

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)	◎	衣料品専門店（売場担当）	・これから繁忙期を迎えるが、客の動向を見ると動き出しが早い印象を受ける。競合店を見た上で再来店する客も多く、丁寧な接客の成果が出ている。
	◎	乗用車販売店（経営者）	・今後3月までは販売需要は高まる見込みである。決算シーズンとなり、各社もいろいろとチラシやSNSで宣伝をしてくることで更なる盛り上がりを期待する。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・販売台数は前年より落ちているが、新車の在庫台数が少ないため、今までのような薄利多売の販売はなくなり自社客に大切に売られるようになった。1台当たりの単価は大幅に上がっている。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要は一旦落ち着き春需要に向けて予約・手配の対応をしている時期だが、春以降は新型コロナウイルス感染症発生前の例年とほぼ同じ件数が見込まれる上に、バス代やホテル代の高騰により、客単価が上がっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・団体旅行回復の有無によって当地域の景気は相当影響を受ける。海外からの旅行客は増えつつあるが、それに伴い街の雰囲気の良い状態になっていない。
	○	百貨店（総務担当）	・春闘などによる賃上げも大手企業を中心に前年並みかそれ以上との報道が目立っており、若年層を中心とした消費需要が期待できる。また、春節も1月下旬から始まっており、以前の爆買いという言葉に象徴されるような買い方はそれほど多くないが、円安ということもあって幅広い商品にインバウンドの動きが見受けられる。また、バレンタインデー催事も商品の値上がりの影響を受けつつも、前年を上回る水準で推移している。
	○	百貨店（企画担当）	・高額品や食料品に加えて、継続的に売上が苦戦していた中間層向けの紳士・婦人ファッション衣料に動きが見え始めている。加えて、物価上昇により商品全般の価格が上がっているなか、購買客数も微増となっており、全体の売上増加に寄与している。
	○	百貨店（営業担当）	・現状の傾向が続けば、富裕層の購買やインバウンドの動向も良い方向に向かう。
	○	スーパー（店員）	・米の高騰がまた始まっているため、売上増加が見込まれる。
	○	スーパー（販売担当）	・3か月後は天候も良くなり来客数も増えて売上が良くなると期待する。
	○	衣料品専門店（店長）	・厳冬の期間が短くなり、春夏が早期に訪れると予想している。客の消費は冬より春夏秋にウェイトが掛かる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・繁忙期に入り来客も徐々に増えてきた。今月に入り在庫も増えてきたので、販売量も増える見込みである。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・新年度販売向けに受注量が増加する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・おおむね堅調にきているため今後も期待したい。ただし、米国大統領の今後の政策や日本銀行の長期金利の変動許容幅の拡大など景気に影響する事案もあり先行きは不透明である。
	○	観光型ホテル（支配人）	・4月以降、大阪・関西万博の影響を懸念しているが、インバウンドの宿泊を始め、宴会の予約が少しずつ増えている。
○	都市型ホテル（総支配人）	・春の行楽シーズンに期待する。増大し続ける光熱費やその他仕入コストを販売価格に転嫁することが必要であるが、現実的には厳しい。	
○	旅行代理店（経営者）	・大阪・関西万博も近く始まるため、このまま客の反応が良くなると期待する。	
○	旅行代理店（経営者）	・春から夏休みに向けた新規予約が増える時期である。今年は新型コロナウイルス感染症の収束後初めて夏から秋まで当地空港発のホノルル線の季節運航が毎日運航する。円安のままなのでどう転がるか分からないが、ある程度の需要があるから運航があると考えられるため、うまく新規予約につながるよう期待している。また、台湾や韓国は大変人気がある。	

○	通信会社（サービス担当）	・引っ越しシーズンに合わせて、インターネットやインターネット回線を利用したテレビサービスの申込みが増えてくる。
○	美容室（経営者）	・春が近づき、年末にパーマやカラーを施術した客の来店も見込めるため、2～3か月先は期待できる。
○	住宅販売会社（従業員）	・1月の来店客が購入につながると期待している。
□	商店街（代表者）	・次年度の省エネ補助金等に期待しているが、それだけでは全体の売上の一部にすぎず、それほどの効果は期待できない。
□	商店街（代表者）	・来客数は飽和状態であるため、客単価が上がらないと売上金額の増加につながらない。
□	商店街（代表者）	・日用品や光熱費の高騰で、余暇や趣味に回せる金が減っている。物価高がまだ続く見込みで、景気が良くなる要素はない。
□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・商店街で物販を営んでいるが、周りを見ても景気が良くなる兆しが見当たらない。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店で客の飲料注文数は、4月にビールの値上げが予告されているため減少傾向になると予想する。料理の単価も上がっており、アルコールの値上げが追い打ちを掛ける。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価が安定しない限りこの状況はまだ続く。
□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・米国大統領やロシアによる動き、中国の動向など先行きを見通せないことが多すぎて、景気がどちらに転ぶか現状では判断できない。
□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・物価高騰による買い控えが続いており、景気回復の要素が見当たらない。
□	百貨店（売場主任）	・2月から値上げになる商品が4ブランドほどあるが、駆け込み需要は余りみられない。また、上がるんだね、という程度の反応である。午前中は年配客の来店が多く、カジュアルシューズの売行きが良い。高級商品が売れなくてもそちらで補っている分、プラスマイナスゼロという印象を受ける。全体として落ち着いている。
□	百貨店（経理担当）	・今春闘においても持続的な賃金改善が大きく期待できるが、中間所得層を中心に物価高に対する生活防衛も続くことから、結果的に景気は現状維持にとどまる。
□	百貨店（営業担当）	・年明け後の販売状況を見ても、ここ数か月消費マインドは特に変わっていない印象を受ける。
□	百貨店（販売促進担当）	・引き続き好調なインバウンドが来客数の底上げに貢献し、国内消費も好調に推移する。
□	百貨店（販売担当）	・推し活雑貨などの売上が増加中で、春の新学生・新社会人などの購入が期待できる。
□	百貨店（営業企画担当）	・景気が上向くにはもう少し時間がかかる。
□	百貨店（販売担当）	・値上げ後の買い控えの懸念がある。インバウンドは変わらず好調に推移していく見込みである。
□	スーパー（経営者）	・青果物の価格が安定せず、生野菜から冷凍野菜や水煮野菜等への移行が心配である。
□	スーパー（店長）	・物の価格が下がらず、買上点数が極端にこれ以上上がる見込みがない。
□	スーパー（販売担当）	・売上が下がる要素がない。強いて言えば寒さが影響する。
□	コンビニ（企画担当）	・インバウンドの影響を受けない店舗は現状と余り変わらない見込みである。
□	コンビニ（エリア担当）	・一部の賃上げが消費の拡大にはつながらないと考える。
□	コンビニ（エリア担当）	・春先もこの勢いは下がらずに来客数が多い状態が維持できそうで、観光立地店舗のインバウンドなども見込める。
□	コンビニ（店長）	・インバウンドの増加という好材料はあるものの、全体の動きとしては現状が続く。起爆剤として大きな政策等が出てこない限りは変わらない。
□	コンビニ（店長）	・消費者の金の使い方が賢くなっている。コンビニは比較的社会的景気に左右されにくい業態だが、米国大統領の就任で今後どのような変化が起きるかがやや懸念材料である。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・1月の結果だけ見れば好調であったが、引き続き2月も好調となる目途は立っていない。受験期、新型コロナウイルスの感染状況、花粉症、節分、バレンタインデーなどの機会をうまく捉えて販売増加につなげられるか、余り楽観視できない空気に覆われている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・物価高が響き、横ばいが続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・短期的な視点で見れば日本銀行の利上げが決定したが、小売業界にとって直ちに状況の改悪にはならないと予想する。また、今後の景気判断となるトピックスで気になる点はなく、イレギュラーなことが発生しなければ身の回りの景気は変わらないと判断する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・春物商材の入荷で顧客の呼び込みをするため、それなりの売上が期待できる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・ファッション系の商品が少し動き出し始めているが、まだ力強くはない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・物価高や人手不足への対策として、賃上げ等の取組を企業に促しているが、実際に賃上げの成果を十分に得られるのは一握りの企業のみで、日本全体の好景気に直結するとは考えにくい。政府による各種施策は余り効果が期待できない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・新生活需要で販売量は増える見込みだが、景気が良くなるとはいえない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・相変わらずの物価高と、政府による補助金の縮小で支出が増えている、生活費の増大に対して春闘の賃上げが前年並みでは景気は良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・インフレの状況に加えて金利上昇によって住宅ローンの支払も増えることが予想され、消費者が高額商品の購入に慎重になっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・現状が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・これから春闘が始まり今後の給料が数字となって示されてくる。客のこれからの賃上げに期待する。少しでも暮らしにゆとりをみられるようになれば車の購入を考えてもいいという言葉に期待したい。もう少し生活インフラに関わる物価が落ち着かなければ、財布のひもは緩まない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・極端に悪くなることはないが、現状の良くない景気が続く。大手自動車メーカーの統合問題やメディア企業の問題が大きく影響する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・ここしばらく、売上に大きな上下がない状態が続いている。ある意味有り難い傾向ではあるが、ガソリン価格の高止まり等外的要因もあるため、現状維持の状態がしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・この先3か月から半年程度は、全体の流れに大きな変化は起きない見込みである。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅・施設・商業店舗など資材の値上がりや工賃の値上げによる職人不足等で現場が減りつつある。ただし、反対に小・中規模の改修工事は増えつつあり、プラスマイナスでは若干のマイナス程度という現状である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・2月より歓迎宴会、卒業式や入学式、入社、年度替わりと期待はできるものの、大幅な変化とはなりえない。物価上昇により節約志向も続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・為替変動による値上げも前年でおおむね織り込んだ取引先が多く、販売に大きな影響はないと予想する。ガソリンや光熱費の値上げなど消費者の意欲をそぐような悪いニュースがなければ景気の先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・問合せ件数が減ってきている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・可処分所得が増えて消費が増えない限り、少子高齢化の現在では景気は良く横ばいであり、外国人観光客の受入れ拡大の波に乗れる企業のみが生き残っていく事になる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・インバウンドが年間3600万人と予想以上に増えているため、オーバーツーリズムの問題はあるが、旅行人口が減少することはないと予測する。円安がしばらく続く見込みで、日本人の海外旅行の伸び悩みをインバウンド旅行者がカバーする形態となっており、景気は横ばいが続く。

□	タクシー運転手	・現状、客足が夜の繁華街から遠のいており全く良いとはいえない状態である。しばらくはこの状態が続く見込みで、決して景気は良くなるとは考えられず、変わらないかもっと低迷していくかもしれないと非常に不安である。
□	通信会社（営業担当）	・先の見通しが立たない。
□	テーマパーク（職員）	・物販、飲食部門では原料価格の上昇に伴い売価改定の動きが見込まれる。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・今後しばらくは大規模な催事がなく、例年この時期は十分な集客が得られない。回復傾向の判断は、次の春季イベントの結果をみてからになる。
□	ゴルフ場（経営者）	・引き続き価格転嫁が難しい状況が続く。
□	美顔美容室（経営者）	・今月開始したキャンペーンセールが4月末まで続くため期待したい。
□	美容室（経営者）	・物価が上昇するなかで賃金は上がっていないという声が多く、当分は今の状態が続く。
□	美容室（経営者）	・物価高が変わらない限り景気は変わらず、先が見えない。
□	住宅販売会社（従業員）	・人件費、材料価格の高騰で販売価格が上がっており、しばらくはこの状況が続く。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積りの引き合いが少なく、年度末に向けて良くなる気配がない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・原価高騰がストップしない限りこの状況が続く。
▲	商店街（代表者）	・インフルエンザが流行しており、ガソリン価格も非常に上がっているため消費が活発にならないのは当然である。家庭の可処分所得がどんどんなくなっている。
▲	スーパー（店長）	・今後も来客はセール日などに集中し、ほかは買い控えの傾向が続く。
▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請がまだ止まらない。
▲	スーパー（店員）	・3月以降も担当カテゴリーにおいて多くの値上げが予定されている。
▲	スーパー（店員）	・鍋物野菜の白菜やキャベツの高騰はしばらく続く見込みである。果物もしかりで、みかんやいちごの価格が下がる気配がみられない。それに追い打ちを掛けるようにガソリン価格の値上がりも考えられるため、景気は悪くなる。
▲	スーパー（支店長）	・米国大統領が就任し、新政権が今後我が国の経済に及ぼす影響が不安である。賃金の上昇などは一部大企業だけの話であり、中小企業においては決して満足のいく昇給は実行できない。物価上昇も輸を掛けて、今後も消費動向においては厳しさが続く。
▲	スーパー（販売担当）	・価格上昇の圧力が全ての商品に懸かってきている。海外情勢も非常に不安定で、特に米国のインフレが収まらないという予測から、かなり厳しい経済状況になると危惧している。米の値段の上昇と、燃油価格の上昇を抑えられるかどうかは鍵になる。
▲	スーパー（総務）	・生活必需品が全て高騰しているが、給料がそれに追い付いていない。生活は苦しくなる一方である。
▲	コンビニ（店長）	・電気代や燃料油価格激変緩和の補助金縮小もあり、経費の上昇が身に伝える。じわじわと景況感が悪くなる実感がある。政府の政策にかかっている。
▲	コンビニ（店長）	・物価高は継続しており、止まる気配がない。売上は維持できているが、4月に入り環境が変化すると既存の固定客が減少するおそれ強い。
▲	家電量販店（店員）	・購買意欲のある客が少ない印象を受ける。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・家電業界では2月は閑散期で売上が下がる。暖冬の影響で冬物の在庫を絞っていたところで寒さが厳しくなり、暖房器具の販売在庫がなくなりそうな懸念がある。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇により生活に係る支出が増額し、消費者の支出を抑えようという意識が強くなっている。点検の回数を減らす客や安い業者に切り替える客などが出てきており、今後その傾向が強くなるとみていると懸念する。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・既存客の年齢層が高くなっており、新規の客もほぼ来店がない。新規客の獲得が課題だが現状は厳しい。
▲	一般レストラン（経営者）	・食品の値上がりはまだ続く見込みで、ガソリン代も高騰している。

	▲	一般レストラン（経営者）	・場所によってはインバウンドで大繁盛しているという話も聞くが、地方の居酒屋には全く関係がない話である。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・何ともいえない不安感が覆っており、国際情勢、物価上昇、税負担などで先行きが不透明である。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・3～4月の予約数は、現段階で前年の数値をやや下回っている。物価高や金利の上昇というネガティブな情報をマスコミがずっと流しているため、どうしても財布のひもは固くなる。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	▲	タクシー運転手	・1～2月は景気が低迷する月である。
	▲	観光名所（案内係）	・インバウンドが増えるのはいいけれど、日本人に全く元気がない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・増税が進んでいるためやや悪くなる。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話では、ガソリン代が上がり厳しいという声を聞く。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・物価上昇や人材確保のための経費が増加する。一方で、福祉用具貸与事業者の場合、価格転嫁が介護保険の制度上でできなくなっているため、非常に苦しい。また、市場環境変化による減収も引き続き発生すると想定している。
	▲	設計事務所（経営者）	・案件数が少ないため、先が見えない状態である。
	▲	設計事務所（職員）	・景気についてはこれからどうなるか分からないが、対米国の関係性を考えると大統領と首相との対話が重要になってくる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・ボーナスが出ても預貯金に回すのか、消費者は手元の金を使いたがらない。余裕がないのか必要最低限の工事しか出てこない。この先もこのような状態が続く。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・プラスに転じる話がない。
	×	コンビニ（店長）	・1月はパン類の値上げがあり、4月にはビールの値上げが予定されている。ますます先が見通せない状況である。
	×	通信会社（企画担当）	・物価上昇、燃料価格上昇に加えて、増税の懸念、米国新政権への不安等の先行きの不透明感から、更に悪くなっていく。
	×	住宅販売会社（経営者）	・建築資材が高騰しているため、物件の売値も比例して上がり、今後の売行きに影響が出ることが不安である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・都市部では需要があるかもしれないが、地方では厳しい状況である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・中国系電子部品製造社の設備投資需要が回復してきた。ただし、米国の動静によっては設備投資が止まるため、予断を許さない状況である。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・賃上げも実現されそうな気配があり、消費の拡大が期待できる。製造業の国内回帰が進んでいるため中長期的にも成長が期待できる。懸念点は増税である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・3月の年度末にかけての調整と、ゴールデンウィーク前の需要が見込まれるため、今より多少良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ある程度年齢が高い人でも働き先がたくさんあり、選択肢が増えることで定着率が下がっている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・全体的には厳しい状態が続くため、政府にはカンフル剤を投入してほしい。新たな予算を使用せずに景気浮揚を行うためには、高速道路の無料化を是非実施してほしい。流通が良くなれば地方まで活性化が進み、全体の景気が浮揚する。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の景気はやや良い状況であり、今後特に変わるような要因が見当たらないため現状のままと考える。
	□	化学工業（営業担当）	・中国向けA Iの影響など先行きが不透明である。
	□	化学工業（総務秘書）	・米国新政権による関税の影響は未知数であるが、日米関係から互いに深刻な影響を与える施策は回避されると考える。景気に特段の悪影響を与えるトピックは見当たらない。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・客側での消耗品の在庫調整が進んでおり、全体的に本来の注文量に戻つつある。直近3か月程度で大きな変化があるような兆しはみられない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・現状余り多くない受注量はそのまま変わらない見込みであるが、1年後などやや先では受注が増えるという見方をよく聞く。

□	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（営業担当）	・良くなる見込みがない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・現状の受注量に応じた生産量は横ばいであり、この状況が続く。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリン代の高騰、米や野菜の価格高騰、各種商品の値上げで景気回復の材料がない。
□	建設業（経営者）	・現内閣の政策がこの先どのように動くか、まだ見通しが立たず不安である。
□	輸送業（従業員）	・運送業はこれから3月の繁忙期を迎えるため、仕事量は当面は増える見込みであるが、その後はどうなるか分からない。しかも、これから燃料費の高騰や金利増などで、経営面では少しずつ厳しくなっていく気配がある。
□	輸送業（エリア担当）	・自社でも同業他社においても、取り扱う荷物の量に過去3か月間で大きな推移はなく、前年同月比でも大きな変化はない。今後大きく上下するようなトピックも見当たらず、このまま現状が続く見込みである。
□	輸送業（エリア担当）	・年度末に向けて病院での検査も多く、特殊医薬品輸送は多くなっている。しかし、前年比では大差ない。
□	金融業（従業員）	・経済的にイベントはなく、変わらない景気が続く。
□	金融業（企画担当）	・受注価格が上がってこないと特に中小企業では給与を上げるにも限界があり、給与が上がらないと消費に向かない。当面、現状の景気が続く。
□	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。
□	広告代理店（制作担当）	・春に向けた各イベント等の企画も、長らく続いている物価高や材料の値上がりの影響を受け、広告予算が抑え気味になっている。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・初任給30万円時代といわれているが、中小零細にはその原資と体力が乏しい。
□	会計事務所（職員）	・支給される給与等が増えても、食品やガソリン代等の値段も上がっているため、景気はさほど上向かない。
□	会計事務所（職員）	・物価高の状況は続いているが、現在のところ価格に上乗せできている状況である。苦しい部分はあるが、業態としては利益率は高いためこのまま維持できれば、良くもならないが悪くもならない状態が続く。
▲	食料品製造業（社員）	・中国の景気状況、米国新政権の動向を考えると、今後輸出版売は厳しい状況が予想される。
▲	建設業（役員）	・客にメリットとなる国の施策がない。逆に、建築コスト、金利上昇などの懸念事項がある。
▲	輸送業（経営者）	・補助金の縮小により軽油価格の上昇が始まり収益を圧迫し始めたが、荷主への値上げが通るのは当分先になりそうである。また、他業種では春闘での大幅な賃上げの見通しとの報道があるが、追従できるとは考えられず人手不足が加速する。
▲	輸送業（従業員）	・電気・ガス、軽油・ガソリンなど燃料費の高騰が家計を圧迫している。結果、個人消費も伸び悩み、企業経営も低迷する可能性がある。
▲	輸送業（エリア担当）	・輸出版業に大きな不安材料がある。
▲	金融業（従業員）	・先行きへの不安により金を使わないようにする傾向が高まる。
▲	公認会計士	・今月は米国大統領の就任があり、米国の国際情勢の様子をうかがっている企業が多くみられた。特に投資については、金利動向を見極め控えている企業が多かった。輸出版業に関しては、関税の引上げが予想されるなど今後の景気はやや悪くなる。
×	食料品製造業（営業担当）	・販売数が減少している。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価がどんどん上昇しており、賃金が上がってもその実感がない。今後も買い控えが進む。
×	鉄鋼業（経営者）	・今年中の物件や見積りが全くない。非常に悪い傾向である。

	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、これから更に数量の減少が続く見込みである。
	×	通信業（総務担当）	・皆じっと耐えている状態が続いている。賃金上昇、減税、助成金、物価安定が実感できて初めて少し金を余分に使ってみようという気持ちがある。これが景気が良い状態であり、今はそれがない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・2月から3月は年間で1番求職者数が活発に活動する時期であり、期待したい。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・年度末、新年度の求人数の増加により今後の依頼は増加する予定である。ただし、求職者数の減少、また、レベル感の一致があるかが懸念される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国新政権の動き次第ではあるが、メーカーでの設計開発の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見込みである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・政治が不安定なこともあり景気が良くなっていくイメージが持てない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・製造系の業務請負や労働者派遣業において、派遣先の業務低迷や人手不足もあり人材派遣会社は厳しい状況が続いている。同業者が倒産する話も耳にする。人材派遣会社を取り巻く環境は年々厳しくなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・県内で大きなシェアを占めるモノづくり企業や海外と貿易のある企業に取っては不透明が続く。3か月後も様子見感が強く、景気の動きは変わらない。
	□	職業安定所（所長）	・求人企業によると今後の求人見込みに変化はなく、数か月は同様の傾向が続く。
	□	職業安定所（職員）	・インバウンド需要により非製造業の販売業種については好調という声も聞くなか、他の業種では原材料価格の高騰、最低賃金の引上げ、ガソリン価格の上昇等、経営に与える影響を懸念する声も多数聞かれ、全体的な好景気への転換という感触は持てない。
	□	職業安定所（職員）	・賃上げと物価の上昇がうまくマッチし、好循環となれば景気の回復が加速すると考えるが、世界経済の動向や為替の影響など先行きは不透明である。
	□	職業安定所（雇用開発担当）	・多くの主要産業において、前年比における求人数が減少傾向にある。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・3月上旬ぐらいまでは求職者の転職意欲も上がっているが、次年度の組織体制等も固まりつつあるなかで活動意欲の減退が見込まれる。企業側も新卒受入れ・教育研修などに傾注すると推察する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人動向において大きな変化はない。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・まず物価高の影響が大きすぎて、景気回復の兆しがみえないことから、今後景気が更に悪化する可能性がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分やや悪くなる。歓送迎会の予約状況が余り良くない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・大企業と中小企業の給与格差が拡大し、賃上げができない企業は更に人材不足が深刻になっていく。
	▲	職業安定所（職員）	・人手不足といわれるなかでも、有効求人数が前年同月比で7か月連続減少している。
▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げ等の政策転換を考えると、明るい材料が見当たらないという声が製造業の企業から届いている。	
▲	職業安定所（職員）	・物価上昇などが改善されなければ現状は変わらない。	
	×	—	—