

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)	◎	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・全体的に動きが良く、契約数も売上も多い。例年の5月は特別動きが良い時期ではないため原因は不明だが、今月の販売は順調である。商談開始から購入を決めるまでのスピードも速い。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・マイカー利用の観光客は着実に増えている。鉄道利用の観光客はまだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況まで戻っていない。観光バスは新型コロナウイルス感染症発生前には程遠い水準である。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後も来客数が減少せず増えている。来客数増加と、購買点数増加の影響も大きい。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・大型店閉店で明らかに客層の変化がみられ、来客数も増えている。
	○	スーパー（店員）	お客様の様子	・競合店が開店して一時来客数が減ったが、当店の方が安いことが分かり客が戻ってきている。
	○	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博開幕に伴う新幹線利用客の増加により、駅構内の物販店への来客数も増加しており売上増加に寄与している。
	○	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・近隣で新築工事が増加し、建設関連客の来店頻度や単価に反映されつつある。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫がよく売れている。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・必要な整備はしっかり行う客が増えてきた。
	○	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・販売停止の車種が多く新車の販売台数は減っているが、限られた販売可能な車種を大切に売るようになり、1台当たりの販売単価が上がり1台当たりの利益率もかなり上がっている。
	○	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	・足元は堅調である。引き続き物価動向、米国関税政策の影響等を注視していく必要がある。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は来客数、客単価共に増加した。一方、宴会及びレストラン部門は前年並みで足踏み状態である。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・国内需要は横ばいだが、インバウンド需要が伸長している。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・大阪・関西万博を始め、夏以降の旅行予約も入ってきている。大阪・関西万博については予約抽選方法が大変ややこしいため説明する側も困惑している。客からは当日抽選も9時に入場しない限りなかなか当たらないという話を聞く。夏の予約状況については、大阪・関西万博を絡めた家族旅行や航空機を使った北海道、沖縄という遠方の計画も多い。今年も海外旅行は少し控えめの予約状況で、アジア圏は観光や食事付きのプランが人気である。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・物価は相変わらず高止まりしているが、大阪・関西万博や各地のイベントへ出向く観光客は増加している。さらに、団体旅行も好調で、旅行代金は例年より高くなっているが実施は増えている。しばらくはこの状況が続く。
	○	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークがあったため、売上が伸びた。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・有り難いことに地元の商店街への来客数は依然として多いが、やはり客単価が伸びない。ただし、購買意欲は低下していない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価の上昇により、日用品の購入だけで家計が一杯一杯になっている。生活必需品以外の商品が全く売れない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・商店街のなかに店を構えているが、商店街への来客自体が圧倒的に少なくなっており売上が立たない。

☐	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・母の日の売上は前年よりやや減少したが、ふだんの来客数、販売量はほぼ横ばいである。
☐	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・客の購入頻度、購入金額が減ったまま戻らない状況である。
☐	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中の行楽客や帰省客の需要が高まり、食品やレストラン、服飾雑貨部門の売上は好調だった一方、富裕層に向けた高額品やインバウンド消費に向けた化粧品等、消耗品の売上が落ち込んでいる。
☐	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数、買上率とも大きな変化はない。インバウンド需要は相変わらず低調となっている。
☐	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・購買意欲は安定しており、販売促進施策で来客数が戻ってきている。しかし施策後の落ち込みに懸念がある。インバウンドはやや増加し、購入率が高い。
☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・米以外は節約傾向にある。
☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・ドラッグストアや近隣の競合出店などが相次ぎ、来客数が減少している。
☐	スーパー（店員）	単価の動き	・ゴールデンウィークは遠出をしない傾向だったのか、ふだんと変わらない常連客が来店し売上が落ちることはなかった。野菜の価格が落ち着いたものの、特に大きく売上を伸ばす品物がないためほぼ横ばいで推移した。
☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日の売上が多いため、今のところ余り変化はない。
☐	コンビニ（店長）	単価の動き	・値上げにより単価は上がっているが、来客数の伸びはほとんどない。
☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・判断が難しい月となった。各種公共料金の支払がかさむ月であり、高額な自動車税の支払もあって節約傾向が高くなるのは当然であるが、天候の不順による来客数の減少が響いた。特に週末に雨天が多かったことが大きく影響した。もし週末が好天続きであったら、前年並みの数字が取れていた。
☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年比では増加しているが、来客数の増加によるものではなく物価上昇による値上がり売上に寄与している部分が大きいため、景気は余り変わっていない。
☐	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年割れの店舗が半数程度あるが、客単価の上昇によりほとんどの店舗で売上が前年を上回っている。
☐	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は変わらず好調を維持しているなかで、販売点数は少し下落傾向にある。季節商材を除いて、物価高騰による影響か、プラス1品商材のカテゴリーに落ち込みがみられる。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価が上がっているため売上は前年を超えているが、販売量は前年を超えられない。
☐	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・売上は前年比104.5%であり、3か月前と比較して、売上推移にネガティブな印象は受けない。また、生活に密接するコンビニ事業は世の中の状況を反映するという意味で、加盟店の売上推移が現状維持である以上、景気についても過去から変化がみられない。
☐	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・客の話を聞いていると、食料品や衣料品といった生活必需品のなかでも、食料品は多少高くても購入せざるを得ないが、衣料品等に関しては現在使用している物でも十分に対応できるとのことで、必要最低限の物のみ購入し、それ以外の物に対して金を使うことがない様子である。
☐	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が3か月前同様に前年より落ちている。

☐	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・客との会話では、米価格の上昇を始め生活に関するコスト増加の話題が中心となっている。消費者の購買心理として、物が高くなりますます切り詰めていかなければ生活していけないと必要以上に捉えている様子である。そのようななかで、新車の話を切り出すのはなかなか難しい。
☐	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売量は新車、中古車共に前年割れを起こしており、余り良い状況ではない。ガソリン価格が下がり始めたのは自動車業界には良いことであるが、客と話をしても、米と同じで高いままという印象を受ける。気軽に遠出ができる状況ではない様子で、現状は余り変わっていない。
☐	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・ガソリン価格や米価格を中心とした物価高が大きく影響している。
☐	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・前年と比較して遅い時間の来客数に戻りがみられた。販売促進施策による部分も大きい。ただし、節約志向がみられ、メリハリ消費の様子である。
☐	一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・団体客の客単価が下がっている。
☐	バー (経営者)	お客様の様子	・客の様子には特段の動きがない。
☐	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	お客様の様子	・毎月イベントやフェアを実施しているが、前年と比べて同等又はやや微増の結果となっている。様々な物の価格の上昇は一旦織り込み、また、米の高騰など消費意欲にどの程度影響が出るか気になっていたが、今のところマイナスの影響はない。
☐	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・2月以降、前年比7～10%程度来客数が増えている。2月も同様の状態であったため、景気は変わっていない。
☐	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊はゴールデンウィーク以降低迷していて、単価も下がっている。レストランは、週末のランチが好調である。宴会は、比較的順調である。
☐	都市型ホテル (営業担当)	それ以外	・余り4か月前と比べ変わっていない。高い水準を維持している。
☐	旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・少し鈍化している。
☐	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・物価上昇の影響で旅行を控える人が増えている。
☐	旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・3月頃から団体旅行は春の繁忙期で、取扱は例年並みである。夏季は猛暑を理由に団体旅行を控える傾向があり、7月から9月上旬は一旦落ち着く見込みである。
☐	通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・新規契約数、解約数共に前月並みで、前年より2割ほど低いレベルで推移している。
☐	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・金融関係の客は金利上昇の関係でやや上向きの傾向を感じるが、対するエンドユーザーは買い控え等もあり大幅に上昇している様子はみられない。
☐	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・大阪・関西万博などがあり不透明な状況である。
☐	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・5月はステージイベント等を企画した土日や祝日の多くが雨天となり、集客に相当な痛手を被った。来客数は月次目標未達となり、前年度をやや下回った。
☐	観光名所 (案内係)	お客様の様子	・客からは、誰に聞いても景気が良くなるという声は聞かれない。どちらかといえば悪いと答える人が多い。
☐	ゴルフ場 (経営者)	単価の動き	・物価高騰や人件費増加に伴う価格転嫁が難しい。
☐	その他レジャー施設 [鉄道会社] (職員)	お客様の様子	・価格高騰や雨の週末等、景況感を測るには不向きの月であったが、客の様子は通常どおりであった。
☐	美顔美容室 (経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークで行楽に出掛ける人が多く、来客数が少し減った。
☐	美容室 (経営者)	お客様の様子	・2～3月は寒かったため、どんな職種でも出足が悪かったが、5月になり気候も良くなって行楽シーズンに入ったことで来客数が増えた。

□	美容室（経営者）	お客様の様子	・米価格やガソリン価格を始めとした物価上昇のため、美容代を控える人が多い。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	お客様の様子	・福祉用具のレンタル提案において、制度により上限価格更新のたびに値段が下がる状況にあっても、機能よりも価格で選ばれるビジネス環境であることは変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・景気は横ばいである。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・原価が高騰しすぎて著しく受注が減少した。
▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・米国関税政策の影響に尽きる。
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ゴールデンウィークまでは比較的売上が良かった。来客数はそれほどでなくても、購入に至る客が多かったため売場の予算が達成できていた。連休明け以降は店内に人もまばらで、売上が厳しい状況が続いている。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前月より悲観的な雰囲気ではなくなっているが、富裕層もまだ半信半疑な様子で消費マインドはそれほど高くない。
▲	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・ブランド品の値上げなどによる影響で、高額品の売上が前年比マイナスである。シェアは低いがインバウンドも同じ傾向にある。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は特売時に一時的しか増加せず、期間トータルでは前年比90%台前半で推移している。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は例年と比べて雨が多く気温も低かったため、飲料やアイスクリームの売行きが悪く、全体として低調であった。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・5月は急激に売上が減少した。消耗品の衣料品が動かない。年度替わりの端境期のような印象を受ける。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・売上が前年割れしている。長期予報では今夏も暑くなる予想で、実際5月も夏日があったが、思いのほかエアコンの動きが悪い。前年が猛暑でよく売れたこともあるが、大型店と比べてもエアコンの前年比が悪い。売れたとしても単価が安く、客の生活防衛意識の高まりがある。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・点検の頻度を減らしたり、修理費を中古部品で賄って安く抑える依頼など客の支出削減の意識がみられる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから新規客の来店も減り、想定よりも受注が伸びてこない。車両の価格が上がっており、既納客の買換えも鈍い。
▲	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・平常期に入り新年度向けの販売量が落ち着いてきた。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年はそれほどでもなかったが、今年はゴールデンウィーク明け後の来客数が極端に減少している。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	単価の動き	・物価の底上げ感が強すぎる。米国の関税への警戒などもあり、消費控えを強めている印象を受ける。
▲	旅行代理店（経営者）	それ以外	・米や材料費の値上げで飲食店の内容が悪化しており、かなり客離れが進んでいる印象を受ける。今後も様々な食料品の値上げが予定されており、飲食店の閉店が顕著になるだろう。人手不足とはいうが、飲食店従業員の時給単価は低いまま推移しており、外国人労働者が転職しようにも地方の前職場の方が給料が良い現象もみられる。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・3月以降天候が暖かくなってきて客足も増えつつある。特に週末の客足はある程度期待できたが、毎月徐々にタクシーの利用客が少なくなっている印象を受ける。最近は週末でも余り期待できないような低迷感がある。

	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・余り客が来ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話では、米を始めとして全体的に物価が高くて苦しいという声が多く、景気が良い話は聞かない。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からはこれから景気が良くなるという話は一切聞かれない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・来客数が前年より減少した。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・分譲住宅を多く手掛けている他社が、行政側の許可が予定より大幅に遅れているため、当初計画からの変更を強いられている。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・公共事業でも、建築資材高騰のためどの指名業者も予算超過で仕切り直しになり仕事が受けられない異常事態が続いている。人手不足による人件費や建材価格など全ての物価高で契約が取れず、どの業者も不安を抱えている。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来客数は前年よりも減少傾向であった。ただし、We b 関連は横ばいである。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・米を中心にいろいろな物が値上がりし、収入は増えていないため周りのスーパー等の様子をみても動きが悪い。周囲の人に聞いてみても景気は余り良くないという答えが返ってくる。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・4月のアルコール飲料値上げの影響か、飲食店でのアルコール飲料の消費が大きく減少している。
	×	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・天候が暑くなったり寒くなったり安定しないことや週末の天候がすぐれないことで来客数が減少している。また、インバウンドも大きく減少しており、外商を中心とした富裕層の購買も伸びがみられない。全般的に物価高騰や米国関税政策による企業収益悪化想定などが消費マインドにも影響しており、売上はここ3年間で1番厳しい状況である。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中は人の流れがなかった上に、連休が明けて以降も来客数が極端に少ない。既存客の中には体調不良で外出を控えているという人が増えている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・物価高騰の影響を受ける。
	×	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・大阪・関西万博やパンダを返還する施設、近隣の無料公共施設に客が流れている。加えて毎週土日の天候が悪い。
	×	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・単価の低い物に契約が集中し、中～高価格帯の物は売行きが悪い。価格帯による売上の差が激しい。
企業 動向 関連 (東海)	◎	－	－	－
	○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・自社で扱う取扱物量は3か月前よりも僅かながら増加しており、企業間消費が上向いている印象を受ける。
	○	行政書士	取引先の様子	・長年、荷主の信用を得て輸送を担当している物流業者は、余り景気、不景気の影響を受けず安定している。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・販売量、受注量共に大きな変化はない。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・A I 向け電子材料薬液の需要好調が継続している。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・世界経済は米国関税、日本経済は米価抑制が話題を席けんした今月であったが、身の回りの景気に影響があったかといえばそうでもなく、悪くない景況感が変わりなく続いている。街中では外国人旅行者や若者、外国人労働者、健康な富裕層の高齢者が現世をおう歌するようにかっ歩している。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物件の動きが静かだったが、最近動きがあり思いの外忙しくなっている。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米国の関税方針に振り回されつつも、東南アジアでは半導体関連設備の設備投資が盛んだが、北米や欧州では勢いがなく、合わせると現状維持である。

□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量としては悪化傾向ではあるが、大きな変化でもない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在庫調整が進んだせい、年度末等も影響なく受注量は横ばいで、消費のバランスが取れている。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・まだ続いている値上げラッシュに加え、米も落ち着くと思わせながら結局値段は下がらないのではと疑っている。ガソリン代も10円の値下げでは中途半端である。
□	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕事の依頼はあるが、見積りの段階で材料費高騰との折り合いがつかずに流れてしまったり、保留の状態が続いたりして、前年からなかなか実際の作業に結び付くことが難しくなっている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・4月もそうであったが、米国の関税政策についてまだどうなるか分からないため、荷主も先行きが見通せない状況である。荷物量は以前と比べて若干減っており、荷主が制限をしているのか需要がないのかは分からない。
□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・この1年で米の値段が2倍になったことは、生活者の目線からは理解できない。そして備蓄米が放出されたとして、将来的に安定して米を手に入れられるのか甚だ疑問である。生活者は日常生活に窮する状況である。余りの生活コストの上昇に理解力が及ばず、今は米が安くなりさえすればよいという感覚しかない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・米国の関税や米価格など不安定な要素が多くあり、景気は変わらず良くない。
□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業においては、材料価格の高騰等により原価率が上がっていることに加え、更なる給与の引上げが求められているが、大手のような引上げは非常に厳しい状況にある。それらの原価率の上昇を受注価格に十分転嫁できておらず、利益率は下がってきている。
□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも暖かい日が多いこともあり、外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月の売上は前年を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	・飲食物から生活用品、資材まで全般的に物価が上昇しているため、広告で集客を募ってもそれほどの効果はみられない。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	それ以外	・電車内の吊り下げ広告などのほとんどが事業者関係の広告で、他企業の広告は以前のようにみられなくなった。宣伝料の出費を抑えている様子である。
□	公認会計士	取引先の様子	・売上については微増の印象を受けるが、人件費の高騰及び仕入高騰の物価高をカバーするほどの増加にはなっておらず、営業利益ベースでみると減少している顧客が多い。また、コロナ禍に借りた借入金の返済も始まっており、横ばいが続いている。
□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・顧問先の売上や利益は前年と比べ余り変わっていない。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・米国関税政策の影響や食料品その他の物価高で受注量、販売量共に減少している。
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・3月までの駆け込み注文の反動なのか、例年より受注量が少ない。小幅な原料の値上げはあるが、価格交渉の手間を考えると販売価格への転嫁は難しく、利益が圧迫されている。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・収入が増えないなかで、ガソリンや米などが値上がりしている。政府は減税には積極的でなく、周りの人も生活防衛のため支出を抑えている様子である。
▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・部品、原材料共に値上がりしていない品物がないほど全ての物の価格が上昇している。
▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・分譲住宅の販売実績としては、今年の5月は例年になく最低の契約数であった。来客数が急激に減ってきている。

	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇は続いており、消費財の通過単価自体は上昇を続けているが物量は低下している。住宅関連設備なども生産が落ちている。
	▲	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	・世情は米価格の上昇と備蓄米の放出方法でにぎわっているが、設備投資においても部品単価の上昇で苦しんでいる。どこでこの単価上昇が止まるのか不明で、大半の経営者は先行きに不安を抱いている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入って受注量、販売量共に例年比10%以上悪くなっており、この状況が続いている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量の減少が著しい。
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・世の中にある財やサービスに対して、購買したいという意欲が湧かない、若しくは購入したい物があっても先々のことを危惧して購入できない。
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・米価格を中心とした物価の上昇で国民の生活は圧迫され、例年と比べて厳しい状況で不安感が強い。
雇用 関連 (東海)	◎	－	－	－
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク期間は地域の祭りで盛り上がり、また、後半には法人関係の利用が増えたためやや良かった。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・米国関税の大きな影響は今のところなく、2025年新卒の配属が順調に進んだことや大口顧客から中期的な増員計画で引き合いがあること等から、足元の景況感は変わっていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・4月からの就業開始者のなかでミスマッチの退職者が少数いるが、市場感では特に変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇に対する賃上げが足りていない状況で、米不足や米価格高騰の影響もある。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・当地域の国内自動車メーカーはやや上向き、別の国内自動車メーカーは1種類の車種のみ好調、また、別の国内自動車メーカーは上向きである。米国関税による新車価格上昇を懸念した駆け込み需要が発生しているため新車の販売は増加しているが、今後関税政策の影響がどこまで出るか不透明である。生産状況は今までどおりである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は2か月ぶりに増加しているが、一方で製造業においては、原材料価格の高騰や技能実習生などの活用による体制確保により、求人数を減ずる又は求人提出を控える動きが見受けられた。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比較して、全体で2.6%減少という微減の状況であった。産業別では、運輸・郵便業の新規求人数が大幅に増加、建設業、卸売小売業、宿泊・飲食サービス業、生活関連サービス・娯楽業の新規求人数は減少となった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・原材料価格や人件費などのコスト増加が続き、経営状況が厳しい小規模企業を中心に、採用を控える動きが出ている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・例年であれば今頃は大手製造業の求人が大量に出てくるのがトレンドだが、今期は経済動向や利益確保に向けて採用ポジションのオープンが鈍化している。
	▲	人材派遣業（営業担当）	雇用形態の様子	・相変わらずの人手不足、原材料費高騰により中小企業は厳しい状況が続いている。人件費を抑えることでしのいでいるが、賃金単価上昇の波に逆らえず、自社利益がない状態で捻出することから企業の財務状況は悪化し続けている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・全体の求人数は3か月前と比べて減少し、求職者数も減少しているため、マッチングが難しくなり、採用者数は減少している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人総数やフルタイム、パートタイムの求人数はいずれも5か月連続減少しており、特に管内の主要産業である製造業の求人数が前年同月比で3か月連続減少した。
	×	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・当社主要エリアである東海地区の登録者数が、前年比40%減少となり危機感を持っている。