

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)	◎	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドは引き続き増加していくと予測している。
	◎	コンビニ（企画担当）	・国内での人の動きはほぼ戻りつつあり、今後は海外からの旅行者が戻ることが予想され、更なる売上の増加が考えられる。
	◎	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍での自粛の反動とみるが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に合わせて、夏頃にかけて同窓会を始めとする宴会予約が増加してきた。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・コロナ禍で食事を自粛していた企業からの問合せが多くなっている。全国旅行支援が終了し宿泊稼働は落ち着いてきているが、インバウンドの来客数も徐々に増えてきているため、今後は期待できる。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・個人旅行に加え団体旅行も復活しており、さらに海外旅行も徐々に申込みが増えてきている。この流れは、新型コロナウイルス感染症の新しい波やその他の旅行を自粛する要因が生じない限り続く。物価上昇は多少マイナスであるが、給与、ボーナス等の所得が増えれば、大きな影響はない。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・問合せを受けている多くの団体旅行は秋口に実施の案件のため、3か月先辺りから実際に売上数字として表れてくる。ただし、同じような時期に問合せが集中しているため、予約が困難なケースが多々ある。単純な割引制度ではなく、需要を分散させる施策を実施してほしい。
	◎	タクシー運転手	・梅雨や夏の暑い時期は利用客が増える。
	◎	美顔美容室（経営者）	・8月になると例年どおりキャンペーンセールが始まるため、セール品の購入がある。
	○	商店街（代表者）	・ウクライナ問題が解決して景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に関する話題も少なくなったため、消費マインドも徐々に上向く。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の新たな波が来なければ、ゆっくり回復する。
	○	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類感染症になったことで人との接触が楽になり、冠婚葬祭や記念イベントなどの参加人数も増え、景気は良くなる方向にある。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束による影響は大きい。物価は上がっているがそのうちに落ち着く。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への来客数は、僅かであるが増加傾向が続いている。飲食に伴う飲料の販売も、夏になるとビールを中心に緩やかに戻ると期待する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・引き続き緩やかに良くなっていく。
	○	百貨店（総務担当）	・早い梅雨入りとなったため客足が心配されるが、インバウンド需要も中国からの航空便が増えつつあり、更なる売上増加が期待される。物価高騰も落ち着きをみせており、引き続き底堅い消費に期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・今年の夏休みは旅行や里帰りなど家族単位での移動が想定される。それに伴う手土産需要だけでなくレストランの利用拡大のほか、ファッション関連商品やマスクなし生活に伴う化粧品の需要拡大が見込める。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、消費者のマインドは上向いている。夏に向けて、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、季節外れのインフルエンザ感染のリスクや物価高の影響が懸念事項である。
	○	百貨店（営業企画担当）	・前年は6～8月にかけて新型コロナウイルス感染症の第7波が来たが、本年は5月から感染症法上の分類が5類感染症へ移行したため、夏場の景気は良くなる。
	○	スーパー（経営者）	・8月の夏休みに期待している。
○	スーパー（販売担当）	・更に新型コロナウイルス感染症発生前の状況へ戻って、消費は伸びる。	
○	スーパー（販売担当）	・夏休みに向かって来客数が増え、経済も落ち着いてきたため購買力も増す。	

○	スーパー（販売担当）	・小売店ではまとめ買いや値引きセール等の販売促進をかなり多用しているが、対象商品の動きにも格差が出ており、全体の押し上げになるかは疑問である。季節商材は猛暑頼みのところがあり不確定であるが、新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度の販売を見込む。企画の成否が業績を左右する状況が続く。
○	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルス感染症もようやく落ち着き、マスク生活からも徐々に解放されたことで消費者の動きが活発になると同時に、消費も活性化しつつある。人々が動けば経済は上昇するため、今後インバウンドも含め期待したい。
○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、地域イベントが復活開催され、予約注文が入り始めた。商品の値上げに対しても、消費者には慣れが出始めている。
○	コンビニ（店員）	・暑くなるため、来客数や冷たい物の販売量が増える。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、法人客の仕事量が増加して消耗品の購入や制服の販売数が増えている。今年の夏も猛暑が予想されるため、防暑小物の購入増加が見込まれる。
○	衣料品専門店（売場担当）	・今後、賃上げの効果に加え一時金の支給もあり、社会全体がこれまでよりは消費に向かい、好景気につながるとみる。
○	衣料品専門店（販売企画担当）	・販売量も増えてきて、少し改善傾向にある。
○	衣料品専門店（売場担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束してきたため、冠婚葬祭用の礼服がよく出るようになった。夏に向けてはシャツとスラックスとジャケットを別々に購入する客もいるが、2～3か月先には、またスーツの準備をする客が多くなる。
○	家電量販店（店員）	・どうせ買うなら良い商品をとという声も多くなってきた。エアコンの上位モデルなどが売れそうである。
○	乗用車販売店（経営者）	・人の動きが通常時に戻ってきた。自動車の生産が回復している。
○	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策の煩わしさが薄れ、客の店頭誘致を図ることが可能となってきた。今年の賃上げ及び夏季ボーナスにも期待し、夏に向かって新車需要が盛り上がるようお願いしたい。新車販売店の合併もあり、新しい競争がどう生まれるのかも注視したい。
○	乗用車販売店（従業員）	・足元の良い流れには安定感があり、問合せから成約につながっていくと考える。良い方向に向かっている。
○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で数年止まっていた工事が、通常のように入り始めた。飲食業、住宅やマンションなどの小規模から中規模の改修工事が多く出ている。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・景気はやや良くなると期待したい。引き続き客足の動向を注視する。
○	高級レストラン（経営企画）	・都心部の店から郊外店への広がり、中国人観光客の来日とインバウンド需要、アフターコロナの夏休みに期待する。
○	一般レストラン（従業員）	・客の話では、会社でも飲食自粛の通達は解除され自由だと言い、大変有り難い。
○	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・賃上げが少しでも行われれば、良くなる要素が多々ある。
○	都市型ホテル（総支配人）	・夏休みの宿泊需要を期待している。ただし、コストの上昇を価格に転嫁できない。大手企業などの一般社員では地方への出張費がここ20年近く8000円で変わらず売値を上げられないため、インバウンドの増加を期待したい。
○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も少し落ち着き、最近ではインフルエンザが発生しているようだが、2～3か月先には少し良くなる。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の制限がなくなった直後は客の動きが非常に増えたが、時間がたつにつれて新型コロナウイルス感染症発生前の水準程度に落ち着いてきている。今後の客の動向が気になるが、客足は徐々に増えている。
○	テーマパーク（職員）	・インバウンドが増えている。
○	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の7月の入場者予約数は、前年同日比でそれほど遜色なく推移している。今後、台風の影響が多くなければ、2～3か月先の入場者数はほぼ順調に推移するとみており、今月よりは景気は良くなる。

○	美容室（経営者）	・パーマは2～3か月に1度、毛染めは2か月に1度程度のサイクルで来店があるため、7月頃は施術サイクルの観点から来客数が増える。
○	住宅販売会社（従業員）	・6月はボーナス月のため少し購入意欲が湧くはずである。少し回復すると考える。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期に突入するため期待値は低いが、この間に準備をして次回に期待する。
□	商店街（代表者）	・コロナ禍からの解放感が出てきたので消費活動は活発になりそうであるが、やはり物価高も響いており、全体的な景況感は余り変わらない。
□	商店街（代表者）	・商店街での客の動きから、現状維持とみる。
□	商店街（代表者）	・地域家電専門店の主な顧客層である高齢者世帯の購買意欲が低い。商品価格の上昇が消費を鈍らせている。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・新型コロナウイルス感染症の新しい波が来なければ、このまま横ばいで推移する。
□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・元々夏場は売れない時期であるため、このまま推移する。
□	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）	・円安やウクライナ問題等、先の見えない状況が余りにも多い。
□	百貨店（販売担当）	・人の動きが活発になったため消費も増えると期待したいが、6月からの値上げラッシュが懸念される。
□	百貨店（販売担当）	・春先の来客数と比べるとゴールデンウィークには勢いがなかった。
□	百貨店（計画担当）	・しばらくは現状が続く。インバウンドに関しては、中国人観光客の増加がないと飛躍的な増加はないと考える。
□	スーパー（店長）	・電気代の高騰や商品値上げからある程度の時間が経過したことで、今の生活が通常となりつつあるため変わらない。
□	スーパー（店員）	・5月末からの連続雨天が予報どおりとなると農作物へ影響し、一時的に野菜の値段が上がって購買意欲が低下する懸念がある。さらに、夏に向けてエアコンなどによる電気代の増加に対して何で節約するかという食費になるため、スーパーが影響を受ける羽目になる。
□	スーパー（店員）	・商品の単価上昇がまだ続いているため、最低限の購入はしても、それ以外の買上が非常に少なくなる。
□	スーパー（営業企画）	・当面、大きく景気を左右する要因は見当たらない。
□	コンビニ（エリア担当）	・今月のこの状態を、夏頃にかけても維持していく流れになると予測する。
□	コンビニ（エリア担当）	・変化があるとすれば更なるインバウンド消費だが、地方への効果は薄い。
□	コンビニ（店長）	・商品の値上げは継続して発生している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で人の動きが活発になっても、生活必需品の購入以外には、財布のひもは緩まない。
□	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、インバウンドを含め来客数が増えている状況であるが、特にここからの大きな伸びはないとみる。
□	コンビニ（店長）	・値上がりした商品が増えているのに、買い控えのため客単価は下落している。
□	コンビニ（商品開発担当）	・いまだに続く値上げに、今と同程度の消費者マインドが維持されることは難しいと考える。
□	コンビニ（商品企画担当）	・人流に回復はみられるものの、現状維持とみる。
□	コンビニ（本部管理担当）	・小売業としての経営努力以上に、経済情勢の好転が必要と考える。全体的に商品単価、人件費や水道光熱費などの上昇により消費が不安定で、近々にこの状況が改善されるとは考えられない。
□	衣料品専門店（経営者）	・諸物価の上昇が続く昨今、元々上代設定が高いため、幾らバーゲンセール期間になるとはいえ売れるとは思えない。
□	家電量販店（営業担当）	・旅行等での需要は良くなっているとみるが、家電購入においては目新しい商品もなく、使用できる間は使用するため、景気においては現状と変わらない。天候次第で、夏物商材の販売においては一時的に変わる。
□	乗用車販売店（営業担当）	・いろいろな値上げに慣れてきたところはあるが、まだ値上げが続いている。中小企業の賃上げは、大手のようにはいかないとみる。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・足元の状況が改善されるには、時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・供給体制は整ったようだがさほど入荷もなく、先が不安である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発表も延期になり、人気車種は受注が終了して販売停止になっている。販売できる車がかかなり限られている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・景気は少し悪い状態が続く。最近よく地震が起こるため、大きな災害が発生すればとんでもないことになるかと心配している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今年上半期は前年よりも車の入荷が少なく、前年を割っている。下半期に生産が回復してくるような話もメーカーから来ていないため、売上は停滞が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・そう簡単に景気が良くなる要因は見付けられない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の問題がある。定点観測で数人から数十人という情報では、自分の住むエリアで実際にどれくらい新型コロナウイルスの新規感染者数があるのか不明であるため、とても心配である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・7～8月は団体より個人客が中心となる。新型コロナウイルスの感染状況がこのまま収束するか、インパウンドが更に増えて地方都市にまで波及するかがポイントと考える。もう数週間先でないとも7～8月の状況は読めないため、かなり流動的ではあるが、足元のやや良い状況は変わらないとみる。
<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。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・海外路線の臨時便や定期運航も現状維持で、余り期待できない。欧州行き路線などの需要回復は難しそうだが、夏に向けてアジア方面の需要はまだ期待できる。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したものの、海外旅行需要がこの地方でも回復するには、まだ時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・以前と比較して消費が減っている。不要不急の出費が控えられている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・いろいろな物の値上げに加えて、光熱費の補助金終了による値上げも見込まれ、消費者が余り動かない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・機器の積滞は解消されつつあるが値上げは止まらず、個数を多く買えば新型コロナウイルス感染症発生前との金額の差がかかなり大きくなり、見送りになる案件も多い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・大容量通信サービスでIP電話のオプションが利用できるようになったため、速度重視の顧客にとっては魅力的な商品となり、今後申込みの増加が期待できる。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・国の施策に代わり映えがなく、新型コロナウイルス感染症対策において5月からインフルエンザと同等の扱いになったものの、日常生活においてははまだ息苦しさが残っている。
<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	・一見すると景気が少しずつ回復しているように見えるが、誰に聞いても景気は良くなっていないと言う。これから値上げの影響が出てくるし、その他にも家計に響くことが多く、しばらく期待できない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて外出する人が多いが、物価や電気代などの上昇のため、手放しに喜べない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・酷暑といわれない程度の夏になれば、客の体調変動も少なくサービス提供の機会も増えるが、どうなるか心配している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・大きく変化する様相はみられない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・物価、資材などあらゆる方面における価格上昇に収入が全く追いついていない。人手不足も物価上昇の一因であるが、それらを解決するべくAIや自動化に向けた動きも、国家レベルでは見えてこない。現状から改善する要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・リフォーム工事や内装工事の引き合いが活発ではない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き円安傾向が進むとみる。

	▲	百貨店（売場主任）	・前年も同様だったが、商品の値上げラッシュが続いている。6月1日から3ブランドほど2000円から4000円値上げし、インポート物も次から次へと値上げとなる。これまで税込み4万円程度で買った物が税込み5万円近くになり、客もなかなか手が出せないのではないか。
	▲	百貨店（経理担当）	・足元では景気の緩やかな回復が続くとみられるが、米国を始めとする世界経済の減退に伴って、少なくとも一時的な後退局面を迎えると考ええる。
	▲	スーパー（店員）	・8月に大きな値上げを控えている。
	▲	スーパー（店員）	・買いだめの反動で、買い控える客が増えることが予想される。
	▲	スーパー（総務）	・来客数は若干増えているが、1人当たりの買上金額が前年より1割近く下がっており、物価上昇による買い控えと考える。買物する客の雰囲気は悪いわけではないが、割引商品には敏感に反応している。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・コロナ禍での特需も終わり、テレビやエアコンの巣籠り需要がなくなった。消費行動が外へと向かい、家電の需要は減りそうである。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・相変わらず新車の納期は改善される様子がない。新型コロナウイルス感染症対策の規制が解除され旅行などの行楽に消費者の興味が向かっているため、車の購入意欲が低下傾向となる。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・円安の影響もあり、車両本体価格が異常に値上がりしている。一方で下取り車の価格は異常に下落しており、非常に販売しづらい状況が続いている。この状況が今後も続くと予想され、先行きはかなり厳しくなる。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・将来の家計に不安を感じる人が増えており、予約注文は月平均と比較し10%程度減少となっている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・7月まではほとんどの都道府県で全国旅行支援の停止状態が続くと見込まれる。
	▲	タクシー運転手	・新しい税金が導入される。
	▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の影響が薄れつつあるなか、新型コロナウイルス感染症発生前の状態まで回復するかと思っただが、業界全体が下降して将来の展望が描きづらい。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、給料は上がらないのに物価だけ上がって景気は悪くなると考える。
	▲	美容室（経営者）	・物価上昇と6月から電気料金の値上げがあるため、先行きは悪くなる。
	▲	設計事務所（職員）	・これまで新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた部分では景気が回復するが、それ以外の景気は全く変わらない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・物価が上がり住宅に金が回らないため売行きが悪い。先行きが不安である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利は上がらないという神話をまだ当てにしている人もいる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・なかなか値上げできないなかで材料費だけが上がり、厳しい状態が続いている。無理して仕事を取れば赤字になる。経済が明るい方向に向かっているとは思えない。
	×	スーパー（店長）	・1品単価は値上げにより上昇しているが、買上点数の減少でトータルの客単価は前年を割っている。
	×	コンビニ（店長）	・賃金が増えず支出が増えていけば、おのずと使える金が減り、自衛に走るしかなくなる。コンビニでの買物はぜいたくな行動の1つになってしまっている。余裕がない人は、コンビニで買物をしない。
	×	設計事務所（経営者）	・種まき仕事も全くない状態である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・自動車の生産が回復傾向にある。表面処理剤関係の需要は、徐々に回復見込みである。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・従来品は、足元では在庫調整の色合いが強いため、3か月後には若干上向きそうである。また、新規テスト品が量産に移行する可能性もある。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・アジア、北米の自動車向け設備投資の引き合いが増えており、受注が増えると予想する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界ではお盆前のある程度の需要が見込めるようで、2～3か月後は仕事量が増えると期待している。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産レートが上がるという情報が入ったため、先行きはやや良くなる。

<input type="radio"/>	金融業（従業員）	・今後も新型コロナウイルス感染症対策の緩和により飲食店などが盛り上がりを見せていく。飲食店もコロナ禍でSNS等による宣伝効果を学び、はやる店でははやるスタイルを確立しており、全体として良い方向に向かう。
<input type="radio"/>	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症への不安は減少していくとみられることから、外出や遠出をする人は更に増加傾向になると予測する。外出の増加に伴い、今後の売上は増加していき、前年を上回る状況が続くと見込む。
<input type="radio"/>	公認会計士	・米国債の債務不履行は回避の可能性が高まり、円安、株価高が続けば輸出産業の景気回復が見込まれる。海外からの入国者が増えていることも良くなる要因の1つである。大企業等が賃金を上げているため、消費がもう少し戻り原価コストの上昇分を価格に反映することができれば、景気の改善も可能となる。少しずつその傾向が出ている。
<input type="radio"/>	その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	・半年ぶりの円安水準になってきたが、金利は大きく変化しないと考える。日本としては数十年ぶりの円安によるチャンスである。新しいものを常に考案してきた当社には、いろいろなチャンスが訪れると考える。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量から見ても回復にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気がやや悪いままで推移する。景気が良くなる材料は何も見当たらず、2～3か月後の景気も今と余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務秘書）	・企業の好業績、賃金アップ、アフターコロナ、インバウンドの復活、株価高など好景気の要素が多い一方、景気を下げる要因は余りない。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	・しばらく忙しい状態が続くと考えるが、これが収益につながるようになると、景況感も良くなる。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	・物価や資材の高騰で今後は販売物件の価格が高騰してくる。客に対しての税制メリットも毎年縮小傾向で、景気好転の材料がない。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・景気は良くも悪くもなく、政治もはっきりしない。全体的に元気がない。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・公共事業や大型の委託業務が来月辺りに契約締結となる。こうした仕事は予算は削られつつも採算が合うため、景気としては問題ない。ただし、今後の新型コロナウイルスの感染状況などによって景気は悪くなるかもしれない、どちらともいえない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・仕事量は今後も少しずつ増えるの見込みだが、運賃が上がるかどうかは不明である。協力会社からも値上げ要請が出ており、業界では値上げムードではあるが、同業他社も同じように値上げ交渉に苦慮しているのではないかと。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・自動車業界など日本経済を支えている企業に良い話がない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・季節変動以外は、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・単価は若干しか上がっておらず、物量は逆に若干減っている。協力会社からの値上げ要請は強く、単価がもう少し上昇しないと厳しい。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・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、世の中では人々の日常生活が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるという報道もある。しかし、物流の面だけを見ると、そのような動きから波及するはずの荷物の動き、生活物資の大きな流れといった新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているようなトレンドは見当たらない。引き続き景気は低迷する。
<input type="checkbox"/>	通信業（総務担当）	・物価上昇で消費の拡大は見込めず、買い控えや節約が一段と進む。まだ先行きが不安である。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	・株価が30年ぶりに3万円台に突入し、当地域においては太陽光発電所等の工事も2か所で始まった。ただし、6月には多数の品目で値上げがあるため、庶民の生活が上向きという見方はできない。景気は良くなりつつあるのかもしれないが、現実の庶民の生活は余り変わっていない。

	□	金融業（従業員）	・物価の上昇に対する賃金の伸びは見合っていない様子である。景気が劇的に良くなることは考えづらい。
	□	金融業（企画担当）	・徐々にではあるが、初任給や若手社員の賃金アップが中小企業にも出始めている。当面は現状の景気が続くと考えるが、良くなる兆しがみえつつある。
	□	不動産業（経営者）	・現状のまましばらく進む。
	□	広告代理店（制作担当）	・これからも食品や日用品、更に電気料金が値上げされる予定のため、夏に向けてのイベント等の企画も足踏みする企業が増えそうである。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・5月から当地区では他の新聞社が夕刊を廃止したり、値上げをしている。自社の取扱紙は現状のままであるが、それがどのように影響するかは分かりにくい状況である。
	□	行政書士	・現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・雇用保険料率が上がり、賃上げがあっても手取りは余り変わっていない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小に合わせて引き合いが減少している。受注量が減少すると考える。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・電気代の値上げやまだまだ続く物価上昇で、良くなるわけがない。
	▲	輸送業（経営者）	・人手不足が更に深刻な状況になると見込む。非効率な仕事は断らざるを得なくなりそうである。
	▲	通信業（法人営業担当）	・元気、やる気が起こる要素がどんどん減っている。自分たち現役世代は、コロナ禍での巣籠りで新しい技術や産業を生み出すパワーを失っている感覚がある。これまで業界には景気の波に左右されない安定感があり、安心感のある会社の中で忠誠心が生まれ、落ち着いて新しい技術を生み育て、伝承できた。ウィズコロナ社会で世界に向かって発信できる技術や産業を生み出す力は、今の業界、社員には期待できない状況である。
	▲	会計事務所（職員）	・物価高が続き、客は価格に対して今まで以上にシビアになっている。競合他社の価格を提示されると値引きしてでも売上を確保しなければ生き残れない。物価高への対策や消費者の可処分所得を増やす政策がなければ、状況は変わらない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・今年前半は何も良い兆しがなかった。下期には良くなるという期待だけで臆測を言う客も増えており、実需の回復の見込みがみえない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・価格転嫁せざるを得ない環境であるが、価格転嫁をすれば需要が減少するのは必然である。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・企業側の求人意欲は旺盛であり、ボーナス後の6月中旬以降に求職者の活動が活発になることを期待している。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・第1四半期を境に、退職者補充のための求人が増えるの見込む。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・6月以降の自動車生産体制は上向きで、今後発売される新型車種の受注状況によって更なる上向きが期待される。ただし、生産体制強化に伴い人材確保が必要だが、追い付かない状況が見込まれる。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人の流れが戻ったことにより、飲食関連や観光施設等がにぎわう。
	○	職業安定所（所長）	・物価高騰、原材料不足の影響は懸念されるが、人手不足の声は強く、企業の業績回復が期待される。飲食、サービス業の業績回復は遅いが、アフターコロナでの社会経済活動の正常化に伴い、業績は一定程度回復すると見込む。
	○	職業安定所（職員）	・求人者の回復傾向は緩やかで、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るかは不透明である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後で転職潜在層の活動意欲が高まる時期となる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・過去5年間、人気があり就職希望者も多いが1人も採用されなかった法人から、今年度は現時点で2人の内定を獲得している。採用に積極的であると感じるとともに、全体の内定状況も前年より早く、雇用の拡大がうかがえる。
		□	人材派遣会社（社員）
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の不足から採用が徐々に厳しくなり、条件の悪い仕事は採用難が深刻になる。

<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・今のところ自動車業界を中心に設計開発意欲は高いままだが、材料費高騰などコスト増加も解消されていないため、現状の景況感が維持される状態が続くと予想する。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・深刻化する人手不足、原材料やエネルギーなどのコスト高などがあり、悪くはならないが大きく良くもならないと考える。今後は企業の淘汰も進むが、現状レベルと予想する。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・2～3か月先に好転するようには見受けられない。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の発生前と比して、製造業や運輸業等の求人数が減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・食料品等を含め生活用品の値上がりは続いており、買い控える人も多い。一方、街中では外国人の姿を目にすることが多い。景気ももう少し安定しないと、良くなるとまではいえない。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・今後も物価上昇が続くと予想される。原材料費や光熱費の高騰が利益確保に影響し、厳しい経営が続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（窓口担当）	・業種により景気に差があるため一概にはいえないが、採用のタイミングとして、時期的な要因からこのままの状況が継続すると予測する。
<input checked="" type="checkbox"/>	人材派遣業（営業担当）	・物価上昇の波を賃金上昇で賄い切れないため、景気回復の兆しはみえない。
<input type="checkbox"/>	—	—