

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	・財布のひもが緩くなっていると感じることが多い。
	◎	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前がメーカーの生産停止で最悪の状況だったことに比べれば、生産再開になった現状は本当に有り難い。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・インバウンドの影響が底上げにつながっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍が明けてからは旅の形態が個人旅行中心になり、観光バスを利用する旅行は激減している。バスの運転手不足も影響しているかもしれないが、新型コロナウイルス感染症発生前の6割ほどの回復である。全体の回復状況は9割程度である。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・節約志向や暑さで洋菓子関連の需要に弱さがみられるものの、野菜など食品の一時的な高騰も収まりつつあり、全体としては好調に推移している。インバウンドが引き続き売上を大きくけん引している。5月末に特選ブランド品で価格改定した反動を懸念していたが、今のところ大きく伸長している。高額品の需要は好調なもの、お中元は特典の変更もあり売上が減少している。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・インバウンド消費がけん引して、来客数や購買者数、購買単価の全てが上向き傾向にある。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・相変わらず来客数は安定している。ここ最近では当地域でもインバウンドの来店が増え、買上客数も伸びてきている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・定額減税に合わせた安値での販売促進強化により、買上点数が増えている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・野菜の価格が下落し、購入量が増えてきている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・インバウンドが少しずつ増えている。以前のような特定のアジア圏からというわけではなく、欧米からの訪日客も増えている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・暑さが到来するとともに天候も良好である。デリカ商品も定着しつつある。
	○	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・売上は前年比102.8%と好調を継続している。コロナ禍が終わり、毎月売上は好調を継続している。また、様々な値上げによる客単価向上の効果がある。今年は梅雨入りが遅いことも追い風であった。経費高騰を上回る売上増加で、利益捻出についても一定の水準を維持している。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・例年より気温が高く、梅雨入りして湿度が高いためエアコンが売れている。
	○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・ここしばらくは良くなかったが、最近は少し良くなっている。例年の6月と比べて非常に良いわけではないものの、問合せも若干あり購買意欲もみられる。
	○	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。
	○	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・常連客が月に2～3回来店し、新規客も来店する。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・インバウンドの利用が増え、宿泊部門が好調である。国内客に大きな伸びはないが、宿泊や宴会及び食堂部門のいずれも堅調に推移している。	
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・受注件数が僅かだが増加傾向にある。海外出張の受注も増えつつある。	
○	タクシー運転手	来客数の動き	・プロ野球を始めコンサートや催物が多くなり、タクシー利用客も増えている。	

○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・ホワイトニングのキャンペーンに加えてメイクの新商品も出た。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・2～3か月おきにパーマをかける客が多いため、前は3月から4月に来店した客が今月来店し、来客数が伸びた。
○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・小さな案件が少しずつ出ている。ほとんど休業状態だった3か月前よりは改善されている。
○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場の来場者数が前年比120%と良くなっている。来月からの契約者数も上向きが期待できる。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・観光地ではある程度の人出がみられるが、新型コロナウイルス感染症発生前の状態には及ばない。物価高で財布のひもが固くなっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費活動のほとんどがショッピングモールや大手量販店での買物あるいはインターネットや通販での購入となっており、小規模な商店はかなり厳しい状況が続いている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数は依然として力強さがあるが、客単価は横ばいである。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・販売量は高止まりしている。
□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍以降、悪くなった状況から戻らない。
□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・6月はお中元販売開始時期であるが、物価高でカタログの表示価格が高くなったこともあり、個人客も法人客も思ったほどの売行きではなかった。物価高の影響が大きく、財布のひもが固くなっている。売上は変わらないが、本来伸びるはずの時期に伸びないのは厳しい。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店への客足には波があり、特に週初来の客数は非常に悪い。
□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・来客数はそれなりだが、販売につながらない。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前月までと大きな変化はなく、セール品の動きは良い反面、定価品の動きは今一つである。
□	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・来客数は増加しており、購買マインドも上がってきている。アジア圏を筆頭に海外旅行者も多く、インバウンド需要が伸びており単価も高い。
□	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・インバウンドは来客数、売上共に増えてきているが、全体の売上に対する効果や影響は、地方では少ない。
□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・他地方の応援キャンペーンに客足が向き、来客数が減少している。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・ニュースにもなったキャベツの価格高騰も短期間で通常の値段に戻り、スイカも手頃な値段になってきた。ただし、年初の高温で梅が不作だったので、本来見込んでいた売上よりも大きく落ち込む結果となった。
□	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化はない。堅実な消費傾向が定着している様子である。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・好調は続いている。競合店ができた影響はなく、売上、粗利共に前年を超えている。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・来客数が3か月前と比べて少なく、それに比例して売上も減少している。
□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・個別要因がある店舗以外は、ほぼ前年比100%を超えている。しかし、伸びは鈍化しており、今後はこれ以上の増加は難しいとみられる。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・一般客や業務利用の客など客層によってばらつきがある。個人利用が主の一般客では来客数の減少が目立ち、業務利用の来客数は逆に上昇し客単価も高い。ただし、業務利用の客のなかでも景気の良しあしが分かれている。一般客の懐具合は、物価上昇に賃上げが追い付いていない様子である。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (売場担当)	お客様の様子	・世間では賃上げが高水準だったと報道されているが、その効果は見受けられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (販売企画担当)	競争相手の様子	・同業他社では、最近の売上は例年とそれほど変わっていないとのことである。当社も同じような状況である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(営業担当)	来客数の動き	・3か月前は新生活需要で来客数の増えた時期だった。今月も、徐々に暑くなってきて梅雨入りもしたため、月末にかけて来客数が増えてきている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・円安で厳しいといった話はあるが、景気が悪いからという理由で修理や点検を渋る人は余り見受けられなくなった。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売台数は前年並みで推移しているが、人気車種では納期が掛かるため受注停止の車種も多くある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・生産が回復してきたため、一気にバックオーダーが解消し始めた。ただし、車種やグレードによっては納車まで半年以上掛かるため、客のニーズといかに一致させるか商談でも非常に気を使う場面が増えてきている。来客数も徐々に増えてきているが、成約率は前年割れが続いており良くなっているとははいえない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・個人間で貧富の差が大きくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・特別なトピックもないなかで前月から来客数の増加が続いていたが、今月中旬頃から減ってきた。全体的に上向いてきたというより一時的な動きだったようで、特に代わり映えはしない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・平日の動きとして、物価高による節約志向と新型コロナウイルス感染症発生前との利用形態の変化から、夜の来客数が回復し切れていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・既存客は減少気味だが、新規客が同数程度増えている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の様子は変わらず、自身の健康状態も余り芳しくないため、良いと思える要素がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・ランチを値上げしたが、特に来客数は変わらない。
<input type="checkbox"/>	バー(経営者)	お客様の様子	・アフターコロナの生活にすっかり慣れてしまって、昔の生活には戻っていない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・訪日外国人客の宿泊が増加し、接待を伴う会食や個人利用、同窓会でのレストラン利用も多い状態で継続している。法人利用での宴会利用も多く、期待ができる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・夏の旅行は動きがやや鈍い。円安も影響しているかもしれない。東京都知事選挙や政権政党総裁選を控えて政治的に落ち着かない様子で、景気としても今一つに見受けられる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	それ以外	・円安の影響なのか時間帯に関係なく外国人観光客を見掛ける一方、その恩恵を受けているかいないかで飲食店などは客の入りに大きな差がみられる。低価格若しくは、当地ではお値打ちという言葉で表現されるような価格と内容とのバランスに客の目が厳しくなりつつある。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・富裕層は新型コロナウイルス感染症発生前と同様に価格を理解して予約があるが、新型コロナウイルス感染症発生前の価格を想定している客層は、海外旅行や国内旅行も受入れにくい様子で、ここに来て第2弾での夏の旅行取り込みにも苦戦している。既に秋から来年度にかけての海外旅行計画の話もあるが、円安の影響で見積りをしようにも見当も付かず難しい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	単価の動き	・円安と人件費や材料費など様々な事情による価格上昇がなかなか止まらないため、一時あった旅行需要の高まりは鈍化している。パリオリンピックや来年の大阪・関西万博等のイベント需要も今一つ反応が悪く、申込みや問合せも以前と比べると少ない。旅行需要は減っていないものの、伸び悩んでいる。

□	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間は病院送迎等の仕事があり売上は変わらないが、夕方から深夜にかけての客足の伸びがない。苦戦することは多々あるが、以前と余り変わっていない。
□	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・6月になって少しインバウンドも落ち着いた様子となり、修学旅行の動きも落ち着いた。
□	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・集客状況はこの3か月間変わらない。6月は、数字的には上向いたものの、梅雨入りが遅かったり好天の日が多かったなど気候面でのプラスの影響を差し引けば、まだまだ横ばいとみられる。
□	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・今月は梅雨入りが遅く前半の入場者数は好調に推移したが、後半から梅雨入りしたことで前年並みに推移している。予算、前年比共に入場者数の比率は3か月前とほぼ同様で推移しているため、景気は変わらないとみる。
□	美容室(経営者)	お客様の様子	・客との会話のなかで皆が物価が高いと言っており、景気が良いようにはみえない。
□	美容室(経営者)	お客様の様子	・一層の円安となり電気・ガス代の補助金も一旦終了するため皆大変である。美容院の場合、客は1～2週間や1か月くらい来店を延ばしても困らないため、来店周期が長くなっている。
□	その他サービス [介護サービス] (職員)	単価の動き	・原価上昇による価格転嫁の風潮にあるが、介護保険制度上の料金改定は逆行しているため上向くことはない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売状況は横ばいが続いている。
▲	一般小売店[生花] (経営者)	来客数の動き	・元々6月は暇であるが、今月は来客数の減少がやや目立つ。梅雨時で花のもちも悪いので仕方ないが、買い控えもあるようだ。
▲	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は父の日があったが紳士靴売場には余り影響がなく、プレゼント用に購入する人はほぼいなかった。プレゼントとしての需要は年々減っている。平日は年配客の来店が多いが、高齢者層に向けた商品が余らないため、売上には結び付かない。
▲	スーパー(店長)	お客様の様子	・客の買上点数の動向による。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は前年比95%前後で推移しており、買上点数の減少が更に顕著になってきている。
▲	スーパー(総務)	単価の動き	・全ての物で価格が少しずつ上がっている。
▲	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・インバウンド消費の特殊事情がある店舗以外は、売上、来客数共に前年割れの店舗が増えてきている。
▲	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数が少し減少傾向にある。梅雨入りが例年より遅れたので店舗への来客数がもう少し増えてもよいはずだが、横ばい若しくは少し減少している。想定よりも3%ほど低い印象である。
▲	コンビニ(店長)	単価の動き	・値引き施策をすると価格の高い商品よりも低い商品が好調である。要因として値引き額が同じなら価格が低い方が値引き率が高まるためとみられる。価格が高い商品は、多少の値下げでは余りインパクトがない様子である。
▲	コンビニ(商品企画担当)	来客数の動き	・梅雨入りが遅れた影響で人出が継続し来客数も伸長するとみていたが、ここに来て伸び悩み、前年を下回る日も始めている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・客の様子からは景気が悪いとは感じないが、一見客は、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて購買意欲がみられず、商品を手取ることも少ない。店の入口から見回しただけで帰る人が多い。
▲	衣料品専門店 (売場担当)	販売量の動き	・販売量、来客数共にかなり減っている。スーツを着る必然性が少なくなり、カジュアルウェアや簡素なスーツを求める客が増えてきている。夏になって上着がいらなくなり、半袖のノーアイロンシャツはよく売れているが、買上客も売上も少ない。
▲	家電量販店(店員)	販売量の動き	・来客数が落ちてきた。

	▲	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・客との会話のなかでは、とにかく生活に係る費用が上がりすぎているとか、適正価格が幾らなのか分からなくなったと嘆く声をよく耳にする。若干給料が上がったかもしれないが、これで生活が楽になった、景気が良くなるという声はほとんど聞かれない。
	▲	その他飲食〔仕出し〕(経営者)	お客様の様子	・円安の影響や物価高に給料水準が対応できていないため、将来への不安から財布のひもが固くなっている。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕(経営企画担当)	販売量の動き	・円安により仕入価格が上昇しているため販売価格に転嫁したが、販売量が減り利益も減っている。仕入価格の上昇分を十分に転嫁できているとはいえ、更なる値上げと販売量減少を見込んでいる。
	▲	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が減少傾向にある。
	▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・解約件数は減ってはいるが新規契約も減ってきており、客が動いていない。
	▲	理美容室(経営者)	来客数の動き	・気温が上がり例年であれば客が増える時期だが、余り来客がない。
	▲	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)	それ以外	・コロナ禍でも休みが取れないくらい忙しかった下請業者が休めるようになるほど、仕事量が減っている。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	競争相手の様子	・公共事業の入札案件では、利益の出ない仕事は押し付け合いでどこの事業者も請けない。どの事業者も建材費や人件費が上がって苦しい状態で、この先の着地点がみえてこない。
	×	コンビニ(店長)	来客数の動き	・天候はそれほど悪くなかったが、特に週末は人の動きが少なかった。以前はスポーツやイベントによる好影響があったが、晴天の週末でもさほど忙しくはならなかった。
	×	コンビニ(店長)	販売量の動き	・今月はアルコール類の売上が大幅に落ち込んだ。競合のディスカウントストアやドラッグストアの影響が大きい。
	×	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・建築資材の価格が上がっているため利益が出ない。業界他社も心配である。
	×	その他住宅〔展示場〕(従業員)	お客様の様子	・物価上昇に賃金上昇が全く追いついていない。
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	・半導体向けの電子材料薬液は、需要が回復傾向にある。
	○	電気機械器具製造業(企画担当)	それ以外	・エンジニアなど人手不足で採用が難しくなっている。賃金を上げても物価上昇に追いつかないため、人材の引き止めが以前より難しくなっている。
	○	公認会計士	取引先の様子	・売上や顧客数に着目すると、輸出産業については売上が緩やかではあるが上昇している。観光業もインバウンドの需要で成長している。少し落ちていたデジタル産業関連の顧客も増加しており、企業の投資が少しずつ回復傾向にある。
	○	会計事務所(職員)	それ以外	・劇場ではグッズショップが混み合っていて、商品の値段もそこそこ高いのによく売れている。趣味の消費だからかもしれないが、財布のひもが少しずつ緩んできている。
	□	化学工業(総務秘書)	取引先の様子	・内装工事や電気工事などを依頼しても、人手不足や部材入手のリードタイムが長く、なかなか調整が付かない。長期的に仕事の予定が入っていて忙しく活気付いた雰囲気である。賃上げで処遇も良くなっており、働く人の表情にも明るさがある。
	□	窯業・土石製品製造業(社員)	受注量や販売量の動き	・四半期の売上状況は前年比数%の伸びで計画以上に推移している。目立って活況の取引先はないが、全体的に堅調に推移している。
	□	金属製品製造業(従業員)	取引先の様子	・周囲では物件の動きが余り良くないという声をよく聞く。地域や客先が偏っていないお陰で当社は多少忙しい状態が続いているが、業界の状況は余り良くないのではないかと。

<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・空前の円安で価格競争力はあり、北米の電子部品市場も拡大しているが、電子部品用設備の受注がなかなか決まらない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先での投資がお盆前にかなりある。7月から8月にかけての受注がある。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年暮れに約3割落ち込んでから、受注量、生産量は横ばいが続いている。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量はある程度確保しているが、金属等原材料費の上昇が著しく利益が少ない。
<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・分譲住宅の販売では、住宅展示場への来場者数が減って契約数が伸びなかった。販売価格の上昇もあり、新規販売マンションも売行きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	取引先の様子	・最近になって、取引先から仕事がないという話をよく聞く。限られた予算内での現場作業が求められている。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建材、工作機械や化学関連及び日用雑貨を中心とする物量の減少が続いている。製品や商品の単価が上昇しておりメーカーや流通業の業績がどうかは分からないが、荷量としては減少している。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内物量は前年並みで、物流コストは増加傾向にある。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・そこそこの仕事量はあるが、期待していたほどではない。同業他社もそれほど忙しくはなさそうで、荷量は以前より若干減っている印象を受ける。車両、人員共に不足しているため、むしろちょうど良い状況になっている。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	それ以外	・自社では様々な輸送品があり生産材料から中間工程の品物、消費財まで扱っているが、原材料となる素材商品の動きが活発化していない印象を受ける。経済活動の最も上流にある物が動いていないことは、景気が動いていない証拠である。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	それ以外	・通信インフラを提供する企業として、通信料収入の屋台骨となる設備投資に対して積極的になれない状況である。部品価格高騰による設備投資額の増大をサービス利用料に転嫁できないため過疎地域や保守困難地域への投資控えが進み、結果としてますます都市部に人口・企業は集中して地域経済は衰退していく。地域に活気が戻らず一極集中の状況では、経済回復にも限界がある。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	競争相手の様子	・物価の上昇による実質賃金の減少が続いている。インバウンドの増加は好材料だが、物価の上昇が家計に響いている。円安の影響がじわじわとボディーブローのように効いている。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	取引先の様子	・物価高や円安というマイナスの材料が多い割に、レジャーや旅行を楽しんでいる様子は変わらないので、景気に変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	取引先の様子	・大手企業では賃上げが浸透しているが、中小企業ではなかなか賃上げまでに至らず、上げたとしても大手ほどの金額ではない。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	それ以外	・例年より雨の日が多く外出や遠出をする人がやや減少している。食費以外は節約する傾向からか、今月の売上は前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・取引先からの引き合いは多少あるものの、値引き要請等もあるため、余り利益にはつなげない。
<input type="checkbox"/>	行政書士	それ以外	・貨物の流れをラインに乗せて荷主側が行うことで時間短縮でき、ドライバーが喜んでるとテレビで放送されていたが、このような対応ができるのは大手企業のみである。周囲の中小物流業者は、今までと変わらず大変な様子である。
<input type="checkbox"/>	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	・全体としては良い会社と悪い会社がまだら模様に分かれている。先行きが不透明で見通せないため投資についても慎重で、新製品が市場に出てこない。当社はまずまずである。

	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・天候が不安定で飲料や農産物の受注量、販売量が減少している。自動車関連の需要も相変わらず低調なため、景気はやや悪くなっている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の開発に時間が掛かるため、しばらく既存機種に頼ることになる。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・ガソリン代高騰や円安の進行、電気・ガス代の補助金の一時終了など、何をどうすれば景気が良くなるのか分からない。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・食料品を中心に物価高騰が収まらず、どんどん生活者を苦しめている。買物に行っても最低限の物しか買わなくなり、買物に遊び心がなくなっている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・定額減税の効果は一時的で、需要としては高まっていない。物価の上昇は収まっておらず、苦しい状況が続いている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に通常時の10%から20%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	・受注量の減少が大きくなっており、販売価格は低下している。引き合いも減少しており、更に悪くなっている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上が前年比20%減少した。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係の研修会での利用が多かった。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇に賃金上昇が追いついていないようにみえない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・今年度新卒エンジニアの配属先が過去最速で全員決定するなど、引き続き周辺企業の景況感が良い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・特に目立った動きはないが、4月の派遣料金値上げを受けて企業側も追加採用は慎重になっている様子である。派遣スタッフの活用ではなく自社採用か代替を検討している様子である。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・上向き材料は見当たらない。低いレベルで安定している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・インバウンド関連は好調だが、それ以外は人手不足と製造コスト高に苦しんでおり、現状維持の状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足分野である建設業、運輸業における新規求人数は増加し、福祉・介護・保育等については微増で、製造業は大きな増減はなかった。金融・保険業、サービス業等での減少が大きく、全体の新規求人数は減少となった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・飲食サービス業では出店拡大の情報が多数ある一方、製造業においては、原材料価格の上昇や人件費の高騰を価格に転嫁しにくいいため利益を減らして対応しているが、限界に近いという声も聞いている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業からは人材不足や雇用拡大の声を聞くが、一方で人件費や運送等経費の増加が経営を圧迫しているとの話もある。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・例年の動きと同様で、大手企業のキャリア採用が活性化している。大手企業への応募偏重の動きが強まるなかで、中小企業は採用可能性のある人材確保に苦戦を強いられている。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・物価高に歯止めがなく、じりじりと中小企業の収益悪化がみられる。定額減税が実施されて初めての給与支給日を迎えたが、減税の実感は乏しい。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数、求職数共に減少傾向にあり、求人と求職のマッチングが難しくなっている。
▲	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車製造ラインが不定期に停止して製造が安定しない。部品製造各社の受注も不安定になるため、労働者供給面でも影響が大きい。	

▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数が前年同月比で10か月連続増加するなど、人手不足といわれるなかでも求職活動が長期化している。
▲	職業安定所（雇用開発担当）	求職者数の動き	・4月以降は製造業を中心に事業主都合での離職者が増加傾向にある。
×	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者のエントリー数が極端に減少しており、前年の半分程度である。希望給与水準が上昇するなかで当社の主要取引先である中小企業は対応できず、集客に苦慮している。