

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 | ・団体旅行についてはいまだに50%程度の回復率で推移している。全国旅行支援の効果がいつまで継続するか注視している。 |
| | ◎ | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・問合せも多く客の様子も前向きで、販売量を含む全体的に3か月前より良い。 |
| | ◎ | 観光型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・全国旅行支援の受付が終了したが、宿泊者数の落ち込みは限定的である。回復が遅れていた宴会も、徐々に回復している。 |
| | ◎ | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響を受けない旅行シーズンの到来を、仕事量からも痛切に感じる。毎日、旅行関連の問合せが入っており、団体旅行も実施している。世の中は完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。 |
| | ◎ | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行が決まった辺りから団体旅行の問合せが増え、確実に取扱は増えている。ただし、秋口に実施する案件が多く、新型コロナウイルス明けに一気に出発するという状況ではない。 |
| | ◎ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・主要客層の高齢化により、来客数は天候に左右される。2～3月頃は寒くて1年の内でも最も来客数が少なかったが、気候とともに景気も良くなっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・飲食店などは若い人がかなり増え、旅行も若い人を中心に増えている。ただし、金を持っている高齢者層は、旅行も消費も自粛気味の状況が続いている。 |
| | ○ | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子 | ・人との付き合いは活性化してきている。コロナ禍が一段落し自由に行動できるようになったため、冠婚葬祭の参加人数も増えた。来客数や購入金額も増えており、元の付き合いに戻るようになってきている。 |
| | ○ | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・ビールの売上は引き続き好調を維持し、門前町の人出も新型コロナウイルス感染症発生前の90%くらいまで回復している。 |
| | ○ | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・ゴールデンウィークは、全国旅行支援の対象期間外で客足が落ちると見込んでいたが、想定以上の来客数や売上となった。売上はコロナ禍の時期を上回り、伸び率では4月を上回る見込みである。引き続き高額消費の需要が多いことに加え、旅行需要でのスーツケースや旅行雑貨、マスクを外す場面が多くなったことによる化粧品の売上も大きく伸長している。 |
| | ○ | 百貨店（経理担当） | お客様の様子 | ・ゴールデンウィークには活発な人流と消費がみられた。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後も、宿泊や飲食など移動を伴う消費が好調を継続している。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・百貨店周辺の人の動きはかなり増えているが、百貨店への来客数はイベントに左右される。客単価は少し下がっている。 |
| | ○ | 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5類感染症移行後は消費者のマインドが変わりつつあり、来客数の増加につながっている。中旬に開催した物産展も好調に推移した。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・インバウンドは増加傾向で、アジアの中でも中国の比率が下がり東南アジアの比率が上がった。欧州からの客も増加している。 |
| | ○ | 百貨店（計画担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により来客数が増えている。外国人を含む観光客も増えてきており、特に土日の来客数の増加が顕著である。 |
| | ○ | 百貨店（営業企画担当） | 来客数の動き | ・マスク着用ルールの緩和前と比較して良くなっている。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行もあり、マスクを外す人も目立ってきた。 |
| ○ | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・今年のゴールデンウィークは外出や外食に客足が流れ来客数の減少を予想したが、前年と変わらない客の来店があった。帰省の手土産が好調で、売上アップにつながった。 | |

| | | | |
|---|-----------------|--------|--|
| ○ | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・陽気が良くなり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いており、友達同士で飲物、菓子や食材を買い出しする姿が増えた。 |
| ○ | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・商品の値上げによる客の買い控えは依然として続いている。コロナ禍に伸長したマスク等の落ち込みは顕著であるが、日焼け止めやリップ等が上向いている。夏に向けた商材の動きは前年より良い。企業の取組次第で格差が出ている。 |
| ○ | コンビニ（企画担当） | 販売量の動き | ・前月に続きほぼ全ての店舗で売上が前年を上回っている。海外からの旅行者もかなり増えているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。 |
| ○ | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・ゴールデンウィーク明けは一時的に販売が落ち込むことが多いが、今年は通常商品に加え、例年より酒や菓子などの売上が週末を中心に良い。 |
| ○ | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことで来客数が回復し始め、それに伴って販売量が増加傾向にある。 |
| ○ | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・前年比で来客数は1割前後増えている。インバウンドの来客数も少しずつ増えており、良い状況が続いている。 |
| ○ | コンビニ（商品企画担当） | 単価の動き | ・来客数は3か月前と比較しておおむね横ばい傾向であるが、昨今続く商品の値上げや高単価商品の購入割合が高くなっていることから、売上は伸長傾向にある。 |
| ○ | コンビニ（店員） | 販売量の動き | ・前月導入された人気雑貨ブランド商品の認知度が高まり、販売量が増えた。 |
| ○ | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・前年から来客数の減少が続いていたが、今月は前年比約3%の改善がみられた。前年はなかった法人客からの注文が増えている。 |
| ○ | 衣料品専門店（販売企画担当） | 販売量の動き | ・今までは在庫で回していたが、仕入先からも新しい企画や商品がちらほら入るようになってきている。 |
| ○ | 衣料品専門店（売場担当） | お客様の様子 | ・2～3か月前と比較すると客の購買意欲が出てきた。全体の売上には大きな変化はないものの、1人当たりの購入単価が上がっている。 |
| ○ | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・新型車の受注では新規客が多く、受注の総量が増えている。 |
| ○ | 住関連専門店（営業担当） | 販売量の動き | ・飲食店を始めリニューアル工事が多くなっている。 |
| ○ | 高級レストラン（経営企画） | 来客数の動き | ・ゴールデンウィーク明けは例年どおり少し売上が落ちたが、週末には前年を上回る来客数があった。ただし、平日の夜はまだ厳しい状況である。 |
| ○ | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・客から、高級店に行く回数が増えたと聞いた。 |
| ○ | 一般レストラン（経営者） | それ以外 | ・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、日本全国でインバウンド、アウトバウンドの景気が非常に良くなった。ただし、小さな店1軒1軒としては、まだまだである。 |
| ○ | 一般レストラン（従業員） | お客様の様子 | ・客はマスクなしで来店し、新型コロナウイルス感染症発生前と同じような感覚で飲食してくれる。大変有り難い。 |
| ○ | バー（経営者） | 来客数の動き | ・人出は良くなっており、特に深夜帯は若者が多い。ただし、2次会、3次会などはまだまだない。 |
| ○ | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | お客様の様子 | ・株価が上昇し、新型コロナウイルス感染症の制約もなくなり雰囲気は上向いているが、物価上昇がとげになっている。 |
| ○ | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・今月は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行された影響で新型コロナウイルス感染症に対する抵抗感が減り、来客数が増えている。 |
| ○ | 都市型ホテル（営業担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類感染症に移行したためか、コロナ禍で食事を自粛していた企業や個人の利用が増えた。 |
| ○ | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症に移行して、遠方のセミナー・海外旅行の間合せ需要が増えつつある。夏から年末に向けて大変期待している。 |

| | | | |
|---|------------------------|--------|---|
| ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ゴールデンウィーク中はビジネスマンの利用が少なく売上が減ったが、ゴールデンウィークが明けると通常に戻った。特に天候の悪い日などはフル稼働で、配車センターも配車ができない状態になる。若い人たちはスマホアプリでタクシーを利用することが増えており、それもタクシーが忙しい原因の1つである。 |
| ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・特に気になることはない。 |
| ○ | テーマパーク (職員) | 来客数の動き | ・インバウンドが増えてきた。 |
| ○ | 美顔美容室(経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が収束し、これまでマスク生活が長かったため口元の肌荒れなどが気になりお手入れのため来店する客が増えた。 |
| □ | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・人の流れは大分回復してきたが、消費には慎重なようで財布のひもは固い。品物1つ買うにも十分比較検討してから購入する客が多く、多くの人が余り無駄な物を買わないように努めている様子がうかがえる。 |
| □ | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・週末にかけて来客数は上昇し、特に外国人観光客が増えてきた。ただし、客単価は相変わらず低く、売上金額は微増である。 |
| □ | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・季節要因により増加したが、光熱費や食品の値上げ等の影響により、相対的に変わらない。 |
| □ | 一般小売店[高級精肉] (常勤監査役) | 販売量の動き | ・景況感には本当に横ばいで推移している。 |
| □ | 一般小売店[酒類] (経営者) | 販売量の動き | ・飲食店への来客数は、僅かであるが引き続き回復傾向にある。しかし、飲食店での飲料の販売量はそれほど戻っておらず、ワンドリンクあるいは水のみ注文はまだ多い。当社スタッフの業務は、定時前の完全終了が続いている。 |
| □ | 一般小売店[生花] (経営者) | お客様の様子 | ・母の日のギフトに関して、コロナ禍で外出が規制されていたころは花を贈る客が多かったが、自由に出掛けられるようになった今年は、来客数、販売量共にやや少なかった。 |
| □ | 一般小売店[生活用品] (販売担当) | 単価の動き | ・コロナ禍が明けて来客数は増えているが、以前より客単価は下がっている。 |
| □ | 百貨店(販売担当) | 販売量の動き | ・ゴールデンウィークは来客数も伸び、久しぶりに買物に来たという客も多くあった。ただし、ギフト需要はあるものの低単価商品が多い。さらに、自家需要は減少傾向にあり物価高の影響が見え始めている。 |
| □ | スーパー(経営者) | 販売量の動き | ・行動制限が緩和となり、ゴールデンウィークは期待どおりであったが、現在は余り良いとはいえない。 |
| □ | スーパー(店員) | 販売量の動き | ・調味料など日用品の新たな値上げがほとんどなく落ち着いているものの、現状では高止まり感があるため変わらない。 |
| □ | スーパー(店員) | 販売量の動き | ・最低限の数量のみの買上状況が続いている。 |
| □ | スーパー(販売担当) | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークは、旅行やバーベキューなどの材料を買いにたくさんの来客があった。しかし、金を使い過ぎてそれ以降は抑え気味である。 |
| □ | 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分類が5類感染症へ移行されたことにより生活全体に動きが出てきたが、外食の伸びにより内食需要は抑えられている。来客数、客単価共に、大きな変化はない。 |
| □ | コンビニ(エリア担当) | 来客数の動き | ・値上げ効果で客単価は上がっているが、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に全く戻らない。 |
| □ | コンビニ(店長) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の影響で人の往来が戻り、来客数も若干増えた。 |
| □ | コンビニ(本部管理担当) | それ以外 | ・売上は前年比106.5%と好調である。コロナ禍が落ち着き売上はここ数か月好調を維持しているが、水道光熱費の高騰で利益は前月比100%未満の店も多数存在する。最近では、本部より水道光熱費の補填をしなければ生計が成り立たない店も発生している。物価のバランスが崩れている状況で、我々としては利益を捻出する手段が少なく、経済状況の好転が必要である。 |

| | | | |
|---|-----------------------------|---------|---|
| □ | 家電量販店（店員） | 単価の動き | ・低めの予算で来店しても単価の高い商品を勧めると購入する客が多い。結果として例年並みの売上を維持している。 |
| □ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・生活の基礎となる電気代や燃料費等の高止まりは続き、食料品価格もじわじわと上がってきている。客も生活防衛のため余計な物は買えないと言って、なかなか新車の話題に乗ってくれない。これからの暮らしに余裕を見いだしている客は、まだ少ない。 |
| □ | 乗用車販売店（従業員） | 単価の動き | ・半導体の供給遅れははまだ解消されていないが、以前と比べると納車までの期間が短くなっている。 |
| □ | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・世の中は新型コロナウイルス感染症対策から解放されてきているが、車の生産遅れはまだ回復してこない。入荷の遅延が発生することで客にもはっきりと納期が伝えられず、受注も伸びてこない。 |
| □ | 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 | ・前月同様、来客数には回復の実感が無い。まずは1年を通じて動向を注視していく必要がある。 |
| □ | その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当） | お客様の様子 | ・物価高により消費を抑制する動きはあるものの、それ以上に賃上げや株価の上昇など明るい話題も多く、購入を控える動きは見られない。 |
| □ | 都市型ホテル（総支配人） | 来客数の動き | ・宿泊は5月後半から伸び悩む。6月は予約が少なく価格も低迷している。宴会は5月8日以降に予約が増えてきた。レストランはランチが少し戻ってきたが、夜は厳しい状態である。 |
| □ | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・ターミナル駅前や都心部など当地域の中心地では、新型コロナウイルス感染症対策の緩和で客が動き始め、人出が増えている反面、地方の拠点都市では商店街の人通りも減少し、目を覆うばかりである。 |
| □ | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・新規獲得件数は余り伸びていないが、解約件数も低めで推移しており、客が動かない環境にある。 |
| □ | テーマパーク職員（総務担当） | お客様の様子 | ・来客数は前年4月と比べて94.3%と下がっているものの、平日の来客数には余り変化がない。近隣からの客には変化がなく、少し遠方からの客は違う遊戯施設や観光地に足を伸ばしているとみている。 |
| □ | 観光名所（案内係） | お客様の様子 | ・来客数が以前と比べて減少している。なじみ客が非常に少なくなった。新しい客が定着するには、しばらく時間が掛かる。 |
| □ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・客の話では、ゴールデンウィークなどに外出した人が多いが、物価上昇のため経済的に懸念している人も多い。 |
| □ | その他サービス [介護サービス]（職員） | 販売量の動き | ・新年度に入って、どちらかという受注量は落ち着いている。 |
| □ | 住宅販売会社（経営者） | 競争相手の様子 | ・売り物件が出てこないため、売上が上がらない。古い物件はあるが新しい売り物件が出てこない。売り物件数は少しずつ少なくなっており、全体として売行きが悪い。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・販売量は横ばいが続いている。 |
| □ | その他住宅 [展示場]（従業員） | 来客数の動き | ・変わらず悪いままである。 |
| □ | その他住宅 [不動産賃貸及び売買]（営業） | 販売量の動き | ・ゴールデンウィークもあり、月初に伸び悩んだ。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・ウクライナ問題はそろそろ解決に向かうと皆が言っている。 |
| ▲ | 一般小売店 [結納品]（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症対策の緩和でもう少し上向くと考えていたが、全く駄目であった。 |
| ▲ | 一般小売店 [書店]（営業担当） | 販売量の動き | ・今月後半から円安が進んできた。 |

| | | | |
|----|-------------------|--------|---|
| | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・在庫を余り持っていないため注文後に取り寄せをすることがあるが、最近注文を承っても数日後にキャンセルする客が多い。在庫があった旨を連絡すると他で購入したからもう必要ないという客が多く、店頭でサイズだけ合わせてインターネットで購入する客が増えているのかもしれない。 |
| ▲ | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・6月からの値上げに備えて買いだめをする客があり、数字の上では5月の売上は開店以来の出来高となっている。 |
| ▲ | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・値上げが続いている。販売量は90%前半であるが売上が100%前後なのは単価上昇によるものであり、決して好調とはいえない。 |
| ▲ | スーパー（総務） | 単価の動き | ・全てに物価上昇が影響している。 |
| ▲ | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・来客数は依然として減少傾向にある。公共料金の支払に精一杯ではないか。支払の督促状を持参する客も明らかに増えている。 |
| ▲ | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・一見客は、来店しても価格設定が高いため何も言わずに帰る客が多い。値上げラッシュが続く昨今、洋服の購入は後回しになっている。 |
| ▲ | 衣料品専門店（売場担当） | 単価の動き | ・3か月前は繁忙期で売上はかなり良かったが、暑くなる途中の時期で半袖などのシャツ類が多くなり、今月はスーツの売上が少ない。 |
| ▲ | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | 来客数の動き | ・来客数が少ない。エアコンやテレビが前年より売れていない。 |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・人気車種のほとんどは注文が終了して受注停止になっており、前年比で大幅に販売台数を落としている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・物価が上がっても給料が上がっていないことが最大の原因である。 |
| ▲ | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・客は戻ってきているが、全国旅行支援が予算枠一杯で停止中の都道府県が多いため、成約に結び付いていない。 |
| ▲ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・新しい税金が導入される。 |
| ▲ | 通信会社（サービス担当） | 販売量の動き | ・光回線の新規申込みが減り、固定電話の解約も目立っている。 |
| ▲ | ゴルフ場（支配人） | 来客数の動き | ・5月は連休最終日の土日を含め週末に雨が多かったこともあり、入場者数は伸び悩んだ。前年、前々年の5月は好調であったが、今年は大きく入場者数を落とした。今年の1～2月は好調であったため、3か月前より景気はやや悪くなったと判断する。 |
| ▲ | 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 | ・段々と気温が上がり忙しくなる時期であるが、客が余り来ない。 |
| ▲ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・物価上昇と光熱費高騰の影響である。 |
| ▲ | 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） | お客様の様子 | ・高度経済成長期に新築された大きな家を相続で取得した今の持ち主は、核家族化で一緒に住む人数も少ない。大きい家は不要でもっと小さい方が良く考えても建て替えるほどの金銭はなく、リフォームにもばくばくの費用が掛かる。住宅所有はリスクであると口にする客が増えてきた。 |
| ▲ | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | お客様の様子 | ・客先の仕事が細かくなってきた。月々の予算調整や管理が厳しくなっている。大手企業が相手でもこの先が心配である。 |
| × | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数は前年比95%程度で推移している。 |
| × | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・元々この時期は需要が少ない月だが、メーカー内の事情で受注が更に延期となった影響もあり、とても厳しい状況である。 |
| × | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・仕事は少ないままで、特に今月はほとんど仕事をしていない。 |
| 企業 | ◎ | — | — |

| | | | | |
|------------------|----------------------------|-----------------------------|--|--|
| 動向 関連 (東海) | ○ | 窯業・土石製品 製造業（社員） | 受注量や販売量 の動き | ・平均して客の稼働率は下がっているが、この時期に新規 開発を進める動きがあり、新しい形状や材質の相談や試作 品の受注は増えている。 |
| | ○ | 建設業（役員） | 受注量や販売量 の動き | ・ゴールデンウィークも終わり、客は落ち着いて住宅の検 討を行っている。集客数はまだ伸び悩むため、在庫物件の 値引き商談で成約できている状況である。 |
| | ○ | 通信業（総務担 当） | それ以外 | ・前年と比べて市内には観光バスや他県ナンバー車が非常 に多くみられ、駅前通りを歩く人も多い。個人的には、自 宅のリフォームが始まってハウスメーカーを通じて多くの 各種下請先に仕事が発注されている。 |
| | ○ | 通信業（法人営 業担当） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行によっ て人出が元に戻りつつある。ただし、2月の生活保護申請 が前年比でかなり増加するなど、庶民の生活は苦しい。 |
| | ○ | 金融業（従業 員） | それ以外 | ・ゴールデンウィーク中の空港、駅や高速道路などの人の 流れは景気の回復を感じさせるものであった。また、株価 がバブル期以来の高値をつけており、景気は上向きであ る。 |
| | ○ | 金融業（従業 員） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の対策緩和により飲食店など がにぎわうようになってきた。外国人による高級飲食店で の飲食が頻繁に行われ、以前と比べて外国人がかなり経済 を潤している状況が見受けられる。 |
| | ○ | 不動産業（経営 者） | 取引先の様子 | ・一部の企業に限られるが、売買案件が多くなっている。 |
| | ○ | 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感染症 についての不安も減少していることから、前月同様に外出 や遠出をする人が増加傾向にある。外出の増加に伴い、今 月の売上は前年を上回る状況である。 |
| | ○ | 広告代理店（制 作担当） | 取引先の様子 | ・3か月前と比べ人の動きも活発になっており、広告受注 量も全体的に微増している。 |
| | ○ | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・来客数は3か月前と比較して増えているが、売上と比例 して利益が増えていない印象である。物価高の影響で仕入 れ等の原価コストが上昇していることが大きな要因であ る。消費は回復傾向にあり、人手不足による機会損失が出 ている取引先も増えているが、少しずつ価格転嫁する企業 が増えてきた。 |
| | ○ | その他非製造業 [ソフト開発] （経営者） | 受注量や販売量 の動き | ・自動車関連の外注先は余り良くなく、競合先も余り良く ないが、当社ではまずまず契約ができ、良い傾向にある。 新型コロナウイルス感染症が一段落し全体的に明るい気持 ちになっているが、生産が上向いてこない限り大きな上昇 はない。 |
| | □ | 化学工業（営業 担当） | 受注量や販売量 の動き | ・電材向け需要は低調が続いている。 |
| | □ | 化学工業（総務 秘書） | それ以外 | ・街中の飲食店や百貨店等に客足が戻ってきている。今年 3本のコンサートに行ったり予約したが、コンサート会 場は満席で、予約が取れなかった公演もある。物価高でチ ケット代は想定1.5～1.8倍くらいであったが、景気の良 い客が盛り上がり騒いでいる光景は、景気の上向きを感じ させる。 |
| | □ | 金属製品製造業 （従業員） | 受注量や販売量 の動き | ・首都圏中心の建設市場活況による影響と思うが、例年 にない仕事量の状態が続いている。ただし、収益的には原価 高などの影響もあり、むしろ減少気味である。 |
| | □ | 一般機械器具製 造業（営業担 当） | 受注量や販売量 の動き | ・北米、欧州、アジアのどの地域でも自動車向け設備投資 の引き合いは増えているが、発注までに時間が掛かってお り、受注は増えていない。 |
| | □ | 電気機械器具製 造業（営業担 当） | 受注量や販売量 の動き | ・新製品も出ており堅調ともいえるが、変化は大きくな い。 |
| □ | 輸送用機械器具 製造業（品質管 理担当） | 取引先の様子 | ・客先の生産レートが上がるという情報が入ったが、まだ 実際に反映されていない。 | |
| □ | 輸送用機械器具 製造業（管理担 当） | それ以外 | ・この先も値上げ予定がたくさんあるが、収入が増える要 素はなく不安しかない。 | |

| | | | | |
|------|---|-------------------|--------------|---|
| | □ | 建設業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先の状況からは、単価も売上も上がっており、世の中の状況に鑑み今年に限り給料を上げるという話も聞くため、景気は上向いていると考える。ただし、入荷する部品の価格が上がっているため、トントンかもしれない。 |
| | □ | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・生産財、消費財共に荷動きに余り変化がない。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・世間一般を見れば、ヒト・モノの動きは5月に入ってから明らかに活発になっている。当社でも荷主からの引き合いは新型コロナウイルス感染症発生前の水準にほぼ戻った。しかし、売上の回復以上に各種経費が増大している。賃金上昇にも取り組んでいるが、荷主への値上げ交渉は思うようには進まず、先行きは不透明である。 |
| | □ | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。 |
| | □ | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・毎日の荷物取扱量は前年比3ポイントほど減少している。この傾向は前年の秋頃から続いている。余りウクライナ問題とは関連性を認めたくないが、国内需要の活性化は滞っている。 |
| | □ | 金融業（企画担当） | 取引先の様子 | ・大企業を中心に賃金アップが図られているが、中小企業まで十分浸透しているとは言い難い。仕入価格の高騰を販売価格に十分転嫁できていないため、賃金アップも厳しい状況にある。 |
| | □ | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・折込チラシの受注が少ない。 |
| | □ | 行政書士 | それ以外 | ・取引先の物流業者は、自社のドライバーは安定していると言っている。高齢のドライバーが多く、今更転職しても同等の給料はもらえないとドライバーが言っているそうである。 |
| | □ | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・賃金の改定時期が終わり、賃上げ額を前年と比べてみても余り変化はない。 |
| | ▲ | 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、販売量が大きく減少している。特に自動車関連は引き続き悪く、その他も買い控え等の影響か、受注量、販売量が減少している。 |
| | ▲ | 金属製品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注量の減少に加えて価格引下げの要請がある。材料価格が高止まりで下がる気配がないなかで、利益確保が困難になっている。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・部品単価の高騰が相変わらず続いているが、値上がり分を販売価格に転嫁できないため、全体として利益が減少して困っている。 |
| | ▲ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・輸送物量が鈍化傾向である。 |
| | ▲ | 通信業（法人営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・通信業界は、物価上昇に連動した料金値上げをしにくい。安定した通信・ネットワーク環境の提供に必要な機器の仕入価格は上がるが、利用料収入は減収傾向で、利益を圧迫する。会社の経営方針にも影響し、従来推進していた方針や商材ではなく、別の商材にスポットライトが当たり出す。会社の方針が流動的でも、現場はそれを敏感にキャッチして動けるほどの余裕はない。短期的に見れば景気や商売には影響を来さないが、確実に悪い方向に向かっている。 |
| | ▲ | 不動産業（開発担当） | それ以外 | ・物価上昇や労務費アップの影響で工事費の上昇が止まらないが、住宅販売価格には変化がなく、住宅事業を進めることが厳しくなっている。 |
| | × | 鉄鋼業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量共に平時より20%ほど落ちている。客の話でも回復の兆しが見当たらない。 |
| | × | 電気機械器具製造業（経営者） | それ以外 | ・価格が倍以上になっている素材がある。価格転嫁をしたため需要が減少した。 |
| 雇用関連 | ◎ | — | — | — |
| (東海) | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・夏季に合わせ新規の問合せが幾つか入り始めた。 |
| | ○ | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・取引先からの情報によると中途採用計画数を前年比で増やしている企業が多い。実際に当社へ応募する求職者の併願先の選考状況を聞いても、最終選考や内定に至っている先が複数あるケースが多い。 |

| | | | |
|---|-------------------|---------|---|
| ○ | アウトソーシング企業（エリア担当） | 周辺企業の様子 | ・自動車の販売は、前年比で7か月連続でのプラスとなっている。半導体不足の制約は残るものの、徐々に緩和している。特に一部のメーカーでは好調である。 |
| ○ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 求人数の動き | ・コロナ禍が明けて、観光業やサービス業を中心に人の活動が戻りつつある。業種にもよるが、新型コロナウイルス感染症発生以前を超える業種も一部出ている。 |
| ○ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | それ以外 | ・各地で集客イベントが復活し、関連する企業や業界はにぎわった。 |
| ○ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・飲食・宿泊業の求人数が、新型コロナウイルスの感染拡大前を上回ってきた。 |
| ○ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・製造業、特に自動車関連からの求人が回復傾向にある。 |
| ○ | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・大手から中小企業まで採用熱が加速しており、新規の求人依頼は増加傾向にある。 |
| □ | 人材派遣会社（営業担当） | 採用者数の動き | ・求人数は増加傾向にあり、全体では人手不足の企業が多いなかで、求職者数が増加しないため、採用数は変わらない。 |
| □ | 人材派遣会社（営業担当） | それ以外 | ・特段の変化を感じない。 |
| □ | 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、将来を見据えた人材確保の動きが活発になっている。その一方で、産業間で差異が見受けられ、建設業、飲食、サービス業など一部の業種では新規求人数の減少幅が大きくなっている。 |
| □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人件数、求人数共に3か月前と比べ減少している。特に宿泊、飲食、サービス業の減少が目立った。他産業でも減少はみられるが、大きな差はみられない。 |
| □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・製造業においては、受注があっても原材料や光熱費の高騰があり、価格に転嫁できないため厳しい経営を余儀なくされている。建設業においても、仕事の受注があるものの、人手不足が続いている。また、燃料費の高騰が経費に大きくのし掛かっている。 |
| ▲ | 人材派遣業（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・製造業の生産状況は活発になっているものの、相変わらず人手不足で生産量が上げられない様子である。その結果、業績も向上しにくいいため、賃金にも反映されない悪循環になっている。 |
| ▲ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・新規求職者数が減少している。 |
| ▲ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・多くの企業で会計年度が替わり、人材の補充が落ち着いている。派遣人材についても求人が減っている。 |
| ▲ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・有効求人倍率が4か月連続で低下している。 |
| × | — | — | — |