

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	・全国旅行支援は一部の地域以外では終了したが、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。観光バス利用の団体旅行にはまだ勢いはないが、個人旅行等はマイカー利用が多くなっている。
	◎	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドも徐々に増加傾向にあり、ほとんどの店舗で売上が前年を上回っている。鉄道乗降人員の改善により、10%以上売上が増加している店舗も多い。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体旅行は10～11月に集中し、受入れ側は飽和状態となり、バスは満車で観光地のホテルは期間中ほぼ満室である。人手不足等により余力がない状態で、サービスの質が保てるかを懸念する。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンである今月は、団体旅行の取扱件数が100件を超え、営業担当者はてんてこ舞いである。完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。物価上昇ラッシュであるが、旅行代金が値上がりしても内容を抑えることはないのは、景気が良い証拠である。
	◎	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・紅葉時期は来客数が年間で1番多い。インバウンドも新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきている。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・政府の経済対策に希望がもてる。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・10月は最低賃金の上昇もあり給料が若干上がった人が多い。物価上昇も仕方がないという意識が根付いてきて、消費動向も上向いている。景気は良く、客は財布のひもを緩めて金を使ったり、投資に回したりしている。特に、イベントなどもほとんど再開され、贈答品業界やイベント業界では売上が拡大している。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・中国からのインバウンド需要の回復に期待していたものの、微増である。引き続き東南アジアや欧米からの旅行客が多く、中国からの減少分を埋める形となっている。10月上旬から中旬は気温が大きく下がって秋物衣料や雑貨の動きが目立ったものの、10月下旬からは再び暑い日が続いており、秋物関係の動きは一服している。海外の特選ブランドは一時期の大きな伸びに比べれば落ち着いてきているものの、売上をけん引する要素となっている。おせちの受注も好調に推移し、食料品の売上をけん引している。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・市街地への外出や観光客には顕著な増加がみられるが、客の関心が分散し、物販に関しては購買意欲の減少がみられ始めている。来客数の増加に対して、買上客数の増加の割合が小さい。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・酒税法改定で駆け込み需要があったため売上が伸びた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・季節要因が大きいですが、急激な寒さによって感染症が流行し、マスク等の衛生用品の売上が伸びている。物価高の影響は、客もそろそろ現在の価格に慣れてきたように見受けられる。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・パンやおにぎりを一定金額以上購入すると飲料がもらえるキャンペーンや大規模な販売促進企画があり、いろいろな物がかなり売れた。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・販売量が確実に増加している。急に寒くなったため、これからはどうしてもスーツが必要になる。ノーアイロンのワイシャツもよく売れている。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き	・このところ余り動かなかった新規商品の取組が増え、従来商品のリピートとあいまって、売上が伸びている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	来客数の動き	・コロナ禍ではアパレル関連が苦戦傾向にあったが、紳士服の店外催事についてみると、集客、売上共に新型コロナウイルス感染症発生前の実績近くまで回復した。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってから顧客の動きも良く、販売台数も増えている。	

○	乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・車種にもよるが、以前よりは新車の供給が間に合うようになってきた。慣れの部分もあると思うが、車両に掛ける客の予算はしっかりと確保してもらえている。
○	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	・足元の来客数は安定してきているが、購買については物価高騰の影響が引き続きみられる。
○	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・人の動きが活発になるなか、祝い事など週末の集まりで外食をする客が多かった。一方、平日や土日の夜は利用が少ない。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・秋になりコロナ禍で中止になっていたイベントが開催され、イベント販売が好調である。店舗の売上も少しずつ上がってきた。
○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて10月は団体客がかなり増えた。来客数の増加により、景気はやや良くなっている。
○	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊、レストランに加え、宴会利用も増えてきた。
○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・インバウンドは増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前の勢いはない。宴会は、まだという印象を受ける。レストランは、ランチ客は増えつつあるものの、夜の業績は悪い。
○	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・安定した株高やインバウンド増加に伴う単価上昇により、飲食、宿泊部門共に改善している。法人宴会も順調に新型コロナウイルス感染症発生前にまで戻っている。
○	旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・全国旅行支援は終了したが、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行してから、ようやく客も動き始めた傾向にある。
○	テーマパーク職 員(総務担当)	来客数の動き	・8月は前年比80%、9月は前年比83%と改善している。夏の暑さや残暑が無くなり涼しくなってきたため、人の出入りも増えてきた。
○	その他レジャー 施設 [鉄道会 社] (職員)	来客数の動き	・週末の観光列車は乗客数が伸びており、やや観光目的の客が増加している。今後の紅葉シーズンにも期待できる。
○	美容室(経営 者)	来客数の動き	・涼しくなってきた来客数が増加した。
□	商店街(代表 者)	お客様の様子	・高齢者層の外出への意識は確実に低下しており、それが定着している。いろいろな物が値上がりし、物価が相当上がっている。この先には増税もみえており、消費マインドは非常に悪い。
□	商店街(代表 者)	単価の動き	・商店街への来客数も購買人数も高止まりしているが、相変わらず客単価は低い。
□	商店街(代表 者)	お客様の様子	・景気の悪さがずっと続いている。客からもそのような声を聞く。
□	商店街(代表 者)	お客様の様子	・販売価格が上昇しているため、消費者は購入に際してかなり慎重な様子がみられる。そのため販売量もなかなか伸びない。
□	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の感染拡大以来、まだ当業界は立ち直っていない。
□	一般小売店 [酒 類] (経営者)	来客数の動き	・前月と比べて、飲食店への来客数と来店回数が僅かだが増加傾向にある。
□	一般小売店 [生 活用品] (販売 担当)	販売量の動き	・行楽シーズンになり来客数は増えているが、なかなか購買に結び付かない。
□	一般小売店 [書 店] (営業担 当)	販売量の動き	・円安の影響である。
□	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・高額商品の売行きが厳しくなっている。紳士服フロアに高級ブランド店がオープンし、高額商品を購入する客はそちらを選択しているように見受けられる。カジュアルな商品を購入する客は多いが、単価が低いいため売上は伸び悩んでいる。
□	百貨店(経理担 当)	販売量の動き	・人流回復に伴い催事やレストラン部門の売上が引き続き好調に推移している。衣料品についても、気温の低下に伴い秋物商材の売行きが好調である。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数や客単価に波がある。少ない来店客のなかでも良い物があれば迷わず購入する客もいるため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	単価の動き	・来客数は変わらず増加しており、購買意欲の高い客も増加傾向にある。ただし、購買単価は伸び悩み、中低価格帯がメインである。中国人のインバウンド需要では高額品が稼働した。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・商品の単価が上がっているため、販売量は最小限になっている状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・秋らしい気温になり天候も良く、みかんやりんごなどの果物の売行きが順調だった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上予算の達成は続いている。クリスマスケーキやおせちの予約がもう入っており、クリスマスグッズも売れ始めた。年末商戦の出足は好調である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・3か月前と比べて来客数、客単価共に大きな変化はみられない。日用品に対しては、価格志向を中心に節約する消費傾向が定着している様子である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温が急に下がり、季節商材であるホット飲料や中華まんなど温かい商品の売上が例年と比べ多い状況である。週末を中心に行楽需要も伸び始め、新型コロナウイルス感染症に対する規制も緩和されており、更に来客が見込める。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比10%程度の増加で推移しているが、この動きは3か月前とほとんど変わらず、今月についても特に来客数の伸びはない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・発泡酒や第3のビールの値上げによる売上の減少は余りなく、売上全体でも大きな変動はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・引き続き販売量は横ばいである。半年前までは上昇傾向にあった客単価も、ここ数か月は落ち着いている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・残暑で秋物の売行きが伸びなかった。外出用の商品を購入する目的で来店する人は今の時季に着るのに適した商品を求めるため、在庫がない物が多い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・販売量は前年比95%前後で日々推移している。客は衝動買いを避けるように吟味して購入しており、店内滞留時間が長くなっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	販売量の動き	・故障による買換えが中心で、余り購買意欲が旺盛ではない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・アジア競技大会やサッカー等のスポーツ行事があると一見活気付いて見えるが、それとは別に景気としては良くない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ガソリン価格や電気料金は補助金もあり徐々に値下がりしているが、生活に必要なコストの増加が大きな負担となっていることを実感する。客は、日常生活のやりくりが大変だという話を中心となり、大型商品の話題は必要がなければ聞いてもらえない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生産回復が大きな要因である。一部車種はまだ1年以上の待ちであるが、量販車種の納期が元に戻ってきたことは、客にPRする上で非常に意味がある。ただし、この数年で車の価格がかなり高くなってしまった。コンパクトカーでも300万円を超える車種があり、見積りを出すと驚く客も相当いる。予算が合わずに購入の見送りも増えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売台数は前年と比較して減少している。新型車の発表があっても抽選になるケースが多く、買いたくても買えず、売りたいくても売れない状況になっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（経営者）	来客数の動き	・物価上昇により消費者の財布のひもが固くなっている。来客数も少ない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍以降数年ぶりに各地域での祭礼が始まり、それに伴って複数人での来店がある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	お客様の様子	・物価高騰と賃金上昇の幅にずれがあるためか、何か諦めムードがある。

□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・欧米人観光客でにぎわう人気観光地での飲食店の料金と比べ、ターミナル駅前で働くオフィスワーカーの昼食代は、引き続き1コインの弁当、又はコンビニのカップ麺と、低単価で横ばいである。
□	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5類感染症移行で、かなり制限のない日常が戻ってきているが、地元空港では国際線の便数がまだ回復していないため、思うようには客足が戻らない。少し金に余裕のある年齢層の需要は高まっているが、これ以上燃料費が高くなると、どうなるのか心配である。
□	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に対する制限が無くなった直後は、今思い起こせば人出がかなり戻ったようにみえた。しかし、それは一時的なことで、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るのかと思いきや、今現在出足が良いのは週末だけで、週始めと週中は良くなく、景気は変わらない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・涼しくなり、朝夕含め日中の客が減っている。駅でのタクシー利用者も減った。深夜の歓楽街でのタクシー利用者数は変わらない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・物価高の影響がある。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数は伸び悩んでおり、解約件数こそ横ばいで推移しているものの、停滞感がある。
□	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・新規申込みは多いが、廃止も多い。
□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・街中のどの飲食店も、高齢客の来店が減少している。
□	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・10月はゴルフシーズンであるため3か月前と比べると入場者数は多くなる。しかし、今月の入場者数は、前年や予算と比べて減少している。余り良くなかった3か月前から景気は変わっていない。
□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・8月から始まったキャンペーンセールの上売がコンスタントにある。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話からは、物価の上昇がかなり激しく、ガソリン等の値上げで大変だという話をよく耳にする。
□	その他サービス [介護サービス]（職員）	単価の動き	・介護サービスの福祉用具貸与事業では、利用料金に市場価格から算出された上限価格が設定されている。その基準は物価高騰前に設定されたもので、貸与事業者は物価に合わせて価格を改定できない。それどころか3年に1度の見直しが入る度に上限価格が更に引き下げられる制度となっているので、先の見通しも暗い。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態から抜け出せない。本当に案件が全くない状態の月がある。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は変わらず横ばいである。
□	その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・来場者数は好調な月もあるものの、購入を検討している客の数は低調なままである。
□	その他住宅[不動産賃貸及び売買]（営業）	来客数の動き	・閑散期に入り、なかなか客足も伸びにくくなった。1月からの繁忙期に向けての準備期間と考えるしかない。
▲	一般小売店[生花]（経営者）	お客様の様子	・どうしても必要な物は購入するが、どちらかというときぜいたく品に当たる物に関しては、買い控える傾向にある。値段だけ見て店の前を素通りする客が増えた。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%と前年割れのなかで、買上点数も0.3点ほど少なくなっている。1品単価は上がっても、売上は前年を割っている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%程度で推移している。
▲	スーパー（総務）	単価の動き	・来客数は増えているが、客単価が下がっている。物価上昇の影響が続いている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の売上は超えているが、やはりまだ新型コロナウイルス感染症発生前には届かない。さらに、値上げ効果もなくなり少し勢いが無くなってきた。

	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年より売上は増えているものの、増加率は縮小傾向である。特にパンや米飯の販売実績は他の商品よりも減少率が高く、物価高により弁当需要などが増えて節約傾向になっている可能性がある。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれた10月だったが、曜日別でピークとなる土曜日ですら混雑状態になる時間は僅かで、来客数は減少した。所持金を気にしながら買物をする様子の客が多く見受けられ、買上点数は減少し、客単価は下落した。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比101.9%であった。前月まではコロナ禍の時期との比較で前年比105%以上の大きな売上の伸びを記録していたが、今月は伸びが小さくなっている。人件費や光熱費は高騰しているため、前年比での売上の伸びが無くなってしまうと、前月までの上向き基調だった体感が失われたこととなり、景気はやや悪くなっている。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数が減っており、前年の9割程度である。値上げの効果で客単価は上がっているが、売上減少を補うほどではない。物価高で生活防衛意識が強くなっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・国産車、輸入車にかかわらず新車の生産遅延が長引き、納期が掛かることが消費者にも広く浸透している。余裕を持って次の車を探しているためか、夏よりも来客数が減ってきている。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・定年退職を迎える客が増え、代替購入が進みにくくなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・単純に客からの注文数が減っている。客は外食以外の用途で必要な出金が多い。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今春に値上げした影響により、販売量は10%程度マイナスとなっている。値上げ直後はほとんど影響がなかったものの、8月以降影響が顕著に出始めた。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・電気代やガソリン代が上がり、全て悪循環となっており、客も余り金を使わない。
	▲	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一切聞かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・住宅部材のウッドショックが解消しても工事単価は安くない。これでローン金利が上昇したら、客は購入できない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・外注先の人材不足で仕事が回らず他社の応援で乗り切ったが、人手不足は他人事ではない。当社もますます経費がかさみ厳しい状況になる。物価高による材料費、人件費やガソリン代の高騰で、経営にはまだ気が抜けない。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・10月の販売台数は少なく、問合せも少ない。時期としては良いはずなのに疑問であるが、自社に関しては非常に状況が悪くなっている。
企業動向関連	◎	—	—	—
(東海)	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の効果が続いている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍明けで経済活動が徐々に動き出し、受注も少しずつ回復している。世界各地で起こっている紛争の影響で材料費や光熱費が上昇しているため、価格転嫁がスムーズに進むか不透明な部分はあるが、当面の景気は上昇する。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・この2か月で契約数が安定してきた。新規物件の戸建て住宅と在庫物件のマンションの販売が好調である。戸建て住宅は割安物件が供給でき、マンションは値引き条件付でのお買い得感に対して反応があった。
	○	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	・世間の景気はまだらな状態である。良い会社と悪い会社の分化が起こっている。仕事の取り合いはかなり厳しく激しい状態である。先の景気が読めないためかなり厳しく単価を出して、仕事を取ろうという姿勢がみえる。当社は新しい仕事も入り、まずまずである。

<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・消費者の買い控えによる消費の低迷や物価高などの影響で受注量、販売量が全体的に減少している。景気は3か月前と同様に悪い状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電子材料薬品の需要は、引き続き在庫調整等で減少している。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務秘書）	それ以外	・コロナ禍の収束に伴い再会で集まる需要の高まりがある。飲食店では、土曜日18時のような集まりやすい時間帯は貸切りで予約されており、入店を断られることを数回経験した。人的交流の回復は、景気に良い影響を与える。
<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・一般的な製品の受注量は、平年の8割程度だが、水素吸蔵合金の生産量が前年の2倍以上になっているため、生産用の耐火物への注文が受注の不足分を補っている。
<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・本来は秋需と呼ばれる需要が増える時期で他の月より10%ほど伸びるはずが、今年は逆に横ばいから5%ほど減少している。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き続き引き合いは多く、仕事量の確保については、むしろ対処し切れないほどの状態が続いている。大手資本系に仕事が集中している様相である。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米の自動車向け設備投資は上向きになってきたが、今月は、金利上昇により資金が調達できないなどの理由で、計画が一時停止になる案件が多かった。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて客先業界の設備投資が増えるの見込みだが、現時点ではまだ余り変わらないため、現状維持の状態である。これから2か月後には増える。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月以降は、生産量、購入量がほぼ同量で推移している。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が多少増えてきているが、3か月前とはさほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・引き続き物価高やガソリン代高騰など不安材料が多い一方、明るい材料がない。減税案も一時のぎにすぎないため、景気回復にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	取引先の様子	・見積依頼数が増加している。前年まで着工できなかった案件の見積依頼があるという業者の声も聞く。景気が実際に上向くかどうかは、決裁が下りて契約が結ばれるまで分からない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	それ以外	・物流の2024年問題への対応でコスト負担が大きい。運転手不足、燃料価格の高止まりもあり厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物流量自体は一定の水準のまま続くが、運送業界ではコスト高、人手不足や運賃値上げが進まないなど、苦しい状況が続いている。仕事はあっても苦しい状況である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・企業間の輸送物量が鈍化傾向から脱却できていない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・世界の景気が不安定である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・様々な物が値上がりしているなかで、運送業界においても燃料費や人件費の高騰がある。それを運賃に適正に反映させるため顧客に依頼しているが、物流費に対する世間の認識がまだ不足しており、後回しにされがちである。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	それ以外	・経済の正常化は輸出や観光事業の増加の影響が大きい。消費や設備投資などは新型コロナウイルス感染症発生前から2%減少という話があり、正に実感している。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車部品・販売においてはかなり順調に推移しているものの、大手自動車メーカーの取引先での火災により多くの人が休業しているため、先行きは分からない。物価やガソリンの価格高騰などインフレに対する警戒感が強く、財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店はなかなか苦しい状況にある様子である。食品価格の上昇は、飲食店以外に日常生活も圧迫している。

	□	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対する不安も軽減していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。外出等の増加に伴い、今月の売上は前年を上回っている。
	□	不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・住宅市況については大きな変化がない。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・客からの広告受注量にそれほど増減はなく、新規の引き合いも特に変化はない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・中東でも戦争が始まり原材料価格やエネルギーコストの上昇の懸念があり、積極的な投資は控えているように見受けられる。また、10月より生活必需品の値上げもあり、一般消費者も節約傾向にある。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店は、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、来客数が戻りつつあったが、最近では足踏み状態である。その他の顧問先は、売上、利益共に変化がない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少し、引き合いも減少している。販売価格の低下、原料価格の高止まりもある。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・買物をしていても、食料品の高騰は我慢できない。品数を減らして必要最低限の購入にしている。このようなムードは多くの人にとって共通であり、先行き不安で仕方がない。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・携帯電話にあらゆる業種からのセールス電話が掛かってくる。通販商品や投資の話は珍しくないが、その他にも明らかにコールセンターが委託を受けているような電話がある。企業が売上確保に苦勞し、打ち手としてこのようなアウトバウンドコールを選択しているようである。
	▲	金融業（企画担当）	取引先の様子	・建設業では、材料不足や人手不足により原価が高騰し、受注した工事の採算は悪化している。中小企業では、まだ賃上げができていない企業は多くない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気自動車関連も半導体チップ関連も減少傾向である。結果として、ロボットの生産台数も落ちている。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシが減少している。
雇用 関連	◎	-	-	-
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・同窓会などの宴会で派遣需要が増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・10月以降求職者の動きが活発となっている。求人企業の採用意欲も引き続き高く、今後のマッチングが期待できる。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車関連製造業においては、国内販売、輸出向け共に上向きに推移している。特に国内販売数は前年超えが続ぎ、新型車種の販売も好調で生産工程は多忙になっている。
	○	求人情報誌（営業担当）	採用者数の動き	・求職者の動きも活発で、マーケットが活発になっているようである。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・観光や飲食を中心に、地元経済はコロナ禍よりは大幅に活発になっている。ただし、企業の業績は、まだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
	○	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・製造業などでは価格転嫁が進んで、賃上げをする企業も増えている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・引き続き当地域での技術系求人数は過多であり、当社を含めて採用熱が高い状態が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・前年と比較すれば動きがみられるが、景気が上向くほどではない。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・有効求人倍率が前年を下回った。新規求人数の前年割れも3か月続いており、とりわけ建設業は7か月連続で前年を下回っている。卸売業、小売業の新規求人数は横ばいである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比べ全体的に減少しているが、道路貨物運送業と物品賃貸業が微増となった。一部業種からは、活気の割に消費が伸びていないという声を聞く。

□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では、原材料やエネルギー価格の高騰により利益が圧迫されている。そうしたなか輸送用機械器具製造業では、半導体の供給制限緩和により生産が上向きである。食料品販売業では、一定の需要はあるものの、従業員が好条件の会社に転職し人手不足によりシフトが組みづらい状況である。建設業では、物価高によりコストが上昇し、人件費に回せず求人募集を見送っている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比でみた求人数は、物価高騰、賃上げによる人件費の上昇などから、製造業を中心にほとんどの業種で減少傾向が続く。一方、求職者数は緩やかな増加傾向が続いており、この状況が長期化している。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・事業の経営環境や利益予測などを加味して、採用継続の判断が徐々に2極化しつつある。
▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・物価上昇の波が変わらず続くなか、最低賃金改定の効果もなく、会社経営は切迫し従業員は生活費が厳しい状況は変わらず、景気悪化の印象が強い。
▲	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人、求職共に大きな変化はないが3か月前に比べ微減という状況のため、採用数も減少している。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の動きとして、人手不足とされるなかでも製造業や運輸業では減少傾向が続いている。
×	—	—	—