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)	◎	旅行代理店（営業担当）	・年度当初の行事も落ち着き、職場旅行は5月から6月に上期の繁忙期を迎えるため、例年どおりの好調な売上となる見込みである。大阪・関西万博の見学を盛り込んだ旅行も多い。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・季節が春めくにつれて、少し良くなる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・高齢者がどういう旅行形態でアフターコロナを過ごすかが当地域の課題である。
	○	百貨店（経理担当）	・足元では景気の一足踏み感があるが、今後は一段の景気回復となる予兆がある。
	○	スーパー（店員）	・備蓄米の放出により米の単価が下落し、野菜の単価も下がりつつあるためこれまで控えていた客が増えてくる。
	○	スーパー（販売担当）	・今より来客数が増える見込みであり、来客数が増えれば比例して売上も上がる。
	○	スーパー（販売担当）	・今後は気温が高くなることが予想され、対応する商品の動きは良くなる。食品についても値上げは続く見込みだが、消費者も慣れてきた様子が見受けられ、それほど大きな影響はない。ただし、米国の政策により今後の動きが見通せない部分も多くある。
	○	コンビニ（エリア担当）	・行楽立地の店舗を中心に、インバウンド需要などで売上伸長が最も見込める時期である。また、市中の店舗も主力商品の伸びが期待できる。
	○	コンビニ（店長）	・よほどのことがない限り懸念材料が見当たらない。
	○	衣料品専門店（店長）	・今夏も暑くなる予想のため、例年より早く夏物の販売量が上がる見込みである。ただし、米国の関税政策によっては当地の経済への影響があるため、不透明さが残る。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・単価が上がっても生活必需品の冷蔵庫や洗濯機は底堅く売れている。今年は早めに暑くなるようなので、エアコンも期待できる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・物価高で生活費が上がっているが、4月に大手を中心にかなりの賃上げが予定されているため、収入アップが実感でき消費の拡大につながると期待する。
	○	乗用車販売店（経営者）	・春闘の状況から個人所得は引き続き伸びが期待できる。その影響が耐久消費財の購入にも波及することを期待している。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・しばらくは新年度向けの販売量の増加が見込まれる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・引き続き物価の上昇は気になり、賃上げ動向も含めて注視していく。
	○	観光型ホテル（支配人）	・引き続きインバウンド需要は旺盛であり、良い方向に進んでいる。
	○	旅行代理店（経営者）	・新生活がスタートして年間スケジュールが確定してくれば、家族旅行の計画も立てやすくなるため、期待している。家族旅行やハネムーン客の新規予約に期待している。
	○	旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の発生から時間がたち、各地での山火事も収まりそうであるため、2～3か月後は少し良くなる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・宿泊や交通、飲食、観光施設などの値上げによる旅行代金の高騰は続いているが、旅行需要は増加している。国内旅行は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況である。中部地方からの海外旅行の渡航者は、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の50%から60%程度にとどまっているが緩やかに増加しており、しばらくはこの好調な状態が続く。
	○	美容室（経営者）	・3か月先はそろそろ暑くなり、髪が気になる時期となるため、ヘアカットの客が増える見込みである。
○	美顔美容室（経営者）	・4月から新たなキャンペーンを開催予定で、客からちらほら問合せがある。	
□	商店街（代表者）	・物価高が続くなか、購入数を減らしたりして購入単価が抑えられている。	
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・先のことが見通せない。	

☐	一般小売店 [贈答品] (経営者)	・ 4月も米やビールを含め幅広い値上げが予定されている。生活必需品の価格が高いため購買意欲が伸びず、米国の関税の影響も考えられることから、3か月先の景気は変わらない。
☐	一般小売店 [書店] (経営者)	・ 物価の上昇が特に食品において顕著で、ほぼ2倍近くになっている。賃金も少しずつ上がっているとはいえ、全く追い付いていないため生活は厳しい。賃金が物価に追い付くまでは現状のままである。
☐	一般小売店 [酒類] (経営者)	・ 飲食店の来客数は比較的安定している。しかし、ビールの値上げ等も影響して客単価は上がらない傾向が続く。
☐	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 [生活用品] (販売担当)	・ 減税、ウクライナ侵攻やガザ侵攻の終結など、大きな材料がなければ現状から変わることは難しい。
☐	一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・ 世界の景気は米国大統領に左右されてどうなるか分からない。国内政治も方向感が分からず、先行きが不透明である。
☐	百貨店 (売場主任)	・ 今月20日過ぎから、新年度で転勤するために靴をまとめ買いする客が複数あった。4月に入ると一部メーカーの商品値上げに伴い靴の修理代金も上がるため、買い控えが懸念される。メーカーで生産数を抑えているためか店舗の在庫が少なく、購入希望があっても、取り寄せに日にちが掛かると諦めて帰る客も多く、機会損失が発生している。売上は厳しい状態が続く。
☐	百貨店 (企画担当)	・ 食料品を中心にほぼ全てのアイテムで価格が上がっており、必然的に売上総額は前年以上を確保している。大企業を中心に賃上げとなることから今後も売上は維持できると考えるが、消費に対する不確定要素が大きく、先行きの消費が不安定になることを懸念している。
☐	百貨店 (営業担当)	・ 株価は安定せず、生活必需品の値上げも拡大しているため消費意欲は上がらない。インバウンド需要も盛り上がり欠けた状態が続く。
☐	百貨店 (営業担当)	・ 値上げもあり、必要な物だけに金を掛ける傾向は変わらない。
☐	百貨店 (販売促進担当)	・ 今後もしばらくはインバウンドが好調を維持する一方、従来の客足は以前より鈍化する。景況感は冷え込みつつある。
☐	百貨店 (販売担当)	・ 既にUV商品など夏物の売行きが良くなっている。ゴールデンウィークまでは若者の来店頻度が高いため下がることはないと思われる。
☐	百貨店 (販売担当)	・ 国内需要では、物価高の影響は懸念されるものの急激に悪くなる要素は余り見当たらず、現状維持となる。インバウンドは大阪・関西万博の効果で増加に期待する。
☐	スーパー (経営者)	・ 購買力は低下しており生鮮食品の価格が安定しない限り、売上増加は期待できない。
☐	スーパー (店長)	・ この先、電気代補助が終了し、商品の値上げやゴールデンウィークでの旅行などが控えているため、消費者は無駄遣いはせずに買い控えが続くとみられる。
☐	スーパー (店長)	・ 米の価格も安定せず、節約傾向が続く。
☐	スーパー (販売担当)	・ 気候も暖かくなり、来客数は増えている。好調が続くとみられる。
☐	コンビニ (企画担当)	・ 大きく変化する要因がなく、現在の傾向がしばらく続く。
☐	コンビニ (エリア担当)	・ 賃上げがあろうと、値上げが続く状況ではこれ以上商環境が良くなると思えない。
☐	コンビニ (店長)	・ 物価上昇による買い控えがみられる。インバウンドの利用傾向が今のまま維持できれば景気は変わらないが、もしなくなったり減ったりすれば、景気は悪くなる。
☐	コンビニ (店長)	・ 今月が良かったから4月以降も良いとは思えない空気感が現場に漂っている。値上げとミニサイズ化による商品の魅力低下が継続している。安くはない商品を買う貴重な客からの信頼を失えば、先の景気が急降下するのは目に見えている。全体的な手取り収入増加の可能性が示されなければ、今以上の消費需要は見込めず、いつまでも安心はできない。
☐	コンビニ (本部管理担当)	・ 株価がやや乱高下をしているが生活への影響は感じない。今後の世界情勢は、特に米国の動向など懸念はあるものの、2~3か月で大きな情勢変化は発生しないと考える。

□	衣料品専門店（売場担当）	・世間では賃上げといわれているが、一部に限定されている印象を受ける。4月以降の食料品を始めとした価格高騰の影響により個人消費は思ったほど伸びず、景気自体に大きな変化はない。
□	衣料品専門店（販売企画担当）	・先行きが不透明だが、需要はあるため全く悪いわけでもない。
□	家電量販店（営業担当）	・政策に動きが見えないため、景気も動きがない。
□	乗用車販売店（経営者）	・米国の自動車関税引上げに伴い、国内の部品が値上がりする懸念がある。
□	乗用車販売店（従業員）	・新しい給料体系となり賃金が上昇する人が多くなるが、4月以降も生活に関わる品目の値上げが発表されている。今後の賃金が物価上昇を上回って先行きの生活が楽になると考えている人は少ない。まだこの先も市場環境は厳しい状況が続くとみられる。
□	乗用車販売店（従業員）	・客と話をしても物価高の話題しか出ない。車は欲しいが、優先順位は低いと言われる。
□	乗用車販売店（従業員）	・政策一新のような大きな変化がない限り、まだ悪くなる。
□	乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出た影響か、最近は新規客が増えており、実際に購入する新規客も多い。
□	住関連専門店（営業担当）	・住宅、店舗等の新築工事は変わらないが、リフォームや中小規模の改修工事は増加傾向にある。業種によって景気にばらつきがあるため、全体としては横ばいである。
□	高級レストラン（経営企画）	・日常の節約志向はより高まる傾向にあるため、大きな伸長は期待できないが、他地区での大阪・関西万博への期待と、インバウンド需要は旺盛である。
□	一般レストラン（従業員）	・4月には予約が余り入っていない。
□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・様々な物の価格が上がり消費意欲が増すような要素はないが、賃上げなどで収入も増えており販売量は大きく変わらず、将来の景気についても変わらない。
□	観光型ホテル（経営者）	・3か月先の宿泊予約は、前年比5%から7%ほどプラスになっている。個人の消費が比較的堅調である。
□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
□	都市型ホテル（総支配人）	・4月からゴールデンウィークにかけて、宿泊を中心に予約は積み上がっている。季節要因もありその後の予約はこれからの状況である。リネンサプライ費や飲食材料費が4月以降軒並み値上げとなる。光熱費も引き続き高く、コストを価格に転嫁し切れず、収益を圧迫して厳しい。
□	旅行代理店（経営者）	・物価高騰のラッシュが一段落するまでは、この状態が続く。
□	タクシー運転手	・段々と気温も上がり人出も期待したいが、今までの客の動きを見る限りは余り期待できず、変化はなさそうである。
□	通信会社（営業担当）	・良くなるきっかけが見当たらないため、良くなるとは考えにくい。
□	テーマパーク職員（総務担当）	・景気が多少上向いた感はあるが、現在の春季イベントの結果をみて、慎重に判断していきたい。
□	ゴルフ場（経営者）	・賃上げの原資が確保できていない。
□	パチンコ店（経営者）	・4月以降に実施される行政施策などの影響が多々あり、マイナス要因が強いが、新年度を迎えることでプラスマイナスゼロになり、景気は余り変わらない。
□	美容室（経営者）	・4月から値上がりする品物も多く、この先も物価上昇が抑えられないため今の状況が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・材料原価の高騰があり、建築費の上昇が続いている。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価高は続き、どんどん生活が厳しくなっている。家庭用の花も購入減少が危惧される。
▲	百貨店（総務担当）	・米や野菜などの価格高騰や電気代への政府補助金縮小などの影響で消費者の財布のひもが締め、消費マインドは低調になる。米国の関税政策、特に自動車関税の引上げによる当地域の自動車産業への影響を考えると、悪影響が想定され今後の収益状況にも注意が必要である。

▲	百貨店（経理担当）	・今春闘での賃上げが若年層に偏り当社の主力顧客層である50代以上への恩恵が小さいことや、生活必需品の価格高止まりが続くことにより個人消費は萎縮し、景気は減退する。
▲	百貨店（営業担当）	・米などの食料品を中心とした物価高の影響で、ぜいたく品や高級品の消費が大変鈍くなっている。この傾向はまだ続く。
▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請が継続している。
▲	スーパー（店員）	・仕入れ元の情報では米の価格は下がる気配がないのに加え、4月からは豆腐も値上げに踏み切らざるを得ない状況で、その影響が大きく表れる。
▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーでの値上げが控えている。
▲	スーパー（支店長）	・賃金は若干増加したものの、再三の物価上昇により家庭の支出負担は増えるばかりで、今後も決して良い経済状況とはならないとみられる。
▲	コンビニ（店長）	・4月からの食品やアルコール類の値上げが販売量に影響する。米の価格も高止まりし、出荷規制も継続している。景気は下落傾向にある。
▲	コンビニ（店長）	・値上げ商品が非常に多く、どこかで好調も頭打ちになる。
▲	コンビニ（店長）	・4月からビール類を始め食品や電気代等が値上がりするため、しばらくは節約志向が続く。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・今後も一定数の値上げが見込まれるため、消費の冷え込みを懸念する。
▲	衣料品専門店（経営者）	・前年から取引先のメーカーで倒産や廃業があり、ますます未来に明るさがみえない。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・2～3か月後はクールビズが始まりスーツが必要なくなる。ワイシャツやパンツだけを買う客が増えるため売上は悪くなる。3月から4月はフレッシュアズスーツなどの需要が増えるが、その先に暖かくなると単品販売しかなくなる。
▲	家電量販店（店員）	・購買意欲が余りみられない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇が続き、節約ムードが強くなってきた。米国政権の影響で株価が下げ止まらず、景気減退の雰囲気が漂ってきた。
▲	乗用車販売店（従業員）	・半数以上の車種が販売停止になっている。販売可能な車種も納品に時間が掛かるため、今後も販売台数の伸びは期待できない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・全体的に商品価格が高止まりしており、消費者の購入意欲が湧かない様子である。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・車両のオーダーはできるようになったが、生産制約により潤沢とはいえない。オーダーしても生産されて届くのは年後半になるため、向こう3か月の見通しは良くない。
▲	一般レストラン（経営者）	・自身の体調やもろもろの状況を考えると、この先どう見積もっても良くなることはない。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・良くなる要素を見付けるのが難しい。
▲	旅行代理店（経営者）	・米国関税の動き次第ではあるが、当地域では自動車産業の動向が今後の収益にも影響し、また、物価高騰の影響で消費も落ち込む。当地域の製造業では派遣社員が減りつつあり、事業所によっては既に生産調整が行われている。
▲	通信会社（企画担当）	・国内政治、海外情勢共に先行きが不透明で、人々が慎重になっているように見える。物価上昇で動きが鈍いこともあるように見える。
▲	通信会社（サービス担当）	・引っ越しシーズンが終われば、新規客の獲得は難しいとみられる。
▲	テーマパーク（職員）	・4月に入ると、ゴールデンウィークまでは静かである。
▲	観光名所（案内係）	・相次ぐ値上げに天候不順が重なり、誰に聞いても景気が悪いという答えが返ってくる。明るい展望はない。
▲	理美容室（経営者）	・客からは、物価ばかりが上がり賃金が上がらないため段々生活が厳しくなるという声を聞く。
▲	美容室（経営者）	・光熱費、ガソリン代や米の価格も高騰しており、この先景気が良くなる見通しはない。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・人件費を始め販管費を上げざるを得ない状況において、介護サービス料金の上限価格設定が大きな足かせとなっている。価格転嫁ができない状況で、介護保険制度は事業者を整理したいとしか思えない状況になっている。

	▲	その他住宅〔住宅管理〕 (経営者)	・補助金を使ったリフォーム工事もなかなか決まらない。建築資材の高騰により施工実施に結び付かない。これ以上物価上昇が続くと、景気の回復は難しい。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕 (従業員)	・年度も替わり見積りなど引き合い物件も少ない。
	▲	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・収益減少が予定されている。
	▲	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕 (営業)	・繁忙期が終わり、どうなっていくのか不安しかない。
	×	商店街 (代表者)	・地域専門電機店で物販メインのスタイルでは、今後ますます成り立たなくなってくる。しかし、サービスに特化した営業は地域限定では成り立たない。
	×	商店街 (代表者)	・所得に限られるなかで物価が上がり続ければ、当然生活は厳しくなる。値上げにより今まで購入していた商品を買わなくなる。取引先でも、仕入価格が8%も値上げされ、そのメーカーとの取引を中止している。メーカーにとってはこれまでであった売上がなくなるわけで、値上げをすればその分収入が増えるものではなく、かえって売上の激減も起こり得る。この先、大変な不況に陥る可能性がある。
	×	スーパー (総務)	・今年の賃上げも、上げ幅は物価上昇を上回るものではなかった。水道光熱費も料金上げが決まっており、この先景気が良くなることはないとする。
	×	乗用車販売店 (経営者)	・4月以降は需要が一気に落ち込んでいく。
	×	一般レストラン (経営者)	・仕入れ単価がどんどん上がっている。ガソリン代も高騰しており、光熱費も一向に下がる見込みがない。
	×	タクシー運転手	・ガソリン価格を始めた物価高騰の影響が大きい。
	×	設計事務所 (経営者)	・種まき案件もないため、良くなる気配が全くない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	・物価上昇で生活が厳しくなるなか、さらに金利が上がればどうなるか不安で仕方ない。
	×	住宅販売会社 (従業員)	・人生設計を考慮せず単なる欲求だけで家を購入する客は破綻する可能性が高く、購入を促しにくい。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業 (営業担当)	・米国の関税政策について方向性がみえてきたのか、今まで設備投資の様子見していた大手企業から発注してくる可能性が高まってきた。
	○	広告代理店 (制作担当)	・広告予算に対する企業側の価格設定にもよるが、特に屋外でのイベント等の企画が具体的に形になっている。
	□	化学工業 (営業担当)	・引き続き電材需要は増える見込みであるが、米国の自動車関税政策の影響で失速する可能性もあり、先行きが不透明である。
	□	化学工業 (総務秘書)	・米国の関税政策は自動車業界を始めとして強い衝撃をもたらしている。今後の影響を注視していく必要があるが、景気に影響を及ぼす時期はまだ分からない。
	□	窯業・土石製品製造業 (社員)	・特定の客からの受注増加ではなく全体的に注文量が増えている。しばらく現在の好調が続くようである。
	□	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した。
	□	電気機械器具製造業 (企画担当)	・米国の関税政策がどの程度影響するか分からないため、グローバルでの見通しは不透明である。国内動向も物価の高騰により可処分所得が増加するかはっきりしないため、予測が難しい。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・今夏はお盆前の時期に設備投資が期待できる。足元での年度末の設備投資と同程度の需要になる見込みである。
	□	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・求人募集を掛けても高齢者からの応募が多く、若い人が集まらない。
	□	輸送用機械器具製造業 (管理担当)	・ガソリン価格、米などの物価高騰が続く景気回復の見込みがない。
		□	建設業 (役員)

□	建設業（営業担当）	・ 通年型の仕事に関しては余り代わり映えがなさそうだが、予算が縮減される部分がかかなり目立っている。これから先は新たな取組を屋台骨の業務にプラスしていくことになる。新業務が日の目を見るまでには、まだ時間が掛かる見込みである。
□	輸送業（経営者）	・ 物価が上昇し続け、消費財の物量は下がる。
□	輸送業（従業員）	・ 既に4月の予定も少しずつ入っているが、3月、4月共に仕事量はほぼ前年並みである。前年と違い、利益をいかに確保するかが悩ましく、協力会社からの値上げ要求は確実に増えている。
□	輸送業（従業員）	・ 生鮮食品やその他の食料品の価格高騰によって、消費者物価は高止まりである。個人消費も低迷し国内物量も鈍化傾向となる。
□	輸送業（エリア担当）	・ 前半は前年より荷量が多かったが、後半からは減少し最終的には前年同様となっている。
□	輸送業（エリア担当）	・ 正直なところ景気は今後どうなるか分からない。景気が上向くのか下がっていくのか見通しが立たないため、変わらないとしか判断できない。何が景気をけん引していくのか、売れる物がなく何を作ればよいのか分からない状況である。その状況が四半世紀近く続いており、今後も変わらず続くと予想する。
□	金融業（企画担当）	・ 大手企業と同程度とはいかないまでも、ある程度連続した賃上げが中小企業にまで浸透しないと景気は良くなってこない。しかし、追従できる中小企業は多くないと考える。
□	不動産業（経営者）	・ 今後は前年同様に晴れの日や暖かい日が多くなる見込みで、外出や遠出をする人は増加する。今後も売上の増加傾向は継続し、前年を上回る状況が続く。
□	行政書士	・ 現状維持である。
□	会計事務所（職員）	・ 飲食店など消費者と接する店のうち、従前と変わらない営業の店は客が減っている。一方、他店とは違う特色を出している店は、価格設定が高かったり、以前より値上げしたりしても繁盛している。この傾向が既に定着しており、景気としては変わらない。
□	会計事務所（職員）	・ 原材料等の値上がり分に対して、客先は価格転嫁に応じる状態で、利益としては現状維持となっている。この先も引き続き応じてくれる保証はないため、価格転嫁が困難になった場合を考えると、物価上昇に歯止めがかかってほしい。
□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・ 米国の関税政策のショックにより世界は守りの姿勢に入るため、景気は減速気味となる。新製品や新施策による打破以外に方法はない。政府には、高速道路の無料化を考えてもらいたい。早期の実現を望む。
▲	食料品製造業（社員）	・ 販売価格の見直しを予定しており、販売量への影響が想定される。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・ 消費者の節約志向はますます強くなり、食品、特に嗜好品の購入に対しては、より厳しい選択にさらされる。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・ 足元の景気も余り良くないが、米国大統領により自動車関税が25%追加されるという発表があった。これを引き金に全産業への影響が見込まれ、景気は今よりやや悪化する。
▲	金属製品製造業（従業員）	・ 今年は夏にかけて仕事の動きが鈍いという声が多い。プロジェクト案件の工期が延長になっていることも原因である。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 良化する要素が見当たらない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・ 需要増加が見込まれないなか、米国大統領による自動車関税引上げの影響で輸出量が減少する。受注減少につながり、やや悪くなる。
▲	建設業（経営者）	・ 政治と金の問題が収束せず、期待感が持てない。今の状況では、未来が良くなるとはとてもいえない。
▲	輸送業（エリア担当）	・ 米国の関税政策など不透明な部分が多い。
▲	通信業（法人営業担当）	・ 人を助けるためにシステムを有効活用するべきと思う反面、余りのデジタル化は人の様々な力を劣えさせるようにも感じる。最近の行き過ぎたシステム化で、人がシステムに合わせる傾向が見受けられ、その繰り返しで景気や活気がますます衰えていくと考えている。

	▲	金融業（従業員）	・米国大統領の関税政策による日本企業への負担増加や日常生活への影響が懸念される。
	▲	金融業（従業員）	・米国大統領の関税施策により様々な変化の気配がある。我が国単体で見た場合も、家計の収支バランスがこの先良くなるイメージが持てない。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・じわじわとジリ貧感がある。事業を支える複数の柱を考えたくても、需要が読めないなかで先行投資して人件費がかさむリスクがあり、先に進めない状況である。
	×	食料品製造業（営業担当）	・商品コストが上がり販売数も減少している。良くなる要素がない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・回復が見込める先行きの話がない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、価格は更に低下する傾向にある。市場の縮小が続いており、景気は悪くなる。
	×	通信業（総務担当）	・上向くあるいは現状維持の要因がなく、これからどんどん悪化するのみである。日々の生活維持が精一杯という国民の思いを施政者、経営者は理解するべきである。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・当地域の国内自動車メーカー関連は、年度末に向けて上向きに推移してきた。人材募集においても応募も増え採用の動きが出てきた。4月以降も増産の話聞いており、このまま上向きを期待する。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今月になって進学から就職へ進路変更した学生でも1か月弱で内定を得ており、相変わらずの売り市場を実感する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げは企業の業績や規模により限定的で、実質賃金が下がっている人が多い印象を受ける。
	□	職業安定所（所長）	・周辺企業からは倒産等の話はなく、安定した状況がうかがえる。
	□	職業安定所（職員）	・春闘による賃上げ情報をみる限り、上向き傾向に期待が持てるものの、飽くまで大手企業を中心とする状況である。中小・零細企業でこの賃上げ競争に追従できるかどうかが問題で、今しばらく様子見の状況が続く。
	□	職業安定所（職員）	・エネルギー価格や物価の上昇が今後も継続するのか、景気や消費マインドに与える影響について注視する必要がある、先行きが不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・人件費や原材料費等の上昇、円安や関税問題等の不安定要素はあるが、求人数は微減増を繰り返しており、当面はこの状況が続く。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比増加したものの、新規求職申込件数も同様に増加した。
	□	職業安定所（雇用開発担当）	・米国における25%の自動車関税引上げにより、自動車産業に与える影響が懸念される。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・昨今の求人募集での売り市場に合わせ正社員を目指す人が増えた。有期雇用である派遣は、スキルのある人材発掘に向けて募集の打ち出し方を見直すことが急務である。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末から年度明けは、転職希望者の活動意欲が減退する時期であり、ゴールデンウィーク明け以降に新規転職活動者が増加する見通しである。米国関税政策の影響など地政学的な要因による採用見送りの動きは大きくない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・大学の新卒求人について、今後2～3か月先に現状から増減することは考えづらい。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・自動車業界への米国の関税引上げの影響や工場火災による生産遅延など悪条件が重なり、景気が後退する危険性がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・例年4月以降は登録者数が低調に推移するため、好転する材料が見当たらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・今月が良かった反動で、先の予約状況は余り良くない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・人材不足が更に加速し、人材獲得がますます困難になる傾向で、求人企業は優秀な人材を獲得するためにより条件を引き上げざるを得ない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価高やコスト高に歯止めがかからず、今後も悪くなる方向と考える。
	▲	職業安定所（職員）	・人手不足や物価の上昇が続くなかで、前年までは希だった後継者不足等の理由で事業継続を断念する事業所が毎月のように発生している。
	×	—	—