

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	・当地域の観光客は、新型コロナウイルス感染症発生前に比して80%程度の回復状況である。団体旅行については、まだ回復の道半ばである。
	◎	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・要因は不明だが、今月は問合せも多く販売量の動きも良かった。株価の上昇が自動車販売にも関係しているのだろうか。ここ最近では突出して良い月であった。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店等の様子を見ると、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前と同程度に戻っているようだが、人手不足のため売上の増加が見込めない。インバウンドは増加しており、消費がかなり活発になっている。高級ブランド品店では、売上の8割がインバウンドによるとのことである。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・客から景気が少しましになってきたという声を聞く。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・株価の推移がとても良い。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・暖冬で衣料品や雑貨の売上は厳しいものの、バレンタイン催事が各種値上げ等で1品当たり単価が上昇していることもあり、売上は大きく伸びている。能登半島地震もあり消費マインドがどうなるか心配していたが、東日本大震災などの震災と比べると、影響は小さい。インバウンドの動きとして、中国語が店内で頻繁に聞こえるようになってきており、少しずつ回復していることがうかがえる。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・正月商戦では、前年と比べると客単価の変動はないが来客数が伸びたため、前年の売上を上回った。
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・前年は医療ひっ迫と新型コロナウイルス感染症の最終ピーク期であったため、前年比はプラス傾向である。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・能登半島地震の影響により、北陸からの鮮魚は入荷量が減少し、練り物なども工場の被災で売上に影響を受けた。ただし、みかんや果物が順調に売れたので、減少分をカバーできている。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・協賛店の開店に伴う協賛セールを実施したことで、過去最高の売上を達成した。新規来店者も増加している。
	○	スーパー（支店長）	お客様の様子	・年明けより一般食品等もろもろの値上がりは一段落し、消費も活性化して上向きになりつつある。また、年末年始は暖冬でコロナ禍からも本格的に回復したことで、インバウンドなど交流人口が増え、観光業にも潤いを与えている。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・旅行者が増加傾向にあり、インバウンドも増えつつある。ただし、中国からの旅行者が戻っていないため、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には達していない。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・寒い日は来客数が減るが、今月は全般に比較的暖かく、前月に引き続き売上は前年同月を若干上回った。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・パンの購入に伴うドリンクサービスを実施したため、パンの購入客が多かった。
	○	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・売上は前年比106.3%で、コロナ禍から脱した昨年以降連続して前年を超えており、小売業界全体と同様に好調である。ただし、売上増加には理由の一部として物価高があるため、利益換算でみた場合には景気回復を感じられない。コロナ禍よりは良くなっているという判断である。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・本格的な寒さとなり商品の買上点数が増え、前年比20%増加している。防災対策のため災害時にも使用できる物を買求める人が増えている。寒さが厳しくなり、地域経済は例年並みの水準になっている。	

○	衣料品専門店 (売場担当)	販売量の動き	・制服のない高校生の卒業式、大学の入学式や就職活動用にスーツの購入が増えている。また、それに付随して靴、シャツやネクタイ等を一式そろえる客が多くなっている。
○	家電量販店(店員)	単価の動き	・冷蔵庫やドラム式洗濯機など上位グレードで値段の高い物が比較的人気である。
○	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・年末に向かって落ちていた販売量が、年明けから増えてきた。前年は大手中古車販売店や大手自動車メーカーの不正問題が世間を騒がせたが、年が変わればもはや過去の出来事とみなされている。
○	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	・物価高の影響度合いについては、引き続き注視していく必要がある。
○	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・年末年始は特に客が多かった。成人の日以降は例年どおり低調な動きであったが、週末は多くの客が来店した。底堅い動きが見られるが、平日のディナー時間帯はいまだに厳しい。
○	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・団体客が増えてきている。
○	その他飲食[仕出し](経営者)	お客様の様子	・株価上昇で何となく景気が良くなっている雰囲気がある。
○	都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・新年会で宴会需要は戻ってきた。レストランは夜が依然厳しく、宿泊も平日は厳しい。
○	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・宿泊はインバウンドが引き続き好調である。レストランは来客数が新型コロナウイルス感染症発生前と比べると若干減少気味であるが、単価でカバーしている。法人宴会は新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、全体としては好調に推移している。
○	旅行代理店(営業担当)	それ以外	・今年の秋シーズンには既に予約の取れないホテルや旅館が続出している。人手不足による受入れ側の都合もあると察するが、勢いがあり新型コロナウイルス感染症発生前と違った動きが続いている。
○	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・年始から能登半島地震、航空機事故や大雪など不安な出来事が続き、その影響での旅行取消しなどは発生したが、依然としてコロナ禍の間に行けなかった分、旅行を計画する人は多く、旅行需要は増えている。物価上昇による旅行代金の値上げは、抵抗なく受け入れられている。
○	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・新規契約数は若干上向き、解約数はやや低いレベルで安定している。景気が良いとまではいえないが、やや上向きな印象である。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・いろいろな業種の客があり一概にはいえないが、一部の業種については、半年前や1年前と比べると予算の取り方が前向きとなっている。
○	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・インバウンドが順調に伸びている。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・主に台湾からインバウンドの団体客が、新型コロナウイルス感染症発生前より多く来園している。
○	観光名所(案内係)	お客様の様子	・新年になって人出が多くなった印象を受ける。
○	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・3か月前は天候に恵まれていたにもかかわらず入場者数が伸びなかったが、11~12月は前年を上回る入場者があった。1月も寒波や雪によりクローズの日があったものの入場者数は順調に推移しており、3か月前よりやや良くなっている。
○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・売上が少しずつ上がってきている。
○	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・当地域は落ち込んだが全国的には上昇している。3月の期末に向けて、契約数が増え始める兆しがみられた。
○	その他住宅[室内装飾業](従業員)	来客数の動き	・中旬以降になってようやく施工依頼が多くなっている。

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・平日も多くの来客はあるが、客単価は相変わらず低く、全体の売上は伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・成人の日以降、飲食店への来客数は足踏みしているように見受けられる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・財布のひもは固い。半額若しくは半額以下にした商品はすぐに売れるが、入荷したばかりでも正規価格の商品を買う客は減っている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の買上に陰りがみられるが、インバウンドが1月に入って急増し、売上の底支えにつながっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・テナント館の集客はイベントにより増加している。しかしイベントのシャワー効果はなく、回遊客は少ない。月後半は中国人旅行者が多く、インバウンド需要の高まりで高額品が稼働している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・販売点数は減っているが、売上金額としては前年を超えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は予算を達成し続けている。バレンタインデーのチョコや恵方巻きの予約も好調である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前月までの勢いからは少し落ち着いたが、週末を中心に販売量は好調で、例年と比較して客単価も上昇傾向にある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・新年ということもあり客にいろいろな商品を提案するが、3か月前同様に、必要最低限の物しか購入に至らない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・テレビ、パソコン、エアコンや冷蔵庫など高単価の商品が悪いまま横ばいである。旧型でも良いと安い商品を求めている人も多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・大手企業等は順調なようだが、小規模事業者や下請業者などは厳しい状況に変わらない。格差が広がっているため、トータルで考えると横ばいとみる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生活に係る物価の上昇は、以前のような大きなうねりではなくじわじわとした動きで、客は半分諦めのような感覚があると話していた。このような状況では、どうしても必要な物しか買わず、購入時の選別が厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・例年と比べ、原材料の価格高騰に伴う値上げの影響か、少し客足が落ちている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・時季の影響もあって、ビールやハイボール等の冷たい飲物の販売量は減っており、その分お湯割り等の温かい飲物の注文が増えている。売上は、前年同期と同程度かやや少ない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・来店客からは、特に景気が変わったような様子は見受けられない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・販売量は前年同期とほぼ変わらない結果となった。物流問題や円安による輸入品のコスト増加など、かつて経験したことのないような問題に直面し困惑している客先が多かったが、状況は改善していないながらも対応を済ませた客先が多く、商談が円滑に進んだ。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・当地域では能登半島地震の影響もみられず、既存予約のキャンセルもなく、春以降の問合せも増えている。新型コロナウイルス感染症発生前と比べると全ての物の価格が国内外問わず上がっており、気軽に旅行するというよりも、この時期にしか旅行ができないから思い切って行こうと計画するようである。予約直後から何らかのキャンセル料が発生する商品も増えているため、契約時の説明が大変である。若者には、有給休暇の調整と連休との兼ね合いが難しそうである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・旅行自体は増えてはいるものの、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までには回復していない。

□	旅行代理店（経営者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍が収束して戻ってきた人出が、消費につながっていない。年金生活者は消費を控え、旅行先は安近短となりつつある。昼食時には活気があるターミナル駅前のレストランも、夜はテーブルが埋まっても1回転しかしていない。近隣のリーズナブルな個人店の居酒屋が繁盛して、閑散としているチェーン系の居酒屋などとは差が付きつつある。</li> </ul>
□	タクシー運転手	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝は利用客の多い状態が続いているが、昼間は少なくなっている。特に夜の利用は20%くらい少ない。</li> </ul>
□	タクシー運転手	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・週末の客足はそこそこあるが、週初めは少なく、3か月前と変わらない。</li> </ul>
□	タクシー運転手	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増えている。</li> </ul>
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特に変わらない。</li> </ul>
□	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・12月は目標比102%、前年比118%と、11月から引き続き好調である。しかし、年度の累計では計画比91%、前年比89%と伸び悩んでいる。春から夏にかけて少なかった分が冬に戻っているのみで、全体的には変わらない状況にある。</li> </ul>
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通勤通学の利用客は堅調な状況であるが、一般利用客には目立った伸びはなく、横ばいに見える。</li> </ul>
□	美容室（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前年同月と比べると来客数が減少した。</li> </ul>
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売量は余り変わらない。</li> </ul>
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1月は動き出しがかなり遅かったため、思ったよりも伸びなかった。</li> </ul>
▲	一般小売店〔結納品〕（経営者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小売業では、コロナ禍以降全く景気が上がらない。</li> </ul>
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・正月明けは家族連れの来店客が多く、売上も好調であったが、10日を過ぎた頃からは、土日ともかく平日は暇な日が続いている。セール商品でも買い控える客が多く、売上が伸び悩んでいる。</li> </ul>
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客の来店回数が減ってきている。</li> </ul>
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・買上点数が少ない状況への対策として、ドライ食品を中心に商品の値下げを行っているが、買上点数は増えてきていない。</li> </ul>
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数が減っている。</li> </ul>
▲	スーパー（営業企画）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数、買上点数が少しずつ減少している。原材料の価格高騰に伴う商品価格の上昇を、消費者も徐々に実感しているように見える。価格訴求型の競合店で来客数が増えている印象を受ける。</li> </ul>
▲	スーパー（総務）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・卵の価格が若干下がったとニュースでは言っているが、全ての物が高く、最小限の物しか買えない。</li> </ul>
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年始の福袋は、食料品や生活用品を中心に前年の20%増しで売行きが推移した。ただし、暖冬による衣料品の不振は相変わらずである。能登半島地震の影響か、週末の来客数が減っているのが非常に気掛かりである。</li> </ul>
▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・値上げで上昇してきた客単価による売上増加も、限界を感じる状況である。</li> </ul>
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前年と比べて来客数は15%以上伸長しているが、販売数量の減少は非常に大きい。マスク等の医療品はコロナ禍が明けても伸長し続けているが、食料品の売上は値上げでも販売数量の減少分をカバーし切れていない。</li> </ul>

▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・依然として強い節約傾向がみられる。コーヒー1杯のみ、おにぎり1個のみの客も更に増える傾向にある。公共料金の支払増加も重なり、更に家計の厳しい様子がうかがえた。
▲	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・前年から相次いだ値上げも一巡し始めており、客単価も横ばいであることから、売上の伸長は鈍化気味である。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月中旬にバーゲンセールポップ広告を出したが、物価の上昇で、一見客の大半は価格を聞くと購入せずに帰ってしまった。常連客はずっと変わらずに来店して購入してくれるため、有り難い。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・販売量が減少している。新しい企画も少なく、展示会でも商品数は少なめで、物の動きが鈍くなっている。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・暖冬で冬物が売れない。来客数も前年割れである。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数が大幅に減少しており、前年比70%前後で推移している。新車で販売停止している車が多く、全車種の40%以上の車種が販売できない状況で、なかには人気車種も多く含まれている。
▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・元日の能登半島地震から始まり、航空機事故や大手自動車メーカーの不正問題、政治資金の問題など悪いニュースが重なったため、市場の活気が薄れている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・不正問題のあるメーカーからの乗換えを検討する客の来店はあるが、新規客全体でみると前年の6割ほどに落ち込んでいる。能登半島地震の影響もあり、前年よりも売上が落ち込んでいる。客と話をしていると、レジャーなどに行きたいが周囲がそのような雰囲気ではなく、延期せざるを得ないとのことである。売上台数も年をまたいで徐々に下降気味となっている。
▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震や政治が不安定なことなどの消費者心理への影響が大きいと考えられ、消費が減退しているようにみえる。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月は元々オフシーズンであるため、やや悪くなっている。また、元日の能登半島地震発生以来、来客数が伸び悩んでいる。団体客は数か月前に予約が入るので、今月の予約状況は個人客によるところが大きい。予約がないわけではないが、伸び方が鈍化してきた。
▲	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宴会部門は、新年会需要が忘年会需要に比べて弱い。また、能登半島地震の影響でキャンセルが出ている。宿泊部門、食堂部門についても、前年末に比べ予約数が弱含みしている。
▲	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・元日の能登半島地震及び1月2日の航空機事故が旅行需要に水を差した。
▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・例年1月は暇であるが、それにしても来客数が少ない。
▲	美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・年始の長い休暇があったことに加え、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行、雪など天候の影響が大きい。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価や光熱費が上昇した影響が大きい。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・介護保険のレンタルサービスに比べて、保険対象者以外に提案する一般レンタルサービスが増加している。ただし、介護保険サービスへつなげるための低価格サービスのため、利益は見込めない状況である。
▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気が良くなるような話を聞かない。
▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・新築住宅の話を聞かなくなった。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・とにかく景気が悪い。利益が期待できない仕事はどの業者も請け負わないため、大手ゼネコンからの仕事も当社にまで回ってくる。先行きが心配である。

	×	商店街（代表者）	それ以外	・仕入原価、消耗品費や光熱費の全てが上がり続けており、価格に転嫁してもし切れない。値上げをすると競争力が失われてしまい、非常に厳しい状況である。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・前年比でみた来客数が更に減少傾向にある。
	×	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・メーカーの生産停止が現在も継続中で、何もできない状態である。
	×	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・前年から円安が大分進み車両価格も上がっているが、今年になっても更に上昇が続いている。客の高齢化も進んでおり、新車を購入せずに車検を通してそのまま乗り続ける人が多くなっている。
	×	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症を境に客の生活スタイルが変わった。家飲みが増えて飲みに出掛ける回数が減った。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・客層が高齢化していることもあるが、今月は寒く大雪の日もあり、天候の影響で出足が悪くなっている。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態から全く改善していない。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・購入や商談が目的ではなく、イベントや景品目当てでの来場者の占める割合が高くなっている。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注量、販売量が以前と同程度に戻っており、良い方向に進んでいる。青果物関連の受注も引き続き好調で、景気はやや良い。能登半島地震の影響は、距離が離れているため余り受けていない。
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・電材向け需要が底を打って徐々に回復傾向である。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・客先の様子をみると、3か月前よりは生産計画が増えており、人も新しく雇い始めている。
	○	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・貨物量がやや増加傾向にある。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車産業を中心に、受注があっても生産が追い付かない状況という声が多い。
	○	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	・大きめの案件は停滞しており設備投資は減少傾向にあるが、自社には少し注文が入っている。大手自動車メーカーの不正問題もあり、生産量は大きく減少しているが、円安は継続しており、思案のしどころである。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・値上げ傾向はやや落ち着きつつあるが、買物でも生活防衛意識は高まり、商品の選択基準はますます厳しくなっている。価格に見合う価値を認められない商品は生き残れない、厳しい競争が起こっている。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・変わらず好況が継続している。デバ地下の食料品売場では混雑がみられ、やや高級で割高と思える食品もよく売れている。特にスイーツ関係は、人気の品物が売り切れになっている。販売戦略としての売り切れのようにもみえるが、売手は商売を楽しみ買手は買物を楽しむことが、うまくかみ合っている。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・以前からの客については若干低調であるが、Webでの引き合いが増えている。Webの問合せは既存の代理店を通さない取引になることが多く、受注につながる確率が高いため、助かっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。また、一部を除いて原材料の価格は高止まりで、利益の確保が難しい状況が続いている。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・地元での仕事量に不安を感じる声もあるが、エリアが偏っていない受注体制のお陰で、仕事量はまずまずである。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・思った以上に電気自動車向け部品の引き合いが少ない。電気自動車以外の自動車部品向け設備投資も、国内、海外共に不調である。

<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍での混乱も収束後の反騰も落ち着いて、需要は安定している。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・ガソリン価格の再高騰と政府への不信感で、我が国は大丈夫だろうかと不安になる。
<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・建設業では、資材高騰に伴う施主との調整で契約までのリードタイムが掛かっている。不動産は、1～3月にかけて繁忙期に入り客の動きが活発化している。物件の案内は増えているが、客は慎重で成約数が伸びてこない。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	取引先の様子	・余った予算の執行で年末から年始にかけて忙しいという話を複数の取引先から耳にした。能登半島地震の被災地と距離の近さもあって、被災者支援に伴う調査作業等も仕事として入ってきている。景気が良いというわけではないが、周囲も含めて仕事量は増えている。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業、小売業共に物量ベースでは前年比95%ほどにとどまっている。商品単価の上昇で料率による運賃は多少改善しているが、人件費を始めとするコスト増加を賄いきれない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	それ以外	・受注量、売上は少しずつだが伸びてきているが、経費はそれ以上に増えている。荷主が値上げを受け入れる同業者と受け入れない同業者があり、廃業も考えているという話もチラホラ聞く。協力会社の先行きは、自社にとっても重要な問題である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・企業間物流は鈍化傾向が継続している。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・2024年問題といわれる物流業界の人手不足に関連し、1年以上前から荷主に理解を求めながら運賃の値上げ交渉をしてきたが、当初に比べて反応が鈍い。荷主も客先に価格を転嫁できていないようで、それが物流業者への対応にも表れている。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	それ以外	・多くの人が食料品の値上がりや電気、ガス、ガソリン代等の価格上昇に苦しんでいる。水道業者では住宅着工件数の減少に伴い工事の受注が非常に減っているようで、自身の仕事でも光回線の新規申込みはかなり減少している。また、山間部における携帯電話アンテナ工事がなくなる見込みの通信事業者があり、かなり厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	通信業（総務担当）	それ以外	・食品や燃料が高騰するペースに賃上げが追い付いていない。これほど短期間で生活費増加は経験がなく、支出を大幅に控えている。消費マインドに警戒感が生まれているため、景気は絶対に良くならない。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	取引先の様子	・取引先の販売状況や業績から、どの業種も厳しい状況が変わらない様子である。
<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	取引先の様子	・中小企業を中心に仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できていない企業は多い。その影響もあり、従業員の賃上げを大企業のようにできない企業も多い。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が少ないが、新型コロナウイルス感染症に対する不安が緩和していることもあり、前月同様に外出や遠出をする人は増加傾向にある。今月も売上は前年を上回る状況となっている。
<input type="checkbox"/>	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・不動産市況は、良くも悪くも変化がない。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・広告宣伝費が多少増加しているため、広告の受注量もそれに伴い微増している。
<input type="checkbox"/>	公認会計士	取引先の様子	・顧客の売上をみると、業種によって多少の差はあるものの余り変わっていない。能登半島地震の影響も現在のところ余りみられない。12月は暖冬で季節商材の売上が伸び悩んでいたが、1月は気温も下がり回復傾向にある。建設業は、物価高や人件費の高騰で少し伸び悩んでいる。

	□	会計事務所（職員）	それ以外	・近くにドラッグストアが新規オープンした。スーパーではないためオープン記念セール中もそれほど混雑はせず、セール期間が過ぎると来店者はぐっと減った。消費者は、現状を維持しながらセール等で必要な物を上手に選んで買物をしている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先の業界では年末に設備投資が集中し、1月は余りなくなるため、生産量も出荷量も少ない状態である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎月、生産量が1割弱の減少を続けている。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先は資材の値上がりを理由に価格を上げる一方、競合他社は市場の奪い合いで価格を下げる。利益はどんどん確保しにくい状況になっている。
	▲	行政書士	それ以外	・物流2024年問題といわれる労働時間上限の改正で、特に長距離輸送の物流業者は対応に悩んでいる。これまで事業廃止の話聞くことはほとんどなかったが、事業継続を諦めて事業の譲渡や廃業をするという話をよく聞くようになった。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年明け以降も受注量や見積依頼などが増えない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・人件費の高騰が続いているが、いまだ購読料の値上げなどの抜本的な対策もなく、採算が毎月悪化している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・年取アップを目標とした求職者が多い印象を受ける。特に1月に入ってから、4月入社を見据えた活動が活発化している。対して求人者側の選考目線が軟化することはなく、ミスマッチが生じている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今年は法人関係の新年会が目立って増加した。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車生産においては、半導体・部品供給の影響はほぼなく多忙となり、残業時間が増えたり勤務シフトを1勤から2勤にして増産するところもある。人手不足は相変わらずで、解消しそうな気配もない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・アウトソーシング系の企業が未経験層のエンジニア採用に一段と力を入れ始めている。当社も含めて製造業からの人材ニーズの高さが読み取れる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・大手企業を中心に賃上げのトピックスが多いが、中小企業では同じようにはいかない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・3か月前比で求人数は微増傾向だが、求職者数が増えないため、採用数は横ばいの状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・首都圏の大手企業は景気も良くベースアップの勢いもあるが、当県の地元企業は、多くがコスト高のなかで決して良い状況ではない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・景気が上向く材料が見当たらない。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・有効求人倍率は4か月連続で前年を下回ったが、新規求人数は6か月ぶりに前年を上回り、建設業は10か月ぶり、卸売・小売業は11か月ぶりに増加に転じた。有効求職者数の約2割を65歳以上の高齢者が占める状況となっており、物価高などが高齢者世帯の生活に大きな影響を及ぼしている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・物価高騰による節約志向の影響で、サービス業における消費意欲に低下傾向がみられる。宿泊施設や飲食店では、客の利用は見込めるが、人手不足から事業拡大ができない状況である。非製造業では、社会経済活動の正常化に伴う人流回復により需要が増加傾向にある。製造業では、原材料の価格高騰を製品価格に転嫁できずに苦戦している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は減少したが、有効求人数は増加している。大幅な増減はなく、ほとんどの業種で減少するなかで、卸売・小売業では3か月前と比べ2けたの増加となったほか、運輸業、郵便業でも増加している。ただし、季節的な要因とみられる。



□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・4月入社を目指して転職希望者側の活動意欲が高まる季節性に鑑みて採用数は伸びる。一方で利益確保の観点から採用鈍化の兆候もみられるため、横ばいで例年と大きく変わらない。
▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車関連企業においては、大手国内自動車メーカーの不正問題や新たな自動車メーカーの不正問題等の報道による不安が中小企業に広がっている状況である。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数の増加傾向と、求人数の減少傾向が顕著になっている。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年同月との比較で、求人数の減少と求職者数の増加傾向が長期化している。特に最近は求職者の増加が目立っている。
×	—	—	—