

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）	・懸案の団体バス客も、ゆっくりではあるが回復基調にある。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・国内消費の好調に加え、インバウンドの商圏が東南アジア全般に広がるなかで、中国からの旅行客が国慶節をきっかけに今後増加し、インバウンドの売上を底上げするのではないかと予測する。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・期待をしつつも、様々な仕入業者から20%程度の値上げを要求されている。宿泊、レストランや宴会の販売価格に転嫁できておらず、収益は以前よりも悪化傾向となる。
	◎	タクシー運転手	・運転手不足のため稼働率が悪く、タクシー不足で忙しい状態が続く。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・秋が深まると当業界の景気は多少良くなる。
	○	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナの問題や円安等の外的要因が、悪いながらも落ち着いてきた。
	○	百貨店（経理担当）	・夜の飲食についてはまだ良くないが、それ以外はかなり良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数は前年を上回っていないが、原材料の価格高騰等による商品の価格上昇に伴い、客単価が上昇傾向にある。
	○	百貨店（販売担当）	・今後も来客数は増えていくことが予想される。富裕層を中心に国内消費も良くなっていくと期待したい。
	○	スーパー（販売担当）	・高齢者の買物について、夜は危険なので昼間に来店してもらうための企画を行う。
	○	スーパー（販売担当）	・これから3か月は年末商戦に向けてますます購買意欲が高まるため、来客数の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（企画担当）	・徐々にインバウンドも増加傾向にあり、悪くなる要因がほとんどない。
	○	コンビニ（店長）	・10月から最低賃金改定で所得が増えるため、購買意欲は高まると期待される。社会的には人件費が増えるのが懸念事項である。賃金よりも物価高の影響が大きいと、そこまで良くなることはなく、やや良くなるにとどまる。
	○	コンビニ（店員）	・クリスマスケーキやチキンの予約が始まったので期待したい。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・最近はダイレクトメールよりもスマホアプリを通してセール情報を届けることが多いが、10月中旬にダイレクトメールを配布する。ダイレクトメールを希望する年配客もあり、その来店が見込める。また、これからの季節はスーツの需要も出てくるため、以前より売上は良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・販売、点検・修理共に動きが出てきた。
	○	乗用車販売店（経営者）	・やはり納期が安定してきたことは大きいと、今後は成約から納車までのスムーズな流れを期待したい。
	○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、建築関係においても住宅、商業施設のリフォームを含めて今まで保留や延期になっていた物件が動き始めている。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・不安材料も多いが、全体的な傾向としては上向きと考える。新型コロナウイルス感染症の影響で動きが鈍かった客も復活してきた。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・先行きはやや良くなると期待したい。
○	バー（経営者）	・生活様式はすっかり変わってしまったが、年末年始に向けて人の動きが出てくると予想される。	
○	観光型ホテル（経営者）	・4年間社員旅行ができなかったことや当地がテレビドラマの舞台となった影響などから団体客の予約がかなり入っており、景気はやや良くなる。9月までは暑さや会社の繁忙期などで団体客の動きはそれほどでもなかったが、10月から秋の観光シーズンに入り、新型コロナウイルス感染症発生前の活況に戻ると推測する。	
○	観光型ホテル（支配人）	・年末に向けて忘年会の予約が順調であるなど収益は増加傾向にあるが、それ以上に人件費、水道光熱費や食材原価が上昇し、損益悪化が懸念される。	

<input type="radio"/>	都市型ホテル（営業担当）	・法人宴会、インバウンドに伴う宿泊や株高でのレストラン利用などフォローの風が吹く状態が継続している。しばらくは継続することを期待している。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスもインフルエンザも感染拡大はそれほど大きくない様子のため特に問題ないと考え、2～3か月後の景気は少しずつ良くなる。
<input type="radio"/>	旅行代理店（営業担当）	・急激な景気回復の反面、円安、燃油価格や物価の高騰と不安要素もあるが、新型コロナウイルス感染症の新たな変異株が悪質なものにならない限り、旅行需要は回復していく。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	・徐々に国内、海外からの来訪者が増える。ニュースでいわれている我が国に対する風評被害はあるものの、いろいろな場所からの来訪者は必ず増えていき、徐々に良くなる。
<input type="radio"/>	テーマパーク（職員）	・これから紅葉の時期となり、来客数が増加する。
<input type="radio"/>	ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先は冬場であるが、温暖化の影響を踏まえやや良くなると見込む。11月の入場者予約数は、前年同日比でみても好調に推移している。
<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・今まで暑さのせいで出足が悪かったが、秋に差し掛かりパーマや毛染めをする客が増えると期待する。
<input type="radio"/>	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・9月に入ってから、数か月先のリフォーム工事物件や店舗改装工事の見積依頼が増えた。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・クリスマス需要がある。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・良くなる要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・景況感は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・10月から様々な物が値上げされ、将来のためいろいろと考える時期になる。イベント等でも無尽蔵に金を使うのではなく予算を考えながら適宜使うようになるため、大量消費は控えられ、3か月先も今の状況がそのまま続いて変わらない。大きく伸びる要素はなく、値上げのことを考える慎重な行動になる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇が続く限り、景気は良くならない。中小零細企業で給料を上げることは難しい。
<input type="checkbox"/>	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）	・景気回復の明るい材料は依然見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き円安の影響が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・前年11月の売場改装の際、ターゲット年齢層を少し若くして商品内容も変えた。若い客の来店はあるが、サイズだけ確認してインターネットで購入する客が多い。むしろ年配客の来店も多くなっているが、その年代に合う商品を置いていないため、売上は厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・中国からのインバウンド次第であるが、円安などを背景としたインバウンドの消費は続くと思込む。一方で、円安や旅行代金の高騰などもあり日本人の海外渡航は控えられ、国内を中心とした消費に向かい、10月も堅調に推移すると想定している。このまま暑さが残るか秋が深まるかによって衣料品の動きが左右され、売上にも影響する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・前年は、年末に向けて新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、日常を取り戻しつつあった。その前年と比べても景気に上向き感はあるが、インフレの影響が大きくあらゆる商品の値段が前年を上回っている。消費者の買い方は、より一層慎重になっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・コロナ禍の影響もほぼ無くなり、しばらくは現状が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・暑さが続いていて秋物の動きがはっきりせず、厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・客足は伸びているが、人手不足で対応しきれない状況であり、売上増加に結び付けるのが困難である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・担当商品分野で値上げが予定されているが、直近の実績からみると、売上金額としては前年を上回りそうな状態に変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・日中の暑さが和らぎ、昼の時間帯の客が戻ると予測する。栗やみかんなど秋の味覚が店頭に並び始めるため、期待している。

<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・最低賃金の引上げや電気料金補助の減額などは、景気への影響も考えられるが比較的軽微であり、当面は大きな景気変動はないとみる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・長引く暑さと物価の上昇に伴う買い控えにより、景気は現状からほぼ横ばいで年末を迎えるとみる。内閣改造をして活性化させているが、これといった経済対策に乏しく、まだ明るい将来を感じる雰囲気ではない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・前年は全国旅行支援があったため、行楽立地の店舗を中心にその反動で売上の減少があるかもしれないが、それでも客の動きや販売量は変わらず好調を維持するとみる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・前年のような大幅な売価アップはしないため、売上は余り変わらないとみる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・特に期待はしていない。今年のイベントに関する客の動きからみると、年末特有の動きも前年とそれほど変わらないと考える。前年並みかほぼ変わらない状況で2～3か月は推移する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・年末に向けて商機は見込めるものの、現状と大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・冬季に向けて一般的に客の購買力は下がる。一方でインバウンドの需要は回復傾向にある。自身を含む小売業界の展開は両者のバランスにおいて決まり、後者が上回れば経費高騰の状況でも利益確保が可能であり現状を維持できる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・物価高が変わらず、家計に係る負担は厳しい。昨今の高い気温はコンビニにおいてはプラスに働くことが多いが、状況に鑑み慎重に見極めるべき時期である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・なじみ客頼みの商いであるが、これからの季節は1点当たりの単価が高いため、期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・身の回りの景気は持ち直している様子であるが、作業服や備品の購入額としては増えていない。現在の顧客を分析して、有効な対策を打ち出す必要がある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・少し消費者の財布のひもが固くなっている印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・10月も食料品の値上げがあるなか、節約志向が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・予算は低くないが、無駄な物は買わないという様子である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・消費マインドが改善してきているとみるが、ガソリン、電気代や食費などの高騰がマイナス要因になり、現状維持ではないか。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の納車は順調になったものの、中古車販売店での不正問題の影響で中古車価格が下がっており、新車と中古車を合わせた利益は前年と変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・人気車種が1年ぶりに受注を再開したため販売台数は増えているが、今の販売状況だと近いうちに受注停止となりそうである。受注を再開した月は売れて、受注を停止すると販売台数が減少するという繰り返しが続いており、先が見えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・生産が回復してきたが、軽自動車中心で利益の出る車種は相変わらずで、状況が変わってきたとは思えない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・原材料等の値上げは続いている。行動様式も変わり平日の夜や団体利用は以前の形には戻らないとみており、新たな顧客創造が必要と考え開拓中である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・地方都市ではインバウンドも見込めず、富裕層は金を使いたがるかもしれないが、庶民は金を使うことを控えるようになる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価高の影響がある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・いつ何が起こるか分からない不安がどこかにあるため、良い雰囲気であっても一本調子ではない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・年末年始の海外、国内旅行は価格が高いため、どうしても一部の旅行者に限られる。隣国の大型テーマパークが話題となった効果で問合せが増えており、その方面を敬遠している客層にも受け入れられるかもしれない。学生旅行などに期待している。

□	旅行代理店（経営者）	・ガソリン価格の高騰や食品等値上げの影響が続く上に、バス代などの公共料金も上がるため、ますます財布のひもが固くなり消費が落ち込む。
□	旅行代理店（経営者）	・徐々に回復傾向とみているが、まだ完全に上向いているとは考えられない。
□	タクシー運転手	・横ばいである。
□	通信会社（企画担当）	・いろいろな施策を繰り出しているが、各施策に対するレスポンスが減っており、客が動かなくなっている。
□	通信会社（サービス担当）	・最近ではテレビの視聴チャンネル数を増やすための光回線申込みが増えている。インターネットを主として利用するのではなく、付随するサービスの利用が増えれば、通信業界の景気も更に上昇することが期待される。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・施策が早急に変わる様子はなく、秋の涼しさが一瞬ではかなく終わり、寒い冬が到来しそうである。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・夏休みまでは上向いている感があったものの、9月に入ってから臨時列車の募集企画も定員割れでキャンセルになるなど、低調な実績に落ち着いてしまっている。
□	美顔美容室（経営者）	・キャンペーンセールが12月まで継続予定であり、その売上が見込まれる。
□	住宅販売会社（従業員）	・大きく変わらないと予想する。
□	住宅販売会社（従業員）	・更に値上がりが進むため、年末に向けて景気は下降すると考える。年収の壁に対する方針が決まれば、働く側のセーブも減るため期待したい。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・悪いまま変わらない。成約につながりそうな来客数が伸びない状況が、ここ1年程続いている。新型コロナウイルス感染症の影響というよりは、物価高、国民負担の増加や将来的な増税の気配が更なる悪化を招いている。経済対策の評価ができない。
▲	商店街（代表者）	・物価上昇が著しいが、周囲の人に聞いたところ、それ相応の所得上昇はほとんどみられない。
▲	商店街（代表者）	・定期的に顧客招待セールを開催しているが、客の高齢化などの要因で目に見えて来客数が減少している。若い層に客層を広げたいが、インターネット販売との価格差が大きく対応に苦慮している。その傾向はますます強くなる。
▲	スーパー（店長）	・10月から酒類を含む食料品の値上げもあるため、ますます買い控えが進む。少しでも単価の低い物を買って求められるため、売上は悪くなっていくと予想される。
▲	スーパー（店長）	・賃金上昇による実質的な景気回復感が労働者に現れるまでの間、消費マインドは低いと考える。
▲	スーパー（店員）	・今後も値上げが続くため、購入単価が下落し売上が落ちると予想する。
▲	スーパー（店員）	・先行きの見通しは難しい。
▲	スーパー（総務）	・賃上げ、最低賃金の底上げにより収入が増えたかのように見えるが、物価上昇の方がはるかに大きく追い付いていない。買い控えが続くとみる。
▲	コンビニ（店長）	・仕入価格が上昇しているが、なかなか価格に反映しづらい。配送便の減少により、商品の調達も厳しくなっている。
▲	コンビニ（店長）	・景気が浮上する要因が見つからない。10月から価格が上昇する商品やサービスがあることに加え、増税施策も開始される。
▲	コンビニ（店長）	・10月のビール類等の値上げを控えたディスカウント店等での買いだめもあるせいか、アルコール類の売上が下がっている。今後も物価高の影響でこの状況は変わらない。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・従業員が減ってしまったため、接客時間が取りづらくなっている。そのため売上も少しずつ落ちている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・景気が悪い原因が不明である。先行きに対する不安は問合せの量の少なさでも分かるが、全体的に相場も下がっている。在庫を抱える身としては、いろいろな意味で心配である。
▲	乗用車販売店（従業員）	・これからも生活に係る費用の増加が見込まれるため、必要な物を選択して購入すると話す客が多い。まだまだ景気の良い話は聞こえず、客の選択の目はますます厳しくなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・例年、行楽シーズンになると来客数が減る。今年は9月から既に減ってきており、先の見通しは良くない。

	▲	乗用車販売店（販売担当）	・円安の影響もあり1番安いモデルでも500万円前後の価格設定と なってしまった。見積りを提示するたびに高すぎるという声をよく 聞く。全車種で値段が上がっているため、今後も厳しい状態が続 く。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価高の影響がある。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・今年4月に値上げをしたが、値上げにより消費量が落ちている。 販売量は10%程度減っており、影響は長く継続しそうである。
	▲	旅行代理店（経営者）	・今後は原料価格の高騰や円安の影響が波及してくる。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後における団体旅行 の実施は、11月をピークに一旦落ち着くと考えられる。それ以降の 団体旅行は、今のところ動きが少ない。
	▲	通信会社（営業担当）	・変わらない。
	▲	観光名所（案内係）	・ここ1年、値上げ傾向が非常に強く、恐らくどの家庭も皆困って いる。これからますます悪くなるのではないかと。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価だけ上がって給料は上がらないため、景気は 悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・円安で電気代や様々な物価が上がり、ガソリン価格も高騰してい るため、美容室への来店周期が月に1回だった客は2か月に1回に 抑えるようになった。
	▲	美容室（経営者）	・物価がかなり上がっているため、いろいろな面で工夫している客 が多く、必要最低限以外の出費は控えている。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・10月から仕入価格の値上げがあり、最低賃金改定により人件費も 増加する。主力事業である介護保険福祉用具貸与事業は、上限価格 が設定されているが、その見直しはなく、人材不足、物価高や仕入 高に価格見直しでは対応できない。最低賃金などと同様に、介護保 険制度でも地域区分で価格調整する仕組みはあるが、福祉用具貸与 事業は除外されている。サービス品質の維持・向上のため投資も必 要となるが、企業努力だけでは負担を強いられるところも出てく る。
	▲	設計事務所（経営者）	・多少は改善しているが、案件数としては例年の比ではない。
	▲	設計事務所（職員）	・円安が進んでおり、中国との関係もうまくいっていないことか ら、景気が上向くとは考えられない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・一時的な需要はあるものの、新築住宅は価格が高騰したままな ので購入に踏み切れない人が多く、受注の増加は見込めない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・受注の状況は、建設資材、人件費の高騰もあり、どんな工事でも 金額には慎重な姿勢がうかがえる。まだこの先も活気は出てこな い。
	×	商店街（代表者）	・税金の負担が増えてガソリン代も上がり、その他いろいろな物が 相当値上がりしている。所得がさほど増えていないのに支出ばかり が増えていく状況で、この先良くなる要素はない。インボイス制度 の影響で零細業者が潰れていくことも懸念され、ますます景気が先 細りしていくことは間違いない。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・10月からのアルコール類や食品値上げのニュースの影響もあり、 この先も日常の飲食店利用を控える傾向が続く。
	×	百貨店（経理担当）	・コロナ禍からの反動消費は一服し、物価高に伴う消費マインドの 低下や生活防衛意識の高まりが景気に水を差すと考える。
	×	住宅販売会社（経営者）	・物価が上がり、住宅ローンの利用に影響が出てきている。この先 の見通しも不安である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・今年は年末にかけて設備投資が増えるのではないかと期待が ある。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・業界の見本市なども再開し始めたため、景気は上向く。
	○	金融業（従業員）	・年末に向け需要の拡大とともに景気が少し良くなると見込む。
	○	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症についての不安は解消していく と見込まれることから、外出や遠出をする人の増加が続く。それに 伴い今後の売上も増加し、前年を上回る状況が続くと予測する。

<input type="radio"/>	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・若年層の人手不足による内製化の遅れや、円安はまだ当分続くため、人手不足を解消する自動化がより要求されると考える。いろいろな会社で人手が足りないといわれており、新しい会社からも引き合いがきている。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営企画担当）	・原材料価格や物流費などのコストは依然として高く推移しており、収益を更に悪化させる懸念がある。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（営業担当）	・原価が上がり販売価格も高くなり、販売数が落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・景気低迷は資材等の価格高騰が原因であり、2～3か月先もこの悪い状況が続くと考え、景気は今と変わらない。
<input type="checkbox"/>	化学工業（営業担当）	・年内に回復の見込みはない。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務秘書）	・外出に危険を感じるほどに暑い夏であったが、日ざしや気温が和らぎ始め、外出する人の表情も緩んできている。景気が良くなるというほどではないが、過ごしやすい季節のなかで好況感は継続する。
<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車の生産量が回復してきたため、ハイブリッド自動車の電池生産量が増えている。しかし、それ以外は停滞気味で、しばらくは現状のままと見込む。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	・引き続き仕事量が多いのは良いことだが、収益状況が改善する兆しが弱い。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	・客への訪問も支障なくできるようになり、プロジェクトなどの詳細情報が入手できるようになった。多くの設備が更新時期を迎えており、今後しばらく高水準な設備投資意欲が継続しそうである。
<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、先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・しばらくは新製品の効果が続く。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだまだ続く値上がりやガソリン価格の高騰に加え、増税となれば生活が成り立たない。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・継続的な仕事はあるものの、大分落ち着いたとはいえコロナ禍で無くなった仕事もある。現状の人員でも足りているということは、景気が良くなっているとか会社がもうかっているとはいえない状況である。新しい分野にも力を入れていく必要があり、まだ景気は上向かない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・物価が上昇して荷主の売上が増加しても、荷量が増える見込みはなく、物流業に恩恵がない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・今後の引き合いも結構入っており、仕事量は少しずつだが増えている。人員や設備・燃料代等、各種経費の増加を補うためにも、値上げ交渉を進めないと賃上げもできない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・運送業は他業界の影響を受けるため、景気がどうなるか分かりにくい。物流の2024年問題があって忙しくなると予想するが、利益が出るほどになるかは不明である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・過去20年ほどでも会社の業績や景気がこれほど良くないときはなかった。物を作って売るといふ成長モデルがもう我が国では成り立たないのではないか。消費の拡大も望めず、新規事業や新製品のイノベーションも望めない状況でどうやって景気を回復するのか、疑問点ばかりである。
<input type="checkbox"/>	通信業（総務担当）	・物価高がブレーキになっているため、今以上は良くならない。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・インフルエンザが流行しているとはいえ、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、レジャーにおいても皆活発に動いている。物価高の心配はあるものの、周囲では金を使うことや遊びに行くことなどをちゅうちょしている様子はなく、今後は金を使って余暇を楽しむスタイルになる。
<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	・企業業績が上がってくることに加えて個人の給与・ボーナスが増えてこない消費に向かいづらい。その意味では、賃上げの裾野が広がってこないと景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（制作担当）	・年末に向けて各イベントの予定はあるが、様々な値上げ等により、集客にも不安がある。
<input type="checkbox"/>	公認会計士	・政府の施策などから考えると、今後賃上げの波が来ることが予想される。コロナ禍からの回復により収益は蓄えている傾向にあるが、収益の回復と労働分配率のバランスが悪い企業が増えている。蓄えた収益を賃上げなどに使うことが予想されるため、しばらくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	行政書士	・現状維持である。

	□	会計事務所（職員）	・最低賃金が改定され、冬のボーナスも支給される時期ではあるが、収入の総枠は変わらないため、どの支出を重点的に行うかが変化するだけではないか。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小による引き合いの減少と価格競争がある。原材料価格は、少し下がっているものもあるが、経費の上昇が大きく、将来の景気は悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・数か月前の値上がり分の価格転嫁がこれから実施され、製品の値上がりもあるため、需要が減少する。
	▲	建設業（役員）	・住宅販売に関しては、物価の上昇により建築コストがアップし、こどもエコすまい支援事業が受付終了し、ローン減税も今後減額になるため、好材料がなく厳しい。
	▲	輸送業（従業員）	・燃料費の高騰抑制の政策も、一時的な対応にすぎない。物価の上昇率が高く、賃金の上昇が追いついていない。
	▲	輸送業（エリア担当）	・先を見て大型投資は実施しているが、会社の方向性が社員に伝わっていない。荷物量も減っている。社員のモチベーションは決して高くない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・主婦はどこかのスーパーなら何が安いかなど、苦しい現実のなかで非常に厳しい目でみている。路線価が上昇というニュースもあるが、庶民感覚からはかなりずれがある。特に日常生活で精一杯な層にとって物価高が重く申し掛かっており、財布のひもはますます固くなるだろう。
	▲	通信業（法人営業担当）	・ゼロゼロ融資返済が始まり、街の飲食店には再び休業の張り紙を目にするようになった。SNS広告ではサラリーマンの個人にまで、中小企業向けの広告が表示されるようになった。店も企業も淘汰されるのは致し方ないが、人口減少に比例して経済活動が縮退する傾向に気付きながら、打つ手を持たず状況を放置する我が国の経済は、徐々に悪くなるとしか思えない。
	▲	不動産業（開発担当）	・2025年の大阪・関西万博に関連する施工により建築業界の人手不足が加速する懸念がある。
	▲	会計事務所（職員）	・物価高が続き節約志向が強くなっているのか、売上単価は下落している。その一方で仕入価格は上がっており、値上げで価格転嫁をしようにも競争が継続しているため難しい。電気代やガソリン価格の高騰や最低賃金の引上げ等で固定費は増える一方であるため、今後状況は更に悪化すると考える。
	×	鉄鋼業（経営者）	・先行きが良くなるような見積依頼や引き合いが全くといっていいほどない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシが回復する見込みがない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・法人における忘年会の開催に期待している。予約状況も好調である。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行後もしばらく様子をみていた採用活動が再開すると見込む。コロナ禍で派遣スタッフの自己都合契約終了が減っていたが、求職者側の動きも少しずつ出てきている。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・労働者派遣や構内請負など労働者供給を営む企業としては、求人募集を行っても大手企業のように募集条件で好条件を提示できず、人材採用に苦戦している。
	○	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が上昇している。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・来年度卒業予定者は、試験の結果待ちを除き全員の内定が得られた。前年より2か月以上早い動きであり、積極的な雇用がうかがえる。追加の募集依頼もあり、医療系人材は売手市場である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者数が増加しない状況下で、業種、職種や勤務待遇による応募者数の差が顕著になっていく。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・個人レベルでもすぐに景気が良くなると感じるようなトピックスがない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は薄まったが、物価高が心理的に影響し、なかなか景気の本格回復とまではいかない。今以上悪くもならないが良くもならず、このままで推移するとみる。

□	職業安定所（所長）	・人手不足は続いており、物価高騰、原材料不足が事業活動に及ぼす影響を懸念している。コロナ禍後は街のにぎわいも戻ってきているが、依然として事業活動の回復は業種・業態による差があり、むしろこの状態が通常になりつつある。
□	職業安定所（職員）	・燃料、原材料の価格高騰が続き、先が見えない状況である。業種によっては人手不足が深刻化しており、当面は様子見の状態が続く。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用活動が急減速する要因は見当たらないが、ここまで加速度的に採用を進めてきた企業側では、中長期展望を見据えた上で本質的に必要となる人材の採用へとシフトする動きも見られる。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は増加傾向にあり景気としては順調だが、依然として見合う求職者とのマッチングが難航している。この先の需要に応えるため、ニーズのある求人と見合う人材の育成期間が、ある程度必要になると想定する。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数の動向のみに着目すれば引き続き堅調と考えるが、各種生活必需品の値上げ等マイナス要因もあり、それらを含めると全体では変わらない。
▲	人材派遣業（営業担当）	・中小企業経営者は、以前と変わらない同じ温度感で会社事業を行っている限り、値上げラッシュや賃上げラッシュに飲み込まれてしまい、苦しい状況が更に深刻化すると想定している。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・各社の採用熱が下がっているわけではないが、春先はよく耳にした人材紹介会社への成果報酬額アップキャンペーンを聞かなくなっている。欧州で聞こえ始める景気後退を踏まえて国内企業も慎重な姿勢を取り始めている可能性があり、2～3か月先は景気がやや悪くなると推測する。
▲	職業安定所（職員）	・求人減、求職増の状況はしばらく続く可能性があるが、景気の悪化による大量離職が多く発生するような状況にはならないと考えている。
▲	職業安定所（職員）	・物価高、資源価格高の影響が企業の経営計画に影響を与え始めているようで、不採算店等の事業整理に伴う解雇等が増加している。今後もこの傾向は続きそうである。
▲	職業安定所（職員）	・燃料費の高止まりが続く上、今後も物価高が進み経費負担が増加し、企業努力だけでは利益確保が難しくなる。新規求人数は増加しているものの、充足できずに業種全体で人手不足の状態が続くと推測する。
×	人材派遣会社（社員）	・改善の兆しが見られない。