

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）

（ー：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）	・人々のマインドがこの3年間の鬱憤晴らしに転じている。
	◎	コンビニ（店長）	・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、マスクなしも更に拡大し、今まで以上に人の動きが活性化。ビジネスではテレワークはそのまま継続するとみるが、出張などによる人の動きは回復する。
	◎	コンビニ（商品開発担当）	・物価高の影響はあるものの、行動制限もなくコロナ禍からの脱却が来客数に明らかにプラスに働いている。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・今後、インバウンドの増加が予想され、インバウンド需要で景気が良くなると見込む。繁忙に比例する形で人材不足が懸念される。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行と同時に行楽シーズン突入のため、今まで旅行を我慢していた個人客や法人旅行がどんどん戻っている。秋口の大型旅行の計画、海外旅行の間合せも徐々に生じており、景気急上昇の予感がする。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行した後の様子見で、旅行計画を保留する客もいる。来月以降、本格的に問合せが増えると予想する。
	◎	タクシー運転手	・ゴールデンウィークは企業が休みのためビジネスマンの利用がなく、歓楽街も人出が少なくなり一時的に売上は下がるが、2～3か月先は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・そろそろ新型コロナウイルス感染症が収束しウクライナの戦争も終わるのではないかと見込み、景気は良くなる。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になると、人との付き合いが以前と比べて自由になる。贈答品や冠婚葬祭関連も付き合いの幅が段々と広がるので3か月先が楽しみである。コロナ禍が落ち着いて日常が戻ってくることを期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・希望的観測ではあるが、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくれたら望みはある。
	○	百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークに入ると帰省客が見込める。海外からの客も少しずつ戻ってきており、結構高額商品を購入するため、売上に大きく貢献している。駅前の店舗のため、時間の合間に少し見ようという客が多いが、購入する客も多いため、売上は少しずつ伸びる。
	○	百貨店（総務担当）	・ゴールデンウィークは旅行需要が前年以上に見込まれる。弁当や土産需要などをしっかり取り込むため商品在庫を新型コロナウイルス感染症発生前以上にストックし、売り切れによる売上の取りこぼしがないよう対策をしている。日本人の海外旅行や海外での消費は致し方ないが、インバウンド需要に引き続き期待したい。
	○	百貨店（企画担当）	・5月8日以降は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、社会活動の制限が無くなることで日常生活が戻り、消費者の購買意欲が高まると想定される。外国人観光客の増加が見込めることも、大きな要因として挙げられる。実際に、ここ数年間動きが鈍かった紳士衣料雑貨も新型コロナウイルス感染症発生前には届かないものの、増加傾向が顕著にみられるなど、高額品や食料品以外の動きも活発になりつつある。
	○	百貨店（経理担当）	・夜がメインの飲食店は新型コロナウイルス感染症発生前の売上には戻っていないが、昼がメインの飲食店は、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻っている。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響から脱却しつつあり、人の動きが活発になる。
○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、より景況感が良くなる。また、インバウンド需要も本格的に高まる。	
○	百貨店（販売担当）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられることが決まったため、現状よりも良くなると期待している。インバウンドも徐々に増えてきており、回復要素はある。	
○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になれば、人の意識等含め変わってくるかもしれない。	

○	スーパー（店長）	・電気代がピーク時に比べ安くなったことで、少しずつ節約志向が緩和される。
○	スーパー（販売担当）	・マスクを外す人も増え、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い行動制限も撤廃されるため、盛夏に向けて更に客が増えて、売行きも良くなる。
○	コンビニ（エリア担当）	・電気代高騰などの不安はあるが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による人流回復、特にインバウンド消費に期待ができる。
○	コンビニ（店長）	・インバウンドの動き次第であるが、期待している。
○	コンビニ（店員）	・気温が上がるにつれて来客数が増える。
○	衣料品専門店（売場担当）	・今年の春闘は例年以上に多くの企業において賃上げがされたとの報道があるなか、ゴールデンウィーク明けには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、景気回復の後押しになる。
○	乗用車販売店（営業担当）	・大手企業を中心に大幅な賃上げが実施されそうなので、新型コロナウイルス感染症の落ち着きとともに消費意欲が上がってくるのではないかと。
○	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルス感染症の動向に注意が必要であるものの、人の意識が前向きになってモノの動きも出てきた。
○	乗用車販売店（経営者）	・ボーナスシーズンが近づいてくると動きが出てくるため、期待している。
○	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和により、客との接触も楽になり、客の声も聴きやすくなってきた。店頭誘致活動を活性化して店頭が明るくなればと期待する。しかし、いろいろな物の価格が上がったことで細かな出費が増え、今はなかなか大きな買物を考えることができないという声は根強い。
○	乗用車販売店（営業担当）	・少しずつ生産が回り始めている。5月8日以降新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になることで、世の中が動き始める。商品が入れば戦略も立てられる。
○	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、住宅、商業施設などで中規模の改修工事が多くなっている。新築工事については、金額の大きい物件はやや鈍いものの改修工事が増えているため、景気はやや良くなる。
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・ゴールデンウィークや夏のボーナスだけでなく各種イベントが開催され人流が活性化されることにより、物価高騰に慣れて賃金アップが浸透すれば、景気回復の見通しが出てくると期待する。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・5月より新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引下げとなるため、客足の動向を注視していきたい。
○	高級レストラン（経営企画）	・大手企業での飲食利用制限の解除を期待すると同時に、アフターコロナで新たな顧客、利用動機が創出されてくる。競争は激化する。
○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、客の動きが活発化する。
○	一般レストラン（従業員）	・外出する機会が増え、消費も増える。
○	一般レストラン（従業員）	・5月8日から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。既に周囲の人たちも来店客もマスクはしておらず、今までの通常の生活に戻りつつある。したがって、来客数も増える。
○	観光型ホテル（経営者）	・団体客の動きは小グループから中グループへと移行している。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が、5類感染症への移行が決定し新型コロナウイルス感染症は収束する様子になってきたため、小グループから中グループへの動きが更に加速する可能性が高い。2～3か月先の景気はやや良くなる。
○	観光型ホテル（支配人）	・ゴールデンウィークの宿泊予約が全国旅行支援の休止期間にもかかわらず好調である。5月8日からの新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に期待する。

○	都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドなどが戻り、5月8日以降は規制も無くなり人の往来も増えてやや良くなると期待したい。一方、清掃会社が客室清掃を30%値上げしたり、人手不足でアルバイトの時給や社員の給与を上げて人も人が集まらず、採用コストばかりかさむ状態である。経費上昇に売上、特に客単価上昇が全く追いつかず厳しい。
○	旅行代理店（経営者）	・急激な需要喚起では、注文があっても企業は体力低下により対応できず仕入れができない状況になるので、緩やかな上昇を期待したい。
○	旅行代理店（経営者）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行しマスクを着用しない人も増え、5～7月は少しずつ景気が良くなる。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症にまだまだ左右され、曜日にも左右されつつも客足が増えている。繁華街駅周辺の百貨店等も週末は非常に人出が多い。この状態が続けば、今より徐々にでも景気は良くなっていく。
○	通信会社（営業担当）	・まだ半導体不足は機器の値上がりに影響しているが、情報機器端末等の滞留は解消されつつある。僅かではあるが良い方向に向かっている。
○	テーマパーク（職員）	・今後もインバウンドが増える。
○	ゴルフ場（支配人）	・6月の入場者予約数は、前年同日と比べ順調に推移しており、このままでいけば悪かった今年よりは景気が良くなる。ただし、新型コロナウイルス感染症対策も5月から緩和され、コンペの予約数は増えているが、パーティーの売上は伸びず低迷している状況である。
○	美顔美容室（経営者）	・4月からキャンペーンセールが始まっており、新規の客が見込める。
○	美容室（経営者）	・2～3か月先は少し暑くなってくるため、パーマ、カットの客が増える。
○	住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークで集客が期待できる。その流れはボーナスシーズンの6月まで続くと見込む。
□	商店街（代表者）	・年配者を中心に自粛が定着してしまった。新型コロナウイルスの新規感染者がなく、ワクチンを打つ必要もないという状況にならない限り、ずっとこのまま変わらない。
□	商店街（代表者）	・人出は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるものの、物価高が続いており、全体としては景気の変動はさほどない。
□	商店街（代表者）	・人出は順調に回復しているが、消費金額は比例して増加していない。
□	商店街（代表者）	・人々の関心が薄れつつある新型コロナウイルスの新規感染者数が、5月に入って再び増加すると、一旦戻ってきた人出が今後また減少する。
□	一般小売店 [高級精肉] (常勤監査役)	・余り世の中は伸びていない。
□	一般小売店 [結納品] (経営者)	・小売業が持ち直すのはまだ先になる。秋頃の回復と考える。
□	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)	・日本銀行の政策、ウクライナ情勢、電力・エネルギー等の先行きがどうなるのか非常に不透明で、先行きは分からない。
□	一般小売店 [生活用品] (販売担当)	・食品や生活必需品の値上がりがまだ響く。
□	一般小売店 [書店] (営業担当)	・これから2～3か月程度は販売量が落ち着く。
□	百貨店 (経理担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行及びインバウンドの増加によって、レジャーや飲食を中心に活発な関連消費が見込まれる一方で、物価高に伴う消費者の買い控えが進むことで、景気は全体として変わらない。
□	百貨店 (販売担当)	・ファミリーでの来店客が増え、夏雑貨はまだ動いていないが期待できそうである。
□	百貨店 (計画担当)	・買上客数の増加は続くと考えるが、物販に対する消費額が減少しており、特に高額品で買上の減少がみられる。
□	スーパー (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第9波がなければ、やや良くなるとみるが、悩ましい。
□	スーパー (店員)	・物価上昇の高止まりを実感しているように見える。安価な物で済ませる傾向が続く。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・先行きを見通すのは難しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・ゴールデンウィーク等で一時的に需要の高まる業種もあるが、諸原料費が高止まりしており、全体としての景気は上向かない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・この先により良いイベントが余りないが、新型コロナウイルスの感染状況が収束し、皆が外出している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・今年に入って現在の状況が継続しており、しばらくはこのままが続くと見込む。当地域にまでインバウンドが戻ってくれば、更に良くなることが予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・仲間内で自宅に集まって飲み会などを開くことがまだない。2リットルサイズの飲料やビール類の売上がなかなか戻らない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コロナ禍の収束に伴い人流は活発になるため、確かに景気が上向く要素はある。しかし、貯蓄が十分ではない家庭においては、公共料金等様々な支払への備えから一般消費に回す金を控える傾向になる。プラス要素とマイナス要素があり、結果として状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・全国旅行支援の予算到達による終了のため、行楽需要は一旦落ち着くと想定する。夏休みに入れば、ある程度行楽需要に期待できる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業界の利益を押し下げる物価高や水道光熱費の高騰には、出口の見通しが立っていない。ただし、これからは盛夏の時季を迎え小売業界はトップトレンドとなるため、景気の先行きに対して悲観的な状況ではない。メリット、デメリット共に存在するため景気は変わらないとみる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールに入っているが上代が元々高い設定の品が多いため、数は売れない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・部分的に良くなっている商品もあるが、全体ではまだ回復とはいかない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価の上昇が止まらない上に賃金の上昇率が低い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・引き続き新車の納期遅延が続いており、今年一杯はこの状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・ガソリン代の値上がりも続いているなか、これ以上変わる要素はまだない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・客の動きは良くないが、問合せがないわけではない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・中古車価格が高騰しているイメージを客はまだ持っているため、うまく商談がまとまらないケースが出ている。本来は適正価格に戻っただけであるが、以前のネット情報を元に来店する客も多く、今の査定価格に納得できず他社にも多く査定訪問するようになっている。新車の注文数は目標を下回っていて、しばらくは低調が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車が投入されるとリセール価格の高い車に多くの方が飛び付くため販売台数は増えるが、納期が発売から1年以上掛かる場合がほとんどである。今後も新車の投入が続くため、販売台数は確保できるが登録に結び付かない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新車は少しずつ入ってくるようになったが、今度は下取りの価格がかなり暴落し始めており、難しい段階である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・気温が上がり新型コロナウイルス感染症も収まり、人出は少しずつ多くなるが、とにかく物価が上昇している。好景気は余り望めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・原材料費の値上げに歯止めが掛からない状況が当分続く。利益確保を優先するか、顧客確保のため企業努力によって現状維持で販売していくかとも難しい状況である。当面景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・やはり諸物価の上昇は本当に厳しく、それに尽きる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・景気の気の部分が全体的に上がってこないことには、明るい兆しがみえてこない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価上昇のため客は無駄な消費は省きたいというが、購入金額自体は変わっていない。より効率的に売上、利益を確保できている。
<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。

□	旅行代理店（経営者）	・1年で1番稼げる時期に入るため、この3年間販売できなかった海外旅行をもっと販売したい。しかし、価格が見合わないという声があり、夏は国内志向という声も多い。当エリアではレジャー路線の定期便運航が少なく、欧州へはまだ直行便が運航されていない状況で、海外旅行が中心の当社としては、経営が厳しい状況がまだ続く。
□	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前とアフターコロナでの生活スタイルの変化がみられる。実店舗での購入から通販や自販機での購入などへ移行している。郊外の駅周辺でも、タクシー運転手、レストラン等の人手不足により、営業時間の短縮など徐々に影響が出ている。
□	タクシー運転手	・全く上向かない。
□	通信会社（企画担当）	・インバウンドも含めてアフターコロナの活況が期待できる業種もあるとみるが、物価高の影響も続くため、中小企業の賃上げがどの程度進むかによって景気は左右される。場合によっては変わらない可能性もある。
□	通信会社（営業担当）	・先行きは変わらない。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・今後は物価が今以上に上がり、それに対して給与引上げが追い付いていかない。
□	美容室（経営者）	・公共交通機関で来店していた客が新型コロナウイルス感染症の影響で来なくなり、新型コロナウイルスの感染状況が収束しても戻らず、残念である。
□	美容室（経営者）	・物価がかなり上がっているため、無駄遣いをしない客が少しずつ増える。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・求人単価の上昇と仕入原価の高騰が短期間で解消することはない。
□	住宅販売会社（従業員）	・大きく変化する様相はみられない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期でどれだけ人が動くか未知数だが、新型コロナウイルス感染症発生前までに回復することを期待している。
▲	商店街（代表者）	・電化製品の価格高騰が激しいため、消費者には割高に感じる商品が多い。したがって、買い控えが発生する。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費者の買い方も、より慎重になる。
▲	スーパー（店長）	・値上げによる購買意欲の減退で買上点数が減少し、値上げによって1品単価が上がっても、客単価は前年割れである。
▲	スーパー（店員）	・担当部門では7月からの再値上げが控えており、更なる販売点数減少のリスクが大きい。
▲	スーパー（店員）	・ゴールデンウィークに散財した反動で購入が控えられる。
▲	スーパー（総務）	・物価上昇により売上は維持しているかのようにみえるが、販売量が減少しているため、景気低迷といえる。客の財布のひもはより固くなった。
▲	スーパー（販売担当）	・値上げの基調は止まる気配がなく、卵生産の復調も遅いようである。まとめ売り、クーポンやレジ割での割引企画もマンネリ感がある。小売店ではプライベートブランドの拡販による利益確保の動きが多く、アフターコロナの消費スタイルを提起できていないため、良くなる力に欠けている。
▲	コンビニ（店長）	・仕入商品値上げの影響により、販売量が落ちている。ライフスタイルの変化も影響している。
▲	衣料品専門店（店長）	・現在は経営的に好調な客も、経営には非常に不安を抱いており、プラスアルファの購入を避ける傾向にある。客が購入する商品の種類においては、値上げされたナショナルブランド商品からプライベートブランド商品への転換が散見される。
▲	家電量販店（店員）	・なかなか購入が決まらないパターンが多い。購買意欲が余りないように見受けられる。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・コロナ禍の巣籠り需要でエアコンやパソコンが好調だったがそれも終わり、旅行などのリベンジ消費が活発になるのではないかと。白物家電は値上がりした商品も多く、家電には必要最低限しか支出しなさそうである。
▲	旅行代理店（経営者）	・個人向けの全国旅行支援が予算一杯になってきており、各地で予約停止されているため、販売ができない。
▲	通信会社（サービス担当）	・異動等が少なくなるため、今より悪くなる。

	▲	観光名所（案内係）	・今後もいろいろな物の値上げが予定されており、とても景気が良くなる可能性はない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体で売上は下降傾向で、今は踊り場のような状態にある。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上がり生活が厳しくなると考える。
	▲	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、景気は良くなる気もするが、全体として景気が上向きになる要素はみられない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・ウッドショックに続き国内の建材も値上がりし、これから人件費も上げるとほとんど利益が残らない。仕事を取れば取るほど赤字になる。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・2～3か月先に案件となるような見積依頼や受注が減少している。
	×	乗用車販売店（従業員）	・ほとんどの人は給料が突然上がることはなく、今上がっている物価が急激に下がることもないとみられるため、当分景気が悪い状態が続く。
	×	設計事務所（経営者）	・全く案件確保の見込みがない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・建築資材の値上がり激しく、利益がなかなか出ない。どうしても販売価格を上げざるを得ない。今後の見通しが立たない状況である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅をローコストで建築し、消費者が購入しやすくするという考えがあるようだが、少子化により、新築住宅を購入したいというマインドは、地方にはない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人々の行動が新型コロナウイルス感染症発生前のように戻ると良い。しかし、物価の上昇は日常生活を圧迫している。
	○	化学工業（営業担当）	・一部、電材向けの需要が回復する見込みである。
	○	化学工業（総務秘書）	・5月8日から新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になることにより、お墨付きで行動できる解放感から活気が戻り、景気は上がる方向に進む。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・期待値も含めてやや良くなると判断している。ただし、ウクライナ問題など不安定要因もあるため、状況が急変する可能性もある程度あって予測は難しい。国内では、中小企業まで賃上げの波が広がるかどうかは鍵になる。
	○	通信業（総務担当）	・人の移動が活発になると購買やサービスの需要が増え、必要な物を皆が購入するため、モノの需要も増える。
	○	金融業（従業員）	・卵など食材高騰の点で若干不安はあるものの、客の動きは活発化しており、将来においても比較的景気は良い方向に動く。
	○	不動産業（経営者）	・急速なアフターコロナの影響は、業界を活発化させる。
	○	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横ばいから増加傾向で推移すると考えるが、外出や遠出をする人は更に増加すると予測する。売上は増加していき、前年を上回る状況が続くと見込む。
	○	広告代理店（制作担当）	・マスク着用の緩和等により、夏に向かってのイベント企画も積極的に動き始めている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の政策には当分大きな変化がなさそうで一安心である。円安が続いているため我々ものづくりにはきっとチャンスがくる。経営者は電気自動車について大変心配しているが、従業員はまだ実感していない。無人化できる場所は早くすべきと考える。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・ゴールデンウィークでの人出の増加、小売店や外食向けの販売量の増加に期待したい。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料、資材、運賃等全てにおいて値上がりで、製品価格への転嫁はいまだに難しく、採算面で苦戦している。3か月先もこの状態が続き、今と同様の景気とみる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・今月から全体的に若干受注量が上向いたが、更に伸びそうな要素がないため、変わらない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・足元の繁忙状況がある程度は継続すると考えるが、価格転嫁が進まないため収益的にはかえって厳しく、見通しづらい。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・原材料費は下がらず、一部納入されてこない部品もまだあり設備の納期が長くなっているため、成約が難しい状況は変わらない。
□	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。	

□	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・客先の生産計画では、しばらく上がりも下がりもせずこのまま続くようである。
□	輸送用機械器具製造業 (管理担当)	・配置転換で残業のない職場へ異動となり、生活が更に厳しくなる。どうすればよいのか分からない。
□	建設業 (役員)	・今、消費者には住宅購入の意識が弱い。住宅税制での優遇などの後押しが必要である。
□	建設業 (経営者)	・政府の国民に対するアピールが弱くはつきりしない。景気は良くも悪くもならない。
□	建設業 (営業担当)	・年度替わりで、今まで手を付けていない仕事や事業が遅れながらも進む状況になってきたが、元々やれていないものを補填することが景気回復といえるのか。物価高は続いているため、物品購入の際にはやはり損失が大きく、素直に喜べない状況が続く。
□	輸送業 (従業員)	・売上は上がっても、それに伴う支出はもっと増えている。中小事業者は、賃金を上げたいところだが諸経費増加のあおりを受けてとても上げられる状況ではないようだ。運送業も例外ではない。
□	通信業 (法人営業担当)	・生活必需品の値上げラッシュが庶民の暮らしを直撃している。コロナ禍が収束するとはいえ、消費者の心理はかなり冷え込んでいる。景気が上向くとは思えない。
□	通信業 (法人営業担当)	・人の消費が増えるには、サービスを提供する側にも、金を使えるような創意工夫が必要である。コロナ禍で染みついた将来への不安からの脱却なくして、消費の再燃はない。
□	金融業 (企画担当)	・大手企業では賃金のベースアップ等が報道されているが、中小企業は容易には引上げが困難である。物価は上昇しており、賃金が広く上がっていかないと個人消費も伸びず、景気回復には結び付かない。
□	行政書士	・現状維持である。
□	会計事務所 (職員)	・物価の上昇もあり、従業員に対する賃上げを従来よりも多めにしたいと考えている顧問先が多い。ただし、昇給に伴って社会保険料や税金が増加するため、手取額は思ったほど増えず、消費へ回る割合は少ないと見込む。
□	会計事務所 (職員)	・物価高が続き消費者の財布のひもが一層固くなっている。一方で仕入価格は交渉の余地なく値上がりし続けているため、事業者には利益が残りづらい状況となっている。賃上げが実施されているといわれるが、体力のある一部の大手企業だけである。今後、景気が良くなるとは考えられない。
▲	食料品製造業 (営業担当)	・受注量、販売量が戻る要素が見当たらない。
▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・製造業者が値上げした分がこれから製品価格に転嫁されて市場に出回ると、需要が減少する。
▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・3か月後の売上予想は前年同期比で減少していることから、やや悪くなると見込むが、受注残高は前期比で増加しているため、一時的なものだと判断する。
▲	輸送業 (経営者)	・人手不足の解消が見込めないなか、賃上げの原資確保もままならず、時間外労働の割増賃金率上げによる利益圧迫が加速すると見込む。
▲	輸送業 (エリア担当)	・半導体関連の荷動きが鈍い。
▲	輸送業 (エリア担当)	・下請の協力会社からは値上げ要請が多数きているが、売上は上がっていない。
▲	不動産業 (開発担当)	・資材や人件費の高騰を価格に転嫁できない。
▲	新聞販売店 [広告] (店主)	・用紙代の値上がりや各種経費の値上げなどの影響で、折込広告の受注は今後とも少ないと予想する。
▲	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症の影響も余り無くなり、取引量などは落ち着いている。今後、他社との差別化などの企業努力ができる企業とできない企業で景気に大きな差が出る。また、4月の労働基準法の改正により、中小企業の負担が増すことが懸念される。特に中小企業は、物価高に見合う賃上げができていないため、今後ますます人手不足で悩まされることも予想される。そのため運送業や製造業は景気の悪化が懸念される。
×	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・物価がかなり上がっているにもかかわらず、給料が上がらない。景気はまた悪くなっていく。
×	鉄鋼業 (経営者)	・先の話がなく、目の前にある仕事を淡々と消化している。物量が全く増えておらず、4～6月の案件がほぼみえていない状況である。

	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、販売先の動向をみても拠点を閉鎖するなどの動きが出ている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・派遣契約更新時期に当たる6月で、派遣人材の入替え需要が見込める。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車産業各社では半導体不足による生産調整はおおむね収まっており、5月以降は新型車種の販売も見込まれ多忙になると予想する。ただし、中小企業においては増産になった際の人手不足が心配である。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・観光関連の動きがますます活発になる。
	○	職業安定所（職員）	・あらゆる産業で人手不足感が強まっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ゴールデンウィークを境に、転職潜在層では秋頃を視野に入れながら活動を始める人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感染症の5類感染症への移行を受け、医療機関の採用も積極的になっている。特に看護師の採用については、3月時点で前年の求人依頼数を上回っている。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特段の変動要素はない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・賃金上げが実施されても増税への不安が強く、景気回復へ向かう傾向はみえない。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業の利用はまだ様子見のため、この先もまだ変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・給与を引き上げないと採用が難しくなるため、中小企業は採用難になっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・例年春先は新卒エンジニアの配属に注力し、経験者向けの引き合い獲得が鈍化する傾向があるが、今年は新卒エンジニアの配属決定が順調なので、早めに経験者向けの引き合い獲得にシフトできる可能性が高い。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンドなどによる観光業の活況は良い要素だが、その他の業種はまだ回復していない。さらに、製造業、建設業を中心に慢性的な人手不足で業績拡大が難しく、現状レベルの維持と考える。
	□	職業安定所（所長）	・人手不足の声は強くアフターコロナでの企業活動の回復が期待される一方で、物価高騰、原材料不足の影響は続くと思われる。コロナ禍における融資の返済も本格化し、企業の事業活動への影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・物価高や原料価格高騰の影響か、製造業や運輸業の求人数が横ばい傾向にある。全産業での求人賃金の上昇はみられないため、物価高の影響が労働者の生活に強く影響し始めている。
	□	職業安定所（職員）	・前年同月と比べ求人が減少している。原材料の価格高騰、物価上昇等、今のところ景気を引き上げる要因が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・現状維持程度で進む。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行しても、原材料価格やエネルギー費が高騰しており、利益率が上がりず経営が厳しい状況が続く。飲食店やホテル・旅館業は、利用者が増加し少しずつ経営が回復していくと見込む。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・正社員登用も例年並みに戻ってきたことから、年単位、スポットでの派遣需要は減少を見込む。業界によっては、景気回復によりニーズが高まると期待する。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へと移行するなど、かつての日常に戻るなかで、求人・求職者の動きについても例年のトレンド並みになると推察する。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・物価高騰に対して賃金上昇が追い付かない。	
	×	—	—