

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） | 販売量の動き | ・いろいろな物の価格が上がっている割に購買意欲の衰えはみられない。 |
| | ◎ | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・来客数が増加傾向で、年末年始から前年比110%程度で高く推移している。特に来客数が継続して伸長しており、米飯類やパン類を中心に販売が好調である。インバウンド需要も高まっているが、細かい測定まではできておらず、影響は不明である。 |
| | ◎ | 旅行代理店（営業担当） | 単価の動き | ・年度末の駆け込み需要で、急ぎょ旅行行事の計画や旅行代金の単価上昇の相談が発生している。 |
| | ○ | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・バレンタインデー催事は過去最高の売上を更新した。一方で寒さの影響により来客数が減少傾向にある上に、衣料品を中心に春物商材の動きが非常に悪い。インバウンドは引き続き好調を維持する一方、米や生鮮品の値上がりが生鮮品の買い控えにつながっており、総菜などの売上もなかなか厳しい状況である。 |
| | ○ | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・商品がいずれも値上げの傾向にあるなかで売上が伸びているため、客の購買意欲は落ちていない様子である。 |
| | ○ | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・季節が進み気温が上がれば、いろいろなイベントが行われ来客数も増えるため良くなる。 |
| | ○ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・2月に入りコンビニエンスストア本部の強力な企画が続き、おにぎり、ベーカリー、特にデザートが非常によく売れて、来客数も非常に多かった。 |
| | ○ | 家電量販店（店員） | 単価の動き | ・高単価なエアコンや冷蔵庫がよく売れている。 |
| | ○ | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | 単価の動き | ・景気が良くなっているというより物価が上がっている。当店も来客数は前年並みだが、商品単価が上がっているため売上は伸びている。小物商材では5割ほど値上げした物もある。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・例年のことではあるが、この時期は販売需要が高い。また、メインの取扱メーカーの生産が順調であるため販売しやすい。 |
| | ○ | 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 | ・年明け以降も来客数は今のところ堅調に推移している。 |
| | ○ | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・エリアによるが、インバウンドによる集客ができてきている店は来客数が安定している。 |
| | ○ | 観光型ホテル（支配人） | 販売量の動き | ・ホテルの売上は今月も予算を達成し、前年を上回る。降雪の影響でゴルフ場のレストランは減収である。 |
| | ○ | 都市型ホテル（営業担当） | 販売量の動き | ・予約の状況は単価、予約数共に好調に推移している。インバウンドも定着している。 |
| | ○ | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・月の後半に団体研修などの案件の受注が増えてきた。コロナ禍で中止していた案件がようやく復活してきたものと受け止めている。 |
| | ○ | 旅行代理店（営業担当） | お客様の様子 | ・卒業旅行、春の団体旅行などは需要があり、順調に申込みがある。それに加えてインバウンドの来日も増え続けており、ホテル、交通、食事、観光地などの利用者数も例年以上である。物価高騰は続いているが景気は良い。 |
| ○ | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・前月と比べて新規契約数が回復しており、解約数も落ち着いている。イベントに対する反響も良い。 | |
| □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・今月も週末はもちろん平日も商店街への来客数は多い状態が続いており、向かいの店に行くのも大変なくらいの人出である。ただし、客単価でいえばみたら団子などのフィンガーフードを出す店は行列ができるぐらいに繁盛しているが、物販はそれほどでもない。 | |
| □ | 一般小売店[結納品]（経営者） | 販売量の動き | ・自店は商店街のなかに位置しているが、余りにも寒すぎるため人出がない。 | |

| | | | |
|--------------------------|-------------------|--------|--|
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・ほぼ回復している印象を受ける。大量に購入する客は少なくなったものの、家庭用、ギフト共に売れている。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子 | ・例年2月は年度末の決算に向けて売上が増える時期であるが、最近は値上げの幅が大きいこともあり、個人客の財布のひもが固くなっている。反面、法人客は設備投資及び今年度の経費を決算に向けて消化するため支出が伸びている。両者のプラスマイナスで、全体としての景気は変わらない状況である。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当） | 来客数の動き | ・駅近の立地のため、観光客は増えている様子であるが逆に地元客は減っている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（売場主任） | それ以外 | ・全体的に売上単価が低くなっている。新入社員や入学式の靴を買い求める家族連れの客が増えてきたが、購入する商品は似たようなものが多く、在庫がないため希望するサイズの商品を他店に問い合わせ探す機会が増えている。メーカーも余り数を作っていないのか、在庫がないことが多く、断ることも頻繁なため、なかなか売上に結び付かない。客が求める商品と、メーカーに在庫がある品が合致していない。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業企画担当） | 単価の動き | ・来客数は減少傾向であるが、前年の能登半島地震の消費マインドより若干良い印象を受ける。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（販売担当） | 単価の動き | ・商品価格の改定で買上率はやや下降したが、購買意欲の高さは保たれている。また、前年と比べて春節のインバウンドが増加し、1人当たりの購入点数も多い。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | 単価の動き | ・売上は微増しているものの、野菜や果物全般における物価高の影響が大きいため景気が良いとは言えない。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（販売担当） | それ以外 | ・商品の単価が上がっているにもかかわらず、売上予算を達成している。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（企画担当） | 販売量の動き | ・都心部や旅行客の利用が多い店舗では来客数が前年比で増加傾向にあるが、それ以外の店舗は若干減少傾向にあり、来客数の減少を客単価の上昇で補っている状態である。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・今年の2月は気温が低く、来客数が少なくなることが不安であったが、予想よりも減らずに前年を超えている。商品で例年より売行きが好調なのは、ホット飲料や温かい揚げ物等のカウンターフードである。また、買物に行きにくい人に菓子パンなどが平日の夕方によく売れていた。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・数字上は売上や来客数等が増えているが、中身は中国の春節等のアジアを中心としたインバウンドによるもので、日本人客の動向には変化がない。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・来客数は前年を超え、売上も微増した。アプリクーポンの施策が功を奏している。前年は雨天が多めだったが、今年は天候に恵まれた。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（商品企画担当） | 単価の動き | ・ここ数か月ほどは最寄り品を主体とする値上げにより客単価が伸長傾向であったが、2月に入ってから横ばいとなり、売上は好調ではあるものの伸長率は鈍化傾向にある。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（本部管理担当） | 単価の動き | ・売上は前年比103.7%であり、前年並みの売上を維持している。3か月前から前年比横ばいの状況が継続しており、景気に大きな変化は感じない。ただし、売上維持の理由は物価高による客単価の上昇にあるため、小売業界としては手放しで喜ぶことができない。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（売場担当） | お客様の様子 | ・売上は伸びているが、来客数が非常に多いことによるもので、客単価は余り上がっていない。来客数の増加は立地条件と、競合店に比べ自店はレディース商品の割引率が高いことが要因となっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（営業担当） | 販売量の動き | ・販売量、来客数に大きな変化はない。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・車検の客が、ガソリンスタンドなど一見して安い所に流れることが増えている。 |

| | | | |
|---|------------------------|--------|--|
| □ | 乗用車販売店 (従業員) | 単価の動き | ・新車の販売台数は減少しているが、なかなか車が入ってこないため入荷予定の車を大切に売るようになり、値引きをせずに売ることによって販売単価は格段に上がっている。 |
| □ | 乗用車販売店 (従業員) | お客様の様子 | ・客との会話のなかで、いろいろな物価が上がって生活が圧迫され、これまで気にとどめてこなかった物の価格上昇まで気になり始めたという感想が出てくる頻度が増えてきた。日頃購入する品目において以前の値段の1.5倍になったり内容量が減っていたり、目に見えて物価上昇を実感すると嘆いている。 |
| □ | 乗用車販売店 (従業員) | 販売量の動き | ・決算が近づくと来客数が増える時期ではあるが、前年と比べると8割程度となっている。新車よりも中古車の引き合いが多く、程度の良い車両は飛ぶように売れている。 |
| □ | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・新型モデルが幾つか出ている割に、新規の来店が芳しくない。車両価格が高くなったせいか、新車よりも中古車の引き合いが強く、新車の売行きが良くない。 |
| □ | その他専門店 [書籍] (社員) | 販売量の動き | ・年度末向けの販売量に順調な伸びがみられる。 |
| □ | 高級レストラン (経営企画) | 来客数の動き | ・ランチタイムは前年と比べ多くの来店があるが、ディナータイムは苦戦している。自店は客単価が高価格帯であるため、節約志向から平日は特に他社に比べ苦戦する。ただし、週末等のハレの日需要は好調に推移しており、メリハリ消費が顕著に出ている。 |
| □ | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・複数人で来店する客の飲酒量が増えている。 |
| □ | その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当) | 販売量の動き | ・客からは物価高による漠然とした不安感がみられるものの、品質に納得したものは購入している。むしろ、予算自体はある程度あり、何に使うかを吟味している様子である。 |
| □ | 観光型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・前年比で5%ほど来客数が増えており若干の伸びはみられるが、3か月前と大きくは変わっていない。気候が温暖で雪の影響がないこともあり、個人客を中心に伸びている。インバウンドはさほど増えていない。 |
| □ | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・宿泊は、観光需要の客の動きが比較的良かった。 |
| □ | 旅行代理店 (経営者) | お客様の様子 | ・季節柄3月は卒業や新生活準備で忙しくなる時期で、それが落ち着くと春の行楽シーズンがスタートする。気候も良くなり旅行需要が高まってくると予想する。ただし、値段は右肩上がりで、物価上昇の影響でホテル代、食事代共に高くなっている。海外旅行についてはインバウンドの影響がある路線は航空券代が上がってくるため、早めの予約を促したい。 |
| □ | 旅行代理店 (経営者) | 販売量の動き | ・今月は祝日や3連休があったが、ちょうどそのタイミングで大雪に当たり旅行業界としては打撃であった。 |
| □ | 旅行代理店 (経営者) | それ以外 | ・駅前インバウンドが増えているが、マスコミでいわれる富裕層ばかりではなく一般層の外国人も多くみられる。昼食時のコンビニの行列には、カップラーメンなどを購入してお湯を入れる人が増えている。食料品の値上がりも響いて駅前ビルの一等地にある和食店が開業9年目にして閉店するほか、オフィス中心街の地下鉄改札口近くにできた地下商店街にも空き店舗が目立っている。 |
| □ | テーマパーク (職員) | お客様の様子 | ・春節が落ち着き、大雪などで交通が乱れて週末の来客数が減った。 |
| □ | テーマパーク職員 (総務担当) | 来客数の動き | ・今月は寒波の影響はあったものの全体的に天候が良かった。また、下旬に試行したイベントの効果もあり、月次の目標値をやや超えることができた。 |
| □ | ゴルフ場 (経営者) | 単価の動き | ・原価は上昇するが、価格転嫁が難しい。 |
| □ | 美顔美容室 (経営者) | 販売量の動き | ・1月から開始した美容商品のキャンペーンが好評で、順調に販売できている。 |

| | | | |
|---|----------------------|--------|--|
| □ | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・販売量は横ばいが続いている。 |
| □ | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕(営業) | 販売量の動き | ・繁忙期のため賃貸住宅は当然動きが多いが、例年よりも大幅アップが求められる状況である。 |
| ▲ | 一般小売店〔高級精肉〕(常勤監査役) | 販売量の動き | ・米国の関税政策が悪影響を及ぼす気配がある。 |
| ▲ | 百貨店(経理担当) | 来客数の動き | ・客単価は変わらないが、連日の気温の冷え込みが客の外出控えを招いて来客数が減少し、結果として売上が伸び悩んでいる。 |
| ▲ | 百貨店(営業担当) | お客様の様子 | ・予想以上の寒さの影響か、来客数が減少するなど買上が増える要素が少ない。インバウンド需要も、春節の時期のずれもあり少し低迷している。 |
| ▲ | 百貨店(販売促進担当) | 来客数の動き | ・インバウンドは好調だが、国内消費者の動きが低調である。 |
| ▲ | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・水道光熱費の高騰や商品の値上げ等により買い控えが止まらず、1人当たりの買上点数が減少しており売上は厳しい状況である。 |
| ▲ | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・来客数が継続的に前年を下回る状況である。 |
| ▲ | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・競合店も含めて来客数が減ってきている。 |
| ▲ | スーパー(販売担当) | 販売量の動き | ・米の価格を筆頭に野菜等の高騰が続いているため、食料品の販売量が厳しい状態である。寒さのため、衣料品や身の回りの品は動いているが、燃料代の高騰などもあり悪化している。 |
| ▲ | スーパー(総務) | 来客数の動き | ・気温が低かった影響か来客数が伸びず、特に午前中の動きが鈍い。売上を取り戻すのは厳しい。 |
| ▲ | コンビニ(エリア担当) | 来客数の動き | ・前年の能登半島地震の特需による反動もあり、来客数が振るわなかった。 |
| ▲ | 衣料品専門店(店長) | 来客数の動き | ・売上は前年割れしている。地域の中小企業の人手不足は相変わらずで、仕事はあるが受けられない状況となっている。燃料コストも増えており、来客数が減少し購買力も高くない。値上げによる単価上昇があっても前年並みには届かない。 |
| ▲ | その他専門店〔貴金属〕(経営者) | 来客数の動き | ・例年2月は厳しい傾向にあるが、今年は来客数が非常に少なく、物価高の影響もあり消費者の購買意欲が極端に低迷している印象を受ける。 |
| ▲ | 一般レストラン(経営者) | お客様の様子 | ・自店の客には年金生活の年配者が多いため、物価高で足が遠のいている。 |
| ▲ | その他飲食〔仕出し〕(経営者) | お客様の様子 | ・米国の経済政策への不安感、国内政権への不安感など複数の不安要素が絡み、税の圧迫感もクローズアップされるなかで物価も上がり、消費者が節約モードになっている。 |
| ▲ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・最近客の動きが全く良くない。昼間は病院の予約等で多少の動きがあるが、寒波の影響が大きく作用して足が止まっている印象を受ける。これに伴って夜の客足も低迷している。 |
| ▲ | 観光名所(案内係) | お客様の様子 | ・人出がほとんどない。 |
| ▲ | パチンコ店(経営者) | 販売量の動き | ・2月は日数も少ないため、どうしても売上が少なくなる。 |
| ▲ | 理美容室(経営者) | 来客数の動き | ・例年2月は暇な時期だが、それにしても来客数が少ない。 |
| ▲ | 美容室(経営者) | お客様の様子 | ・どの客からも物価が高いという話が出る。 |
| ▲ | 美容室(経営者) | お客様の様子 | ・物価高騰の影響で米や食料品など生活必需品を優先するため、美容費は後回しになる。 |
| ▲ | 設計事務所(経営者) | 来客数の動き | ・小規模案件も少なくなっている。 |
| ▲ | 設計事務所(職員) | お客様の様子 | ・周囲から景気の良くなるような話は聞かれない。 |

| | | | | |
|------------------------|---|--------------------|--------------|--|
| | ▲ | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | 単価の動き | ・人手が足りないなかで各地の震災復興へ職人は向かい、一段と手当や人件費が上がり、ますます仕事を取りづらくなった。この先が心配である。 |
| | ▲ | その他住宅〔展示場〕（従業員） | お客様の様子 | ・拠点縮小など事業整理をする企業が増えてきている印象を受ける。 |
| | × | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・米やガソリン価格が高騰し、生活必需品の消費額が増えているため、ぜいたく品の売行きが悪くなっている。 |
| | × | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・余りにいろいろな物が値上がりしていて驚きを隠せない。米の価格は倍、それ以外の物も軒並み1.2倍程度になっている。最近訪れた飲食店では、これまで飲み放題が2000円だったが2500円に値上がりして内容も悪くなっていた。至る所で値上げだけである。 |
| | × | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・2月は2回ほど積雪があり、例年より寒い日が多かったせいか来客数が1割ほど減少した。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・商品の半額広告を掲示したが、諸物価の上昇の影響により一見客の来店が全くない状況で、購入意欲がみられない。 |
| | × | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・大手自動車メーカーや大手マスコミの問題に加え、ガソリン代を筆頭とする物価高などにより、世の中を見ても国民に不安を与える要素しかない。 |
| | × | 乗用車販売店（従業員） | 競争相手の様子 | ・競合店も含め、自動車販売の動きが全体的に良くない。車の価格はそれなりに高い状態で安定しているが、利益が出ない。例年2月の動きとしては想定内と思うが、オファーも少なく景気は悪い。 |
| | × | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・年末にパーマやカラーを施術した客の再訪が2月末～3月頃になるため、例年1月から2月はどうしても暇になる。それに加えて今年は寒波の影響で年配の客がなかなか外出できないため売上が厳しい。 |
| | × | 住宅販売会社（従業員） | それ以外 | ・部材の単価は下がり、職人の手間賃も上がり、客に不利な状況が変わらない。 |
| 企業 動向 関連 (東海) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 食料品製造業（経営企画担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・店頭価格は見込みどおり改定され、販売数量も目立った落ち込みがない。価格に対する相対価値を認められ、売上は順調に推移している。 |
| | ○ | 窯業・土石製品製造業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・3月の年度末までの納品を希望する注文が、例年になく多く入っている。焼成炉のメンテナンスを予定していたが、消化しきれなくなってしまうため先延ばしにして対応している。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・米国の関税がどうなるのか様子見であるが、中国、国内の半導体向け投資が回復してきた。 |
| | ○ | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | それ以外 | ・中途採用や派遣社員等を募集しても余り採用できず、採用してもすぐに辞めてしまう状況が続いている。 |
| | □ | 化学工業（総務秘書） | それ以外 | ・初任給30万円の導入、ベースアップなどにより賃金は上昇し、短時間労働者の所得税非課税枠を拡大する方向にある。これからの景気に良い影響をあたえる事柄で、好況感を維持するようなニュースが多い。 |
| | □ | 金属製品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・仕事量に対する期待感は相変わらずで、活発な動きがない状況に変化はない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・米国の対中関税の懸念により、前倒し生産が行われているが大きな影響はない。当面は準備をしながら様子見の状態が続く。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・現状変化は余りない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量、生産量が全くの横ばいである。 |
| | □ | 建設業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・年末年始は来場者数、契約数共に伸びず厳しかったが、2月に入り客の動きが戻ってきた。契約数や来場者数も例年並みになっている。 |
| | □ | 輸送業（経営者） | それ以外 | ・受注は盛り上がらないまま横ばいで推移しているが、運転手不足と燃油価格の高騰が深刻である。 |

| | | | |
|---|-----------------------------|--------------|---|
| □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・ここ数か月、瞬間的に荷量が多くなることはあるものの、1か月を終えてみると大体例年どおりの出荷量だったというパターンが続き、割と暇なこともある。売上がそのような状態にもかかわらず、経費は増大している。人材不足も響いて、この先どうなるか不透明である。 |
| □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・国内輸送量は前年同月並みである。中小企業などの国内出荷量はほぼ横ばいである。 |
| □ | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・2月は業界にとって閑散期であり、この時期をどう乗り切るかが年間を通じて大きなポイントになるが、今月は例年に輪を掛けて荷量が少なく、資材や建材等の動きが悪かった。建設費の高騰により、進んでいた建築現場にも見直しが発生している様子である。 |
| □ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・日常生活に関係のある企業では景気が変わらない状態が続いているが、消費者側では値上げによる影響を大きく受けている。 |
| □ | 金融業（企画担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注価格や販売価格に資材高騰や賃上げを転嫁できていないため、経営にとっては厳しい状況である。実感として景気は良くなっていない。 |
| □ | 不動産業（経営者） | それ以外 | ・例年よりも寒い日が多いこともあり、徒歩や自転車での外出は減少傾向にあるが、車での外出は増加している。今月の売上は前年を少し上回る状況となっている。 |
| □ | 広告代理店（制作担当） | 取引先の様子 | ・価格高騰にもかかわらず、紙媒体等を主として特に週末にかけて飲食店やスーパー等の広告物が微増している。 |
| □ | 行政書士 | それ以外 | ・相変わらず物流業者からはドライバー不足と後継者問題を嘆く声を聞く。 |
| □ | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・小売業、飲食業には来客数が戻っていないが、少し個人的なアパートを経営している企業では新規入居者が増えている。従前のままの営業を続けているところは苦しいが、業態の変更や新しい取組をしているところは好調である。この傾向は今始まったわけではなく、以前から変わらない。 |
| □ | 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 | ・景気は余り良くない。新しい仕事の要求が低下している。打破するには新規客と新商品が必要である。最近開発した新商品がヒットすることを期待する。 |
| ▲ | 食料品製造業 (社員) | 受注量や販売量の動き | ・国内販売には大きな変化はないが、海外への輸出の受注が減少している。 |
| ▲ | パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問) | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量がやや減少傾向である。自動車関連は同程度を維持しているが、ここに来て青果物関連が大幅に減少している。景気はやや悪くなっている。 |
| ▲ | 金属製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量共に減少している。 |
| ▲ | 輸送用機械器具製造業 (管理担当) | それ以外 | ・高いガソリン代、高い米、高い野菜、今後電気代まで値上がりして、この先生活していく自信がない。 |
| ▲ | 通信業（総務担当） | それ以外 | ・賃上げは一部の大企業に限定されていて、その他企業の給与は横ばいのなか、とにかく食料品の値上げで生活に余裕がない。特に米は他の食品以上に欠かせない品目のため、価格の2倍近い上昇は、生活資金を圧迫し続けている。遊び心が芽生えるような生活の安定と余裕が欲しい。 |
| ▲ | 通信業（法人営業担当） | 競争相手の様子 | ・公共事業において入札参加資格を持たない企業を入札説明会で見掛けるようになった。水道事業においてテレメータ装置で収集した水量データは、帯域確保された回線で集約されるのがこれまでの常識であったが、モバイル等ベストエフォートを許容する動きがある。 |
| ▲ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・円安及び米やガソリン等に代表される物価高騰により、生活レベルが下がっている印象を受ける。 |
| ▲ | 新聞販売店 [広告] (店主) | 取引先の様子 | ・食料品、嗜好品への購買意欲が価格の高騰で減退し、買い控えが起こっている。取引先が個人客の場合は定期購入している商品の解約などが法人に比べ顕著である。 |

| | | | | |
|----------------------|---|-------------------|------------|--|
| | ▲ | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・物価高の影響で、個人消費の落ち込みにより売上の減少及び利益率の悪化につながっている。特に米や石油の価格上昇が激しく、経費の増加分に売上の増加が比例していない状況である。政府の予算案の動向を消費者が強く意識しており、消費停滞の要因ではないかという声を耳にしている。サービス業は特に景気が悪化している。 |
| | × | 鉄鋼業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量共にこの10年で最低くらい悪い。 |
| 雇用 関連 (東海) | ◎ | * | * | * |
| | ○ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・4月の転職需要により派遣求人数は回復している。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（営業担当） | 採用者数の動き | ・活動意欲の高い転職希望者が4月入社に向けて動いている状況である。面接選考時期の早期化や面接内での動機付けなど工夫を凝らした採用競争力を高める動きを各社実施している。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・引き続きメーカーからの引き合いが多く、営業が追い付かない。しばらく収まることはない見込みである。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | それ以外 | ・物価の上昇に賃上げが追い付いていない。 |
| | □ | アウトソーシング企業（エリア担当） | 周辺企業の様子 | ・自動車販売は大手自動車メーカーでも順調な企業や販売不振で低調な企業に分かれている。 |
| | □ | 職業安定所（所長） | 求人数の動き | ・新規求人数は前月大幅に増加したものの、就職者も多く、落ち着きを取り戻しつつある。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・産業別の新規求人数について、建設業だけは微増となったが、製造業、運輸業、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業、医療業等は軒並み減少した。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・コロナ禍からは回復の基調にあるが、原材料価格の高騰により利益の確保が難しい。また、人件費の上昇も経営に影響を及ぼしているという話も聞かれ、必ずしも良くなっていると判断できない状況である。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・求人数に大きな変化はなく、一部の分野では人手不足が続いている。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数、有効求人倍率の動きから判断した。 |
| | ▲ | 人材派遣業（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・今後の国政への不安が物価上昇の不安を更にあおる状況となり、中小企業にしわ寄せが影響していることから、景気動向は下降している。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・閑散期なのか法人、個人とも利用が少なく、特に法人利用が少なかった。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・新規登録者数が前年同月比マイナス50%と大幅に減少している。求人企業、特に中小企業では人材確保への強い意識はあるものの求職者の希望する賃金水準まで上昇させることができず大苦戦している。その反面、特化したスキルに乏しい求職者数は採用されづらく、遅れをとっている。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（営業担当） | 採用者数の動き | ・求人数は減少しているが、それ以上に求職者数が減少しているため、採用者数も減少している。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・有効求職者を前年同月比で見ると、総数が18か月連続、フルタイムが22か月連続、パートタイムが17か月連続でそれぞれ増加している。 |
| × | — | — | — | |