウイルス感染症発生前に届かないが、単価上昇で売上自体は新型コロナウイルス感染症発生前と比べて微増している。
○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月から人気雑貨ブランド商品の販売が始まった。まだ認知度は低いブランド力が高いため、購入客が少しずつ増え始めている。
○	衣料品専門店（販売企画担当）	単価の動き	・仕入単価上昇分の価格転嫁が進み、客も価格への抵抗がなくなり、収益が改善している。商品も、若干であるが動きが良くなった。
○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年4月は販売台数が落ち込むが、今月はよく売れている。
○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動制限なども気にする必要がなくなり、車での行動も増えてきた。
○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生活の基盤となる水道光熱費の上昇が続いているが、何もかも値段が上がっているため、諦めたように受け入れている様子を客との会話から感じる。今後は収入が増えるという期待を皆がもっている。
○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年よりも車両の生産、入荷が少なく商談もままならず、1～3月は過去最低の売上であったが、4月から少し回復傾向になってきた。それに伴い、商談も進むようになってきた。新規来客数は横ばいが続いている。
○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・建築関係では、特に店舗や商業施設の小中規模の改修、新規出店など、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きこれまで保留になっていた物件が動き始めた。
○	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感染症に対する警戒感が緩和され人流が戻りつつある。物価高騰のあおりを受け、中低価格帯の腕時計やアクセサリなどぜいたく品は低調だが、生活必需品である眼鏡や補聴器は好調に転じつつある。
○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・年度末から年度初めに当たりコロナ禍から脱却の兆しがみえてきたが、利用人数や利用時間などには変化はみられない。都心部ではインバウンドの動きが活発化している。
○	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・値上げにも客には納得してもらえた。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月はまだ新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしていたが、3月は全国旅行支援の効果もあり春休みにはかなりの来客数があつて、4月もその余韻として続いているため、3か月前と比べるとやや良くなっている。
○	観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・インバウンドの増加により宿泊部門が堅調である。宴会部門にも回復の兆しがみられるが、依然として厳しい営業状況にある。
○	都市型ホテル（総支配人）	競争相手の様子	・宿泊は、前年比で売上が増加したが新型コロナウイルス感染症発生前には戻らず、競争は厳しい。宴会の受注が増えてきた。レストランは単価を引き上げられる状況には至っていない。

○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・流れはアフターコロナに向かっている。しかし、原料や燃料の価格高騰による消費財の価格動向にも憂慮している。また、1度は需要が喚起されるが、企業体力の低下による個人消費への影響が懸念される。
○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行となるため、海外旅行の間合せも徐々に増え、ようやく長いトンネルから抜け出せたような気分で大変うれしい。夏に向けて一層の予約増加を期待している。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・マスク着用の緩和や新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へと移行することが影響している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が全くないともいえない。行動制限が緩和された当初は客が一気に動いたようにみえたが、ここ最近少し落ち着いてきた。夜の繁華街は段々と客が増えて、まだ新型コロナウイルス感染症発生前とまではいかないが、乗客数が増えてきて上向き傾向にある。
○	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・引っ越しシーズンに伴い、光回線、IP電話、テレビサービスの申込みが増加している。新社会人からも光回線の申込みが増えている。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、インバウンドが増えてきた。
○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の様子は、物価の上昇で大変という声もあれば、外出したり飲み会などに出席する人もいる。全体的に景気が良いのか悪いのか分からないが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、外出や消費をする人が多い。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・閑散期に入ったが、例年ほど客足は衰えなかった。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・この1～2年と比べると大分良くなっているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはどこも戻っていない。やはり自粛に慣れてしまっていて、年配者のマインドはまだ自粛を続けるままのようである。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・人出は順調に増加している。特に外国人観光客が増えている。ただし、客単価は相変わらず低い。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・景気は余り良くないが客単価は徐々に上がってきており、財布のひもは少し緩んでいる。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークを前に出費を抑える傾向がある。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・例年4月は来客数、売上共に少ない時期であるが、今月も来客数は伸びていない。お彼岸と母の日ののはざ間で暇な月だった。ただし、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて家族葬がやや減り、御供花が増えている。
□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・来客数は徐々に戻ってきているが、売上には全く結び付いていない。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度初めのため販売量が減る。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・全国旅行支援は延長となったが、早々に予約終了となる都道府県もあり、人の動きは直近と比べ少なくなっているようにもみえる。特選ブランドや時計などの高額品の需要も、伸びが鈍化し始めている。一方で欧米やアジアの新興国を中心としたインバウンドが数字としてもけん引し始めており、今後は海外から入国時の規制緩和で更なるインバウンド消費に期待できる。
□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・来客数は少しずつ回復しており、高単価商品の稼働もある。行動範囲が広がってからはコト消費がメインのようで、期待したほどの伸びではなかった。
□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行も決まりゴールデンウィークを前に感染状況も落ち着き始めたことにより、外食需要は高まっている一方、内食需要は相対的に下がってきているようで、来客数、客単価共に3か月前と大きな変化はない。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・ほとんどの店舗で前年の売上を上回っており、その状況を維持している。来客数も同様に、ほとんどの店舗が前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数が思ったより伸びていない。伸びてはいるが、景気の回復を実感できるほどの伸びではない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に歯止めが掛かってきたが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、来客数は増えているが購入につながっていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の生産量が回復しつつあるのか、納期が短くなっている。ただし、新型車や人気車は相変わらず半年以上待ちか新規の注文中止が続いていて、今一つ盛り上がり欠ける。新車の生産量が回復してきたため、高騰していた中古車の価格は暴落し、収益的には厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年より落ち込んでいるが、新車の発売もあり納期は掛かるが販売には結び付いている。ただし、販売停止の車種も多いため、納期が掛かるが売れる車を売る状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・全体的に、悪くはないか少し良い程度である。動きが非常に良くなっているわけではないが、前月と比べれば反響も少し出ている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いてきた環境ではあるが、商業施設への来客数は新型コロナウイルス感染症発生前まで戻っていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客の飲酒量は減少している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・来客数は変わらないが客単価が伸び悩んでいる。諸物価の上昇が響いている。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	お客様の様子	・原因が何かつかみどころのない不安感が余りに強すぎて、なるようになるという心理が働いている様子が最近多く見受けられる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍の影響はほぼ無くなった。物価が上がり消費意欲が減退するとみられたが、客の動きに変化はみられない。4月に値上げを実施したが、販売量も変わらなかった。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	それ以外	・コロナ禍のマスク規制なども解除され、人の移動も徐々に増加しており、空港や駅前のレストランなどへの人も増加している。一方で、レストランも満席の店と閑散としている店の差が大きい。また、空港、駅前や地下街など以前は考えられなかった場所で空き店舗の数が増加している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・全く上向かない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・行動規制が無くなって、客の選択肢が広がるのがどう影響してくるか、予測しづらい。
<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	お客様の様子	・街を歩いている人が多くなったが、夜8時を過ぎると街にはほとんど人通りがない。これは景気のせいである。
<input type="checkbox"/>	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・現在キャンペーンセール中のため、セール品の購入がある。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で当店から離れていた客がそろそろ戻ってくる頃かと思っていたが、公共交通機関を使って遠方から来ていた客は戻らず、残念である。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	それ以外	・陽気が良ければ客も多いが、今月は天候が不安定で客の出足が悪かった。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [介護サービス]（職員）	それ以外	・中途採用で求人を行っているが、我々の業界は、製造業の景気が良くなると応募者の数が減少し、求人単価も上昇する。また、仕入原価の値上げが一段と続いている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。回復傾向にあるが、当分この状況が続く。

□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・来場者数は減少した。例年4月からゴールデンウィークまでは少ないが更に減っている。月単位の動きでは分かりづらいが、戸建て住宅への興味が低くなっているのではないかと。少子化の影響も徐々に出てきている。
▲	スーパー (店 長)	販売量の動き	・販売点数の減少が続いている。
▲	スーパー (総 務)	単価の動き	・物価上昇が著しい。
▲	スーパー (販売 担当)	販売量の動き	・値上げ商品の動向は生活必需品でも悪化しており、販売数が30%減少した商品もあるなかで、それをばん回するヒット商品が出ていない。客の節約志向を解消するような新たな生活必需品が出ておらず、動向の改善が望めない。
▲	コンビニ (店 長)	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。物価上昇により客単価が高水準であるため、日々の販売では数字が取れているように錯覚するが、来客数だけに注目すると、とても前年の数字に追い付けない。1円でも安く買物をしたいという心理が働いているかもしれず、価格競争に入るとコンビニ店にとっては厳しくなる。
▲	コンビニ (本部 管理担当)	来客数の動き	・売上は前年比105.8%と好調である。新型コロナウイルス感染症の影響もほぼ皆無となり、売上状況は好調である。ただし、値上げや水道光熱費の高騰が利益を圧迫しており、小売業界が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っているとは言い難い。
▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・受注期に入っても一見客の来店が全くない。物価の上昇でここに来て消費マインドが大きく落ちた。なじみ客には外商で売上を確保している。
▲	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数は5%程度の前年割れとなっている。経営的に厳しい客が増えている。客単価は商品値上げのためか2~3%の下落にとどまっている。購入する際には余分な物は購入しない。
▲	家電量販店 (店 員)	単価の動き	・故障による買換え需要が中心だが、なるべく安い商品が良いという客が多い。
▲	家電量販店 (フ ランチャイズ 経営者)	来客数の動き	・4月に入って来客数が減っている。コロナ禍の巣籠り需要も一巡し、前年好調だったエアコンやパソコンも今年は余り売れていない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・例年4月は動きが止まる。1~3月までの決算シーズンとは打って変わって客も動かなくなる。ただし、コロナ禍の頃と比べると改善傾向にあり、納期も改善してきた。
▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べて、原材料費の値上げにより商品の販売価格を10~15%値上げした影響か、少し客が買い控えをしているように見受けられる。
▲	旅行代理店 (経 営者)	販売量の動き	・全国旅行支援は零細旅行会社にとっては使い勝手が悪いいため、客がネットでの旅行注文に流れている。
▲	通信会社 (企画 担当)	販売量の動き	・前月と比べて解約数は同レベルで推移しているものの、新規契約の勢いが落ちている。
▲	ゴルフ場 (支配 人)	来客数の動き	・4月は雨の日が多く入場者数は低調であった。コロナ禍の影響も薄れコンペ人数も増えているため、ゴルフ熱は変わらず高い。しかし、今月は入場者数が前年より大きく減少しているため、景気はやや悪い。
▲	パチンコ店 (経 営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
▲	理美容室 (経 営者)	来客数の動き	・段々と暖かくなり来客数が伸びる時期であるが、客が来ない。
▲	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聞かない。
▲	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・注文住宅の発注が減っている。
▲	その他住宅〔住 宅管理〕 (経 営者)	お客様の様子	・建築材料が高騰しているため補助金を利用しても商談がまとまらない。動きが出ていても仕事にならない。この先を心配している。
×	スーパー (店 員)	販売量の動き	・主力カテゴリーの販売数量で前年割れが止まらず、苦戦が続いている。

	×	乗用車販売店 (従業員)	単価の動き	・飲食店からスーパーまで、ここまでの値上がり幅は過去に経験したことがないほどの値上がりを体感している。
	×	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・今月に入ってからほとんど設計の仕事をしていない。関連する書類仕事のみである。
	×	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・競合相手も売行きは悪い。値引きをしないと売れないため、利益も出ない。
	×	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場者で取得を検討している人の数が、明らかに減少している。下期全体で悪かったが、3月が年度で最も悪いという結果であった。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品 製造業(社員)	取引先の様子	・前年夏頃から増産予定だった客がずっと増えないままであったが、今月から急に立ち上がり、6月分までの先行注文が入った。他の客も注文数が増え始め、久しぶりに残業が必要になった。
	○	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・海外からの旅行者数の増加などをみると、経済が回り始めたと感じる。一方で、インフレによる消費の不振などもあるため、一律に回復傾向にあるとも言い難い。
	○	通信業(総務担 当)	それ以外	・やはり渡航規制緩和という明るいニュースが、皆の気持ちを上向きにしている。
	○	金融業(従業 員)	取引先の様子	・取引先の飲食店等は、前よりも客足が多くなっている様子である。新型コロナウイルス感染症の行動規制が解除され、人の流れが戻っている。
	○	金融業(従業 員)	取引先の様子	・飲食店を中心に開き取りをしたところ、新型コロナウイルス感染症の影響がかなり薄れ、売上も来客数も増加傾向の様子である。
	○	不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・同業者からの引き合いが多くなっている。
	○	広告代理店(制 作担当)	取引先の様子	・以前に比べると紙媒体での広告受注量は、交通機関とコラボした観光業関係が増えている。
	○	その他非製造業 〔ソフト開発〕 (経営者)	取引先の様子	・景気の状態はまだらで、良い会社と悪い会社に2極化している。設備投資も行われているが、規模は小さく大きな案件は出ていない。先々を心配し抑え気味である。
	□	化学工業(総務 秘書)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症が収束し、商店では人手不足感がある。労働者の期待を上回る賃上げが認められ、景況は良好な状態を維持している。企業の採用意欲は高まっており、早期の新卒内定が話題になったところもある。
	□	金属製品製造業 (従業員)	取引先の様子	・一部は首都圏での大型再開発案件の納期対応に追われる業者からの玉突きと考えるが、思いの外仕事量が例年より出てきており、繁忙状況が続いている。
	□	一般機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・設備投資の引き合いは増えてきたが、原材料や輸送費の上昇分を価格に含めると、なかなか成約に至らない。
	□	電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・良くも悪くも変わらない状況である。
	□	電気機械器具製 造業(経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・原材料値上げ分の価格転嫁は了承を得ているが、販売量が2割程度減少している。
	□	電気機械器具製 造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量は前年同比で増加しており肌感覚としても景気は悪くないものの、売上自体は3か月前、現時点とも前期比減少となっていることから、変わらない。
	□	輸送用機械器具 製造業(品質管 理担当)	取引先の様子	・客先の生産計画では、3か月前と余り変わらず低いままである。
	□	輸送用機械器具 製造業(管理担 当)	それ以外	・いつになったら物価高が落ち着くのか。電気、ガスの料金も一向に落ち着く気配がなく、不安しかない。
	□	建設業(役員)	受注量や販売量 の動き	・年度が替わり客の動きが少し鈍かった。来場者は、決断まで時間を掛けるじっくり検討型の人が増えている。
	□	建設業(営業担 当)	取引先の様子	・取引先から、今期に限り物価上昇も踏まえ給料が多少上がったたり、今年限定で金額を上げているという話を聞いた。

	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人件費、募集費、光熱費などが高騰するなか、荷主からは、商品や部品の調達コスト増加による利益減少を理由とした値下げ要求を受けている。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月の繁忙期はほぼ予想どおりの仕事量があり売上、利益もまずまずであったが、4月に入ると少しペースは落ちた。それでも前年よりはまだまだしである。新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあるが、まだ復調したとは言い難い。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・個人消費は回復基調にあるものの、企業間の物量は低調である。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の荷動きが鈍い。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・2月頃より発送便、到着便共に荷物量が減少している。
	□	通信業（法人営業担当）	取引先の様子	・取引先から外食、宴会や集合会議などへの出席依頼が来るようになったものの、取引量は増える兆しがない。景気に影響が出るほどの変化はない。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・景気の動きは引き続き良くなく、産油国の減産による景気への悪影響も心配される。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・仕入価格の高騰もあり原価率は低下傾向にある。価格に転嫁できる企業は良いが、価格転嫁ができなければ業績に大きく影響してくることが懸念される。
	□	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横ばいから増加傾向にあるが前月同様に外出や遠出をする人が増加しているため、利用状況は増加傾向にある。今月の売上は前年を上回る状況が続いている。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域のマンション市況は良くなく、販売状況が芳しくない。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の受注が少ないうまま推移している。
	□	公認会計士	取引先の様子	・取引先の来客数や営業利益をみると、来客数は増えているが物価高や金利の高騰を吸収できていないため、利益は余り伸びていない。取引量は増えているにもかかわらず人手不足が深刻で、機会損失を起こす取引先も増えている。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・物価高により荷物が動かないため暇だと言う物流業者がある一方で、大手自動車メーカーの部品を運んでいるため安定しているという業者もある。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が少しずつ薄れている。飲食店ではテイクアウトが定着し、来客数の戻りが遅い分をカバーしている。それでも新型コロナウイルス感染症発生前ほどには売上が伸びていない。製造業や建設業の顧問先の中には売上が増えているところもあるが、全体としては停滞気味である。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・値上げの影響で、消費者の商品を選択する基準は一層厳しくなり、競争力のない商品は受注量が減少する傾向が続いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量をみても前年比で減少している。
	▲	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、販売量は全般的に悪く、特に自動車関連は従来よりも減少しており、景気はやや悪い。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り新規の案件も少なく、客の反応も非常に良くない。通常であれば新しい見積りなどが活発化する時期であるが、見積量は通常に比べ3割以上少ない異常事態である。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が前月と比べて落ちている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・前年同期比でみると、新規求職者数、成約数共に増加している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束とインバウンドの復活で、ホテル、レジャーなどの観光業や飲食店を中心にやや景気は上向いてきた。それに合わせて人手不足による求人件数が増えている。

○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・統一地方選挙の影響により、広告、印刷関連の企業はにぎわった。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・飲食、宿泊業、卸売業や小売業の求人数が大幅に増加した。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がある程度落ち着き、新規求人数は増加傾向にある。ただし、今後の感染者数、ウクライナ情勢、物価高の動き等先行きの不透明感からか、派遣社員、契約社員等有期雇用の求人が目立つ。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業を中心に回復傾向にある。
□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特段の変動要素はない。
□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、観光客の増加は確実であるが、その他の産業では回復の兆しがみえていない。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の入社式、研修会などは少し戻っているが、歓迎会などはまだ余り戻らず、全体的に3か月前と変わらない。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・取引先各社の派遣募集が落ち着き始め、新規の依頼が減っている。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は高止まりで、条件面が良くないと採用が難しくなっている。
□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・紹介会社からの推薦や広告媒体経由の応募は、3月までよりも減少している。同業他社でも応募者獲得に苦戦しているようだが、年度の替わり目でメーカーでの募集が仕切り直しとなり、求職者がそちらに流れている可能性が高い。ただし、毎年4月に起こり得る季節性の要因であるため、3か月前と比べて景況感是不変である。
□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高騰が続いている。
□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車製造業において、二次三次の下請企業や更にその下請企業において、前年同月を上回る企業が増えてきた。ただし、大企業のような賃上げは難しいようである。
□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・人手不足感は強くなっており、新型コロナウイルス感染症が5類感染症の位置づけになることから、景気の回復や新規求人の増加が期待される。ただし、製造業では、受注が安定しないという声があるなど新規の求人は減少傾向にある。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は全体的に3か月前と比べてほぼ変わっていない。どの業種も多少の増減はあるが、大きな変化はみられない。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・季節要因で採用決定者数は下がる傾向にあるが、前年比でみると伸長している。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業は、原材料価格の高騰やエネルギー費、特に電気代の上昇が影響し、売上があっても利益が上がってこない状況である。また、製品価格に値上がり分を転嫁できず、経営を圧迫している。建設業も、原材料価格の高騰により利益が上がらないことに加え、仕事量は増加しているのに人材不足で請け負えない状況である。
×	—	—	—