

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	・客の財布のひもが緩んでいる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・密を避けるという意識が旅の形態を変えた印象を受ける。個人旅行やグループ旅行に軸足が移っている。マイカー利用客も増えている。団体旅行は、新型コロナウイルス感染症発生前の勢いがなくなったままである。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・円安の影響で免税客が増加している。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は、外国人の個人旅行者が増加している。宴会も新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻った印象を受ける。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・取引先の話を見ると、ホテルの稼働率は良く飲食店も来客数は多いが、人手不足だけがマイナス要因とのことである。商店街への人出は多く、飲食店にもぎわっている。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・今月は天候が比較的良かったこともあり客足が伸びた。客の様子として、物価上昇にもかかわらず購買力が高いように見え、店の実績も売上、来客数共に上向きである。個人客は消費を楽しむようになっており、少しずつではあるが給料が上がっている証と考える。ただし、物価は高いので客は賢く消費をしている。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・株高などの資産効果によって富裕層の消費は堅調に推移しているほか、大都市に比べて遅れていたインバウンド消費も、緩やかながら着実に拡大している。
	○	スーパー（店員）	競争相手の様子	・競合先を含めて既存店でも前年並みの数字が出ている。
	○	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・5月の売上は前年比104.7%である。コロナ禍の終えんから連続して売上が前年比でプラスに転じている。来客数の回復と物価高による商品単価の上昇が理由である。小売業界に関しては悲観的な状況ではなく、3か月前と比較して心理的にはポジティブに営業ができています。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・エアコンや冷蔵庫の買換えでは、高機能で高単価な商品を選ぶ客が増えた。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数は減少傾向だが、冷蔵庫やエアコンなど大物を購入する客が多い。壊れていなくても年数がたったからと買換える客もいる。今後の値上がりや電気代を気にする人も増えている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前は生産停止状態だったので、それに比べれば普通に生産できる状態になったことは有り難い。ただし、4～5月は例年販売量が落ちる時期なので、劇的な改善とまではいかない。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇に慣れてきたのか、あるいは諦めているのか、支払を渋る様子はみられなくなってきた。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・特に目新しい要因はないが今月に入ってから来客数が増えて受注が上がるようになってきた。他社で納期が掛かると言われ、即納できる車をという話が多かった。車を買換えたいが在庫がなくて買換えられないという人は、まだまだ潜在的にいと推測する。
	○	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	・来客数は回復傾向にある。
	○	都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・訪日外国人客の状況は変わらず良く、レストラン利用も好調で、良い意味で継続している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・駅での利用客が増えている。市内でも空車待ちの客がかなり多くなっている。	
○	テーマパーク（職員）	単価の動き	・入場料を値上げしたが、その影響で来客数が減るなどの動きはない。	

<input type="radio"/>	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・円安の影響がある。
<input type="radio"/>	美容室(経営者)	お客様の様子	・客の話を聞くと、ゴールデンウィークに旅行やイベント等へ出掛けた人が多かった様子である。
<input type="radio"/>	美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・ホワイトニング商品のセット販売が順調である。キャンペーンが今月末までのため、もう1セット購入する客が多く、売上が伸びた。
<input type="radio"/>	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・3か月前は全く仕事と呼べる業務がなかったため、それに比べれば状況は改善している。
<input type="checkbox"/>	商店街(代表者)	競争相手の様子	・仕入先や周辺業者等の廃業が相次いでいる。小売店舗の閉店も多くみられ、中小規模の業者が次々となくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[高級精肉](常勤監査役)	販売量の動き	・景況感は悪くないが、それ以上に値上げの影響が大きい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[酒類](経営者)	販売量の動き	・夜の飲食店に来店しても、酒類や飲料なしで食事のみを注文する客が多く、客単価が上がらない店が多い。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[生花](経営者)	お客様の様子	・値段を聞いて高いと感じたり、予算に合わないと思うのをやめる客が相変わらず多い。必要な分だけ買う人が多く、1点だけ購入する客もいる。
<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中はそれなりに来客があったが、実際に買物をするというより何となく見て回るだけのウィンドウショッピングが多かった。連休明け以降も来客はある程度はあるものの、インターネットで在庫を検索して来ている様子で、ネットで見たこの商品はないかと聞かれる接客対応が多い。ネット限定の商品もあるため、取扱がないことを話すとそのまま帰ってしまう客もいて、余り売上には結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・インバウンドを中心に、海外特選ブランド品が引き続き売上をけん引している。一方、食料品や衣料品など国内客の動きは、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行した前年の反動もあり伸び悩んでいる。旅行需要も4月と比べれば落ち着いており、来客数も減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数は前年を上回る状態で推移している。インバウンドは更に増えており、全体の集客を押し上げている。
<input type="checkbox"/>	百貨店(販売担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークは家族連れが多く来客数も伸びた。国内客では低単価商品が稼働し、まとめ買いもみられた。インバウンドは前月と比べて若干減少したが、高額品の購入が目立ち高単価だった。
<input type="checkbox"/>	百貨店(営業企画担当)	来客数の動き	・来客数は前年比でプラスである。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	競争相手の様子	・近隣の競合先では、あるチェーンで今年に入ってから1店舗閉店し、来月も別のチェーンで1店舗が閉店予定である。各社とも苦しい状態である。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	単価の動き	・野菜の価格が高騰しているが、他店との競合のため赤字覚悟で安く販売しており集客はできている。景気としては変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー(支店長)	お客様の様子	・一部の大手企業や自動車メーカーなどは業績好調ということだが、中小企業が主となる地方ではさほど恩恵もなく物価上昇との板挟み状態で、客の消費動向も決して好景気にはみえない。
<input type="checkbox"/>	スーパー(営業企画)	お客様の様子	・来客数、客単価共に大きな変動はない。現状の環境下に合わせた消費傾向が定着している様子である。
<input type="checkbox"/>	スーパー(販売担当)	競争相手の様子	・3月の競合先閉店以降、好況が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(企画担当)	販売量の動き	・大型連休の影響もあり、高速バスや空港等に立地し旅行客が多く利用する店舗では、引き続き売上が前年比で大きく伸びている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・5月全体の来客数は前年よりやや多いが、ゴールデンウィークの人出は少なかった。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・自店は繁華街とビジネス街に隣接しているが、夜の客足が特に増える様子はみられない。したがって、仕事を終えた会社員は繁華街へ向かうことなく自宅へ帰る人が多いとみる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・価格帯を問わず、販売数が伸長している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ここ数か月と同様に今月も低調ではあったが、人流もそれなりにみられ良い兆しもあった。有名人監修のカップラーメン等、話題となったヒット商品の投入に助けられた面も大きい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	販売量の動き	・来客数の伸長も足踏み状態で、値上げなどによる客単価の上昇も一巡したことから、売上の伸びが余りみられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客の近況として、地元での仕事がない、円安や経費の上昇により注文を安く受けざるを得ないなどの声を聞く。販売商品の値上げが相次いでいるため売上は伸びず、前年比ぎりぎり100%の横ばいである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・重衣料の動きがかなり悪くなっている。季節的に仕方ないが、シャツやパンツのような軽装の品が多くなっているため、売上単価はどうしても下がってくる。自店の立地として大手衣料品チェーンが隣接しているため、来客数は少なくはない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・平日、週末共に来客数の動きに変わりはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売停止していた車種も一部の高額車両以外は販売できるようになり、販売台数は前年並みを維持している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・ここ数年で車両の価格が大幅に上昇したため、特に年配客の予算額が追いついていない。実際に見積りを出すと、想像以上の金額に驚かれることが多くなった。当然、商談は進まず見送りとなってしまふ。若い世代であっても、車に回せるほど金の余裕がそこまではないような話が多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・自然災害等の何か大きなことが起こらない限り、どちらもいえないような状況が続く。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けより、物価上昇が一段落したとみている。夜の来客数は新型コロナウイルス感染症発生前まで戻り切っておらず、利用機会や参加人数等が変化している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新規客が数人増えた。売上としては大きな変化がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・前月から特に変化がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・居酒屋を経営しているが、新型コロナウイルス感染症の発生を境に完全に人の流れが変わってしまった。家飲みが増えて皆で飲みに行くことが大きく減った。当店でも夜9時以降はほとんど客がいなため、以前より閉店時間を1時間早めて今は11時には店を開めている。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・インバウンド関連は増加しているが、足元の物価上昇に対して賃上げが追いついていないため、買い控え感がある。
<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	・前月は円安による値上げを実施したが、それ以降販売数量は10%程度減少している。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	お客様の様子	・需要の高まりを感じているが、労務費や原材料費の上昇に伴う値上げにより来客数が減少し、思うようには収支改善ができていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・春先は調子が良かったが、4～5月は余り販売量が伸びていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・海外旅行の受注が少しずつ増えているが、日常生活用品での値上げの影響があり、まだまだ客の動きは鈍い。

<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	それ以外	・地元の国際空港では国際線旅客便の再開が少ない。新型コロナウイルス感染症発生前は多くの日本人観光客が利用していたが、以前のように戻っていない。インバウンド以外は空港施設の利用客も多くない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・円安の影響で、海外旅行から国内旅行にシフトする傾向が強まっている。海外ではアジア圏の間合せが多い。アジア圏では円安の影響を余り感じずに宿泊でき、現地の食事代も安く済む。ただし、日本語ツアーは費用が高くなるため微妙な価格帯となる。国内では、6月に新エリアが開業する大型レジャー施設の人気が大変高まっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・3か月前から団体旅行の間合せは多い状況で推移している。ホテルの宿泊料金はコロナ禍明けから全国的に高騰しているが、客側も理解している様子で旅行予算を例年より増額し、その分取扱額も増えている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・春の行楽シーズンがピークの時期で、団体旅行は新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準で発生している。物価高騰や旅行代金の値上げで、最近は無駄な経費を抑えて計画する企業や旅行者が増えてきている。財布のひもは固くないが、先のことを考えて無駄な消費は控えた旅行計画が目立ってきている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・低い水準で安定している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・客の状態はしばらく変わっていない様子だが、これから梅雨に入って雨が降ると客足が低迷してくる。梅雨明けになればまた客足も増えてくるとみるが、現在は前月と余り変わっていない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数は前年や前月とほぼ同レベルで推移しているものの、新規契約は思うようには増えておらず、前月割れする見込みである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客はより価格の安い商材を検討、導入する傾向にある。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・転居に伴い光回線を導入する家庭は増えているが、安いサービスへの乗換えや解約も増えている。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークのイベントや企業イベントを多数開催したが、全体的に期待値以上の集客が得られず、結果として3か月前と同程度での推移となった。
<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	来客数の動き	・街中の飲食店ではリピート客が徐々に減っている。新規客があっても、しばらくすると来なくなる。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・春先から今月まで入場者数は前年以上を維持しているが、予算的には今一つの状態が続いている。入場者数をみる限り、3か月前と比べて景気は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前との比較で、通勤通学定期券以外の収入が回復し切れていない。コンビニ前売り券やカード決済、2次元バーコード決済などを導入して利便性の向上を図ったり、企画列車やグッズ販売等を行ったりしても、状況の改善には至っていない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・円安の影響もあり物価が上がっているため、客の来店頻度が減っている。1か月に1回来ていた人が、2か月に1回となった。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・介護保険福祉用具サービスの貸与価格は、レンタル商材の取得原価が上がっても貸与価格の上限設定が決められているため、引き続き価格に転嫁できない苦しさがある。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・客の様子が良いようにはみえない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・ゴールデンウィークもあって出足がかなり悪く、そのままの状況が続き予定より少なかった。

▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	来客数の動き	・行楽に出掛けているのか、土日は平日以上に来客数が少ない。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・食料品は物価上昇の影響を受け購入点数が減り、連動する形で売上も下がっている。これまでは物価高の影響をそこまで受けていなかった人気の物産展でも、同様の傾向が顕著に現れる結果となった。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後は節約傾向がみられ、来店回数が減っている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比90%前後で推移している。
▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・テレビなどでも取り上げられたキャベツの高騰など、天候不順による野菜の価格高騰は影響が大きい。スイカも高止まりしており、仕入れをちゅうちょせざるを得ない状況に追い込まれている。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わり、連休中に消費が増えた反動か、来客数が減っている。
▲	スーパー（総務）	単価の動き	・物価の上昇により買い控えが目立つ。来客数は前年と変わらないが、購入単価が平均して前年より5ポイント下がっている。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの来客数が想定よりも少なく、連休明け以降もこれまでのような販売量に達していない。おにぎりや弁当、ファーストフード類はこれまでと遜色ないが、アルコール類や菓子類などの販売数が減少している。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・食料品を始めとした生活必需品の価格高騰がこれだけ続くと、外出する予定があっても洋服の新規購買には至らない。一見の来客は皆無状態である。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・景気の良い話を聞かない。売れているのはインバウンド向けの土産品だが、余り販売数も伸びていない。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・日々の生活に係る費用負担の圧迫を強く実感するという声を、客との会話のなかで頻繁に耳にするようになった。これから給料が上がるといわれているが、生活のなかでは余り変化は感じないだろうと言う人が多い。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・最近の傾向として、車検が近づいてきても買換えずに車検を通して今の車に乗り続けるというケースが増えている。
▲	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークも忙しかった割に売上が伸びていない。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークまでは良かったが、その後の予約数の伸びが非常に鈍化している。需要が停滞している様子である。
▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・例年であれば気温が上がり客が増える時期だが、今年は余り来客がない。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・高齢者層の客は天候によって外出が左右される。今月は天候不順が続いたため、客足が伸びなかった。
▲	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）	単価の動き	・物価高や金利上昇と悪いニュースが多い。購入マインドが下がっている。
▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・大手メーカーでは住宅担当の営業が職種替えになっている。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・建築資材価格、人件費共に上がり続けているが、施主の出せる金額は下がりつつある。大手建材メーカーからは、来月に仕切り価格がもう一段階上がる通知が来ている。ますます施主の負担が増え、仕事を取りづらくなる。
×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・例年ゴールデンウィーク明けは売上が少し落ち込むが、今年は例年以上に落ち込みが激しい。
×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的な動きが悪く問合せも少ない。売れていないという事実が大きい。例年5月は動きが悪くないはずだが、なぜこれほど売上が悪いのか分からない。
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	・電子材料用容器の販売が増えてきている。
	○	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	・操業度が上がり、注文量も増えてきた。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安等で物価が高くなっている割に、節約しながらも旅行などに消費する動きが見られる。自動車産業における生産性も悪くなく、それなりに仕事量があるという声を聞く。
	○	金融業（従業員）	それ以外	・身の回りの様子から、最近よく海外からの旅行者を見掛けるようになった。インバウンド需要は高まっているが、日常生活は変わりがない。
	○	会計事務所（職員）	それ以外	・評判の良い舞台を見に行ったところ、ほぼ満席でグッズ等を販売する店舗では大勢の客が会計に長い列をつくっていた。商品の値段も安くはなく、こういった趣味の物に支出できるくらいの余裕ができていることを実感した。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・コストアップ要因は値上げによりほぼ吸収できつつあるが、販売数量が前年を下回る状況が危惧され、先行きにも不安のある状況が続いている。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・企業は賃金のベースアップに足並みをそろえ、付随して初任給の引上げも実施されている。賃金の上昇は先行きの明るさを感じさせ、街にも好況感が漂っている。DX人材の厚遇など変化を競う企業のニュースも、経済の活力を感じさせる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・全体的には低調であるが、ニッケル水素電池関係と次期スマートフォン関係の取引先での伸びで補っている。
	□	金属製品製造業（従業員）	取引先の様子	・幅広い業種と付き合いのある仕入先からは、原材料の荷動きが鈍いと聞くが、建材関係はまだ多少ましな様子である。当社はエリアや客先に偏りが無いためか、比較的仕事量が堅調である。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米国からの電子部品向け設備の受注金額は前月より増えたが、まだ通常の半分程度である。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ビジネス面では大きな変化はないが、生活面では人出が増えて全体的には上向いているようである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ半年近く生産量が横ばいである。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・値上げや野菜の高値が続き、景気が良くなっている気がしない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・今月も住宅販売の契約者数が伸びた。例年と違い今年はゴールデンウィーク期間中も客の動きがあった。ただし、販売価格の安価な物件が売れていて高額物件は厳しい。建設の受注は、今のところ順調である。
	□	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕事の依頼はあるが、現状の単価で計算すると前年度の予算を超えることが多く、受注に至らないケースもある。全体的に物価上昇で前年を基準とした予算との兼ね合いが取れないことが増えている。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費財は、物価上昇のためか物量減少が続いている。生産財においても、引き続き建材や工作機械などは出荷減少が続いている。輸入貨物が製品、原材料共に前年比5%ほど減少している。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内物量は鈍化傾向にあり、増加の基調がみえない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・値上げ交渉が思っていたより順調に進み売上は増えたが、一方で受注量はやや減少した。自社の荷主だけかは分からないが、物の動きは少し落ちている印象を受ける。2024年問題を抱えている身としては、今のところうまく回転している。	

	□	輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・競合他社に聞くと、荷物の量が増えないと言う。新年度に入って2か月たつが、荷物の量が増えてきていない。当社も前年と比べ横ばいで状況は変わらない。競合が生じるようなエリアもあるが、全体としてどうもぱっとしないという印象だと話し合っている。
	□	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末までに納められなかった受注分の納品は、5月までにめどがついた。新年度からの受注に動きが少なく、納品に積滞も生じていない。例年、ゴールデンウィーク明けから6月一杯は閑散期に入るが、いつにも増して停滞している。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・競争激化もあり、中小企業は原材料費の上昇や賃上げをなかなか販売価格に転嫁できていない。原価率が上がることで利益は圧迫されており、現状の景気は芳しくない。
	□	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である。今月の売上は前年を下回っている。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・折込チラシやダイレクトメール等の紙媒体は広告受注量が前年比で微増している。多くは健康に関連する広告である。
	□	公認会計士	取引先の様子	・業種によってばらつきがある。建設業や運送業は4月以降の労働規制の影響があり、機会損失が発生している。不動産業も建材等の物価高の影響に加え金利も上昇傾向にあり、販売量が減少傾向にある。観光業や飲食業は、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準と変わらなくなり、インバウンド需要もあり安定的に成長している。
	□	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、周辺企業は全て低調で展開に非常に苦慮している会社が多数である。当社の新製品は改良を重ねており、商品の展示に向けて懸命に努力している。商品情報を開示したところ、大きな反響がみられた。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・円安傾向が続いて材料価格も高騰している。自動車関連も低調が続いており、景気はやや悪い。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大規模な製品開発により新製品のリリースが遅れる見込みである。
	▲	輸送業（エリア担当）	それ以外	・次世代に向けた対策をいろいろと行っているが、コストが非常に増加している。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・賃金はまだまだ据置きで停滞しているが、消費財を中心に水道光熱費もじりじり上昇しているため、心の余裕に充てる金が生まれてこない。生活はギリギリの状況が続いている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に通常時より1割程度減少している。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少しており、販売価格も低下している。
	×	新聞販売店 [広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞購読者数と折込広告出稿量の減少が進んでいる。
雇用 関連  (東海)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・社会全体としてみると、物価上昇に対して賃金上昇が追い付いている実感が余りない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は引き続き多いが、求職者数が減少傾向で、求人条件により人手不足感が深刻になりつつある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・今年の新卒社員の配属先決定も順調に進んでおり、引き続き周辺の景況感が良い。
	□	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やリコールで生産停止となってから部品生産は減産状態で、上向きになると何らかのブレーキが掛かる状況が続いており、好調な生産が維持できていない。
	□	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。観光関連はにぎわってきたが、一部の業界だけと感じる。

□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・株高や円安の要因は変わらず、人件費や原材料価格の高騰も変わらない。そのなかで輸出中心の企業は比較的業績好調だが、地元の中小企業はコスト高に苦しんでいるところも多い。両者の差が広がっているが、全体的には変わらない印象を受ける。
□	職業安定所（所長）	周辺企業の様子	・大企業では好調な状況が続いているものの、下請の中小・零細企業からは余り好調という声は聞かない。人手不足感は依然として強いが建設業等では採用ができず、諦めムードも漂っている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業、運輸業、福祉・介護・保育等のいわゆる人手不足分野の産業については新規求人数が増加したが、それ以外の製造業、卸売・小売業、金融・保険業、飲食サービス業での減少が大きく、全体の新規求人数は減少となった。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・一部円安による恩恵を受け好調な企業もあるが、製造業を中心に原材料費やエネルギー価格の高騰が収益の減少を招いている。
▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・相変わらずの値上げラッシュに比例して仕入コスト増加が継続しており、企業の利益向上には程遠い状況である。
▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・前年と比較して悪化している。賃上げムードが高まるなかで年取アップを目指した転職希望者が多く、賃上げに対応し切れていない中小企業への応募が極端に減少している印象を受ける。
▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣求人数が前年と比較して2～3割減少している。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で2か月連続減少し、有効求人数も官公需要に関するサービス業以外、ほぼ全ての業種で減少した。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・法人側が求める採用要件のハードルがもう一段高まっている状況であり、戦力性の高い人材採用方針を打ち出す企業が増加している。
×	—	—	—