

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)	◎	商店街（代表者）	・世界的に景気が良くなっている。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・円安傾向が反転しない限りは、国内旅行に軸足が移ったままである。
	◎	タクシー運転手	・暑さのためかなり利用客が増える。いろいろなイベントも開催されるため、今まで以上に稼働率が良くなる見込みである。
	○	商店街（代表者）	・定額減税の効果や夏休みになることで好影響がある。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症を気にする人が少なくなり、マスクをしている人もかなり少なくなった。いろいろな不安要素がなくなり人が街に出てきている。
	○	スーパー（経営者）	・給料アップと長期休暇に期待している。災害や異常気象等が発生して悪影響が出ないよう願っている。
	○	スーパー（店長）	・競合先の閉店に伴い、来客数は徐々に増えてくる見込みである。
	○	スーパー（店員）	・値上げ等が発生しても、販売数量に大幅な落ち込みがみられない。
	○	スーパー（販売担当）	・来客数が増えて売上につながることを期待する。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	・製造元の話では、少しずつ原料の発注が増えて状況が良くなっていると言っていた。新しいデザインが市場に投入されれば、動きが良くなっていくと予想する。
	○	家電量販店（店員）	・予算が高めの見積案件が、今までより多くなっている。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・今後の物価高を考えてか、早めを買換える人が増えている。
	○	家電量販店（営業担当）	・現在はまだ季節商材がそれほど動いていないが、6月からプレミアム付商品券が使えるようになる。今夏は暑さが長く続くと考えられるため、夏終盤まで季節商材の来客数がそれなりに見込める。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・大手企業を中心にかなり大きな賃上げが行われそうなので、6月給与から反映されれば、消費意欲が上がってくると期待する。
	○	乗用車販売店（経営者）	・これ以上ないと思えるほどの落ち込みを経験したので、後は上がるしかない。
	○	乗用車販売店（従業員）	・災害等の悪いことが何も起きなければ、やや良い方向に向かう。国民が物価高に慣れてきた。
	○	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・為替レートの継続と地元国際空港の増便によりインバウンド需要が増加する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価と賃金の好循環に期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・需要の高まりはみられるため、値上げに対する理解が進むことを期待している。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き好調な状態が続く。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・やや良くなると期待したい。ただし、現在は仕入先からの値上げに応じなければ取引を断られる状態にあるが、値上げ分を価格に転嫁できず収益の悪化が懸念される。
	○	旅行代理店（経営者）	・能登半島地震から半年が経過し、現在は特に悪い材料が見当たらないため、この先の夏は良くなると期待している。
	○	旅行代理店（経営者）	・夏休みに入り年間で1番の繁忙期になるため期待している。ただし、円安や物価高は少し気になる。
○	タクシー運転手	・これから梅雨に入ると雨や台風等で出足が悪くなる日もあるだろうが、梅雨が明けて気温が高くなってくれば出足も回復し、良くなっていくと期待したい。	
○	テーマパーク（職員）	・円安がもうしばらく続きそうで、インバウンドが増える見込みである。	
○	美顔美容室（経営者）	・6月からは美容ドリンクのキャンペーンが新たに始まる。継続して飲用する商品であるため、その売上に期待する。	
○	美容室（経営者）	・これから暑くなると、髪を整えてさっぱりしたいと考える客が増えるはずなので期待したい。	
○	住宅販売会社（従業員）	・テレビ等で、今買うなら新築1戸建て住宅という報道も多く、それに客が触発されることを期待する。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・来客数の減少と客層の高齢化に伴い販売機会そのものは減少が続いているが、補助金等の影響もあり販売単価が上昇している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕 （常勤監査役）	・値上げのピッチが速く、影響が大きい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・あらゆる物の値上げが飲食業界に大打撃を与えている。今のところ景気が回復するような好材料はない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕 （経営者）	・今の状況から余り変わらない。消費は伸びていく傾向にあるが、電気代など光熱費も含め全ての物価が高いため、客の消費もそれに対応している様子である。今より悪くはならないが、現状が続いていく。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇が続くなか、足元の状況はまだしばらく続く。
<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）	・国内外で政治の行方が不透明である。ウクライナ問題やパレスチナ問題の先行きに加えて円安等も不透明であるため、どちらともいえない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・売場での客の滞在時間が長くなっている。場内をぐるぐる回りながら、スマートフォンで何かを検索している客が多い。夕方以降はインバウンドの来店が多く、買上につながるが多い。海外からのインポート商品はなかなか補充ができず、値上げが続くと購入しない客がもっと増えると予想され、特に平日の売上が厳しい状態が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・定額減税及び夏季ボーナス支給を控えているが、各種値上げや電気料金の大幅な上昇等の報道などもあり、消費マインドは厳しさを増している。節約志向が更に進むことも想定され、クリアランスセール前は衣料品の動きも厳しい。一方で、今夏は大変暑くなるという予報も出ており、日傘や紫外線対策の化粧品需要、また、引き続きインバウンド需要にも期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・売上は前年を上回っているが、売れるアイテムにははっきりとした偏りがある。食料品は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、レストランは大幅な前年超えが続いている。高額商品や化粧品にも動きがあるが、いわゆる中間層がメイン顧客となるファッション関連商品の動きが鈍いままとなっており、この傾向は続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・現状の動きがしばらく続き、インバウンドも更に加速して来客数の維持に貢献すると考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・来客数は伸びていくが、物価高の影響は続くと考えられる。インバウンドは好調だろうが、大きな変化はなく現状維持の見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・来客数は前年と比べて増加するとみる。客足に比例すれば売上も良くなるはずだが、分からない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・いろいろなコストの上昇がずっと続いているため、安価に販売ができず高くなる商品が多い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・これまで価格を抑えてきた商品を値上げすることになり、その影響がどうなるか心配である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・このまま自動車産業が好業績を維持すれば、それなりに中小企業にも好況の波が来て、やがて労働者や一般消費者に好景気をもたらしてくれることを切に願う。当地域は自動車産業が景気を左右する地域である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・当面、消費に対してインパクトのある要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・5月に競合店ができたが、影響はそれほどない。好機は続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・インバウンド需要は着実に増加しており、物価上昇による買い控えを余り感じさせない状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・特に消費マインドに影響を与えることがなく、淡々とした日々が続いているため、この先も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・消費行動がまだまだ冷えている状態なのは間違いない。使える金のごく限られており、支出を抑えたい気持ちがかかなり強い様子がみられる。ボーナスなど一時的な収入の増減に左右される。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・ピークとなる夏季シーズンに向けて視界は良好である。今夏は高気温という予報とコロナ禍の終えんで巣籠りからの解放というトレンドが、来客数アップへの追い風となる。一方で、水道光熱費への補助が終了する情報もあり、利益に影響が出ないか若干の懸念はある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・夏の繁忙期を迎えるものの、猛暑や円安によるインバウンド増加が影響して日本人の旅行控えが見込まれ、売上伸長は厳しいと判断した。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・上向き要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・なかなか客の収入が増えないことから、売上増加は簡単ではない状況である。円安の改善や地元の仕事での需要増加がないと、景気向上につながらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・ボーナス支給や定額減税等による景気拡大への期待感はあるものの、6月からの食料品や電気・ガス代の値上げの影響で、期待ほどの消費にはつながらないと予想する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・夏のボーナスが出たからといって、1番に重衣料を購入しようとする人は少ない。リモートワークや在宅勤務が進み、スーツ等の着用機会が少なくなっている。自宅で洗濯ができる商品も出てきているが、ボーナス支給でそれらの売上がそれほど増えるとも考えられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・この春の賃上げが耐久消費財の購入につながっていくのか、まだ全く見通せない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・これから夏のボーナス時期を迎えるが、家計ではこれまでの赤字補填に回る。車が壊れたのならまだしも動いているうちは購入は考えられないと話す客が多く、消費に対する選択の目は厳しさを増している。もう少し市場に活気が戻り消費に対する前向きなマインドが強くなるよう期待したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・高額車両の多くは受注停止になっているが、販売停止していた車種も購入できるようになり、車種の選択肢も広がっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・ボーナス時期であるが、来客数が増える感触はない。以前はローンを組むときにボーナス払いを含めた支払が多かったが、最近ではボーナス払いに慎重な客が増えてきている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・建築工事では、住宅、その他物件共に建築資材の価格高騰と職人の工賃上昇で客の予算との乖離が大きくなっており、工事が延期になる物件も出始めている。リフォーム工事についても同様のことがいえるが金額的にそれほど大きくないため、住宅も商業施設も例年並みに推移している。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・先行きの物価上昇への不安から節約傾向がみられるため、販売促進等による効果を考慮しても横ばいの見込みである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・特に良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・円安傾向に歯止めがかからないと、客の購買意欲が高まらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・円安による生活必需品の値上げのほか、電気・ガス代などの上昇も間近に迫り、財布のひもはますます固くなっていく。消費行動も要不要の選択が厳しくなり、生鮮3品を格安で提供するスーパーには来店客が多いが、既存スーパーは客足が減っている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・旅行代金の値上げ、宿泊代金や飲食代金、入場料など旅行素材の価格上昇は続いていくと推測されるため、ぜいたくは控えた旅行が多くなると予想される。海外旅行も円安のデメリットを考えて控える人が増えてきており、旅行者人口の増加は鈍化している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・低い水準で安定している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・県知事選挙があり地元では明るい話題で期待感はあるものの、決して即効性のあるものではないため、当面は円安や物価高に苦しまれる状況が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価の上昇は止まらず、下がる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・景気が悪いため価格の安いサービスへの乗換えが増加する。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・来客数は現状維持が精一杯とずっと感じているが、気候も良くなる今後に向けて季節のイベントを企画し、少しでも来客数が増加することを期待している。

□	観光名所（案内係）	・まだ物価の上昇が続くようで、これでは景気は良くなるらない。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・諸物価の上昇などが公共交通の利用につながるとよいが、変化が小さくみえづらい。
□	美容室（経営者）	・外出やイベントは多くなっているものの、光熱費や物価の上昇が厳しいという声も多く聞かれ、手放して喜べるような状態ではない。
□	住宅販売会社（従業員）	・このままの状況が続く。円安の影響で材料が高騰している。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・変わらず景気は悪い。物価高に賃上げが追い付いていない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期に向けて何をすべきかを考えて行動しないといけない。
▲	商店街（代表者）	・電気代の上昇が一般家庭から業者まで直撃し、景気に相当な悪影響を及ぼす。
▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・物価高騰が続き、生活必需品以外に掛ける金額は少ない様子である。
▲	百貨店（経理担当）	・富裕層やインバウンドの下支えがあるものの、円安の影響による原材料高や天候不良による食品価格の上昇、2024年問題に伴う物流費の高騰が個人消費の減退をもたらし、景気はマイナストrendに陥るとみる。
▲	百貨店（営業担当）	・今月に入り特に生鮮食品など食料品の売上が非常に厳しい。物価高の影響が顕著に現れてきており、今後この状況は続く見込みである。
▲	百貨店（販売担当）	・ゴールデンウィーク以降、週末に雨天も多く来客数が特に厳しい。インバウンドだけは辛うじて伸びている様子である。
▲	スーパー（店長）	・物価上昇で節約傾向は続く。
▲	スーパー（店長）	・デフレからの脱却はなく、1品単価がどんどん落ちている。
▲	スーパー（総務）	・春闘で賃上げが実現したといわれるが、物価上昇と実際の賃上げ額を比べると圧倒的に物価上昇の方が大きく、景気が良くなるとは考えられない。
▲	コンビニ（店長）	・食品の値上げが続いており、販売量に影響が出てきている。量販店と小規模小売店とでは販売価格差が開きすぎて、勝負にならない。
▲	コンビニ（エリア担当）	・物価高のためプラスアルファの商品を買わない傾向がある。
▲	コンビニ（エリア担当）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業などの終了により景気が悪くなる。
▲	コンビニ（店長）	・実質賃金が下がっており、電気代が上昇することで節約志向が強まる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・公共料金、保険料や食料費など全てに物価高の影響が顕著に出てきて、生活必需品以外への出費を控えているような印象を受ける。
▲	乗用車販売店（従業員）	・今のところ明るい兆しがない。現状が最低に近いくらい悪いためそれ以上悪くなることは考えにくいだが、来客数や問合せ数からみると更に悪くなりそうな気配がある。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・輸入車の販売では、円安が進んで車両本体価格も上がり客の購入意欲がそがれている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・輸元では現在も生産が止まっており、再開されるのは夏以降の予定である。出荷は秋以降になるため夏には在庫が枯渇する。商材がないなかで販売をするのは厳しい。
▲	一般レストラン（経営者）	・社員の給料は若干上がっているようだが、それが自営業まで波及していない。物価の上昇が賃上げ分を上回っており、景気が良くなるような実感が全くない。
▲	一般レストラン（従業員）	・物価高の影響が出てくる。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・株価上昇などで景気の上昇感があるが、恩恵を感じない層にとっては何となく諦めムードが出てくる頃合いである。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安が継続しており4月に引き続き秋にも値上げを実施する。配送運賃等コスト増加の影響も大きい。4月以降販売数量が減少しているが、秋以降は更に販売数量が減ると予想する。

	▲	観光型ホテル（経営者）	・この先の宿泊予約状況が悪く、このままでは前年割れの見込みである。前年までの新型コロナウイルス感染症対策での政府の需要喚起策等がなくなった。特に景気の良い話題がなく、また、賃上げが行われたことで企業も人件費や高騰する光熱費等で余裕がなくなり会食や旅行等の優先順位が下がっていることが原因と考える。このまま需要が停滞することを懸念している。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・お盆とその前後を含む夏休みは団体旅行が少ない傾向があるため、一旦は落ち着くと考える。
	▲	テーマパーク（職員）	・円安のため、仕入価格の上昇が見込まれる。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・7月の入場者予約数は前年同月比でやや低迷している。梅雨明け前でもあり予約しづらい時期ではあるが、現時点において予約数が少ないため、景気はやや悪くなる見込みである。
	▲	理美容室（経営者）	・客からは、給料が思ったよりも上がらず物価ばかりが上がり景気が悪くなっているという声を聞く。
	▲	美容室（経営者）	・円安が変わらない限りはどうしようもない。光熱費も今後の上昇が想定され、大変なことである。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・レンタル商材の取得原価が上がる。レンタル商材を整備、維持していく資材や人件費のコストも増加する。
	▲	設計事務所（経営者）	・足元で若干の改善はみられたものの、現在の仕事は6月末で終了予定で、その先の案件が確保できていない。
	▲	設計事務所（職員）	・円安が続く景気が上向かない。物価だけが上昇している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・収入が増えたとの実感もなく借入金利も上昇する気配から、このエリアでは新築住宅への憧れは激減している。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・省エネと介護のリフォームには補助金が出るが、施主になかなか金を出す余裕がなく、高齢者住宅の物件は見積りだけ出して終わることが多い。施主からは、介護保険料が上がり苦しいという声を聞く。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積り依頼や元請の受注状況などをみると、この先2～3か月は現場の動きが少ない。
	×	スーパー（店員）	・今月下旬の暑い日に売上がガクッと下がり、暑いと客が減少することがはっきりと分かった。カメムシが大量発生している問題は今後大きな影響が出てくる。梅などが前年よりも高値になると市場から報告を受けているため来月以降も心配である。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高が原因となる。
	×	一般レストラン（従業員）	・今月から光熱費が上がり、食材の値上がりも厳しい。
	×	パチンコ店（経営者）	・増税や値上げのニュースをよく目にするほか、減税を明示するための事務負担増加も話題となっている。税務処理はただでさえ面倒なのに、定額減税は事務的にはたまったものではない。景気が良くなると思える要素を探す方が難しい。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・電子材料の需要は徐々に回復する見込みである。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・代理店契約をしていた会社との資本関係を解消したため客との直接取引が容易になり、Web問合せの会社とも直接取引できるようになった。中間マージンが乗らないため、成約率が高くなっている。
	○	不動産業（経営者）	・今後は前年と同様に曇りや雨の日が多くなりそうであるが、外出や遠出をする人は少しずつ増加していくと考える。今後の売上は増加していき、前年を上回る状況になっていくと予測する。
	○	会計事務所（職員）	・円安であるが、海外旅行へ出掛ける人が周囲にも出始めている。現状を容認して消費に回すようになったとみている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・海外ファンドによるドル買い攻勢によりなかなか円高にはならず、当分は円安が続く見込みである。国力を高めて円安の是正に尽力すべきである。自社では新商品を開発しているが、我が国は水素社会に転換してエネルギーの課題を解消すべきである。

□	食料品製造業（経営企画担当）	・消費マインドの冷え込みが心配される。生産者の立場からは現在の商品に磨きを掛け、より価値ある商品を提供することに努めていきたい。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・円安がこのまま続けば、更に物価は高騰し、景気も現在の悪い状態が続く。
□	化学工業（総務秘書）	・景気を後退させる特段の材料がない。政権運営の舵取り次第で景気への影響は懸念されるが、直ちに影響を及ぼすほどではない。
□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量がキープできれば、価格交渉や納期対応により業績が落ち込むことは回避できると考える。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	・米国の電子部品向け設備の引き合い件数が低調であるため、来月以降の受注は現状維持になりそうである。
□	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した。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	・コロナ禍からの回復分を、物価の上昇が打ち消している印象を受ける。実質的な賃金は上がっていないため、継続して消費が上向いていくとは考えられない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・2024年問題等で価格の上昇はまだあるが、生産量の変動がないためしばらくこの状態が続くと予想する。
□	建設業（役員）	・住宅販売は、建築コストが上がりすぎたため販売価格に転嫁し、売行きに影響が出る見込みである。建設受注は、人手不足や2024年問題で工期に時間が掛かることを懸念している。
□	建設業（営業担当）	・物価高に対応した予算取りがすぐに行われないと、先立って実施される仕事と年度末に合わせて行う仕事に発注が分かれる。現時点ではどちらになるか分からない。
□	輸送業（経営者）	・物価高で商品代金は上昇しているが、物流費への還元は十分ではない。行政の監督への対策からか、大手を中心に値上げ交渉の話は聞いてもらえるようになったが、まだまだコストアップに見合う回答はもらえていない。
□	輸送業（従業員）	・物価は上昇するものの、実質賃金が伸びていない。個人消費が景気の底上げに寄与するまでにはいかない。
□	輸送業（従業員）	・荷主に先の展望を聞いてもはっきりしない。急に良くなることはなさそうだが、それにしても先行きが読めない。
□	輸送業（エリア担当）	・様々な値上げ等はあるものの、購買行動に変化はないと予想する。
□	輸送業（エリア担当）	・新年度には異動に伴い新しい物を買ったりそろえたりする消費行動が発生し、流通する荷物の量が増えるはずだが、同業他社の話からはそういった動きがみられない。世の中に出回る荷物の量がそれほど増えておらず、景気が良くなる兆しが見受けられない。
□	金融業（従業員）	・2024年6月より定額減税が実施されるが一時的な施策にすぎず、賃金の伸びに対する物価の上昇が著しく大きい。
□	金融業（従業員）	・足元では景気動向としてやや良くなる動きが散見されるが、今後を考えると比較的景気が悪くなる不安要素があり、円安や物価高が更に進む恐れもあるため、プラスマイナスで変わらないと判断した。
□	金融業（企画担当）	・原価率が上がっており、中小企業では大手のような賃上げはなかなか難しい。賃上げが中小企業まで広く行き渡らないと、個人消費も伸びず景気は良くならない。
□	広告代理店（制作担当）	・毎年開催している屋内外の夏季イベントで、スタッフ等の人手不足によりペンディング状態の企画が出ている。
□	公認会計士	・円安の影響もあり、企業が設備投資を控えている印象を受ける。賃上げを実施している企業も多いようだが、その分が消費にはまだ回っていない様子である。政府の通貨政策もあり、企業も消費者も今後の景気動向に不安を感じている印象はあるが、この先の景気に大きな影響はないものと予想する。
▲	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、今後も引き続き減少する見込みである。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・良化する要素が余りない。
▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・操業度が上がり注文量も増えてきたが、根本である部品の品質に問題が出てきたため、少し悪くなる。

	▲	輸送用機械器具製造業 (管理担当)	・電気・ガス料金への補助が終了し、野菜の高値も続くなか先行きは不安しかない。
	▲	輸送業 (エリア担当)	・コスト増加になる現在の改革を今後の収入増加で補える見込みがない。客の方を向いて成り立ってきた経営が、向く先を転換しているように感じられ戸惑いがある。
	▲	通信業 (総務担当)	・この先も物価の上昇が見込まれるため、消費者は金を使えない。最低限の消費しかできないと予測する。
	▲	通信業 (法人営業担当)	・各メーカーが閑散期や受注停滞期の対策に値下げやプレゼント企画のキャンペーンを打っても客側の反応は鈍く、受注増加につながっていない。値段を下げてても特典を付けても、懐が寂しければ、ない袖は振れない状態と見受けられる。
	▲	会計事務所 (職員)	・日常生活で買物等に出掛けると、今まで以上に物価が上昇している。食料品や日用品を始めあらゆる物が値上がりしており、今後の生活が不安になるほどである。根本的な対策をしない限り景気は悪くなる一方である。
	×	食料品製造業 (営業担当)	・受注数が前年比で減っている。
	×	鉄鋼業 (経営者)	・鉄鋼メーカーは更なる値上げを宣言しているが、当社の客は値上げどころか値下げしなければ仕事が取れない状況になっている。ものづくりの現場から小規模企業が全て排除されるのではないかと危惧している。
	×	新聞販売店 [広告] (店主)	・現在の新聞購読料金は2020年から変わっておらず、今後も値上げの見込みがない。その間にガソリン代の高騰、最低賃金の引上げ、その他物価上昇による影響があり利益は毎月減る一方である。良くなる兆候は全くみえない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・夏から秋にかけて県下全域で大型イベントの実施が予定されているため、消費マインドとしては上向きになると期待したい。
	○	民間職業紹介機関 (窓口担当)	・デジタル人材育成に向けた研修などの取組がみられ、国の施策にのっとりこれからの企業ニーズに柔軟に対応していく動きが活発化している。
	○	学校 [専門学校] (就職担当)	・前年まで地域の医療業界では5月中旬が採用試験のピークだったが、今年は4月末に前倒して実施する機関が増えた。特に医療業界は採用対象が有資格者のため、早期の人材確保を求めている。
	□	人材派遣業 (営業担当)	・減税政策は反対に企業を苦しめることとなり、消費者も恩恵を感じることはない。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・人材業界は売り市場が継続している。企業は4月入社した新卒の育成に力を入れるが、ミスマッチにより一部で人材が流動的になる。全体としては、大きくは変わらない。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・ポジティブな要素が見当たらない。定額減税も消費拡大に効果はないと推測する。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・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、当面好況状態が続く見込みである。
	□	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・大手自動車メーカーにおける生産停止で労働者供給に支障が出ている。複数の自動車メーカーが生産計画の80%から90%で推移しており、それほど多忙ではない。今までは生産計画に遅れが生じると土曜日にばん回生産を行っていたが、それもない。
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・大きな変化の要因もなく、現在の状況がしばらく続く。
	□	職業安定所 (所長)	・周辺企業では余り円安の影響は受けていないが、物価高や最低賃金の上昇に伴う賃上げへの対応に苦慮している企業が多い。
	□	職業安定所 (職員)	・大手企業を中心とした賃上げで、より好条件の企業に対する求職活動の活発化を背景として、中小企業における人手不足の傾向が継続している。まだまだ全体的な底上げによる好景気への気運はみえない。
	□	職業安定所 (職員)	・企業の求人数は増加しておりコロナ禍から回復傾向にあるとみられるが、一部で求人票の提出を控えるなど改善の動きが弱まっている産業もある。
□	職業安定所 (職員)	・引き続き円安基調が続くと想定されるほかウクライナや中東など世界情勢も不透明であり、先行きの予測が付かない。	

□	職業安定所（雇用開発担当）	・価格転嫁や円安の影響を受けている事業所もあり、不安要素がある。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・大手企業で今年度の採用活動が活性化する時期であるが、ソフト・エレクトロニクス産業などでの希少性が高い人材の獲得競争は、よりし烈な環境になる。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒者の求人に関しては、年間を通じた採用計画で動いている企業や機関が多く、短期間で求人数に大きな変化はない。
▲	人材派遣会社（社員）	・中小企業の賃上げ問題はすぐに解決するものではなく、また、求職者が減少する時期でもある。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・人材不足は、中小企業や労働条件の悪い仕事で深刻になりつつある。
▲	職業安定所（職員）	・物価上昇等が影響する。
▲	職業安定所（職員）	・雇用保険適用事業所数が前年同月比で5か月連続減少している。また、事業所の廃業等が多数報告されている。
×	—	—