

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・令和になって以降、観光業は新型コロナウイルス感染症の流行により壊滅的な打撃を受けてきたが、ようやく回復して以前の状況まで戻ってきた。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が継続して好調である。加えて高単価の弁当も好調だが、発注改善の影響が大きい可能性もある。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価高に伴う値上げで、売上は増加している。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・若年層の客が増えている。
	○	スーパー（店員）	お客様の様子	・野菜の価格も例年どおり下がっており購入意欲は高い。ただし、安い物にしか目が向いていない。
	○	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・直近は値上げの影響により客単価が伸長していることに加え、大阪・関西万博やインバウンドの増加により、来客数も堅調に推移している。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・法人客が増加している。新規採用に伴う用品やユニフォームの売行きが良い。6月に施行した熱中症対策のための暑熱対策用品の売行きが伸長し、備品購入や福利厚生への投資が増えている。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・高性能エアコンの売上が伸びた。予算が高めである。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・今年もエアコンが売れている。3年連続の猛暑となりそうで、単価も上昇傾向にある。
	○	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	・引き続き足元は堅調に推移している。米国の関税政策や中東情勢の動向は注視していく必要がある。
	○	一般レストラン（従業員）	販売量の動き	・ボーナスが入ったため、来客数が増えている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・震災を予言する風評の影響で、主にアジアからのインバウンドが低調だが、宿泊部門全体では堅調に推移している。料飲部門は、原材料費高騰による値上げが影響し、やや低迷している。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・秋口の旅行受注が、やや増加傾向にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街への来客数は依然として多く活気はあるが、購買数や客単価は上がっていない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・米、ガソリンなど日用品の価格が高く、耐久消費財やぜいたく品の購買力がかなり落ちている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・必要最低限の家電のみ購入している様子である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・取引先に全国チェーンの飲食店があるが、現在はもうかっていないという話を聞く。周囲でダブルワークをする人が増えており、収入が足りないため掛け持ちせざるを得ないとのことで、生活が厳しくなっている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は徐々に減少する状況が定着しつつある。購入する場合、安い物でもしっかり吟味して、考えてから決める客が増えている。
	□	一般小売店〔文房具〕（店員）	お客様の様子	・見ただけで帰る客が多い。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わった後は、依然として来客数が増えない状況が続いている。
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・平日に来店する客はほとんど購入に至らない。目的買いの客はまっすぐビジネスシューズの売場へ向かうが、そうでない人はカジュアルからビジネスまで一通り見て回り、手元のスマートフォンで何か検索してそのまま帰ってしまう。高齢者層の客は散歩がてら見に来ている様子の人が多く、少し雑談だけして帰るため、平日は売上が立たず厳しい状態が続いている。

☐	百貨店（営業担当）	単価の動き	・暑さのせいか物価高のせいかは分からないが、来客数は少ないものの客単価は上がっている。
☐	百貨店（販売担当）	単価の動き	・購入マインドは変わらず高い。中高単価品が良く稼働し、販売促進施策の反響が大きかったため、購入率が高かった。インバウンドはややマイナスである。
☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・米価格の高止まりによる影響で、買上点数が減っている。
☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合先と比較して前年比の売上が悪かったため、会社を挙げた販売促進強化により、来客数が増加し売上は回復傾向にある。ただし、商品の値上げが止まらない限り、買上点数の増加にはつながらない。
☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・余りイベントがない時期であるため、来客数は増えていない。
☐	スーパー（支店長）	お客様の様子	・外的要因である米国の関税問題、物価上昇や米問題など消費者にとって明るい材料がなく、先行きに不安しかない。
☐	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・雨の日は売上が落ち込むが、以前ほどではなくなった。
☐	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数は若干減少しているものの、客単価の上昇により売上は上向いている。
☐	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・各種商品の値上げに伴い、客単価は上昇しているが、販売量が少しずつ下落している。実態として、梅雨時期に売れる飲料などは好調だが、買上点数は減少している。
☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・6月は創業50周年ということで大きな企画もあり、おにぎり、ベーカリー、玩具やデザート類が非常によく売れた。ただし、来客数はそれほど伸びなかった。
☐	コンビニ（店長）	単価の動き	・単品価格は改定されたが平均客単価は低調で、かなり買い控えがあった印象を受ける。様々な出費が重なり、菓子や嗜好品などを我慢している状態である。フィギュア等のコレクション商品への反応も薄かった。逆に、割引クーポンなどへの反応は良く、施策としては値引きせざるを得ない実態がある。
☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年比では7～8%プラスで推移しているが、来客数はほぼ変わっていない。売上増加は商品の値上げによるもので、景気は変わっていない。
☐	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今年は雨の日が少なく、来客数は若干増えたものの、売上は前年並みにとどまっている。
☐	コンビニ（本部管理担当）	販売量の動き	・6月は来客数が前年比97.0%、客単価が前年比104.6%となった。ここ数年、来客数が前年を下回る一方で物価高の影響により客単価が向上し、売上をけん引する状況が続いている。小売業界に共通する傾向で、現在の景気状況を反映しているが、3か月前と比較して変化はない。
☐	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・少し早く暑さが到来したことで、エアコンや扇風機を中心に来客数が前年より大きく伸び、季節商材がよく動いたが、全体的な景気は変わらない。
☐	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。暑さのため外出を控えている人も多い。事故による修理入庫も少ない。
☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・平均すると変わらないが、生活状況が良い人と悪い人が大きく分かれてきている印象を受ける。
☐	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・販売台数は減少しているが販売単価が上がっており、メーカーから割り振られた台数を1台1台大切に売ることで、1台当たりの単価が上昇している。
☐	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・消費者の感覚として、生活に係る物価が高すぎると強く感じており、生活防衛のため生活必需品への出費を第一に考えている。車のような大きな買物を考える余裕が持てないと、必要に迫られていない客に対しては、話のきっかけすらなかなかつかめない。
☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ボーナス商戦前で比較的販売台数は落ち着く時期であるが、販売台数、来客数共に、前年割れはしつつも堅調である。ガソリン代が下がってきたこともあり、外出の話題が増えてきている。

☐	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・今月は前年並みで推移している。本格的なボーナス支給や夏休みを控え、また、物価高騰の影響もあり消費が低迷している。一方、低価格帯のメニューは好調に推移している。
☐	一般レストラン (経営者)	それ以外	・近所の飲食店をみると、SNSなどを通じてアピールできるような店は繁盛しているが、自店ではそれができないため、現状維持でも仕方ない。
☐	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は時期的に増えているが、販売量は思うようには伸びていない。
☐	その他飲食〔仕出し〕(経営者)	お客様の様子	・中東情勢、米国の関税問題や物価上昇などの問題を抱えながら、不確定要素を様子見しつつ、消費行動が行われている。
☐	その他飲食〔ワイン輸入〕(経営企画担当)	お客様の様子	・様々な物の価格が上昇しているが、消費者の消費意欲が減退している様子はみられない。イベントを開催すると予想どおりの集客があり、売上も前年と同程度か2～3%上回っている。
☐	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3月も今月も前年比7%から10%の来客数増加となっており、やや良い状況が継続している。
☐	都市型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・景気が良いのか悪いのか、余り実感できる材料がない。
☐	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・物価上昇に世界情勢も重なり、海外旅行に出掛けづらくなってきている。ロシアによるウクライナ侵攻、中東事情に米国も加わり状況が良くない。湾岸戦争のような時代が来ると旅行会社にとってはイメージダウンで、懸念している。夏にかけては気候の動きも大変不安である。
☐	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・大阪・関西万博への旅行の問合せが増えている。旅行代金は物価の上昇に連動して値上がりしているが、旅行者は増加している。これから暑さの厳しい夏を迎えるが、外出する人は増える見込みである。
☐	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・4～6月は団体旅行の上期における繁忙期として好調であった。
☐	通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・特に変わりはないが、インターネットの用途が変わりつつある。見守りカメラの設置やテレビで動画配信サービスを見たいという理由のほか、漠然とインターネットを利用したいから始めるという人も増えつつある。
☐	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・6月に入ってから来客数が減少している。大阪・関西万博へ行く人が多い。
☐	テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・休日の企業催事のお陰で、どうにか目標の入園者数に達したが、月の前半は天候不順、後半は猛暑により、全体的に集客が伸び悩んでいる。
☐	観光名所(案内係)	お客様の様子	・客はどの店でも長居することなく、早々に帰る人が多い。
☐	その他レジャー施設〔鉄道会社〕(職員)	それ以外	・地域の観光地では貸別荘やキャンプ場などで安定した集客がある様子だが、周辺の生活域でのにぎわいは今一つである。
☐	美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・前月同様にホワイトニング商品のキャンペーンによる売上が伸びている。
☐	美容室(経営者)	来客数の動き	・3月はまだ肌寒く出足が悪かったが、6月に入り暑くなったことでパーマやカットに来店する客が多くなってきた。
☐	美容室(経営者)	お客様の様子	・ガソリン代や電気代の高騰による影響か、客の来店頻度が下がっている。以前は1か月に1回来店していた人が1か半月に1回になった。
☐	美容室(経営者)	お客様の様子	・ほとんどの客が物価高や米価格の高騰に関する話題で持ち切りで、景気が良い材料は見当たらない。
☐	その他サービス〔介護サービス〕(職員)	単価の動き	・値上がりによる経費の高騰はあっても、介護保険制度によりサービス費の改定ができないジレンマを抱えている。
☐	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・人件費や材料価格の高騰はあるが、受注は若干上向き傾向である。
☐	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・明確な住宅購入を促進する施策がみえてこず、来場客もまばらである。

□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・来客数は増加しているものの、成約にまでつながっていない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	お客様の様子	・修理代も高くなり、すぐに施工しない家主が増えた。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店への来客数はどの店でも大きな波があり、来客数がゼロの日もあれば満席になる日もある。それに伴い、飲料・酒類の販売は安定しない。
▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・これまでインバウンドや富裕層による高額品の売上に支えられてきたが、今月は厳しい状況である。外商や法人顧客の受注も、手控えや先送りが目立つようになってきている。一方、雨天が少なく例年以上の暑さで、夏用の化粧品や婦人雑貨、婦人服などの動きが目立つ。和菓子や洋菓子の動きは暑さの影響を受けて鈍いものの、米や総菜の値上がりがあるなかで、弁当の売行きが好調である。単品での購入するよりもセットになった弁当を購入する客が増えている。
▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・客単価の下落に加え、インバウンドの売上が大きく落ち込んでいる。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は横ばいであるが、今月に入って買上率や客単価が下がってきている。高額商品の動きも少し鈍くなっており、インバウンドの買上も減少している。
▲	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・値上げの影響で高額品やブランド品、インバウンドなどの動きが悪い。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑の影響で食欲が湧かないという会話が店内では挨拶のようにある。食料を買い込むというより、必要な分だけの購入になっている。
▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・スーパーの食品売場においては、単価の上昇による売上の増加がみられるが買上点数は減少している。衣料品や暮らしの品については、食品に家計の大部分が回っている影響でかなり販売量が減少している。生活必需品の伸びも厳しく、衣料品・暮らしの品の売上の落ち込みはかなり深刻な状況である。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・より一層財布のひもが固くなった印象を受ける。スーパーやドラッグストアには価格面で劣るコンビニへの客足が鈍くなっている。
▲	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・賃上げ効果もみられず、むしろ節約志向が高まっている。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き	・来客数が減ってきている。猛暑も原因の1つだが、財布のひもが固くなっている。
▲	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・平日はめっきり来客が減り、土日で何とか盛り返している。ボーナス支給前は財布のひもがかなり固い。スーツを購入する人はほとんどなく、上下のセットアップやノーアイロンシャツ、パンツ等を単品で買う客が多い。特にノーアイロンのワイシャツが売れているが、大手ファストファッション店が隣にあり比較をすると値段が高いことため、見るだけで移動する人も多い。なかなか厳しい状況が続いている。
▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型車が発売されたものの動きが悪い。予想したより来客数も少ない。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月は動きが少なかった。前月はやや良かったことから期待したが今一つで、例年どおりやや悪い程度である。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・在庫がなかった頃と在庫がある程度確保できている現在で、販売台数にほとんど差がない。納期が掛かるイメージが浸透し、在庫があってもすぐに購入とならず、買い方が変わってきている。横ばいが続いている。
▲	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・新年度になってから注文量に余り勢いがみられない。

	▲	都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・宿泊は悪化している。関西方面に日本人客、インバウンド共に集中し、当地域は少ない客の取り合いとなっている。宴会、レストランは従来どおりである。
	▲	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・米国の関税政策による影響や米価格の上昇等でかなりの節約意識がある。新幹線も意外と空席があり、世界情勢の不確実性が増して消費者心理に影響しているように見受けられる。生鮮食料品店は、低価格店に客足が流れている。百貨店は取りあえずインバウンドに支えられているが、居酒屋など飲食店は人手不足もあいまって、人気店と不人気店の差が開きつつある。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・なぜか月を追って客の乗車率が低迷している印象を受ける。2～3か月前は新社会人や退職者の歓送迎会等も手伝って深夜の乗車客があったが、ここ最近は、人出はある程度あるものの乗車には至らない。景気は以前より悪くなっている。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数は、前年あるいは前月と比べてやや減少する程度にとどまっているものの、解約件数は大きく増加しており、景気が悪化している。
	▲	テーマパーク（職員）	単価の動き	・価格が安い物を購入する客が多い。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・売上が減少している。遊技機が客にとって遊びにくくなりつつある。週4日来店していた客が、週2回に減少するなど非常に厳しい状況となっている。
	▲	パチンコ店（従業員）	単価の動き	・高齢者層の来店控えにより、低単価商品の売上が減少した。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・気温が高くなり例年であれば来客数が増える時期だが、今月は余り伸びなかった。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客から景気の良い話は聞かれない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・建築工具が2～3割値上がりし、建材も人件費も上がり、物価高が止まらない。どのリフォーム物件でも、良質な建材は使えないと同業者が苦しい胸の内を語っている。いつになったら経済が回るのか心配である。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・どの店舗でも前年比100%を超える店舗はない。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の年齢層が高いため、電話をすると体調が悪く外出を控えているという人がほとんどである。実際に来店すると買い控えはみられない。高齢者には、物価高よりも暑さの方が堪えている様子である。
	×	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高と天候不良の影響を受けて野菜等の価格が大きく変動している。客からは将来に対する不安の声ばかりが聞かれ、新車購入どころではない様子である。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず物価高騰への対応がみられない。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・良くなった要素が1つもない。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・廃業する下請け業者が増え、今まで休みを取れなかった下請け業者の従業員も休めるようになったが、仕事の発注も少なくなった。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・A I 向け最先端技術に使用される電子材料薬品が好調で、特に台湾、中国向けが伸びている。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・取引額トップの客から一部の製品において通常の3倍以上の追加注文が入り、一気に在庫がなくなり、増産体制に入っている。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米国の関税施策で設備投資の様子見している客は多いが、もう待てないという雰囲気もあり、北米を中心に半導体関連の受注増加に備えて各代理店が在庫を増やす動きがある。
	○	新聞販売店〔広告〕（店主）	競争相手の様子	・熱中症対策が義務化された影響で、従業員に対する福利厚生充実が図られており、クールネックやアイスベストなどをあっせんしている。季節的な循環需要を考えると良い動向にみえる。

□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は国内外共に大きな変動はない。国外情勢に懸念事項が多いが、現状は各国に動きは見られない。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・株価が5か月ぶりに4万円台を回復し、景気は悪い様子ではない。為替もよく変動するがトレンドも読み取りやすく極端な動きではない。街のにぎわいや人気店の行列は続き、景況は良好である。
□	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の値下げ圧力があり、世間の動きと逆行している。仕事量が少ないのか、値上げ基調に乗ってこない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・次期製品の開発中である。市場の動きに変化は余りない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年も半年が過ぎたが、生産量が完全に横ばいとなり、良いとも悪いともいえない状況である。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・まだ不安要素が多くあるなか、参議院選挙も控えており先が見えない。米国の関税引上げもあり、どうなるか分からない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高による消費者の買い控え、米国関税の影響による輸出入低迷などで、物量が前年比3%ほど減少している。
□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・取扱荷物の運賃交渉を全社的に進めているが、荷主からの理解がなかなか得られずに難航しており、自社の運賃値上げの達成目標に到達していない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内の輸送物量が鈍化している。今後の動きも見えない状況が続く。
□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・仕事量は前年より少し落ち着いているものの、ある程度荷主の理解が得られ、値上げしたことで何とか体裁を保っている。荷物量がいつか戻るのか、このまま戻らないか、荷主に聞いても明確な回答は返ってこない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店などの業種では厳しい状況が続いている。仕入価格の高騰による影響が大きい。
□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料費や人件費等のコスト上昇にもかかわらず、受注価格には上昇分が転嫁できていない。原価率は上振れ傾向であり、利益に与える影響は大きい。
□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日が少ないこともあり、外出や遠出をする人がやや増加傾向にある。今月の売上は前年を上回っている。
□	公認会計士	取引先の様子	・売上、利益共に前月と大きく変わることはなく、ほぼ横ばいである。前年と比較すると伸びている企業は多いが、売上の伸びほど利益水準は伸びていない。外国人向けのサービスについても、4～5月と比べると少し悪化している。
□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・個人事業者も法人も、取引先が法人のところは売上が順調に伸びているが、客先が個人消費者のところは売上が減少傾向にある。ここしばらくこの傾向は続いており景気は変わらない。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・米国の関税政策がまだ不透明なこと、諸物価の上昇、梅雨前線の消滅による天候不順で農産物への悪影響が大きいことなどから、受注量、販売量共に6～8%減少しており、景気はやや悪い。
▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売先の状況は例年より10～20%減少している。価格も弱含みで若干下落している。
▲	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	・物価の上昇が収まらない。消費金額は変わらなくとも物価高の分だけ消費できていない。現在の政策運営では減税も期待できないということで、消費者の財布のひもはより固くなっている。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・全体的に部品の費用が上がり、コストパフォーマンスが悪くなっている状態で、値段を上げたいが上げられない。その一方で競合先が若干価格を下げてきている状況で、販売に苦しんでいる。

	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・今まで取扱件数が100件くらいの発注が多かったが、最近 は5～6件での注文が何回か来る状況で、トータルの注文数は 下がり気味である。1回の注文金額が大分下がっている。
	▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・今月も前月同様、住宅見学の来場者が伸びない。よって、 前年同月と比べ契約数は60%程度である。この数か月は客の 動きが悪い。
	▲	通信業（法人営業担当）	競争相手の様子	・公共案件の入札が2件あった。各案件で過去のデータベース を参考に競合先の応札価格を推察し、それを下回る金額で 入札した。結果として自社が落札できたが、自社と2位以下 の価格は大きく開いていた。これまでと比べて競合他社は経 営事情が変化し、大幅な価格抑制ができなくなっている。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・生活必需品や食料品の価格高騰、燃料値上げが常態化して おり、賃金上昇の気配もない一方で社会保険料は徴収され確 実に手取りが減っているため、生活にゆとりがない。食料品 売場でも、20%から30%引きの総菜に、多くの客が群がっ ている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・備蓄米が放出されたとはいえ、物価は上がり続け、給与は 上がらないという状態が続き、厳しい状況である。
	▲	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・特に小規模の企業では、紙媒体等の広告を自ら作成する企 業が増えており、少しでもコストを抑えようとする傾向がみ られる。
	▲	行政書士	受注量や販売量の動き	・荷主から出る貨物が少なくなっているため減車していると 聞く。
	▲	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	・日米の貿易交渉の不透明さから、新しいものへの政策が途 絶え、経済は停滞している。原油価格の高騰もあり、先行き は非常に不透明である。こういうときこそ新製品や新しい取 引先の開拓に動かなければならない。
	×	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。仕入価格は一部低下しているた め、販売価格競争が厳しくなっている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・例年と比べ社内研修会が多い印象を受ける。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・周辺顧客からの引き合いは好調であり、エンジニア採用拡 大のため当社の求人数も増量方向である。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	雇用形態の様子	・企業の直接雇用や無期転換も増加しており、長期就業の動 きがある。人材紹介の依頼も3か月前と同水準である。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	それ以外	・依然として物価上昇に賃金上昇が追いついていない印象が 強い。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車販売では、前月同様に地元の手自動車メーカーが 好調を継続し全体をけん引している。他の国内メーカー2社 は新型車の効果もあり好調だが、その他は変わらず苦戦して いる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人について、製造業では増加している。一方で、多 くの業種では、人件費や光熱費の高騰により求人数を減少又 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7.8%減少し た。産業別では、卸売業・小売業が微増、製造業、不動産 業、宿泊業・飲食サービス業の新規求人数は減少となった。 全体の新規求人数について、3か月前との比較では減少と なっているが、前年同月と比較すると1.0%の微増となっ ている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が減少している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・米国関税施策が雇用に与える影響はみられない。人手不足 感は続いているが、求人数に大きな変化はない。

	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・大手企業からの新規求人は例年よりも落ち着いているが、引き続き人手不足の影響からニーズは高い。ボーナス支給時期の関係などもあり、採用トレンドは例年と変わらない。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業、特に自動車業界が米国の関税による影響を受けて輸出が厳しい状況にある。周辺企業への圧迫感もあり、慎重な姿勢が続いている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は若干減少しており、求職者の希望条件とのかい離が大きく、採用者数は減少している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比で求人総数、フルタイム、パートタイムいずれも6か月連続減少している。総数を産業別にみると、運輸業等一部の業種を除き、ほぼ全ての業種で減少している。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・米国の関税政策による影響は、製造業以外に運輸業でもみられる。貨物の量が減って収益が低下するなどの影響が出ているという話を聞く。
	×	人材派遣会社（社員）	それ以外	・求職者数は前年と変わらないが、求人企業側の選考目線が厳しくなっていることやスキルを持つ求職者の取り合いとなっていることから、成約の実数としては減少している。