

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)	◎	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費者の購買意欲は、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。飲食店は好調で、旅行する人も多い。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・観光客の動向はほぼ5年前の水準に戻っている。ただし、観光バスの動きは鈍い。バス利用の旅行にまだ怖さがあるのかもしれない。
	◎	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・競合店の閉店と近隣公園の花見客で、夕方の来客数が半端ではない多さである。
	◎	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・大都市圏に比べると少ないが、歓送迎会シーズンを迎え、宴会の利用が増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子が今までと変わらず良い。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3月は決算月で法人客の売上が伸びたことで、3か月前と比べて良くなっている。個人客も春に向けて付き合いの幅が広がる時期なので、それが功を奏して売上が伸びている。消費者には購買意欲がみられる。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・春らしくない天候で衣料品の動きは非常に厳しいが、旅行者の増加などによる土産や歓送迎用の菓子などが好調に推移した。株高による資産効果の影響とみられる高額受注も3月は目立って多く、売上は前年を超過する見込みである。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・衣料品などを中心に、以前よりも動きが活発になってきている。
	○	百貨店（販売担当）	単価の動き	・3月に入り客の購入マインドが上昇している。富裕層やインバウンドの需要も増加し、高額品の稼働が高まった。
	○	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・週末の来客数が増加している。期間限定店などイベント系は特に人気である。出掛けようという意欲がみられる。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年に及ばないものの、以前と比べ買上点数は徐々に増えており、売上は回復傾向にある。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・みかんなど季節商材の柑橘類はシーズン終盤で値段がやや高い傾向になったが、売れ残りはなかった。買い控えよりも多少高くても納得して買う様子がみられる。
	○	スーパー（支店長）	お客様の様子	・春闘も終わり今後の賃上げをマスコミは盛んに伝えており、大手企業は良い。ただし、末端の中小企業では厳しい状況とみられる。また、消費も同じく厳しい状況が続く。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・物価高騰の影響か、ファミリー層の客がまとめ買いをするようになったため販売量が多くなった。
	○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・前月まではそれほど目立たなかったが、3月以降インバウンドが増えている。また、夜の時間帯の来客数が増え、特に週末の金曜日、土曜日の様子は、ようやく新型コロナウイルス感染症発生前に戻った印象を受ける。
	○	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・1日当たり売上は前年比104.4%と好調を維持している。物価高による商品単価の高騰が前年比で売上を押し上げる状況が継続している。ただし、物価高騰により実体経済と加盟店の利益は、かい離している感覚がある。売上は好調が続いているが、小売業界は現状を楽観視していない。
○	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・必要な物しか買わない購買行動から、価値がある物なら購入するといった買物風景を見るようになった。ただし、来客数は前年比90%前半で、天候不順が大きな理由である。	
○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・3月は1番の繁忙期であるため、平日週末を問わず来客数も単価も高かった。月の予算に対して150%ほどの売上があった。	
○	家電量販店（店員）	単価の動き	・高単価で高性能のエアコンがよく選ばれている。	

○	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・新生活シーズンで携帯電話やパソコンが若干伸び、生活家電も動いている。
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・例年2月から3月上旬にかけては客足が鈍くなるが、今年は特に鈍かった。しかし、3月後半は卒業・入学、入社シーズンとなり、少しずつ回復してきた。
○	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	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないが、回復傾向にある。
○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・年度替わりを前に、卒業入学、入社や異動などのイベントでの利用が増えている。
○	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・歓送迎会の予約が例年より入っている。
○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・株価上昇により何となく景気が良い雰囲気があるが、警戒心も同時にあるような印象を受ける。そこを織り込んでも、現状としては良くなっている。
○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・宿泊稼働及び客室単価は好調で、ゴールデンウィークの予約状況も良好である。レストランも株高や接待需要増加などの影響で、良い状況が継続している。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宴会が増えてきた。宿泊も客足は戻ってきているが、インバウンド頼みである。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・サラリーマンの異動や転勤があり、タクシー利用者が増えている。人出が多くなり、インバウンドの利用もある。夜の繁華街では歓送迎会有り、利用者が多くなっている。
○	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・インバウンドも順調に伸びている。
○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・少しずつではあるが年配層の客が戻ってきていると実感している。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍に比べるとイベント等がかなり復活しており、外出する機会が多いため、来客数も増えている。
○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・2月から開始したキャンペーンによる売上が多かった。
○	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・前年から状況が悪かったので、これからはその間に被った損失の回復を期待している。
□	商店街（代表者）	単価の動き	・商店街への来客数は依然として多く、下振れはしていない。しかし、値上げをしたところ購買数が減り、客単価も下がった。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・思ったよりも決算時の成績は良かった。
□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・売上不振が続いており、経営が大変である。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・カラオケ喫茶、中華レストランやすし屋など食事の提供がある店には、現役を退いた世代の安定した来店がある。飲料の販売は多くはないが、人の動きが見られる。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格が高騰していても購入予算をなかなか上げてもらえず、単価は僅かしか上がらなかった。
□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・例年であればギフトシーズンであるが、今年はギフトの需要が少ないようである。
□	百貨店（売場主任）	それ以外	・春休みになり来客数は増加した。入学式や入社式用の靴を買い求める家族連れが多くなっている。国産品の在庫はあるが、欧州からの輸入品は在庫が減っており、メーカーにも在庫がないため売上に結び付かず、客単価が低い状態が続いている。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・富裕層の強い消費マインドに変化はみられないが、中間所得層では消費マインドにやや力強さが失われ始めている。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・インバウンドが好調に推移し、来客数も安定している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・前年の様子を考えれば上向きかもしれないが、新型コロナウイルス感染症発生前との比較では、まだまだという印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・1品単価が上がるため、来客数は微減の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・売上が思うようには伸びず、パートではシフト数の削減が始まっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、客単価とも前年比では大きな変化がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数の伸びよりも客単価の上昇によって、売上が伸びている傾向にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数が伸びており、例年と比べ単価の高い商品がよく売れている。一方で、全体的に商品の価格が高騰していることもあり、販売点数は伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・相変わらず来客数は新型コロナウイルス感染症発生前には遠く及ばない状況で上向かない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来店客が減少し、消費も減退している。気温が低く雨天が多めで天候不順による低迷も今月は大きかったが、とにかく客の多くは節約志向である。転入者による人流増加も大してみられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3月は決算で本来ならたくさん売れる時期であるが、想定ほど販売台数が伸びない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・細々とした日用品の値上げの影響が、全体的に客の様子からみられる。自動車修理はまだよいが、年配者からは自転車修理の依頼が増加し、顕著である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・年度末を迎えているが、世の中の会話には以前のような、決算期だからといった言葉は一部の業界から聞こえるだけで、ほとんど上がってこない。客がより賢くなり言葉に踊らされない購買行動なのか、あるいは市場が順調には拡大していないのだろうか。言葉の端々から生活コストの増加に対する不満がみられる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客のなかでも大手企業に勤める人からは給料が上がったという話をよく聞くが、個人事業主や中小企業からは全くそういう話は聞かない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客には高齢者が多いため、これといった景気が上向きような話題を聞かない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	単価の動き	・宿泊料金を値下げしたところ、来客数が増えた。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行業の店舗数は減少しており、来客数の減少も続いている。一方、ITを駆使して旅行をする個人も増えつつある。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・国内旅行は北陸応援割を始めとする割引特典の影響で予約が殺到というニュースもあるが、当社では利用できない。海外旅行については、昔の感覚よりも航空券の価格が上がっているため気軽に海外旅行を家族で楽しめる様子ではない。趣味を生かしたスポーツ観戦、ハネムーンや母娘旅などの2人旅、コロナ禍でハネムーンに行けなかった夫婦と祖父母や孫という3世代のパターンが多い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・報道等から旅行需要の回復によりホテルや飛行機等の予約が取りづらいという情報を持つ客が多く、これまでは前広な手配依頼が多かったが、一旦落ち着いた様子である。ただし、人事異動や年間計画の都合で今は動けない会社関係の団体旅行もあり、4月以降に依頼が増えるとみている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・インバウンドの需要は変わらず多くの外国人観光客がホテルや観光地で消費しているため、収益は伸びている。一方、国内旅行者は一時の勢いはなくなったが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べても変わらないほどの需要がある。景気は良い状態が継続している。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・2月は目標比111.54%だが、前年比では82.6%と落ち込んでいる。3月も、天候不順で入園者が遠のいている。

□	観光名所（案内係）	単価の動き	・昼間の人通りは多くなっている。ただし、夜になると非常に人出が減る。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・利用者数の動きには大きな変化がない。少しインバウンドの客が戻りつつある。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高騰と円安の影響が大きい。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・良くない状態は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量には余り大きな増減がみられない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・物件数は変わらず繁忙期も終わりそうだが、例年どおりの動きである。
▲	スーパー（総務）	単価の動き	・売上が前年割れとなり、マイナス幅も徐々に拡大している。
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・売上金額は12月実績と同程度だが、前年比では減っている。来客数は12月と変わらず、来客数の減少による売上減少を商品の値上げではカバーできなくなっている。
▲	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・これまでは来客数が前年を上回っていたが、直近になって前年を割り込み、鈍化傾向にある。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・設定価格を抑えた商品が多くなり、客単価が下がっている。これまでは気に入った商品を価格が理由で買わない客は余りいなかったが、そういうケースがみられるようになった。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数が前年割れしている。特に大型家電を購入する客が減っているため、売上もかなり厳しい。
▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・全体的に問合せが少ない。時期的には本来もう少し期待できるはずだが、ぱっとしない。来客がないわけではなく、販売量も大きくは落ちていないので判断しづらいが、月全体の動きとしてはやや悪いという印象を受ける。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・多くの車種が販売を再開したにもかかわらず、決算期である3月の販売台数は、前年比3割ほど減少している。
▲	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・決算セールの特典であったが、前年と比べても来客数が3割ほど減っていて、新車の売行きが思わしくなかった。大手自動車メーカーの不正問題、車両の高額化など客からは様々な理由を聞いており、厳しい状況である。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・繁忙期であるはずの3月なのに、コロナ禍の前年までと比べて来客数が変わらない。商品に目新しいトピックがないこともあるが、価格も上昇しており、売上の見込みが立たない。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・円安による仕入価格の上昇に悩む取引先が多い。取引先の多くが販売価格を値上げしたが、販売量が減少するところが多く、当社への発注量も前年同月比で約15%減少している。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・12月までは比較的順調に推移していたが、1月の能登半島地震以降消費が停滞しているように見える。北陸応援割の対象地域でないため成果は分からないが、当社では停滞が続いている。前年のこの時期は全国旅行支援による割引があったため、かなり忙しかったが、それと比べると動きが悪い。
▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・海外旅行も増加しているようだが、まだまだ首都圏だけで、当地方からの発着便は少なく、販売量が回復していない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・3月も終盤になって歓送迎会等の利用が多少あるが、今一つ客足が伸びてきていない。日中は高齢者の病院送りなどがあり余り変わらないが、夜の客の動きが非常に寂しい。

	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・前年3月と比較して、解約件数は前年並みで推移しているものの、新規契約者数は前年の7割程度と大幅に落ち込んでいる。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・雪が解けてインパウンドの動きが減った。
	▲	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者数は、下旬に雨天が多く予想外に伸び悩んだ。3か月前と比べると、天候の影響もあるが少し悪くなった。ただし、売上に関しては、客単価が上がっており今のところ予算額を確保している。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客からは、物価だけ上がり給料は上がらないため生活が苦しいという声を聞く。
	▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	それ以外	・仕入価格や運送費の上昇で、再びコストアップの波が押し寄せてきた。
	▲	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・新築注文住宅の話を聞かなくなってきた。
	▲	その他住宅 [住宅管理]（経営者）	お客様の様子	・見積り依頼はあるものの、人件費、材料費が上がりどんどん受注しづらくなっている。物価高については施主も納得しているが、なかなか施工には結び付かない。現場も客側もやりづらい。
	▲	その他住宅 [展示場]（従業員）	来客数の動き	・住宅業界は、景気の動向もさることながら、人口減少がまともに直撃している。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が上がっているにもかかわらず収入は増えないので、余計な物は買えないという声をよく聞く。客は商品購入にかなりシビアで、財布のひもが固いと感じる。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比90%から95%程度でどの店舗も推移している。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・貨物系車種の販売が再開されたが、まだ乗用車系は再開した車種が限られている。結局は1月から3月の年度末商戦を完全に失うこととなった。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・今月は天候が安定せず、年配の客は店を訪れることができないため、例年は来客が多い時期だが、今年は少なかった。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・電材向け需要が徐々に回復傾向である。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・同業他社と話していると、最近ようやく低迷状況から抜け始めたという話を多く聞くようになった。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界はゴールデンウィーク前に設備投資を行うため、出荷が増えている。
	○	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	・仕事量が増えてきている。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・街中で観光バスやタクシーの運行が目立ってきた。週末夜間の飲み会等や休日の大型店舗への人出が大変多くなっている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車部品製造業や自動車製造業における生産量は安定している。人々の生活状況も、旅行に出掛けるなど円安の影響はそれほどないくらい活発に動いている。
	○	金融業（従業員）	それ以外	・株式相場から見れば、株価は上向きになっており海外との比較からも妥当な評価となった様子である。企業でも従業員の賃上げがあるなど、少し景気が良くなっている。
	○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・紙媒体、特に折込チラシ等の広告制作物が少し増えている。
	○	公認会計士	受注量や販売量の動き	・年度末ということもあり、客からの問合せは増加傾向にある。特に4月からの人材採用がうまくいかなかった企業から増加している。円安が加速傾向にあり、インパウンドも活発で景気は上向いているが、人手不足で少し機会損失になりつつある。

□	食料品製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・物価上昇が続き、業績回復の企業も多いなか食品関係の消費は伸び悩む。特に、嗜好品関係では商品選択の基準が著しく厳しくなっている。
□	金属製品製造業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・仕事量はそれなりに見込めるものの、諸経費や部材価格の高騰が止まらず、利益圧迫がまだ続く。
□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新製品の効果も落ち着いてきた。
□	電気機械器具製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・受注状況をみると、アフターコロナの回復基調が一段落して、安定した状態にある。
□	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ3か月ほど生産量はほぼ横ばいである。以前と比べ、およそ3割以上生産量が減少している。
□	輸送用機械器具製造業 (管理担当)	それ以外	・円安、物価高が続くなか改善策がないままでは、良くなるわけがない。
□	建設業 (役員)	受注量や販売量の動き	・住宅販売にとって3月は繁忙期だが、後半は契約者数が伸びずに悪かった。建設業としては、一般企業や大手自動車メーカー系企業からの発注などが安定して好調である。
□	建設業 (営業担当)	取引先の様子	・工事の注文を受ける際に予算が余っているため追加で発注したいといわれるケースが結構あるという話を、取引先から耳にした。
□	輸送業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・荷主との値上げ交渉においては、話を聞いてもらえるようにはなってきたが、いろいろな要求がある一方で値上げの実現はごく一部にとどまっている。外注先も含め人手は不足しており、一部の荷主には取引中止を申し込まざるを得ないところまできている。
□	輸送業 (従業員)	それ以外	・仕事の受注量はそこそこ回復している。荷主への値上げ要請も、満額回答ではないものの少しずつ進んでいる。しかし、それ以上に協力会社からの請求額が増えており、苦しい状況は余り変わっていない。
□	輸送業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・九州全体としての動きは少ないが、熊本方面へ建築資材や社員の転居に伴う引っ越しの受注が増加傾向にある。
□	輸送業 (エリア担当)	受注量や販売量の動き	・年度末の引っ越しの取扱件数が、前年比10%近く増加した。コロナ禍の間は見合わせていたものが解禁されたようで、社内や関連会社間での人事異動が盛んに行われている様子である。
□	通信業 (法人営業担当)	それ以外	・急激な円安で、輸入に頼る我が国では諸物価への影響が心配される。自殺の理由として病苦ではなく生活苦や事業不振などの経済・生活問題がかなり増加しており、景気の悪さがみられる。
□	金融業 (企画担当)	取引先の様子	・大手企業では賃上げが進んでいるが、中小企業は原材料費の上昇等で利益率が下がっており、大手企業と同じような賃上げは非常に難しい。
□	不動産業 (経営者)	それ以外	・例年よりも雨の日が多いこともあり、外出や遠出をする人がやや減少傾向になっている。今月も売上は前年を下回る状況となっている。
□	不動産業 (開発担当)	受注価格や販売価格の動き	・当商圏の住宅市況が良化している状況は確認できない。
□	会計事務所 (職員)	それ以外	・通っているスポーツジムでは有料ロッカーの空きが多い。一方、劇場のチケットはあつという間に売り切れとなって買えない。消費者は支出先を1点に集中しているようである。
□	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	・前月同様に取引先の景気は良くない。ただし、円安により各社とも工場の設備投資には前向きで、親会社からの要求が多いようである。相手先をよく見極め、積極的に展開したい。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注は引き続き以前と比べて減少している。天候不順の影響もあり、他の業種からの受注量も全体的に悪く、景気はやや悪い。
▲	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。原材料価格は比較的高い水準が続いており、利益が出にくい状況が続いている。

	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備投資では電気自動車への投資が盛り上がっていたが、その動きが一旦止まったらしく、プロジェクトの延期や凍結が発生している。	
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・卒業・入学や転勤のシーズンにもかかわらず、外食の予約は取りやすい。数居が高そうな高級店はネット予約が満席だが、そこそこの店は取りやすい。高級店か激安店かの2極化が進んでいる。	
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・極端に受注量、販売量が減少している。前年比20%ほど落ちている感触である。	
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が減少している。	
雇用 関連	◎	—	—	—	
	○	*	*	*	
(東海)	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係の送別会は、規模が大きくなっている。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・エンジニア稼働率は高水準を維持している。その上で客からの引き合いで営業拠点から上がってくる求人数も増加しているため、客先企業ではより積極的な人材投資を計画しているとみられる。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・春闘やマイナス金利政策解除の影響は、まだみえない。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・3か月前と比較すると採用数は増加しているが、求職者が減少しているため前年同月比では減少している。	
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・大手自動車メーカーの不正問題に伴う稼働停止で、OEM供給を受ける自動車も販売が減少し影響している。また、人件費等や管理費の負担が年々大きくなり、会社としての利益が薄くなっている。	
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・企業や官公庁の年度末の動きが、想定より鈍かった。	
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は収束したが、海外での戦争や様々なコストアップにより、県内の景気はここ数か月停滞している。インバウンドも大都市ほどの好影響はない。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べ求人数は増加したが、新規求人倍率は下降した。業種別では、情報通信業、卸売小売業、IT関連産業以外は横ばい又は増加がみられた。特に製造業、金融保険業、生活関連サービス・娯楽業においては、25%の増加がみられた。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月との比較で新規求人数の減少幅は拡大している。株価上昇が雇用に与える好影響はみられない。	
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人員確保のため賃金を上げて求人募集をしても、人材確保には苦慮している。商品に価格転嫁できず、エネルギー価格の高止まりや物価上昇分が経営を圧迫している。節約志向により外食や日用品の消費を抑える動きがあるなか、インバウンドを見込んだ宿泊、飲食サービスの求人が多く、非製造業を中心に採用意欲が高まっている。	
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・例年に比べ、企業には年度末に向けての採用意欲はあるものの、採用ポジションに求めるスキルや経験に鑑み、採用決定に慎重な傾向がある。	
		▲	人材派遣業（営業担当）	それ以外	・賃上げの報道はあるが、実質賃金は低下が続いており家計負担が増加し続けている。先行きが不安であることや政治が不安定なことから、景気回復の兆しは全くみえない。
		▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・1月、2月と比べて3月は極端に求職者の動きが鈍くなった。例年3月が1番活発となる時期であり、要因が不明な分警戒している。
	▲	職業安定所（所長）	求人数の動き	・人手不足という声がある一方で、新規求人数は減少している。物価高などにより収益が上がらず、また、中国経済の減速により仕事が減っているなど景気が良くなっている実感がないという声がある。そのため、新規雇用には慎重な様子である。	

	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所閉鎖等の情報が多数寄せられている。
	×	—	—	—