

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）	・観光客に明るさが見られる。
	◎	コンビニ（企画担当）	・東京・大阪ほどではないがインバウンドは着実に増加しており、今後もこの状況は継続する。
	◎	コンビニ（店長）	・物価高で価格改定は継続しているものの、高価格のスポット商品は売上が好調である。継続して非常に苦しい景気ではあるが、客に価値があると認識された商品は価格にとらわれず売れる傾向にある。客や店舗立地に合わせた品ぞろえの改善を継続すれば、来客数も増えているため好調と予想する。
	◎	乗用車販売店（経営者）	・1月からは年度末商戦に入るため期待したい。
	◎	一般レストラン（スタッフ）	・今が厳しい時期の底と考えられ、今後は良くなる。
	◎	観光型ホテル（支配人）	・年末年始の宿泊及び忘年会や新年会の予約が好調である。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・ボーナス次第である。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・年明けは毎年好調なので期待している。
	○	百貨店（総務担当）	・年末のボーナスも増加見込みで、コロナ禍後の高額消費を引き続き後押しする。おせちやクリスマスケーキの受注も、今のところ好調である。原材料の値上げもあり、受注増加に加え価格上昇が売上の大きな増加につながっている。ガソリン代も政府の補助金が継続されており、他の消費に金が回ることを期待している。当地区はまだ海外への渡航も控えられており、国内消費に引き続き期待したい。
	○	百貨店（経理担当）	・全体的にマインドが改善している。
	○	百貨店（営業担当）	・施策を考えて実行を繰り返し、変えていく。
	○	スーパー（経営者）	・暖かい日が続き来客数が増加している。年末年始を迎えるため、更なる増加を期待する。
	○	スーパー（店員）	・年末商戦に向けて売上が伸びる。
	○	スーパー（店員）	・これから玉ねぎなどの高騰が予測されるが、買い控えなどマイナス要素は、今のところ客の様子にはみられない。年末に向けて、天候さえ良ければプラスで推移する。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・年末年始を迎えるため、来客数の増加を期待する。
	○	衣料品専門店（店長）	・客先の仕事量は増えてきており、作業用の備品についても販売量が5%ほど伸びている。ただし、企業の人手不足により仕事の受注量が限られるため、今後も外国人技能実習生の受入れが進むかどうか、これからの景気向上の鍵となる。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・旅行等に関する支出が増加する。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・紳士服の量販店はこれからが繁忙期になる。成人式や就職活動用のフレッシュャーズスーツ等、単価も点数も増えてくる。それに伴って一緒に礼服を購入する客も増えるため、予算も高くなり販売量も増加する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・特に新商品が出たりトピックがあるわけではないが、2～3月に車検満了を迎える客が依然として多いため、ターゲットの数は多くなる。全くなかった在庫も増えてきて、販売も上向いてくる。
	○	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム工事のほかに中規模工事の見積り・契約が少しずつ多くなっている。客の業種も商業施設、戸建て住宅やマンションなど、幅広く引き合いが入り始めてきている。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・賃上げが鍵になってくるが、物価高騰に対する国の施策等にも期待している。	
○	高級レストラン（経営企画）	・年末年始で海外渡航は増えるが、外食での集まりの需要は前年と同様期待できる。	
○	一般レストラン（従業員）	・政府の給付金に期待している。	
○	バー（経営者）	・年末年始で人の動きが出る。	
○	都市型ホテル（営業担当）	・予約状況をみると引き続き増加傾向である。問合せ数も増加している。	

○	都市型ホテル（総支配人）	・先行きに期待をしているが、人件費、光熱費など仕入コストの大幅な増加により収益的には厳しい。
○	旅行代理店（営業担当）	・法人客から4年ぶりに復活した忘年会や新年会の申込みが多数ある。宿泊を伴う宴会も多くなり、景気は好調をキープしている。年末年始の旅行計画や申込みも増えており、懐にも余裕が出てきている様子である。
○	テーマパーク職員（総務担当）	・前年比で入園者実績を見れば7月は88%、8月は84%、9月は95%、10月は73%と下回っているが、11月中旬で今年目標入園者数の100%に近い数字になっているため、少しずつ回復傾向にあるとみられる。
○	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、冬場クローズのゴルフ場を除き全て順調で、前年同日と比べてかなり上回っている。ここ数日の晴天続きで予約も増えているとみられるが、この冬場は好調に推移する見込みである。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新型コロナウイルス感染症の影響がない世の中になったため、繁忙期に入り新型コロナウイルス感染症発生前以上に売上が上がると期待する。
□	商店街（代表者）	・戦争が起きてても解決しても、このまま景気は変わらない。
□	商店街（代表者）	・商店街の客は、飽和状態で変わりようがない。
□	商店街（代表者）	・世界各地の戦争も終結の気配はなく、原材料の価格高騰が続く。国民の所得増加が浸透するには、まだ時間が掛かりそうである。
□	商店街（代表者）	・これから増税が控えており、まずはそれに備える買い控えて、余分な物はなかなか買ってもらえない。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・個人客は財布のひもが固いが、購買力や自家需要は変わらない見込みである。法人客は若干伸びており、全体としては変わらずに現状が続く。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・足元の状態はまだ続く。
□	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）	・余りにも不透明なことが多すぎて、先行きが読めない。
□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・今年は暖冬との予報で、冬物衣料の売行きが懸念される。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末の予算消化が始まりつつあるが、引き続き円安の影響は改善する。
□	百貨店（企画担当）	・来客数や売上は前年同月を上回り続け、新型コロナウイルス感染症発生前に近づきつつあるが、消費傾向の変化により、低価格の食料品とインポートブランド品や時計宝飾品・美術品などの高額品の2極化が顕著である。また、中国からの旅行者が戻っておらず化粧品等の伸びは頭打ちとなっている。ファッション関係も新型コロナウイルス感染症発生前を下回る状況が続いており、この先にも大きく上向くとは考えられない。
□	百貨店（経理担当）	・物価高に伴って中間所得者層の消費マインドの低下が懸念されるが、富裕層においては株高に支えられた高額消費が更に盛り上がり、結果的に景気は現状を維持する。
□	百貨店（営業担当）	・物価高の影響から客単価は上昇傾向にあるものの、今後は人口減少もあり、入店客の伸長は見込めない。
□	百貨店（営業担当）	・特に高額商品などの動きは鈍化が続く。一方、外国人観光客がこのところ増加しており、この傾向は今後も続いていく。
□	百貨店（販売担当）	・消費マインドは上がっており期待できるが、客単価の低下もあり、現状維持にとどまるのではないかと。
□	スーパー（店長）	・お盆同様に今年のクリスマスや年末年始は、新型コロナウイルス感染症の規制緩和で帰省や旅行など外出が大幅に増えることが予想され、店への来客数が減少する。
□	スーパー（販売担当）	・良くなる材料が今のところ見当たらない。
□	スーパー（営業企画）	・消費が上向く要因が、当面は見当たらない。しばらくは現状の消費傾向が続く。
□	スーパー（販売担当）	・寒さの到来により季節商材の動きは良くなる。また、インフルエンザなどの流行により、マスク等の健康・衛生関連用品の売上が回復する見込みである。しかし、依然として物価高への警戒感強く、生活防衛意識が高まっている。販売側も相当に販売促進を行っているが、これ以上消費者の需要を喚起するのは難しい。

<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・イベントが中止になることなく行われるため、そのたびに特需がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・例年冬は売上、来客数共に落ち込む時期だが、現在の好調を維持できると予測する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・悪くなる材料は少ないが、良くなる材料もない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・例年であればクリスマスから年末までは順調に売上が伸びる時期であるが、前年と比べ商品の値上げや暖冬の影響があり、今年は大きく伸びる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (本部管理担当)	・経済政策に注目すると、物価高・経費増大の状況を脱するような政策が見受けられないため、当面この状況は変わらない。現在は電気代の補助金が出ているが、補助が無くなった場合、更なる経費負担が発生するので、今後の見通しは明るくない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (商品開発担当)	・商品が値上がりが続いている。今のところ客の購買マインドへのマイナス要素とはなっていないが、いつまでこのままの流れが続くか分からない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・半額だから購入するという客が、新型コロナウイルス感染症発生前よりも増えたような気がする。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (販売企画担当)	・客の話を聞くと、やはり物価高の影響で買い控えはあるが、必要な物はこれ以上削減できないとも言っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	・景気に大きく影響するような要因が、今のところ見受けられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・前月よりは良かったが、3か月前と比べると微妙であり、3か月後については予想がつかずどちらともいえない。販売量は少ないが問合せは多いため、判断が難しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・これからも生活に係る費用が上昇していく状況は変わらないとみられるため、実際に収入増加が見込まれる来年度に入らないとこの局面は改善されない。年末年始を迎えてにぎわうだろうが、あれもこれもといった消費ではなく、必要な物やお買い得と思える物への賢い消費にとどまる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属] (経営者)	・円安、物価高騰や戦争などの社会情勢不安により、確実に消費への影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・家庭で使用する食材等の値上げや店で使用する全材料の値上げの影響で、消費者の購買意欲は少し低下している。店頭販売は少し落ちるがイベント販売などの外売りが伸びているため、例年と比べても総売上は変わらないと見込む。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・自営業者もサラリーマンも所得が増える様子がみえないため、外食に掛ける支出は減少する。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・物価高などで仕入コストが上がっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・現状の周囲の様子をみていると、上向きになるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・年明けは秋に比べると需要期ではないが、コロナ禍であった前年よりはかなり良い予約数になっているため、前年比で1~2月は良くなる。3年以上にわたって旅行ができなかったため需要が底堅い。新型コロナウイルス感染症に対する心配が無くなったので、需要が底堅く推移する。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	・冬場は旅行需要が少ない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	・コロナ禍明けで久しぶりの海外旅行ということで、パスポートも再申請費用が掛かり、どの国も物価が高いことは分かるため、客には安全に行きたいという様子がみられる。海外旅行について自分で航空券やホテルをインターネットで手配するのはまだハードルが高い。国内旅行はやはりネット予約に押され気味で全国旅行支援終了後から個人の受注は少ないため、2024年は海外旅行需要に期待している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症に対する規制緩和後に初めて実施する団体旅行、特に社員旅行を、来年に計画する顧客が多い。過熱した団体旅行需要が一段落するまでには、これから1年以上掛かる見通しである。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・クリスマス、忘年会で年末はタクシーの利用客が増えて忙しいが、正月休みに入るとかなり暇になる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・先行きがはっきり見通せないなか、当分は買い控えが続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (サービス担当)	・物価が上がっても給料が上がらないため、節約をするために、固定電話の廃止が目立っている。

□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてイベントや外出は増えているが、物価の上昇に付いていけない印象を受ける。当分この状況が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・当分は変わらない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・人口減少や空き家の増加に鑑みても、良くなる材料が見られない。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・元請も着工しておらず、一般顧客のリフォーム工事等の引き合いも減少している。
▲	商店街（代表者）	・顧客の高齢化により、来客数の減少が激しい。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・正月休みから成人の日の3連休と休みが続いた後は、飲食店への来店は控えるようになる。
▲	百貨店（売場主任）	・メーカーが商品を余り作らないため、これから始まるセールにも在庫が不足して余り商品が入らないことが考えられる。客の買上単価も低くなっており、ビジネスよりもカジュアルシューズの売行きが良い。スーツにも合わせられるスニーカー等、ビジネス・カジュアル両方に使用できる物を求める客が多いため高額商品は売れない。
▲	百貨店（販売担当）	・主力の化粧品関連は周辺競合店の増加で売上が厳しい。免税客の爆買いもなくなり、低額品の購入が多い。
▲	スーパー（店員）	・依然として担当カテゴリーでは値上げ商品が次々と発生している。
▲	スーパー（販売担当）	・1～2月は更に寒いため、夕方の来客数減少が懸念される。
▲	スーパー（支店長）	・戦争等の海外情勢、内閣支持率の低下にみる政治不安や物価高騰による先行きへの不安で、購買意欲の減退は否めない。年末年始に向かうなかで、ますます購買意欲は鈍化が進む。世界平和、そして中長期的な経済対策が望まれる。
▲	スーパー（総務）	・ボーナス商戦を迎えるが、各企業でのボーナスの出方によっては景気が大きく変わることが心配である。
▲	コンビニ（店長）	・スナック菓子でも低単価商品が売れる傾向で、高めの商品は売行きが良くない。節約志向が続いていく。
▲	コンビニ（店長）	・ここ数か月間は、少しずつ来客数、単価が落ちているため、その傾向が当面続くと判断する。景気が浮上するような要因が見当たらない。
▲	コンビニ（店員）	・寒さがピークになり、来客数が減る。
▲	家電量販店（店員）	・客は余り機能や付加価値を商品に求める様子がない。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・暖冬の影響で冬物商材も滑り出しが悪い。年末商戦もダイレクトメールセールが始まったが、単価が低く前年割れしそうである。
▲	家電量販店（営業担当）	・今年の冬は暖冬予想のため、冬物商材への影響が心配である。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車供給が通常の状態に戻りつつあり、それに伴い受注は大幅な減少傾向にある。既に受注残数が無くなっているブランドもあり、今後は売上の減少が見込まれる。
▲	乗用車販売店（従業員）	・オーダーストップしている車種がかなり多く、買いたくても買えない、売りたいくても売れない状況がまだ続く。新型車が発表になっても割り当て台数がかなり少なく、すぐにオーダーストップになってしまう。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型車種のデビューイベントがあり、フルモデルチェンジのため、これまでであればかなりの来客数が期待できたが、当日の呼び込み客と2人しか来店がなかった。新型デビューのイベントにもかかわらずこの来客数では、非常に今後が不安視される。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・いろいろな意味での過渡期である。新型コロナウイルス感染症により、抱えているいろいろな問題点が具体的に現れている。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安による原材料の価格上昇が著しく、利益を圧迫している。自社も取引先も同じ状況で、前年から今年の春までに複数回の値上げを実施しているが、更に来年の春にも実施する予定である。そうなると、販売量の更なる低下は避けられない。
▲	旅行代理店（経営者）	・理由は不明だが、急に予約が減ってきたので不安を感じている。
▲	旅行代理店（経営者）	・飲食店以外でもタクシー運転手と話をしているときなどには、飲食料金を始め様々な物の価格が上昇しているなかで人々が支出を抑制している状況を実感する。

	▲	タクシー運転手	・客の動きは少し悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・週末はそれなりに客の出足があるが、売上は落ち込んでいる。年末にかけて忘年会等で客足は増えるものの、乗車率、乗車単価に期待ができない。年末は、厳しい状況もあり得る。
	▲	通信会社（企画担当）	・年末年始を控えているが、むしろ物価高を改めて感じる機会ともなり、更に冷え込んでいく。
	▲	観光名所（案内係）	・国の施策や地方行政の対応が適切とは考えられず、世の中がうまく動かなくなっている。
	▲	理美容室（経営者）	・客からは物価上昇の話が聞かれ、買い控えが起こる。
	▲	美顔美容室（経営者）	・キャンペーンセールが今年一杯で終わるため、販売量が減少する見込みである。
	▲	美容室（経営者）	・物価高の影響が大きいのか、客に不安そうな様子がみられる。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・燃料、光熱費が値上がりし、仕入れや配送運賃などの経費がかさむ要素がまだ続く。来年4月には、介護保険で福祉用具レンタルの上限価格が3年前から更に押し下げられる。他の介護保険サービスとは逆行するサービス単価の下落を強いられ、賃上げムードと板挟みの運営となることを想定している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・冬枯れの時期で例年どおり来場者が減るため、販売数も落ちる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・金利が上昇すると新築住宅は売れなくなり、中古住宅を購入する人が増えてくる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・建築材料費、人件費等全てが上がり、施主も二の足を踏んでいる。コロナ禍の次は物価高で、まだ厳しい状態が続く。
	×	スーパー（店長）	・1品単価の上昇分以上に買上点数の減少がみられる。低価格を売りにした店に人が集まり出している。
	×	美容室（経営者）	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響もあり、また、インフルエンザや風邪がまん延しているため出足が悪い。
	×	設計事務所（経営者）	・計画案件や問合せはほとんどない状態が続いている。良くなる根拠が全くない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・土地が値上がりしているため、分譲住宅の用地購入がなかなかできない。分譲住宅の販売も進まず、先行きが不安である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・半導体向け需要の低調は底を打って、徐々に回復傾向にある。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米では、電気自動車への切替えのための設備投資意欲が大きくなっている。金利が高くて資金調達が難しいという声もあるが、引き合いは増えている。
	○	金融業（従業員）	・いろいろな不安材料は多いものの、コロナ禍が明け人々が旅行などに消費して楽しむ傾向が高まっている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安基調は当分続くので、大企業は人手不足解消のため、中小企業に対して自動化を促す傾向が強くなっている。また、高付加価値、高単価の案件を企業内で対応しようとして、その関連の話が当社にも来ている。当社の新商品に対する反響が大きく、忙しい状態になっている。
	□	化学工業（総務秘書）	・久しぶりに忘年会・新年会の誘いが届いている。きっと12月も飲食店からは、予約が一杯という言葉が返されることだろう。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・3年前からのセラミックス用輸入原料の急激な高騰は、どこのメーカーでも同条件なので、比較的製品価格への転嫁が容易であったが、その後は受注量が減少してしまった。回復には、あと半年くらい掛かる見込みである。
	□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量は比較的多い状態が続く見込みである。この傾向のまま、来年度に入っていく。
	□	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判断する。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・政府の景気対策は遅過ぎて、かつ小規模過ぎるため期待ができない。今のような政策が続いているうちは、景気の好転は期待できない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな変化は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・素材価格や諸経費等の増加分は転嫁できている。価格上昇率が10%以上であることを考えると、受注量、販売量が増加する見込みは薄い。

□	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・先の生産計画も、同じようなペースで生産する予定になっている。
□	輸送用機械器具製造業 (管理担当)	・給料は上らず残業も減りつつある。景気回復の材料がない。
□	建設業 (営業担当)	・公共性のある委託業務は、予算が多少削られても安定してあるが、自社での新規事業展開を考えたときに、新しい芽が出るような事業はなかなか確立しにくい。投資した分だけ負担となるので、景気や自社の先行きは下向きである。
□	輸送業 (従業員)	・同業他社で廃業やM&Aの話をちらほら耳にする。コロナ禍明け以降も立ち直りが難しいところが多いように見受けられる。体力のある企業とそうでない企業の2極化になりそうである。来年にはいよいよ物流の2024年問題が迫っており、先行きが不透明である。
□	輸送業 (エリア担当)	・季節変動以外の要素がない。
□	通信業 (法人営業担当)	・猛暑による野菜の値上がりや、秋冬家電等の値上がり等が影響し、かなり消費が落ち込んでいる。いまだ景気が上向き実感はない。
□	金融業 (企画担当)	・仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できるような環境になって、それに伴い社員の給与も上げられるようにならないと、景気は良くならない。政策も含めて実現には課題も多く、まだ時間を要する。
□	不動産業 (経営者)	・今後も新型コロナウイルス感染症に対する不安は更に減少していき、外出や遠出をする人は増加傾向となる。今後の売上も増加していき、前年を上回る状況は継続していく。
□	広告代理店 (制作担当)	・冬のイベントは、暖冬が予想されていることもあり、客の動員数を多く見込める。
□	公認会計士	・年末年始に向けて、人の動きも活発になり消費が活性化すると予想する。しかし、年明け以降に金利上昇の可能性が高まっており、設備投資が消極的になる可能性や返済額の負担増加などのマイナス要因もあるため、大きくは変わらない。
□	行政書士	・現状維持である。
□	会計事務所 (職員)	・最低賃金は増額され、スーパーの商品の値段は上がる一方である。会社によっては物価手当という名目で一時金を支給したところも何社かあるが、数万円程度なので、景気を上向かせるほどの影響はない。
▲	食料品製造業 (経営企画担当)	・賃上げを行う企業も増えてはきたものの、物価の上昇に追い付かない状況が今しばらく続く。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	・現在の景気はやや良い状態にあるが、2～3か月先はこの状況を維持するような良い材料がない。
▲	鉄鋼業 (経営者)	・良くなる要因がない。見積り件数も増えてこないため、先行きの販売量の伸びが期待できない。
▲	建設業 (役員)	・住宅購入に向けた国の施策やバックアップがない。また、物価上昇に伴う建築コストの上昇が著しく、今後の新規物件は販売単価が上がる。
▲	建設業 (経営者)	・我が国のリーダーによる人選や施策等をみると、このままの状態では不安で仕方がない。
▲	輸送業 (経営者)	・物量が低迷するなかで、人件費、燃料等のコスト増加が見込まれる。
▲	輸送業 (従業員)	・人材採用で費用が増加し、収入は前年並みのため、企業収支への影響が大きい。
▲	輸送業 (エリア担当)	・自社も同業他社の動向もさほど変わらない。荷物量が増えない一方で人件費・燃料費等の経費増加などの要因が重なり、明るい兆しがない。業界内のみならず、世の中全般の景気も大きな上向きの兆候はみられないため、今後は更に悪くなる。
▲	輸送業 (エリア担当)	・物量が伸びておらず単価もなかなか上がらないなかで、人件費や燃料代などの経費は上がっている。2024年を目前にし、冬の繁忙期に配送委託先が集まらず、委託単価を上げて無理やり集めている状況である。今後は委託先の取り合いになって、単価が一気に上がりそうである。
▲	通信業 (法人営業担当)	・企業が投資を控えると消費者の購買意欲を満たせなくなり、高い利益水準を維持できなくなる。企業が利益を上げないと税収が減り、税収が減ると公共事業への投資が減って暮らしの利便性を享受できなくなる。人の生産性は、暮らしの豊かさや満足度に比例するものなので、このままでは、日本は生産性だけでなく魅力度までも低い国になる。

	▲	金融業（従業員）	・年末年始が過ぎても、景気は変わらない、若しくは悪くなると見込む。人々に買い控えのような動きがあるのではないかと。
	▲	会計事務所（職員）	・長引く物価高騰のためか、消費意欲が低下している。必要な物でも品質は二の次で、とにかく極力出費を抑えたいという傾向が強い。仕入価格は上がる一方で客単価は下がるため、大変苦しい状況である。
	×	食料品製造業（営業担当）	・回復の要因がない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・収入が上がらず、物価がどんどん上がっている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・全体的に引き合いが減少している。客先によっては、大きく落ち込む予想のところがあがる。
	×	通信業（総務担当）	・賃上げがなければ、政府は物価抑制に努めるしかなく、デフレが継続して円の価値が下がって更に売られる。諸外国と対するならば、物価上昇に伴うインフレを覚悟で、とにかく賃金を2倍に上げる必要がある。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシの原材料費が下がるまでには数か月の時間が掛かり、その間にも最低賃金の引上げなど配布の経費も上がってきている。新聞は再販指定商品で販売店では値上げもできないため、価格転嫁も難しく二重三重に苦しい状況が今後も続いていく。
雇用 関連 (東海)	◎	人材派遣会社（社員）	・法人関係の忘年会で派遣の予約状況が好調なため良くなる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・退職者の増加が見込まれるボーナス支給後から年度末に向けては、求職者の増加により採用数が微増することを期待する。
	○	求人情報誌（営業担当）	・12月のボーナス支給後は、4月入社に向けた求職者側の動きが活発になることが見込まれる。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末に向けての動きに期待したい。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者、求人企業の動きが当面変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ふだんの生活のなかでポジティブな要素を感じない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・当地域では自動車関連を中心とした開発テーマの活況状況に変わりはなく、それに伴い当社の引き合い数も過多状態を維持している。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・半導体供給の滞りが緩和されつつあり、過去最高の自動車生産台数となっているが、製造現場をけん引する人材が不足している。特に中小企業においては、賃金アップをしないと採用が難しく、賃上げの原資をどこから捻出するかが課題である。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ウクライナ問題や中東での戦争などの心理的な要因と、その影響による食料とエネルギー供給への不安は変わらず、原材料コストの上昇は依然企業に影響を与えている。現状では上向き要因が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・原材料や光熱費の値上がり、燃料費の高騰が続き、消費への影響が大きい。生活の活気も戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前ほどの景気はまだ戻らず、消費者には買い控えもみられる。
	□	職業安定所（職員）	・引き続き原材料やエネルギー資源の価格高騰を受け、企業経営が悪化するおそれがある。仕事があっても人材不足が解消されない。今後も物価上昇は続いていくと予想する。
	□	職業安定所（職員）	・景気が上向きになる材料が乏しく、求人減少・求職増加の流れは今後も続きそうであるが、窓口の混雑度合いは比較的落ち着いている。大量離職が数多く発生するような、更に悪化した状況にはならない。
	□	職業安定所（職員）	・月間有効求人数は、ここ最近横ばいで推移しており、今後2～3か月先に今以上に上昇するとは見受けられない。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は増加しているものの、求職者数の増加や企業ニーズに伴ったスキルを持つ求職者とのマッチングが実現せず、決定に至らない状況が続くと予測する。	
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・前年のような採用決定数の伸長は見込みづらい。企業側の採用時における見極めが厳しくなっていくと予想する。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	・今後2～3か月で状況が現状から大きく変化する要因が見当たらない。	

□	学校 [専門学校] (就職担当)	・例年12月に学内で行われる医療機関による就職説明会への参加施設数は、参加希望が急増した前年並みである。新型コロナウイルス感染症収束後の採用意欲に落ち着きが見えてきた印象を受ける。
▲	人材派遣業 (営業担当)	・賃上げが物価高に追い付かない限り、景気回復は見込めない。一時的な助成金や補助金では、長期的な効果は見込めない。
▲	職業安定所 (所長)	・企業での人手不足は続いているが、物価高などにより収益が上がらないため、新規雇用についてはやや慎重姿勢になっている。また、物価高などによる生活苦から求職活動を開始する高齢者は増えており、この状況が続くことを懸念する。
▲	職業安定所 (職員)	・事業所の廃業や規模縮小等の相談が、頻繁に聞こえるようになっている。
×	—	—