

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）	・ボーナスが増えそうと言う人が多い。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・全体の雰囲気や客の様子からみて期待できる。
	◎	美容室（経営者）	・近頃は朝晩涼しくなり、これまでパーマやヘアカラーに来られなかった客がぼちぼち戻ってくる見込みである。
	○	一般小売店〔高級精肉〕 （常勤監査役）	・日米での大きな選挙も終わり見通しが立つ。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・個人旅行客の動きは完全に回復している。
	○	一般小売店〔和菓子〕 （企画担当）	・新政権が発足して、経済対策を重視してくれることを期待する。
	○	スーパー（販売担当）	・年末商戦に入ってくるため来客数が増える見込みである。
	○	コンビニ（店長）	・クリスマス商戦に向けた動きは、前年より多少手応えがある。クリスマスの売上が良ければ、景気が上向きといえる。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・例年、これから衣替えの時期は新しいスーツを着て仕事をしたい人が増えてくるため、景気は上向き見込みである。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・ここしばらくは必要最低限の商品購入に限られていたが、最近では高額商品を購入する客が少しずつ増加している。
	○	家電量販店（店員）	・多少値段が上がっても長く使える良い商品を選ぶ傾向がある。
	○	乗用車販売店（経営者）	・年末に向けて生産再開する車両も多くなってきているため、期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・震災等の大きな災害が起これなければ、例年同様年末に向けて景気は上向いていく。政権与党の総裁交代による新たな政権に期待したい。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕 （経理担当）	・物価高の影響次第だが、前年比でみて足元はおおむね堅調であるため、年内はある程度回復が見込まれる。
	○	高級レストラン（経営企画）	・年末に向けて消費動向の変化を期待している。忘年会等は少人数であるが、問合せは増えている。
	○	観光型ホテル（支配人）	・11月以降の予約が好調である。
	○	旅行代理店（経営者）	・客の様子が新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったような印象を受ける。
	○	タクシー運転手	・秋が深まりコンサートやイベントが増えてくる。社用や遊びで夜の歓楽街も人出が多くなるため、やや良くなる。
	○	タクシー運転手	・段々と涼しい季節になり秋のイベント等で客足は確実に増えてくる。結婚式やいろいろなパーティーなどがたくさん開催されれば、年末に向けて出足にはかなり期待できる。
	○	テーマパーク（職員）	・秋の行楽シーズンになり会社の旅行も増えている。
○	テーマパーク（職員）	・10月に最低賃金の引上げがあるため、やや良くなる。	
○	パチンコ店（経営者）	・最低賃金の引上げもあり、年末に向かって購買意欲が増し、景気は良くなっていく。	
○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕 （職員）	・乗降客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復しており、雑貨等の販売も上向いている。今後の利用客増加が期待できる。	
□	商店街（代表者）	・上向きにも下向きにも変化する要因がない。	
□	商店街（代表者）	・家電の価格上昇がインフレ率より高い。高齢者世帯の年金は増えておらず、実質の可処分所得は減ることになり、景気が良くなるとは考えにくい。	
□	商店街（代表者）	・米を始めとした食品や日用品等の価格は日々上昇している。所得が思ったほど上昇せず日々の生活で精一杯で、余暇に金が回っていない様子である。まだまだ景気の上昇とは程遠い。	
□	一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・良くなる要因は見当たらないが、現状以上に悪くなる材料もないため変わらない見込みである。	
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・10月には酒類・飲料の値上げが実施されるため、飲食店への飲料の販売はますます厳しくなる。	
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・現状を見ていると到底良くなるとは考えられない。	

<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〔生活用品〕（販売担当）	・暑さが落ち着き行楽シーズンになると行楽イベントには人が集まるかもしれないが、特に週末は、街中の店舗では厳しい状況が続くと予測する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・来客数は余り変わらないなかで、若年層の来店が増えている。ただし、なかなか買上には至らず試着のみで帰る人が多い。閉店間際に来店して商品を履いてスマートフォンで検索している。電話で秋冬商材の問合せもあるが、未入荷で回答できず、後になって商品が入ってきても売上につながらないパターンもある。年配客の来店もあるが、シニア層に向けた商品が減っている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・政権政党総裁選も終わったが、今後どのような経済対策を採るのか方向感はずみえず、消費に勢いをもたらす材料も見当たらない。米を始めとした食料品の価格高騰や10月からも多くの品目で値上げが予定されており、ガス・電気料金の補助も終了する見込みのため、消費へ回る金も減少傾向となる。直近の大きな株安も懸念され、富裕層の高額消費にも期待感が乏しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・足元の消費動向はインバウンドを含めて高額品と食料品への特化が顕著であり、中間所得層向けの商材やブランドは厳しい傾向が続いている。今後の社会情勢の変化にかかわらず、この傾向は続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・景気を引き上げるような好材料も引き下げるような悪材料も共に見当たらない。富裕層やインバウンドの消費は高水準のまま推移し、中間所得層では生活防衛的な消費性向が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・取り立てて需要が上がる要因は考えにくいですが、来客数は維持できている。ただし、季節商材の売上動向は例年以上に危惧すべき状況にある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・やや円高方向に振れているため、若干インバウンド需要が下降する可能性はあるものの、すぐに大きな変化が起こるとは想定しにくい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・とにかく夏が長くて秋物商材が動かない。動かない期間が例年より長引いて厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・インバウンド需要は引き続き大きいとみているが、景気回復までは見込めず、現状維持である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・異常高温が続き、野菜や果物は生育不良や傷み等、良品の仕入れが困難な状況が継続している。安定した仕入れが可能にならない限り、収益増加は見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・米騒動で、入荷する米の量と種類が増えている。当分は継続して購入されると予測する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・個人消費は芳しくない状況が続いている。雇用や所得上昇への期待感がないまま、生活費に直結する光熱費は上昇し、さらには食料品の価格高騰や為替、金利の動きも家計に影響する状況になっている。したがって、この先の見通しも厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・値段が多少高くても良い物は売れる。年末年始はその傾向が高まるとみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・衣料品を中心に季節商材は初動が遅れている。暖冬の予報が出ているため、防寒用品の動向もどうなるか不透明である。値上げに対する消費者の慣れもあり、それほど買い控えはない見込みである。ただし、米は心配である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・現状より良くなる要因は見当たらない。今後、急激な円高になればインバウンドが減少する可能性はあるが、しばらくは現状維持の見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・高温などで季節感と異なる天候は今後も続く見込みで、通常の季節トレンドで売れる商品とは少し違う動きをするため、期待を上回るような売上増加はないと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・大きな選挙の結果次第で変わる可能性はある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・やや良くなることを期待したいが、手ごたえが乏しい。暑さによる米の価格高騰など不安材料がある。

□	コンビニ（本部管理担当）	・政権政党の新総裁決定等のトピックスはあるが、この数か月で小売業界のトレンドが大きく上下することはないと予想する。我が国の経済に不透明感はあるが、今後の見通しとしても売上は前年比100%前後という足元の状況が続く見込みである。
□	衣料品専門店（経営者）	・実質的に秋がなくても冬が寒くなればよいが、暖冬になると単価の高い商品が売れなくなる。
□	乗用車販売店（営業担当）	・株価が大きく上下して先行きに不安はあるが、賃上げや減税により給与の手取額は増えているため、現状維持の見込みである。
□	乗用車販売店（経営者）	・取り立てて良くなる要素は見受けられない。
□	乗用車販売店（経営者）	・今のところ大きく影響するような要因はない。新内閣の政策方針による今後の影響に注視していく。
□	乗用車販売店（経営者）	・給与所得は上がったものの、インフレや金利動向などの見通しが不透明であるため、消費が盛り上がる様子はない。
□	乗用車販売店（従業員）	・これから更に生活に係る物価の上昇や電気料金等のインフラに関わる支出が増える。年末に向けても消費者の視線は日常生活に必要な物に向かい、なかなか高額品に目を向ける機会は少ないと予想する。しかし、冬のボーナス支給もあり、購入検討のきっかけにもなる。この頃には景気が落ち着いているよう望みたい。
□	乗用車販売店（従業員）	・展示会を開いたところ大変な活況で、まだ車への関心の多さはみられる。ただし、現場では一様に、車の金額がこれほど高いことに驚いたと言われた。車種によっては住宅より高額になっている物もある。軽自動車は堅調だが、予想したほどの売行きではないのも気掛かりである。
□	乗用車販売店（販売担当）	・新型車の発表があり、徐々に受注が増える可能性がある。円安傾向が止まる可能性もあるため、もしかすると少し期待できるかもしれない。
□	住関連専門店（営業担当）	・建築単価の上昇で住宅リフォームや新規物件が減っている。ただし、小中規模の改修工事や新築店舗の工事などは増えているため、現状維持が見込まれる。
□	その他専門店〔書籍〕（社員）	・為替の動向が不安定であるため、輸入商材の販売に影響が出る見込みである。
□	一般レストラン（経営者）	・天候は回復し野菜等の収穫は見込まれるが、社会全体の景気はまだ上向きとはいえない。
□	一般レストラン（経営者）	・例年どおりに推移していくとよいが、先は見通せない。
□	一般レストラン（従業員）	・業種によって給料の差が広がっている。
□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・足元の状況に慣れて、コロナ禍を乗り越えたように考えていくしかない。
□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・前年末から夏頃にかけて続いた円安に伴う値上げは、消費者に受け入れられてきた。しかし、9月に実施した値上げは仮需要が120%程度と予想以上に多く発生し、反動減以上に販売数量、金額が減ると予測する。
□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
□	都市型ホテル（経営者）	・予約状況に特に大きな変化は見受けられず、引き続き需要は堅調な見込みである。
□	都市型ホテル（営業担当）	・良い状態が続く。
□	都市型ホテル（総支配人）	・更に良くなると期待したいが、仕入価格の再値上げが広範囲に控え、人材確保も困難で収益を圧迫している。
□	旅行代理店（経営者）	・ネット販売が進み、中小旅行代理店ではインバウンドの取り込みができる代理店とできない代理店との差がますます広がっていく。また、日本人客の高齢化によって旅行回数が減っていくため、穴埋めができるかできないかで差が付いてくる。
□	旅行代理店（経営者）	・8月から9月にかけて暑さと台風など天候の悪さから旅行気分が盛り上がらない状況が続いたため、10月から11月頃も余り期待できない。

□	旅行代理店（経営者）	・秋の行楽シーズンに入ってもしばらく暑い日が続き、あつという間に年末になりそうな勢いで、年末年始の国内旅行は既に満室のホテルも多い。インバウンドがこの冬に1番行きたい国で日本が上位というデータもある。一般人にとっては、国内旅行も高嶺の花になりそうな様子である。富裕層はシーズンごとに旅行に出掛け、余裕もあるように見える。
□	旅行代理店（営業担当）	・物価高騰が止まらないため、旅行代金の値上げが続く見込みである。旅行申込みもやや鈍化しており、今後の動向次第である。
□	通信会社（企画担当）	・新内閣の経済政策に期待したいが、どこまで実効性ある政策を打ち出すことができるか、実効性がないまでも皆が期待を持てるような動きをしてもらえればと望むが、今の雰囲気ではまだ分からない。
□	通信会社（サービス担当）	・家庭用回線はメタル線の老朽化により、光回線への移行が始まっている。光回線が主流となれば、光回線の導入により利用者が増え、景気も良くなると予測する。
□	通信会社（営業担当）	・輸入機材は数年先の値上げ通告も多く、見通しが立たない。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・集客がずっと伸び悩んでいる。開催中の秋季イベントによりばん回を図っていきたいが、屋外でのイベント計画が多いため、今後も気候の影響を心配している。
□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の予約数は、前年同日比でやや減少している。11月はゴルフシーズンであるため入場者数が大きく減少することはないが、景気は余り良くないまま継続すると判断する。物価の上昇が続くなか、今後は入場者確保と売上を伸ばす取組が重要になる。
□	美顔美容室（経営者）	・キャンペーンセール商品の販売が年末まで続くため、既存購入客の再購入が期待できる。10月には新たな美容商品のキャンペーンが始まるため、販売量は維持できる見込みである。
□	美容室（経営者）	・物価上昇で食費や光熱費など何もかもが値上がりするなかで給料は余り変わらない状況であり、先行きが明るくなるようなニュースもなく、景気は当分変わらない。
□	美容室（経営者）	・食品も光熱費もガソリンも値上がりしている。生活費が下らない限り、客足は遠のいたままである。
□	住宅販売会社（従業員）	・材料価格の高騰に伴い販売価格が上昇している。
□	住宅販売会社（従業員）	・新首相の施策に期待したい。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・リフォーム工事の引き合いは多少あるが、元請事業者の新築受注状況をみると、余り芳しくない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・衆議院選挙の動向にも左右されるが、おおむね変化が少ないと想定する。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・このまま物価高のまま閑散期に入ると心配である。
▲	商店街（代表者）	・米の値段が3割から4割ほど上がっており、主食がこれほど値上がりすると、なお一層財布のひもは固くなる。この状況では購買意欲が上がるはずもなく、社会のムードも余り良くない。
▲	スーパー（店長）	・防災対策商品を購入後は買い控えの様子がみえる。
▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請が継続的に来ている。
▲	スーパー（店長）	・電気代補助の減額で、買い控えによる買上点数の減少が考えられる。
▲	スーパー（店員）	・10月以降も担当カテゴリーでの値上げが続く。し好品であるため、値上げが特に影響を及ぼす。
▲	スーパー（店員）	・10月もいろいろな品物の値上げが予定され、また、先日の台風の影響で九州からの農作物は出荷量が少なくなると予想している。大雨が続いたことによる葉物野菜の価格高騰も懸念している。
▲	スーパー（店員）	・いろいろな物が値上がりするなかで更に値上げが続き、ますます購買の様子が悪くなっていく。
▲	スーパー（総務）	・10月以降の食品値上げや物流費の値上げが報道で取り上げられている。更なる物価上昇の要因がめじろ押しで、景気が良くなる見込みがない。

	▲	コンビニ（店長）	・米や飲料を始めとする食品の値上げが、景気に影響を及ぼす可能性がある。物価上昇は避けられず、新内閣がどのような経済対策を打ち出すかが試される。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・利上げと円安で景況感の悪化が進むことに加え、最低賃金の上昇や電気代高騰によるコスト増加が事業者の負担となる。
	▲	コンビニ（店長）	・10月から郵便料金やスポーツ紙などの値上げもある。最低賃金の引上げというポジティブな要因もあるが、更に支出が増えることがネガティブな要因と判断する。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	・食品の値上げに起因する消費マインド低下により、景気の伸長は厳しいと判断する。
	▲	衣料品専門店（店長）	・暖冬の影響が予想され防寒衣料の売上減少が見込まれる。本来、冬場は客単価が大きくなるため影響が大きい。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・生活必需品以外は、なかなか動かない。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・今年も暖冬予想のため、冬物の売行きが悪いと予測する。
	▲	家電量販店（営業担当）	・政権政党の総裁選後の動きから、景気には不安感がある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くが販売停止になっており、購入できない状況がまだ続いている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・予約ばかりの注文でいつ売上を計上できるかの保証もない。その間に値上げもあるようで、値上げ分は自社が被ることになり、今後の見通しは不透明である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・常連客が亡くなる人がいたり、自身も体調不良になっていたりして悲観的にならざるを得ない。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・秋の行楽シーズンだが予約状況は前年を下回っている。先行きの不安感で企業関係の動きが鈍くなっている。社員の価値観も多様化しており、福利厚生としての社員旅行や宴会、決起大会等の需要が伸び悩んでいる。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の実施時期が10月から11月に集中しており、その反動で12月頃からは取扱が減少する。
	▲	観光名所（案内係）	・客足は天候不順の影響という一言に尽きる。また、10月からは様々な値上げがある状況で、景気が良くなるとは考えられない。
	▲	理美容室（経営者）	・客の話では、賃金は上がらないが物価は上がって苦しいという声が多い。
	▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	・調達先より10月からの価格改定連絡があり、4月に続き更なるコストアップとなる。介護保険の福祉用具貸与は商品ごとにレンタル価格の上限が決められているため、調達コストだけでなく人件費、資材費、保管費など商品管理コストの上昇分は、そのまま利益を削ることになる。
	▲	設計事務所（経営者）	・現時点で種まき案件がないと、2～3か月先にはつながらない。
	▲	設計事務所（職員）	・円安の傾向が変わらず、進展がみられない。
	▲	その他住宅 [住宅管理]（経営者）	・リフォーム案件は増えてきたが、物価高騰でコストがかさみ施主は決断できない。物価高が落ち着くまで、まだ厳しさは続く。
	×	住宅販売会社（経営者）	・景気が良くなるような話がなく、消費者は住宅を買い控えている。この先も様々な物の値上がりが続く、不安な状況である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・どこかが倒産すると連鎖的に倒産する会社が増えるため、不安である。
企業動向関連	◎	—	—
(東海)	○	化学工業（営業担当）	・半導体向け電材需要は緩やかな回復傾向にある。特に研磨剤の需要は大きく回復している。
	○	建設業（役員）	・9月終盤から客の動きが出てきて、来場者数も増え、契約の見込みも出てきたので期待したい。懸念事項としては、短期金利の上昇で10月から住宅ローン変動金利が上がる影響がどう出るか気になる。
	○	金融業（従業員）	・為替変動の問題もあるが、足元では比較的将来に向けて景気回復の動きが自動車産業を中心に見て取れる。
	○	金融業（従業員）	・年末に向け需要が高まることから、景気が良くなると期待したい。

○	公認会計士	・原油価格の下落もあり、輸入価格の押し上げに伴う国内物価上昇リスクは落ち着きつつある。国内景気についても、実質GDPが前期比プラスになるなど年末にかけて個人消費も回復傾向が予想される。米国や中国の政策が景気重視に転換していることもプラスの要因である。ただし、新総裁の政策によっては、景気が悪化する可能性もある。
○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・新内閣に代わり世の中の停滞感が変化することを期待する。いろいろな制約や規約を取り除いて、動きやすい社会にしてほしい。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・異常気象のため農産物や果樹の不作が予想される。他の産業も物価高の影響を受けている。新総裁に代わっても目新しい政策は見いだせず、この先の景気も低調なまま変わらずに推移する。
□	化学工業（総務秘書）	・景気に影響する特段のトピックはないため、景気は変動しない。米国大統領選挙や衆議院選挙等が株価に影響を与えても、長期にわたる可能性は低いと考える。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米の大手電子機器受託製造企業で余り投資の動きがなく、商談の進みが遅い。
□	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した。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・海外の動向も景気に影響するが、現時点では特に今後に影響しそうな事象が見当たらない。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・良くなる材料がない。
□	建設業（経営者）	・政治の動きが落ち着かないと、国民は不安でリフォーム工事等をする気にならない。
□	輸送業（経営者）	・コストアップを理由とした運賃の値上げは、これ以上認められない印象である。
□	輸送業（従業員）	・荷量が以前の状態に戻るかどうかによる。戻ることを見据えて2024年問題対策を進めてきたので、戻るよう期待している。
□	輸送業（従業員）	・自動車関連や土木建築など経済の下支えをしている企業の動きが活発にならないと景気は良くならない。一部の企業だけでは、日本全体の景気回復にはつながらない。
□	輸送業（エリア担当）	・受注状況の予想から判断した。
□	輸送業（エリア担当）	・営業部署には10月以降の下半期に新規案件や既存顧客からの増量出荷の話は入っていない。これからに期待するが、下半期を迎える時点での状況から、特に景気が変わる見込みはない。
□	輸送業（エリア担当）	・取扱荷物の輸送需要は増えているが、輸送コストを抑える動きも同時にある。2件分の輸送の時間を調整して効率的に納品することでコストダウンを図っている。
□	通信業（法人営業担当）	・労働力不足のなかでも賃上げが進まないなかで、暮らしに身近な物品やサービスが値上がりし、庶民は厳しい生活をしている。
□	金融業（企画担当）	・発注企業が下請企業の労務費増加に配慮するようにならないと、大企業は潤っても当面中小企業の業績は改善されない。中小企業の業績が改善されないと景気は良くならない。
□	不動産業（経営者）	・今後は雨の日が少なくなる予報であり、外出や遠出をする人は増加する見込みである。今後も売上は増加し、前年を上回る状況が続くと予測する。
□	広告代理店（制作担当）	・秋に向けてのイベント等では広告予算の増加は期待できず、現状維持が続く。
□	会計事務所（職員）	・決算ボーナスを出す顧問先は増えているが、固定資産の買換えなど設備投資を行う顧問先は少なく、景気に影響を与えるほどではない。
□	会計事務所（職員）	・円安は少し落ち着き、仕入価格も一通り値上がりし終えた感があり、後は販売価格へ上乘せできるかどうかである。コロナ禍の収束以降も消費者の財布のひもは依然固いままであり、この先景気が良くなっていくとはなかなか考えづらい状況である。
▲	食料品製造業（社員）	・秋に予定されている食品価格の上昇により消費者の財布のひもは更に固くなる。嗜好品である酒の消費は厳しくなる。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・値上げが続く状況のなかで、買い控えが徐々に広がっている。

	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・最近のコストダウンの要求が非常に多くなっている。値下げという形ではなく、安価に提供できる素材や、同価格でも寿命を長くできる素材の提案要求が多い。対応できなければ後々は販売価格の値下げ要求になりそうである。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・受注引き合いがやや減少か小規模になっているのが気掛かりである。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・人材が会社で長く働けるような法整備を期待したい。
	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・11月頃から受注量が下がるという情報が入っている。
	▲	行政書士	・足元の減少を維持する。
	×	食料品製造業（営業担当）	・受注量が減少傾向である。販売も伸びていない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・客からの見積りなどもなく、全般的に先行きの話がない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが引き続き減少している。樹脂価格や加工費の値上げの要請があるが、従来の価格を提示する引き合いが出ている。
	×	通信業（総務担当）	・テレビからは災害のニュースが流れ、スーパーでは必要最低限の物しか購入できない世の中である。消費はどんどん低調になり、不安感から金を蓄える意識が強くなる。
	×	通信業（法人営業担当）	・もはや景気低迷に慣れてしまった感さえある。街にはますますアジア圏の人が増え、日本経済を日本人が建て直すことは難しくなっている気もする。物価高に対応できない家計からは教育費や遊興費が削られ、日本経済の将来に与える影響を考えると、明るい気持ちにはなれない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・最低賃金の上昇でますます中小零細企業の体力が落ち、雇用促進や人材育成には手が出せないのではないか。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・一定程度の人が年度末転職を目指して転職活動を始める時期であり、採用決定数の増加につながると予測する。
	□	人材派遣会社（社員）	・忘年会のシーズンまでは良くはならない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・政権政党の総裁選の結果は、すぐに景気には影響しないと予測する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・現状が良いので、これ以上の好況は想定しにくい。製造業の技術開発に対する熱量低下を引き起こす要素は、今のところ想定しにくい。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・下期に向けて受注状況も改善している。マイナス要因は物価高であり、最低賃金の上がり幅も大きく、利益が少なくなっている。受注量が改善しても利益改善に限界がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後数か月では、景気状況も求人状況も大きな変化は予想されない。長期的にみれば、東京一極集中により人口減少と採用難は加速しており、地方の見通しは暗い。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・市内中心部の商業施設が撤退した。前向きな話題ではなく景気が良くなるとは考えにくい。
	□	職業安定所（所長）	・企業の手不足感は変わらず、年内に求人募集する予定の企業が多い。
	□	職業安定所（職員）	・中小企業を中心として人手不足への対応のほか原材料価格の高騰、10月からの最低賃金引上げによる影響等、厳しい状況が続いている。まだ景気回復の兆しはみえない状況である。
	□	職業安定所（職員）	・求人側からは人手不足という声が届いていることから、景気は持ち直している状況が続いているとみるが、一部の産業では、取引先からの受注が減少となっている。
	□	職業安定所（職員）	・原材料費の上昇、為替の変動や今後の消費者マインド推移など見通しを立てるのが難しい。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は増加傾向にあるものの、求職者数とはギャップがあり、求職者のスキルとのミスマッチで採用につながらない状況が相変わらず続いている。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用日程が残る一部を除き、前年とほぼ同時期の前月で就職希望者全員が内定を得ており、前年と同様の動向である。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒学生に対する求人動向について、今後2～3か月で大きく変化する要因はない。
		▲	人材派遣業（営業担当）

▲	人材派遣会社（営業担当）	・求職者が減少し、特に若年層が減っているためシニア、女性や外部人材の活用とDXツールや業務委託の拡大等で人材不足をしのぐ中小企業が増加傾向にある。
▲	職業安定所（職員）	・10月からの社会保険適用拡大等を回避するため事業廃止する企業等が増えており、企業を取り巻く環境が更に悪化している。
×	人材派遣会社（社員）	・好転する兆しがない。来年4月の転職に向けた動きが始まる年明けまでは回復しない。