

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）	・バス会社や観光業者の積極的なPRが、団体旅行回復のキーポイントとなる。
	◎	観光型ホテル（支配人）	・宿泊単価を値上げするが、予約数は想定より落ち込んでいない。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・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については、4月以降に依頼が増えてくる。
	◎	タクシー運転手	・プロ野球のシーズンが開幕になり、音楽コンサートも増える。当地で大相撲も行われるため、稼働は良くなる。
	◎	美容室（経営者）	・春になり、寒い時期は美容院に来なかった客にも動きが出る。
	○	商店街（代表者）	・外国人向けの店舗や高速道路売店向けの商品はゴールデンウィークの影響がある。ただし、社会への心理的な不安が歯止めを掛けている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・毎年4月頃からは売上が少し上向きになるため、期待している。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲料や食材の値上げは続いているが、人の集まる機会はまだまだ増加傾向がみられ、今後も外食は増える見込みである。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・現状からみると、法人客、個人客共に右上がりで見込みである。冬物商材もある程度売れたが、これから暑くなるに従って夏物商材の売行きも期待できる。コロナ禍から解放され外出機会も増えていくことを考えると、3か月先の景気は上向きの見通しである。
	○	百貨店（総務担当）	・企業の賃上げ促進が前年以上に大きくなることや減税政策もあり、4月以降は節約志向から少しずつ消費に明るさがみえてくると予想する。インバウンドも引き続き好調で、売上を底上げする要因となっている。アフターコロナ初の本格的なゴールデンウィークとなり、その需要にも期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	・富裕層とインバウンドにけん引されて高額品の動きは活発で、今後もこの傾向は続く見込みである。中間層といわれるボリュームゾーンにおいても、3月は気温が上がらず伸び悩んだものの、ファッションを中心に購買意欲は高まっている。
	○	百貨店（経理担当）	・少しずつではあるが、景気は戻りつつある。ただし、繁華街の夜は、以前よりはましになったが、まだにぎわいが戻っていない。
	○	百貨店（経理担当）	・富裕層やインバウンドの消費は拡大傾向が続くことに加えて、中間所得層においても定額減税、株高の恩恵や賃上げ効果によって、消費は緩やかながら上向くとみる。
	○	百貨店（営業担当）	・株価が高値で安定することで、富裕層を中心に購買意欲が高まった状態が続くと想定する。
	○	百貨店（販売担当）	・地元空港で国際便が復活し、インバウンド需要の増加が期待できる。
	○	スーパー（経営者）	・賃上げ報道が続き、消費拡大に期待している。
	○	スーパー（店員）	・値上げも一巡した感があり、直近は数量ベースでも前年を上回るカテゴリーが出てきている。
	○	スーパー（店員）	・暖冬や極端な気候の変化で野菜の一部は価格が高止まりしている。ただし、今後の気象情報等を見る限り、価格低下の予測が出ているのは良い材料である。桜を見る季節イベントでの出費も期待できる。
	○	スーパー（販売担当）	・4月からまた値上げされる商品が多いため、家計の対策として、ますますまとめ買いをする客が増える予想する。
	○	スーパー（営業企画）	・大手企業の春闘での満額回答を受けて、消費マインドの向上が期待できる。
○	コンビニ（店長）	・物価上昇が客の買上金額に反映されている。客の動きも週末や月末は良くなっている。	
○	衣料品専門店（店長）	・中小企業が顧客の主体であり、その従業員の給料アップが来客数や単価の向上につながると予想する。また、法人客の仕事量は増えており、備品の購入が増える。	
○	衣料品専門店（売場担当）	・大企業を中心に多くの企業で前年を上回る賃上げが実施されている。さらに、6月には定額減税も行われる。	

<input type="radio"/>	家電量販店（店員）	・予算の高い客の来店が増えてきた。
<input type="radio"/>	家電量販店（営業担当）	・季節商材の暖房商品が全く動かなかったため、季節が変わって次の季節商材が少しでも動いてくれればと願う。
<input type="radio"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ニュースでみる限りかなり賃上げが実施されそうなので、少し購買意欲が上がって金を使うのではないかと見込む。
<input type="radio"/>	乗用車販売店（経営者）	・3か月後には生産再開されていることを望むのみである。
<input type="radio"/>	乗用車販売店（従業員）	・客との会話のなかで、切り詰めるところは切り詰めて、ちょっとしたところでプチゼイタクをするといった消費行動をとっているとよく耳にする。これからは外出にも良い気候となるので、気分が盛り上がり、少しでも財布のひもが緩むことを期待したい。
<input type="radio"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・賃上げ回答が大勢を占めているので、消費に回ることを期待している。
<input type="radio"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・政府や日本銀行の施策に間違いがなければ、良い方向に向かう。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き良い状態が続くとみる。訪日外国人客の増加で企業業績は良化が継続すると見込む。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（総支配人）	・希望としては上向きと見込むが、現実的にはコスト増加分の価格転嫁ができなかったり、人材不足のなか昇給も必要だったり、収益性は今より悪化する可能性もある。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・能登半島地震から半年が経過する頃には、社会も落ち着いて、少し景気が良くなる。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・4月に入り新年度のスケジュールが決まってくると、夏休みの計画も立てやすくなる。まだまだゴールデンウィークにも空席があるため、うまく販売していきたい。
<input type="radio"/>	旅行代理店（営業担当）	・取引先の業績を聞くと、特別手当が出たという企業が数社ある。賃上げされた分を余暇や旅行に充てる人も増えてくと予想できる。しばらくは好景気が続く見通しである。
<input type="radio"/>	テーマパーク（職員）	・今後も順調に伸びていくと期待できる。
<input type="radio"/>	パチンコ店（経営者）	・賃金の上昇で、少しずつ良くなる。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準には僅かに足りないものの、あと2%程度である。今後期待できそうである。
<input type="radio"/>	美顔美容室（経営者）	・5月末までキャンペーンセールが続く。4月からは別のキャンペーンも始まるため既存客から新規客の紹介が見込める。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・金利上昇による影響はまだみられないため良い状態が続く見通しだが、余り急激に金利が上がると、ローン組んでいる人たちの財布のひもが固くなることを懸念する。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・3か月後も現状から変わる見込みはない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・可処分所得が増えないと、自由に使える金もないまま不景気が続く。まだまだ景気が良くなりそうな気配はみられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [高級精肉]（常勤監査役）	・今後のことは、なかなか見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [生花]（経営者）	・給料が上がっている人ばかりではないため、生活必需品以外の消費を控える人もいる。身の回りの景気は、今しばらくこのままとみる。
<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 [和菓子]（企画担当）	・中小企業は大企業ほど回復していない。それに加えて賃上げ等のマイナス面が多く、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・足元の来客数とインバウンドによる売上が維持できる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・特に阻害要因もないため、引き続き好調に推移すると予測している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・やや良くなる方向ではあるが、それほど大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・やや良くなる気配はあるが、変わらない。平日と土日との差が大きく、外出して楽しむ際は購入量が多いが、日常生活用品やリピート商品については節約している様子である。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商圏内の住民には製造業の人が多く、賃上げによりゴールデンウィークは前年以上に帰省や旅行等遊びに行くことが増えるが、ゴールデンウィーク明けは今と同じように節約傾向に戻り、現状と変わらないと見込む。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品価格の上昇はあるが、時給アップや賃金改定などで横ばいと考える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・4月以降は売上が伸びるとみるが、物価上昇の値上げ分が増加するだけで、全体的に大きくは伸びない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・賃上げはされたものの、著しい物価の上昇で消費の増加は決して見込めない。今後、増税もささやかれるなかで、先行きは余り明るくない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・現状では悪くなる要因はないが、当地方にもインバウンドが戻らないと、今以上に良くなることは徐々に難しくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴い少なからず人が動き、飲料類を中心に冷たい物を買求める客が増える。しかし、前年並みの結果が出るとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業としては、2023年度は電気代の補助があったため、営業利益が予想以上に確保できた。今期も電気代補助が継続されるかが、今後の業況を左右する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・気候に大きく左右されるため、余り期待はできない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・3月の繁忙期を過ぎたため、4月から6月はスーツよりワイシャツ等の単品販売が多くなる。当社では主力商品をノーアイロンシャツに切り替えている。シャツもパンツも自宅で洗えるような商品が多くなり、スーツに比べると単価は下落する見込みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・株価高騰や賃上げのプラス要素も、恩恵を受ける範囲は限られている。物価上昇などのマイナス要素も考えると、全体的には横ばいの推移とみる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・4月以降の金利上昇や春闘の行方などを見守っている状態である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・消費者には購買意欲がみられ、高価格帯の車にも問合せがある。それほど悲観的な状況ではないため、たまたま今月が悪かったとみる。客の様子からすると、後はそれほど変わらないか、やや良くなる見通しである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・この1年は受注停止の車種も多く、販売台数が大幅に減少している。人気の高級車は欲しくても販売台数が限られており、受注停止のため買えない状況がこの先も続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・客の自動車に対する購入意欲が低くなっているが、新車の納期は正常に戻りつつある。急な購入要望に対しても応じられるようになれば、落ち込み分をカバーできるのではないかと期待している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・高級車メーカーから新型車がデビューしたこともあり来客数は増えているが、その他の部分では誘引が弱いいため、今後どうなるかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・住宅、店舗共に新築工事は少なく、リフォーム工事が多くなっている。建築資材の値上がりのため、オーナーの予算と折り合わず保留になる物件も出始めている。ただし、需要自体は多く、景気はこのまま平行線で進む見込みである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・コロナ禍が明けて、今年のゴールデンウィークも旅行や行楽に消費が偏る。貴金属への購買意欲はその後からと見込まれる。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・急激な来客数の増加は見込めないが、新型コロナウイルス感染症の影響はなく、集まり方など食のスタイルが変化している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ガソリン代や光熱費を始め調味料等も値上げが予想される。酒についても、購入できる金額内の商品が少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・関東や関西などの大都市圏では、最低賃金の引上げで時給が上昇して景気が良いかもしれないが、当地域ではそれほどの上昇感はない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・値上げが影響する。

□	観光型ホテル（経営者）	・前年5月は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して少し状況が良くなったが、今年の5～6月にはそれ以上良くなるような材料がないため、変わらない。マスクミで報じられるようなインバウンドの効果も地方ではみられない。知名度不足かもしれないが、現状ではインバウンドの恩恵はない。
□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
□	旅行代理店（経営者）	・賃上げと物価高の影響が消費の2極化につながっている。旅行代理店を利用できる層が限定される一方で、自家用車や公共交通機関を個人で利用して旅行に行く層に分かれていくので、旅行消費全体では変わらない。
□	旅行代理店（経営者）	・当面この状態が続くと考えている。
□	タクシー運転手	・これから段々と暖かくなるにつれ、花見やプロ野球等いろいろなイベントが開かれる。今以上に客足が伸びればよいが、3月までの客の動きを見ていると、いきなり良くなるとは考えられないため現状と変わらない。良くなるように大いに期待はしている。
□	通信会社（営業担当）	・特に変わらない。
□	観光名所（案内係）	・いろいろな物の値上げがある影響とベースアップの実績がどうなるかによって先行きは変化する。また、当業界にとっては天候も景気に影響する。
□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場予約者数は、今のところ前年を少し下回っている。ゴルフシーズンに入っているためこの先予約は増えるの見込みだが、現状では、このまま余り変わらないと判断する。
□	美容室（経営者）	・円安の影響か、物価が高い。物価高が落ち着けば、景気も変わる。
□	住宅販売会社（経営者）	・今は良いが、金利の上下次第で変動する様子がかがえる。
□	住宅販売会社（従業員）	・極端な変化はないと見込む。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・既に受注している物件数や見積りなどの引き合い数を見ても、勢いはまだ弱い。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・株高がどのように作用してくるかが分からないため、現時点では将来の景気に関しても変わらないと見込んでいる。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期も終わり閑散期に入るため期待は薄い。
▲	商店街（代表者）	・商品の値上がりや、購買意欲の低下を促進する。
▲	スーパー（店長）	・まだまだ値上げ要請がきており、単価上昇による買い控えが懸念される。
▲	スーパー（販売担当）	・花見客はなくなる。5月には競合店が開店し、売上は今月より悪くなる。
▲	スーパー（総務）	・株価の上昇は続いていても自分たちの収入はいまだ変わらず、先行きへの不安が大きい。
▲	コンビニ（店長）	・客の購買力が落ちてきている。食品の度重なる値上げが効いていのではないかと。ガス、電気料金の補助がなくなったら、一層食費に掛ける金が減ってくるようにみえる。
▲	コンビニ（エリア担当）	・春以降も商品価格の高騰は収まらない見込みであり、1人当たりの購入点数は減少傾向が更に広がる。
▲	コンビニ（エリア担当）	・商品価格の上昇に限界がみえてきた。来客数は伸びず、今まで上がってきた客単価も厳しくなるとみる。
▲	コンビニ（店長）	・12月頃から3月にかけて来客数は減少傾向で、数か月先も来客数の回復は難しく、売上は減少する見込みである。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・引き続き来客数の伸び悩みが想定されることから、景気の回復は苦しいと判断する。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来客数が少なく、大型家電も売れない。円安やインフレによる商品価格の上昇が続き、今まで好調だった白物商材が売れなくなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・新規格対応のため夏頃まで全ての生産が停止し、その影響で半年近く車両の入荷がない予定である。多少の在庫がある今のうちにはよいが、在庫が少なくなればマッチングも難しくなる。夏頃が1番厳しくなる。
▲	バー（経営者）	・原材料価格の高騰や酒類の大幅値上げが影響する。

	▲	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・企業の業績が好調な反面、消費者の消費意欲は冷めている。購入量を減らしたり、高額商品の購入をちゅうちょする様子がある。
	▲	旅行代理店 (経営者)	・団体旅行の受注が減っている分を個人客でどれだけカバーできるか予測できない。
	▲	通信会社 (企画担当)	・新サービスの折込広告やダイレクトメール等へのレスポンス数も落ちてきている。インフレが進むなか、人が動かなくなっているように見受けられる。
	▲	テーマパーク (職員)	・春の開花状況が遅れる可能性がある。値上げの影響も続く。
	▲	テーマパーク職員 (総務担当)	・金は銀行への預入れが進み、近場での行楽にも出し渋る傾向がある。電気、ガス料金への国の補助がなくなり、生活を圧迫する。
	▲	理美容室 (経営者)	・良いニュースを聞かないため、段々と景気は悪くなる。
	▲	美容室 (経営者)	・現在は年度が替わる時期のため、新年度や新学期に向けて来客数が多いが、それが落ち着くと暇になる。
	▲	その他サービス [介護サービス] (職員)	・介護報酬の改定で全体では1.59%の報酬引上げといわれているが、福祉用具貸与サービスでは料金の上限価格が大規模更新され、アップどころか数%の売上減少となる。春闘では33年ぶりに賃上げが5%超となり前年に続き大幅な賃上げとなったが、人材難の介護事業者にとっては次の改定まで辛抱できないくらいとみている。
	▲	設計事務所 (経営者)	・現在の計画案件の処理後は、見通しが立っていない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	・新築住宅の話がなくなりリフォームの話が増えたが、条件の良いリフォーム案件も増えてきた。
	▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	・この先まだまだ物価高は続く見込みで、打合せのたびに価格を伝えることが心苦しいが、受け入れてもらうしかない。景気回復には時間が掛かり、厳しい状態が続く。
	×	商店街 (代表者)	・街の電器専門店に来店して家電を購入する客は年々減少し、店舗を利用する顧客との接点は今やほとんどない。展示会を開催しても、地域店規模では限界があり、集客力はますます落ちる。
企業 動向 関連 (東海)	◎	-	-
	○	建設業 (役員)	・住宅販売ではローン金利上昇の懸念はあるが、大手自動車メーカー系企業のベースアップが期待でき、客の住宅購入マインドが盛り上がる兆しのような話がある。建設業は、景気としては堅調だが、2024年問題と呼ばれる働き方改革で、コストアップやリードタイムへの対策が必要である。
	○	輸送業 (エリア担当)	・引き続き順調に推移していく。悪くなる要因が見当たらない。
	○	通信業 (総務担当)	・新年度になり、皆の気持ちが少し明るくなる。
	○	金融業 (従業員)	・長期的な株価の上昇もあり、景気は上向いている。小売業や製造業の受注も安定して推移している。
	○	不動産業 (経営者)	・今後は、外出や遠出をする人が増加傾向になっていくと見込む。今後の売上も増加していき前年を上回る状況になっていくと予測している。
	○	広告代理店 (制作担当)	・初夏に向けてイベントが見込まれる。株価の上昇等もあり、前年と比べ積極的な企画の展開が見込まれる。
	○	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	・日本銀行の金融政策変更は、世界情勢から考えるとやむを得ない。まだまだ低金利なので新製品を発売して世の中に貢献したい。当社では新商品が完成し、評価も上々である。
	□	食料品製造業 (経営企画担当)	・価格に見合った価値が訴求できる商品やサービスを提供できなければ淘汰されていく。厳しい環境と認識している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	・現状の景気はやや悪いが、新年度になっても変わらずこのまま推移する見込みである。
	□	化学工業 (営業担当)	・2024年度中は、大きな需要回復は見込めない。
	□	窯業・土石製品製造業 (社員)	・1年半続いた業界の低迷状態から抜け出した感はあるが、その後の伸びは余りみられず、しばらくは現状維持とみる。
	□	一般機械器具製造業 (営業担当)	・中国を含むアジア自動車向け、欧州自動車向け共に市場の勢いがなく、北米自動車向け市場の失速を補うことはできそうにない。
	□	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（経営者）	・全体的に客先業界が復活している様子で、ある程度設備投資の期待を持てるため多少は良くなるとみるが、まだはっきりと景気が上向くとはいえない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	・急激な上昇や下降が起こるような要因はない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・変化の要素が余りない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・ある程度の価格転嫁はできているが、この数か月受注量、生産量共に横ばいであるため、今後も変動はなく景気は変わらないものと見込む。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・仕事量は増えているが、まだ賃金に反映されていない。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・せっかくの賃上げも、ガス、電気料金の補助がなくなるとの報道があり、燃料油価格激変緩和対策事業もなくなったら、賃上げの効果はない。
□	建設業（営業担当）	・年度が替わっても国内の物価高や材料の価格高騰が続くため、なかなか予算が折り合わず工事の発注が難しいという声が多い。当分ははっきりしない見通しである。
□	輸送業（経営者）	・新規の取引依頼は増えているが、既存荷主との価格交渉の決着や取引中止には、もう少し時間が掛かると見込まれる。
□	輸送業（エリア担当）	・年度末で企業の人事異動が活発になり、取扱件数が前年までの実績と比べて増えている。各企業での新しい部門等の活性化による人事異動であれば景気の回復といえるが、客の声を聞くと、飽くまでコロナ禍で停滞していたものが動き始めたという話のようである。
□	輸送業（エリア担当）	・荷物の量は若干少ないままで推移している。単価も上がっていない。
□	通信業（法人営業担当）	・株価上昇等の良いニュースはあるが、なかなか庶民の生活に還元される様子はない。定年後の65歳以降も働きたいという人が多いのではないかと。また、日本銀行の金融政策の変更が庶民にどのような影響を及ぼすか不透明である。
□	金融業（従業員）	・行楽シーズンやゴールデンウィークがあることから、人の動きが活発になる。
□	金融業（企画担当）	・特に中小企業においては、原材料等仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できて利益が増えないと賃上げも難しく、結果として個人消費につながらない。
□	会計事務所（職員）	・周りの人を見てみると、日常は割引やバーゲンセールを上手に使って節約し、年に数回旅行に行くなどして大きく使う。メリハリのある金の使い方をしているが、使う金の総額が増えているようではない。
▲	金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小が顕著であり、引き合いが減少している。
▲	金属製品製造業（従業員）	・収益環境が余り変わらない見込みのなかで、他社からは仕事量への不安も聞こえる。
▲	建設業（経営者）	・政策の方向性は、最初は良かったが今は疑問である。総理のリーダーシップが求められる。
▲	輸送業（従業員）	・運送業界では4月より2024年問題が始まる。今までと同じ体制では今までと同じ仕事量はこなせない。かといって人員や設備は簡単には増やせず、売上単価が上がったとしても頭が痛い。
▲	通信業（法人営業担当）	・街中にアジアからの観光客が目立つようになり、その人々と同世代の日本人を比較すると、格好や買物の仕方、金の使い方に差があると気付く。日本人は安い物やおなが膨れる物に金を使い、観光客が高価な物やおいしい物を買う状況が続けば、現役世代の元気とやる気が上向くことはない。
▲	不動産業（開発担当）	・これ以上工事費上昇の流れになると、収益悪化につながる。首都圏及び関西圏での工事費上昇の流れは変わっていない。
▲	公認会計士	・日本銀行の金融政策に変更があり、多くの企業が設備投資などについて様子見と考えられる。そのため、現在の景気よりも急激に良くなることは考えにくい。金融機関の金利も上がりつつあり、コロナ禍で融資を受けている企業にとっては大きな打撃になることも予想される。4月から働き方の規制が掛かる業種等も売上減少の可能性が高く、景気はやや悪くなるとみる。

	▲	会計事務所（職員）	・足元では円安が加速しており、物価高騰へ更に拍車が掛からないか心配である。消費者の実質的な可処分所得が減少して財布のひもが固くなれば、値下げして売上を維持するしかないが、これ以上仕入原価が上がれば利益が十分に確保できず、ますます厳しい状況となる。	
	×	食料品製造業（営業担当）	・原材料の価格高騰や小売単価の引上げによる買い控えなどで良くなる要因が見当たらない。	
	×	鉄鋼業（経営者）	・新年度に向けても見積りすら全くない。非常に先行きが不安である。	
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者の減少と折込広告の減少が、前年よりも大きくなっている。	
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月に向けて求人募集の増加率はそれほど高くはなく、人事部門が新卒採用者や研修などに時間を割かれる関係で、若干鈍化する可能性もある。一方で、大手企業ではゴールデンウィーク明け以降に新年度の新しい採用枠が出てくることを想定すると、上昇する見込みである。	
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・正規雇用での求人増加に伴い、募集に対してなかなか応募がない企業からの依頼が増加傾向にある。また、女性の就業率アップに伴い、ブランクがあることへの懸念から正規雇用を目指すよりもサポートのある派遣就業から始めたいという声が多く聞かれる。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	・各企業で新卒入社者の配属と重なる時期のため人材ニーズは一旦落ち着く可能性があるが、技術開発の領域では研究開発の需要が低下する要因は見当たらないため、当面は好況が続く見込みである。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	・春闘やマイナス金利政策解除の影響がまだみえない。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者数が増加せず、求人内容とのミスマッチが多く、採用者数は横ばいから減少傾向と予測する。	
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産工場で稼働停止が続き、請負・派遣スタッフへの休業補償を行うが、残業代が見込めずスタッフからは転職者も出てきている。労働者派遣・請負供給事業者においては、人材確保で従来と違った問題が出てきている。	
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・株高ではあるが、県内では限定的な影響である。円安の進行やエネルギー価格の更なる高騰も心配され、このまま停滞状態が続くと考える。	
	□	職業安定所（所長）	・求職者の約2割が65歳以上の高齢者であり、物価高などが高齢者世帯に大きな影響を及ぼしている。今後も個人消費は伸びないと見込む。	
	□	職業安定所（職員）	・引き続き材料価格の高騰、大手自動車メーカーの不正問題、能登半島地震等で業種によっては影響を受けている状況が見受けられる。景気が良くなるとは言い難く、雇用情勢についても様子見の状態が続く。	
	□	職業安定所（職員）	・求人数がこの先も好転するとは考えられない。	
	□	職業安定所（職員）	・春闘での満額回答や株価の最高値更新という報道はあるが、管内における雇用拡大の動きにはつながっていない。	
	□	職業安定所（職員）	・エネルギー価格の高止まりや物価の上昇が続く可能性があり、今後も企業の経営を圧迫するとみられる。仕事があっても人材が集まらず、利益確保に苦慮する状況が続く。	
	□	職業安定所（雇用開発担当）	・基幹産業である製造業の求人数が、4か月連続で前年比を下回っている。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数について、今後2～3か月で現状から変化する要因が見当たらない。	
		▲	人材派遣会社（社員）	・予約状況は余り良くない。今後は予約も入ってくる。
		▲	人材派遣会社（社員）	・例年どおりであれば、4月から7月にかけては求職者が動かない時期に入る。
		▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・日本銀行の金融政策変更の影響がどうなるか不透明である。
		▲	職業安定所（職員）	・物価高騰のみならず、人手不足や賃金水準の上昇に耐えられない事業所が発生している。
		×	人材派遣業（営業担当）	・物価高による家計負担や所得からの各種控除が増加し、賃金は上昇しても景気は後退が続くと見込んでいる。