

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）	・明確な要因はないが、良くなる感触がある。
	◎	乗用車販売店（経営者）	・1月から3月まで決算シーズンとなる。メーカーの生産停止があった今年と違い、年明けからは順調に推移することを期待する。
	◎	テーマパーク（職員）	・インバウンドの増加と客単価の上昇が見込まれる。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・年度末の駆け込み需要や税制改正大綱の決定による客の動きで、年度末は来場者数が増える。
	○	一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・年が明けて春になれば、少し景気が良くなると期待する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・コロナ禍がほぼ収束している。この5年間の空白は世界経済に悪い影響を及ぼしたが、これから空白を取り戻すときである。
	○	百貨店（総務担当）	・株価が一定程度の高水準にあり、資産効果による売上増加が見込まれる。年末年始の連休は外出機会も増え帰省や土産需要も期待できる。年明けも寒さが続くようで、冬物衣料品や雑貨などの動きがセールにより更に増すと想定する。売上は堅調を維持すると想定している。
	○	百貨店（営業担当）	・年始からバレンタインデーの商戦が続く。
	○	百貨店（営業担当）	・ボーナス支給が前年を上回っている企業も多く、消費意欲が高まりつつあるように見受けられる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが更に好調になる。日本人客は若干の減少傾向と見込まれるが、インバウンドの客単価上昇が上回りトータルではプラス傾向のため、今後も更に良くなる可能性が高いと予測している。
	○	コンビニ（店長）	・特に悪くなる要素がみられない。
	○	コンビニ（店長）	・年度替わりとともに客の流れが変わることを懸念するが、大阪・関西万博等で当地域もターミナル駅の動きが活性化すれば、その恩恵により売上は増えそうである。
	○	衣料品専門店（店長）	・徐々に平年並みの寒さに戻る傾向にあり、来客数の微増が予想される。作業服の販売が増加傾向で、新規に従業員を増やす客も多くみられることから、景気回復の兆しと考える。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・成人式に向けた販売は、例年と比べて振るわなかったが、これから繁忙期を迎えるため、2～3か月後は1年で1番良い時期になる。就職活動や卒業式に向けてスーツを求める客がかなり増える。例年どおりではあるが、セット販売によりスーツ以外の物を購入する人も多くなる。
	○	家電量販店（店員）	・客に上位モデルを勧めたときの反応が良好である。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・冬らしい気温になってきたので、冬物商材の販売増加に期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年度末に向かい、客にも価格への期待感と購買意欲が湧き上がると期待したい。しかし、今年以上の品目で物価が上がるとの報道もあり、客の選択の目はより厳しくなるとみられる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・1月から2月に登録納車できる受注残があり、ここ2～3か月は上向きそうである。ただし、4月以降は不透明である。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・足元の来客数に鑑みれば、年末年始から年度末にかけておおむね堅調に推移する。	
○	観光型ホテル（支配人）	・宿泊は引き続き高単価と高稼働率を維持し、宴会やレストランも前年を上回る予約状況である。	
○	都市型ホテル（総支配人）	・中国人観光客は夏以降確実に増加しており、ビザ発給の緩和等に期待する。旧正月は海外オンライン予約サイトを中心にアジアからの宿泊予約が早い。	
○	旅行代理店（経営者）	・令和6年は震災に始まりいろいろあって余り景気が良くなかったが、来年は特に問題もなく、足元に比べればやや良くなると期待する。	
○	旅行代理店（経営者）	・足元での客の動向から、年明け以降受注が増えると判断している。	

<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・依然としてオーバーツーリズムやインバウンドの影響で旅行代金は下がることはないと思われる。ここまで物価が高騰すると割り切り感が出る。旅行に出掛ける計画があれば、値段が高いのは仕方なくいつまで待っても安くなることはないかと客は割り切るようになった。
<input type="radio"/>	旅行代理店（営業担当）	・年度内に社員旅行や研修旅行の実施を希望する企業等の駆け込み需要が見込まれる。団体旅行が落ち着く12月から1月と比較すると、2月から3月は取扱が増える。
<input type="radio"/>	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・来月からの繁忙期でどこまでばん回できるかが鍵となる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・来客数は安定して多いが、購買数が減少傾向であり売上金額は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・所得の増加は大企業だけで中小企業ではみられない。所得増加の流れが広がっていかないと、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・物価が上がる一方で収入は増えず、景気が良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・僅かであるが飲食店の来客数は増える傾向にある。ただし、客の消費動向はシビアで、まだ厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・年明けにはまた値上げラッシュが控えており、良くなる要因はない。
<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〔和菓子〕（企画担当）	・円安の影響と企業間の格差があり、大企業と中小企業では状況が違う。中小企業にとって賃上げや年取の壁の改定に伴う社会保障費の負担増加等は非常に厳しい。景気の行方は何ともいえない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・年始はふだん百貨店を訪れない客も多く来店する。クリアランスセールだけは利用するという客もいるため、少し売上につながると期待する。ただし、セール用の商品をそれほど確保できていないため、余り大きな影響はない見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・全てのアイテムで値上げた分が売上増加に直結しているため、毎月の売上は伸びているが、買上客数はそれほど伸びていない。今後も同様の傾向が続くとみられ、表面的には売上は増えても、景気が良くなっているとは言い難い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・ボーナスを含む賃金改定への期待感や所得税減税などの好材料がある。一方で、米国新政権の発足に伴う関税リスク等が企業業績の悪化や設備投資の縮減等をもたらす可能性という悪材料が混在している。結果的に景気は現状維持にとどまる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・今後も物価高の影響で客の購入意欲は余り上がってこない。今まで好調であったインバウンドの消費も、中国を中心に減速しつつある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・大きな好転はない。価格改定などで一時的に良くなるが、反動が大きくなる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・バレンタインデーのチョコは年々前倒しで、自己買いが多くなっている。2月後半からのホワイトデーギフトは、大きな購買動機が見つからなくなり、目的がはっきりせず縮小気味となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・加工食品の値上げに加え、生鮮品も値上げや品薄が続き、期待できる要素がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・物価上昇が続いており、良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・値上げの影響もあるが、このまま良い状況は続くとみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・物価の上昇に賃上げが追いついていないため家計のエンゲル係数は上がる一方で、食料品以外の衣料品や嗜好品を主な商材とする当社としては、厳しい状況が続くとみる。せめて再来年には良くなってほしいと願うばかりである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務）	・景気対策が進まず、景気改善の要因がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・12月は絶好調だったのでやや落ちるかもしれないが、来客数はこのまま良好なペースを維持する見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・特にプラスに働く要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・足元の状況が継続するが、様々なリピート販売促進施策は一定の効果が見られ、来客数の維持は可能とみられる。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年明けから販売価格の上昇が見込まれ、販売量を維持できるか分からない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業は比較的安定している。物価上昇が客単価を押し上げ、必然的に売上が上乘せされる影響とみられる。目まぐるしい環境変化が発生するなか、今後も大きく左右されることなく安定的に推移していくと想定する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・新生活に向けた動きは出るだろうが、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給台数は完全に戻っており、受注に関しても、大きな盛り上がりはないものの通常の買換え需要に支えられ堅調に推移する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・具体的に良くなるトピックや要因があるわけではないため、先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の振り当てがあれば販売できるが、販売停止の期間が長い。新車のリセール価格が高いため短いスパンで買い替える客もいるが、販売台数は年々減ってきている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新築マンション、戸建て住宅共に建築コストが上がり、販売価格も比例して上がっているため苦戦が続く。ただし、中古住宅、マンション等の小規模リフォームや商業施設の店舗改装等は順調であり、前年並みの数字は確保できる見込みである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・米国政策の影響による円安や貿易関税に始まり、中国経済の鈍化、物価上昇や中小企業の賃上げに伴う利益率低下等が大きく影響してくる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔書籍〕（社員）	・年明け以降、米国の政権移行によって更に為替の影響を受けると考えられる。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・メリハリのある消費が続いている。春先の卒業式や入学式等の慶事需要には期待できるが、全体的には横ばいを予想している。日常での外食需要は上向きとみる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・良くなる要因等が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・足元は年末だから忙しいだけで、将来につながるか不安である。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・自社製品の値上げや物価上昇の影響で販売量は減ると予想しているが、ここまで予想していたような減少はない。これ以上光熱費やガソリン代等が上昇しなければ、景気は小康状態を保つとみる。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・足元でも余り良い状態ではないものの、来年以降も特に悪くなる材料はない。業種や企業によって景気が良いところと悪いところの差が出ている。福利厚生や社員の働き方改革のために飲食や宿泊で利用する企業もあれば、そこまで余裕がない業種や企業もあり、まだら模様の状況である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きは変わらないと判断する。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・需要は伸びているが対応できる熟練社員がいいため、売上が伴わない状況である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・ターミナル駅前の人出は増えているものの、リニア中央新幹線の完成時期や駅エリア再開発の遅れ、食料品等の値上げによる心理的な影響等もあるのか、盛り上がりには欠ける。クリスマス装飾は簡素化し、地下街などの音楽も控えめになっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要がある一方、インフルエンザ等が流行すると旅行取消しも発生する。卒業旅行がこれから3月は増えてくるが、感染症関連での取消しもそれなりに発生すると予測され、思いの外上向きにはならないとみる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・上向きとなる要因がみられない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・今後はより高速の光回線サービスが主流となる。Wi-Fi環境が変わって既存のネット客が満足できるようになれば、他社からの乗換えが期待できそうである。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・年明けからの集客が見通せない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・寒さが一層厳しくなり屋外施設にとっては大変な時期となる。今後の集客は依然として予測が難しく、現時点では回復傾向にあるか否かの判断が難しい。

□	ゴルフ場（支配人）	・2月は1年で最も寒い時期であり、入場者数は前年同日比で予算に至らないゴルフ場もある。天候以外には特に不安要素もないため、トータルとしてはこのまま景気は変わらず推移する。
□	美顔美容室（経営者）	・年始から新たなキャンペーンを開始する。
□	美容室（経営者）	・足元は時期的に客の動きが良くなっているが、物価高騰があるため先行きの景気は余り変わらない。
□	美容室（経営者）	・物価が高くなっているため客の美容院に来る頻度が減っている。毎月来ていた人が1か月半に1回になった。
□	住宅販売会社（従業員）	・しばらくこのままの状態が続く、若しくは悪化するとみられる。
▲	商店街（代表者）	・ガソリン価格が大きく値上がりしているため、全てにおいてコストが大きくなる。
▲	一般小売店〔生活用品〕 （販売担当）	・今月はボーナス月で例年並みの売上はあったが、今後も買い控え傾向は続く。
▲	スーパー（店長）	・物価上昇が止まらず、買上点数の減少が更に顕著となる。
▲	スーパー（店長）	・今後も通常の商品の買い控えやバーゲン品だけを買う動きが続くと予想される。
▲	スーパー（店員）	・クリスマスから年末商戦が終了し売上が落ちる時期のため、売上が落ち込む可能性が高い。
▲	スーパー（店員）	・野菜の値段が高止まりであり、ガソリン価格の上昇がもろに価格に反映している。また、寒波の影響がどこまで広がるか不透明で、良い材料を探すのが難しい。
▲	スーパー（店員）	・担当部門の商材で値上げが発生するため売上ダウンのリスクがある。
▲	スーパー（販売担当）	・年末年始を上回る来客数は見込めない。
▲	スーパー（販売担当）	・インフルエンザが猛威を振るっており、客が外出をちゅうちよする状況が続く可能性が高い。今後も商品の値上げが多数見込まれており財布のひもは固くなる。世界情勢をみても全般的に不透明で、景気が良くなる要素がみられない。
▲	コンビニ（企画担当）	・今年の年末年始は長期休暇の人が多く旅行客も多いが、年明け以降は通常に戻る。
▲	コンビニ（店長）	・米出荷制限の案内があり、品不足になると一段と価格が上昇する懸念がある。その他の食品やビールも値上げされるため、やや景況感は悪くなるとみられる。
▲	コンビニ（店長）	・消費の増加を促すような施策がないため、少しずつ悪化する。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・年末年始を過ぎて一旦人流も落ち着くシーズンに入ることから、売上伸長はやや停滞すると予測する。
▲	衣料品専門店（経営者）	・足元の状況では、購入はより慎重になってバーゲンセールでも在庫品を売り切れるか不安になる。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・食料品の更なる値上げやガソリン価格高騰などの影響により、個人消費が停滞する。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・仕入価格が上がって価格転嫁したが、やはり数量が伸びない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価上昇が続くと予想され、買い控えなど影響が強まる可能性がある。
▲	乗用車販売店（従業員）	・以前も同様であったが、ガソリン代が高くなると自動車の使用が減りメンテナンス用品等の売行きが鈍くなる。また、ハイブリッド車や電気自動車を検討する客も増えるが、全体的に保有コストが安い軽自動車に集中するため、収益面では余り期待できない。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型車が発表されたが、車両本体価格がかなり上がって厳しい状況である。また、これまで力を入れていた電気自動車が全く売れなくなり、かなりのマイナスとなっている。
▲	一般レストラン（経営者）	・年明け以降に選挙関連の報道があり、この先の動きによってはやや悪くなると懸念する。
▲	その他飲食〔仕出し〕 （経営者）	・米国大統領の出方次第で大きく左右される。
▲	タクシー運転手	・年末年始に良かった客の動きも、正月休み後は財布のひもが固くなり売上も減少していくとみる。客の動きも低迷は避けられず、厳しい状況になるとみられる。
▲	通信会社（企画担当）	・基本的に物価高の傾向は変わらず、税負担もさほど軽減は見込めないため、ボーナスシーズンや年末需要を過ぎると悪化していくとみる。

	▲	パチンコ店（経営者）	・来年は更に増税があり無駄な出費は控えるようになるため、景気はやや悪くなると予想する。
	▲	理美容室（経営者）	・客からは、物価が上がり生活が段々と厳しくなっているという声を聞く。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・年度替わりが近づき、この御時世では賃上げせざるを得ない。制度ビジネスで上限がありコストアップを価格に反映できないため、ここ数年は身を削るばかりである。
	▲	設計事務所（経営者）	・足元の計画案件が実施設計に進めばよいが、余り期待できない。
	▲	設計事務所（職員）	・特に景気対策が行われている様子はなく、労働人口も減っているため景気が良くなる要素がない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・物価の安定も期待できず仕事も取りづらく、建築業界に明るい見通しはない。物価高で消費は冷え込み、施主の様子見が続く、この先も景気は上向かない。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・新築工事の見積件数が減っている。リフォーム工事も問合せ等の引き合いが少ない。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・家計の収支バランスは、悪くなることはあっても良くなる要因が見当たらない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続く、政治の見通しは不透明で、物流の2024年問題等で稼ぐべき人が稼げないという状況となっており、先行きに不安しかない。
	×	タクシー運転手	・物価高騰やガソリン価格の値上げが見込まれる。
	×	美容室（経営者）	・寒さが厳しくなり、正月明け以降はかなり暇になる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・人件費や建築資材価格の上昇に伴って分譲価格も上昇し、売行きが悪い。先行きが不安である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・輸送コスト上昇や円安の影響は大きい。賃上げで更に売値が上がると、客は借入期間を延長しても返済が追い付かない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・1月から新会計年度が始まる客が多いため、設備投資予算が承認されれば受注が増える見込みである。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国新政権が動き出すのが、我が国は最良のパートナーなので大変な状況にはならない。厳しい要求はあるだろうが慎重に対応するであろう。為替相場は円安から円高に向かうとみている。
	□	化学工業（総務秘書）	・法人税収が過去最高なのは良いが、収入に大きな格差があり景気の良しあしを判断しにくくしている。大手自動車メーカーの経営統合協議は日本企業の競争力低下を表しており、景気の良しあしに関しても、まだら模様の状況でみるしかないようである。
	□	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する。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・上向く要素は見当たらない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・米国新大統領の政策によっては米国向け機械輸出が止まるかもしれないという話があり、先行きが見えなくなっている。国内向けの景気は良いが、米国の状況によって左右される。
	□	建設業（役員）	・特に目立った住宅向け施策もなく、客の動きも鈍くなっている。
	□	建設業（経営者）	・少数政権政党とはいえ、野党との関係が良好にできれば今後は少し良くなる。首相のリーダーシップに期待している。
	□	建設業（営業担当）	・公共団体のみでなく民間企業からの受注もあるが、更に仕事が出そうな余裕は見受けられず、燃料費や物価の上昇に圧迫されている様子である。景気は変わらないか、やや悪くなる方向である。
	□	輸送業（経営者）	・荷主企業と来年の物流動向について話しても、業種を問わず今年並みかやや減少という話が多い。
	□	輸送業（従業員）	・物価上昇により個人消費が伸びていない。先行きが不透明である。
	□	輸送業（従業員）	・設備投資関連の荷物が減っている。荷主の話では、年明けから来年度の見通しも不透明なようである。劇的に良くなることは当分なさそうである。
	□	輸送業（エリア担当）	・受注は元に戻ってきたが、ガソリン価格が上がってきており経費も増えている。配送単価は前年に若干値上げしているため、なかなか再値上げとはいかない。

	輸送業（エリア担当）	・年末年始の繁忙期に飲料の出荷が伸びていない。外食も含めて家族で集まる機会が減っているのか食費や飲料費を抑えているのか分からないが、消費が停滞している様子が見える。	
□	輸送業（エリア担当）	・年末年始の繁忙期に飲料の出荷が伸びていない。外食も含めて家族で集まる機会が減っているのか食費や飲料費を抑えているのか分からないが、消費が停滞している様子が見える。	
□	通信業（法人営業担当）	・物価高は加速しているが可処分所得は変わらない。利益が出ている会社も節税するため、自治体の歳入も増える見込みはない。景気が良くなる要素は余り見当たらないが、順調に伸びているインバウンド需要をうまく利用して、景気回復の手段を見付けていかなければならない。	
□	金融業（従業員）	・年末年始を過ぎると通常の生活に戻る。まだ物価上昇の影響が続く。米国新大統領の就任が日本経済に与える影響は、少なからずあるとみられる。	
□	金融業（企画担当）	・物価上昇に追い付くくらい給与が上がらないと景気は良くならないが、特に中小企業では給与の引上げにも限界がある。中小企業にまで受注価格の改善と賃上げが定着していかないと、景気は良くならない。	
□	不動産業（経営者）	・今後も晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人は増加する見込みである。売上の増加傾向は継続し、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）	・本格的な冬になるが広告予算を縮小した企業もあるため、全体を通して景気は良くならない。	
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・給与の増加が見込めないと将来への投資や余裕が生まれない。消費も増えず足踏み状態と感じる。	
□	会計事務所（職員）	・最低賃金の引上げで給与は増えているが、食料品やガソリンが値上がりしているため、景気が良くなるまではいかない。	
□	会計事務所（職員）	・相変わらず物価高であるが、景気の状態も一旦落ち着きつつあり賃上げも続きそうである。顧客の販売単価も例年並みで、この状況が続くとよい。	
▲	食料品製造業（社員）	・製造コストや物流コストの上昇により販売価格の引上げを予定しており、一時的に販売量は落ち込む可能性がある。	
▲	食料品製造業（営業担当）	・販売数量が前年よりも減っている。	
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気はやや良いが、2～3か月先は特に良い材料もないため、やや悪くなる。	
▲	化学工業（営業担当）	・直近の需要は低調で、1月から2月は稼働日が少ない影響もあり減少見込みである。	
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・同業者はどこも景況感が悪く、原料の値上がりが追い打ちを掛けている。余りに頻繁な値上がりのため製品へ価格転嫁しても客の反応は厳しく、ジリ貧が予想される。	
▲	金属製品製造業（従業員）	・同業者や仕入業者からも先行きは余り建設案件の動きがないという話をちらほら聞く。	
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・円安の影響を受け、輸出等は厳しい状況が続く。	
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリンや食品等の値上げと光熱費の料金改定など家計の負担になることばかりである。	
▲	通信業（総務担当）	・支出に対応して安定した収入が得られる確信や見通しが限り、景気は良くならない。	
×	鉄鋼業（経営者）	・年明けから来年度にかけて新規物件の話が非常に少ない。再来年に期待する声が出ているくらいなので、見込み薄である。	
×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、引き続き販売数量も減少する。	
×	金融業（従業員）	・円安が進んでおり、ガソリン等の価格高騰により消費者は買物しにくい状況となる。景気は悪化していくと判断する。	
◎	—	—	
雇用 関連 (東海)	◎	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米国新大統領の就任で先行きは不透明であるが、変化にうまく対応できれば業績を伸ばすチャンスとみる声も意外に多い。円安、株価高や米国新大統領による経済施策などの影響を考えると、地元経済もやや上向いてくると予想する。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年明けから求職者側に活動意欲の高まりが出てくるため、年度末に向けて採用決定数は上がる見込みである。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・足元の求人数をみると年明けから年度末に向けては採用に関する活動が更に盛んになる。
	□	人材派遣業（営業担当）	・年収の壁問題は国民の望む結果になっておらず、景気が上向く気配がない。

□	人材派遣会社（営業担当）	・メーカーの設計開発ニーズは自動車関連や航空宇宙関連を中心に当面高い状態が続くと考えられる。
□	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブなニュースが見当たらない。
□	人材派遣会社（営業担当）	・人材の採用難から、従来の採用方法に固執せず異なるバックグラウンドや経験を持つ人材を積極的に採用する傾向が強くなっている。
□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・前年はコロナ禍明けで受注が好調であったため、全体的に前年同月比10%弱の減少となる。自動車関連メーカーでは、販売減少により生産減少となる企業や認証不正問題車種の生産再開が不透明で今年度の生産計画が未達見込みの企業もある。
□	職業安定所（所長）	・大卒など若年者に対する採用意欲は高いものの、中途採用については、先行きの不透明さから求人を抑える企業もある。
□	職業安定所（職員）	・人手不足感があるため求人は若干増加しているものの、企業からは引き続き原材料価格の高騰や最低賃金引上げに対応する原資確保等に苦慮する声が聞かれ、好景気への転換とまではいかず、実際の雇用面では様子見しているようにみられる。
□	職業安定所（職員）	・消費マインドの方向、株価や為替の動向などが景気の回復につながっているのか不透明である。
□	職業安定所（職員）	・物価上昇などが改善されなければ、現状から変わらない。
□	職業安定所（雇用開発担当）	・原材料価格や人件費などの上昇に伴うコスト増加や海外景気の低迷による需要減少などを背景に、求人を抑える企業もある。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新4年生向けに例年と同程度の医療法人の就職ガイダンスと県内求人があり、求人動向には大きな変化はない印象を受ける。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用は年度ごとの計画に基づいて採用活動が行われており、2～3か月のスパンで計画に大きな変化はない。
▲	人材派遣会社（社員）	・足元では良かった分、やや悪くなる。
▲	職業安定所（職員）	・自動車部品製造業では電気自動車への業務転換に伴う製造部品の減少で業務が縮小されたという話があり、今後は一部の製造業において厳しい状況が予想される。
▲	職業安定所（職員）	・止まらない物価の上昇や円安によるエネルギー価格の更なる高騰等で事業継続が困難と判断する廃業等が増えつつある。
×	人材派遣会社（社員）	・集客媒体として主力な企業の1社が求人企業名を掲載するルールを厳格化した。職業紹介で採用を検討する多くの企業は社名非公開で募集する要望が強いため、ほとんどの求人は同社での集客が不可能になり、新規登録者の獲得が一層困難となる。