

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な状況の説明
家計動向関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・旅行客の増加割合が顕著に大きくなっている。天候の良さも加味されるが、そのことを差し引いても例年よりも良い。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・ガソリン価格の値下げだけでも希望が持てるが、その他の政策も期待ができる。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・以前と比べて価格を下げて販売しているせいでもあるが、買上点数が増加し客単価が上昇している。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・年末商戦の勢いが落ち着き、売上は低下すると思ったが、果物が順調に売れている。箱買いは減ったが、いちごやみかんなどを2パック購入するなど複数購入が多い。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・年始は来客数が大幅に増えたが、それ以降は前月並みの来客数に戻っている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・食品以外での販売も好調である。特に玩具系がよく売れている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・1月の気温低下により、作業服を始めとして備品の購入が増加している。地域の経済が回っていることと、外国人技能実習生の採用増加に伴い来客数が増加していることがみられる。
	○	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・この時期は入学や入社、就職活動などで、きちんとした良い物を購入する客が多い。2~3月は薄利多売で、安い物を買う客が多い。今は客単価が良い時期である。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・超省エネエアコンの売上比率が良かった。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・初売り後も、冷蔵庫や洗濯機の大物家電が売れている。エアコンと照明も、2027年問題で動きが良い。テレビは地上デジタル切替えから14年たち、買換え需要とミニLEDにより単価が上がっている。
	○	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・今月は来客数は微増だが、単価が良い。エアコンがよく動いている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年度末ということもあり、買換えの需要が高まっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ガソリン代は安くなって喜ばしい声が上がっている。新車を購入する客も多かった。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・金の価格高騰で、金地金の売買は好調である。ジュエリーは価格高騰をしており、資産性を重視する傾向が強いことから、地金ジュエリーの販売が好調である。円安による価格高騰で、時計は販売不振である。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・年度末向けの受注の増加はあるが、例年より余り勢いがみられない。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・海外業務が活発になっている印象を受ける。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・前年同月と比べて、新規契約者数は微増で解約者数は微減した。前月と比べても同様の傾向で、良いとはいえないが、若干改善した。
	○	テーマパーク（職員）	単価の動き	・インバウンドの増加や客単価が上昇した。
	○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・年末年始の繁忙期によりやや良かつた。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街への来客数は多少減ってきたが、飽和状態のため売上に影響はない。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・仕入価格や資材の高騰で、商品単価は上がり続けている。所得の増加が追い付いておらず、とにかく物が売れない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・商店街という立地では寒波の影響が大きく、寒さが来客数に響く。

□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店への来客数が減っている。今月後半は来客数が僅か1～2組程度の店舗が何店もあり、アルコールやソフトドリンクの販売状況が悪くなっている。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は減っていない。初売りには多くの来店があり売上が上がったが、その後が続かない。お歳暮でもらった商品券を利用しようと来店し、売場をいろいろ見た上で買う客がいる。一方で、滞在時間は長いが、ビジネスシューズからカジュアルまで見て回っても結局購入に至らない客が多い。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・中国を中心にインバウンドの減少が続いている。一方で、バレンタインデー催事や寒さが厳しいことにより冬物雑貨を中心に戸上りが好調である。また、海外の特選ブランドの値上げを前にした需要増により、外商顧客を中心に堅調を維持している。一方で、衆議院選挙となったことや厳しい寒さも続いているおり、足元の入店客数に影響が出ている。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・年末年始の動きを見ても、引き続きメリハリ消費をしている様子である。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・相変わらず来客数が多く、にぎわいがある。しばらくはこの傾向が続く。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・直近は意外とインバウンドが低下しておらず、3か月前と比較しても余り落ち込んでいない。
□	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・価格改定前の駆け込み需要がみられ、高額品の動きも良かった。改定後も大きな落ち込みはなく、購買意欲は保たれている。特定の需要による影響もみられるため、全体としては大きな変化はない。インバウンド需要については、中国からのインバウンドを中心に回復傾向がみられる。
□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・来客数の増加に対し、売上は伸び悩んでいる。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・販売促進が功を奏し、来客数は継続して増加傾向にある。
□	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・中国からのインバウンドの減少により、インバウンド層の構成に変化はない。直接的な売上への影響はなく、売上はほぼ横ばいである。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・相変わらずの物価高で、客の節約志向は続いている。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・生活に必要な物の価格高騰が、客の購買意欲を硬直させ、購入行動に余裕がない。今必要な物ができるだけお買い得に購入しようとする客は、商品に対する目が非常に厳しい。また、客の購買力格差が大きくなっていると、商品を検討している段階で強く感じることが増えた。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高に尽きる。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・初売りフェアは例年以上の売上となったが、その後は新車の成約が低調だった。中古車は好調で、単身層を中心によく売れている。また、寒波の影響によりスタッフレスティヤの納品が間に合わないほどよく売れた。高額になってしまった新車の売れ行きは相変わらずであるため、良い状況とはいえない。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年は年明けから商談が増えるが、今年は寒波の影響により客足が鈍い。秋と比べて、商談件数は良くなっていない。
□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・前月は宴会需要が最大となる繁忙月であり、月前半は前年並み、後半にかけてグループや法人の利用が増えた。また、年末の休暇で最終週が前年より1日多かったため、帰省客の利用が増えた。年末年始は都市部にも人が多く残っていた様子で、前年より利用が増加した。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新規の客が来るような立地条件ではないため、なじみの客しか来ない。
□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・異常なほどの物価高騰により低調である。

□	その他飲食〔ワイン輸入〕(経営企画担当)	お客様の様子	・客からイベントやフェアへの問合せは多く、購買意欲は衰えていない。2月に実施するイベントの予約も前年どおり入っている。
□	観光型ホテル(支配人)	お客様の様子	・春節の時期に中国からのインバウンド需要が停滞している。また、衆議院選挙に伴い、2月初旬の宴会催事の販売が不振である。
□	都市型ホテル(営業担当)	単価の動き	・中国からのインバウンドは減少しているが、個人は限定的である。マイナス分もアジアからの個人客でカバーしている。国内は物価高の影響により若干減少しているが、高単価の影響により良い状態が継続中である。
□	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・年が明けて少し動きが出てきたが、衆議院選挙が決まり、また、問合せが少なくなった。
□	旅行代理店(経営者)	それ以外	・ターミナル駅の再開発事業が突然中止になるなど人件費や資材価格の高騰の影響が出始めている。特に飲食店はメニューの単価が上昇しているため、以前のように昼夜を問わず予約が必要なほど混雑することもなくなっている。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・4月以降の旅行の問合せが期待できるが、受験シーズンであることと来期の家族のスケジュールがまだみえないことから、余り多くはない。旅行先での物価高が引き金となり、海外よりも国内需要が高い。テレビや動画配信サービスで海外旅行番組が放送されると、ロケ地や観光地が話題になるため、訪れてみたい衝動にかられる。ただし、国際観光旅客税が日本在住者も一律3000円に値上げされることについては、更なる検討が必要だと考える。日本国籍パスポートなら1000円、外国人は5000円以上が望ましい。
□	旅行代理店(営業担当)	それ以外	・記録的な長期にわたる大雪災害により、旅行を中止したり旅行の計画を控えたりする客が多くなっている。ただし、旅行需要は減っていないため、横ばいが続いている。物価高騰により旅行代金も依然上昇する一方であるため、景気後退の不安要素は継続中である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新年を迎えて年末ほどの忙しさはほとんどないが、夜間の客足はそれなりにある。しかし、客の来店時間が遅くなっている印象を受ける。繁華街からの帰宅時間も遅いため、終業時間が近づいてから売上の帳尻が合うような状態で横ばいである。
□	通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・2035年のアナログ回線終了のため、買換えサービスの申込みが増加している。この機会にとネット回線の申込みも増えている。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕(職員)	それ以外	・スキー場がにぎわう季節ながら、客入りは今一つの様子である。
□	美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・自宅用美容商品のキャンペーンは12月で終了したが、今月から新たにメイク用品の新色とホワイトニング商品のセット販売が始まった。
□	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・売出し中の物件に対して、問合せの数が少ない。
□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・特に動く要因がなく、期末の3月に大きな売上を達成するための助走期間となる。イベントなどの参加率をあげて準備時間を十分に取る時期になる。
□	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・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)	単価の動き	・繁忙期のため販売数は上がっているが、想定以下である。
▲	一般小売店〔生花〕(経営者)	お客様の様子	・例年どおり1月は成人式の需要があるくらいで来客数、売上共に少ないが、今年は更に少なかった。寒さが影響している部分もあるが客単価も落ちている。確かに財布のひもが固くなっている印象を受ける。中には金額を気にせず買う人もいるため、格差がある。

▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・商品価格の値上がりが続き、販売が難しくなっている。
▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物価高を受けて伸長している購買単価が、来客数や購買人數の落ち込みを補っている状態にあり、中間所得層における消費マインドは低い。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・ポイントセールや割引セールの日に、来店が集中している。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・既存店の来客数が、年末年始の繁忙期でも前年を超えていない。
▲	スーパー（店員）	それ以外	・円安に加え物価高となり利益が落ち込んでいる。パートのシフトを減らすなどの対策が打たれている。
▲	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・来客数は、ほとんどの店舗で前年割れの状況である。この傾向は数か月前からであるが、これまで客単価の上昇により売上は前年を上回っていた。しかし、今年に入り売上も前年割れの店舗が半数以上となった。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・国内大手自動車メーカーの休みが前年より1日少ないことによる影響はあるが、それ以上に価格高騰による客離れを感じるほど、前年と比べて来客数は大幅に減った。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・相次ぐ商品の値上げに伴い、売れ筋商品であるおにぎり・弁当などの米飯類の販売数が前年と比べて下落している。客の買上点数も以前と比べてやや落ちていることから、買い控えが出てきているとみる。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は商品の値上げにより、前年比100%前後を維持している。ただし、来客数は前年比3～5%割れが続いている。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・値上げによる客単価の上昇で、日販売上は前年を少し上回ったが、来客数の減少は一層悪化してしまった状況である。本部による販売促進キャンペーンの効果は悪くなかっただけに、景気の悪化を徐々に実感する。本格的な寒さも一因とみられる。
▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・現在のコンビニやスーパーを始めとする小売現場では、売上という表面上の数字は物価高騰によって維持されているものの、その実態は消費者の買い控えにより来客数の減少という深刻な空洞化が進んでいる。このまま物価高に依存した売上構成が続けば、消費の土台である家計が疲弊し、将来的に回復不能な景気後退を招く恐れがある。3か月前と比較して悪化の一途をたどる現状に鑑みれば、場当たり的な調整ではなく、消費者のマインドを根本から変える強力な呼び水が必要である。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・これまでバーゲンセールを実施すれば来店して購入する客が一定数いたが、今期は物価高の影響により購入に至る客がほとんどいない。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	・競合先も売上が上がらないため、暇という声がある。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売台数は前年より減っており、半数以上の車種が販売停止になっている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的な動きも販売量も良くない。例年1～2月は車が売れない時期だが、今月は不安になるほど圧倒的に状況が悪い。
▲	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・中国からの客が減少した。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前は前年を5～7%ほど上回っていたが、今月はほぼ前年並みか2～3%来客数が減っており、景気はやや悪い。
▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・寒い日が続き、客の動きが悪い。
▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・気候や天候の懸念もあり、団体旅行については、雪の少ない地域や近場への日帰り旅行といった低単価の旅行がほとんどである。

	▲	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・中国からのインバウンドが少ない。
	▲	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・年始の冬季イベントが終了してからは集客が伸び悩み、月次目標を下回っている。財務状況に関しても、計画以上に人件費等の支出が増え、経営を顕著に圧迫している。
	▲	観光名所 (案内係)	お客様の様子	・新規客の来店はなく、どの店に聞いても同じような様子である。
	▲	ゴルフ場 (経営者)	お客様の様子	・物価高の影響により、客の購買意欲が低下している。
	▲	パチンコ店 (従業員)	来客数の動き	・年末年始に客の支出が増えたことが、今月の来客数減少につながっている。
	▲	理美容室 (経営者)	来客数の動き	・客が余り来ない。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客からは、物価が高く、景気は良くないという声がある。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・物価の高さが影響している。
	▲	設計事務所 (職員)	お客様の様子	・客から景気が良くなるような話が聞かれないと期待したい。
	▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	お客様の様子	・リフォームのため銀行ローンの申請をしても、すぐに承認されず困惑している。知り合いの銀行員に聞くと、金利のこともあり貸す方向に積極的になっているとの話だが、時間が掛かれば利益にならない。少しでも経済が回れば景気回復に向かうため期待したい。
	▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	お客様の様子	・来客数が減少している。
	×	商店街 (代表者)	お客様の様子	・中国からのインバウンドが減り、飲食店や小売店の売上は落ちている。また、円安が進み、様々な物の値上げが相次いでおり、消費マインドが悪くなっている。
	×	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・気温低下に伴い来客数は減少している。物価も高くなるばかりで、景気が良くなる見込みがない。
	×	コンビニ (店長)	販売量の動き	・菓子や飲料以外の食品部門、アルコール類はスーパーやディスカウントストアとの価格差が大きい部門であるため、客が流れ部門の売上が大幅に減少した。
	×	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊は弱い。宴会は企業を中心に比較的良好。レストランは、昼を中心に比較的安定している。
	×	美容室 (経営者)	お客様の様子	・寒いことから客の入りが悪い。
	×	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・新築住宅の受注がままならないくらい悪い。
企業動向関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・時期的な青果物や農産物の荷動きは引き続き活発である。また、自動車関連やその他も好調で、景気はやや良い。
	○	窯業・土石製品製造業 (社員)	受注量や販売量の動き	・年初から出荷量が非常に多く、年始の休業があったにもかかわらず、今月は過去最高の売上となつた。ハイブリッド車向け電池製造用の耐火物の受注が順調である。
	○	電気機械器具製造業 (企画担当)	それ以外	・株価が上昇していることもあり、景気が上向きに展開していくであろう期待感が強まっている。減税政策の効果で、ガソリン価格などが目に見えて下がっている。
	○	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	取引先の様子	・以前と比べると、人員の補充や新規採用が増えてきている。
	○	金融業 (従業員)	取引先の様子	・自動車産業が多い地域だが、全体的に生産性や活気があり、現政権になってからは景気が良い。

○	金融業（企画担当）	取引先の様子	・中小企業にとっては受注価格が上がらないと賃上げは厳しいが、主要取引先が労務費を中心とした原価について、改善する方向での見直しを検討し始めている。当初は大手中心の賃上げであったが、この流れが定着してくれれば、中小企業へも賃上げが広がり、景気は上向いていく。
□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に数か月ほとんど変動がない。
□	食料品製造業（経営企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売量は横ばいながら、価格を上げた分だけが上乗せになっている状況である。商品選択基準がますます厳しくなっている印象を受ける。
□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・データセンター向けの電子材料薬液は、需要好調が継続している。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・衣料品や食品などの身近なものの物価が高くなり、外食は抑えて3000円と考えていたものが抑えられて5000円となり、簡単に7000円前後にも達するようになった。店が空くこともなく予約が取れない状況に、景気の良さを実感する。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・A I ブームもあり、半導体関連の設備投資が全世界で急激に増えている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2月までは変化ない見込みである。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半年近く横ばいである。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・自社は住宅分譲会社であるが、競合他社も販売に苦戦している様子である。
□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・値上げ交渉の場を設ける大手企業は増加している。一方で卸売業や小売業においては、納品時間の緩和など物流要因の改善について協議をするのみで、一向に値上げに応じない企業が多数見受けられる。間もなく新年度の予算は確定したためしばらく値上げは難しいと言い出すのが目に見えている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は比較的安定している。問題は支出で、車両関係の費用は増加している。人件費も上げていかなければならぬため悩ましい。
□	金融業（従業員）	それ以外	・身の回りの様子から、景気が良くなっているとは感じない。長期金利の引上げや経済指標では景気は良いが、日常生活は変わらず苦しい状況である。
□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が多いこともあり、前月同様に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っている。
□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・年末年始にかけて、広告用資材等の値上がりにより、企業にとっては特に紙媒体の広告出稿量に差が出てきているところもある。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	競争相手の様子	・依然として改善の兆しや今後の見通しが立たないため、定期購読顧客に対して値引きを段階的に中止する販売店が増えている。仕入価格が変わらないのに販売店が負担することが、今後大きな課題になると判断したためとみられる。
□	公認会計士	取引先の様子	・来客数や売上については、前年と比較しても大きく伸びているような印象は受けない。業種によって差はあるものの、余り変化はないとみている。少し気になる業種としては、不動産業が金利上昇の影響もあり、問い合わせ件数が減少傾向にある。
□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業を営む顧問先は、売上、所得共に伸びている。飲食業は、売上は落ちているが所得は少し上向いている。この傾向は変わっていない。
□	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	・設備投資はしばらく低調に推移の見込みで、新しい展開が読めない。ただし、何かをしないとどんどん遅れることになるため、新商品や新規客の開拓が必要である。
▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物件の動きが鈍っているのは明らかで、工場への製作投入は例年の年度末のような活発さはない。

	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月に入って取扱物量は落ち込んでいる。ブラックフライデー、クリスマス商戦といったイベント行事が一巡し、閑散期状態にあることが大きい。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先のセキュリティ投資額が削られたため、当初提案し受注したはずのプロダクトが導入できない事態になった。通常、民間企業のセキュリティ投資額は、経常利益の約5%とされており、情報系システム部門の担当者も算段してシステム移行を進めていたが、年度末決算を前に、予定利益を大幅に下回っていたため、セキュリティ対策が後回しになった。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年末より更に受注量、販売量共に悪化している。5%以上落ち込んでいる。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少している。仕入価格が上昇しており利益を圧迫している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界においては1～2月は設備投資が少ない上に、ライバル会社との低価格競争により利益率が下がっている。また、円安で輸入部品の価格が上がっているため、非常に厳しい状況である。さらに、中国からの輸入部品が入手困難になっており困っている。
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・スーパーに行っても、食料品価格は高止まりしている。さらに2～3割程度値上げする商品もあるとのことだが、手取り賃金が停滞しているため、収支のバランスが取れていない印象を受ける。生活必需品を安く購入することに消費者が疲弊している。
雇用関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・現政権の各種支援策により、企業や消費者負担が目に見えて改善している。企業だけでなく社会全体に活気が出てきた。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・インバウンド需要が減ったが、法人利用の新年会が増加した。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数には変化がないが、人手不足感は変わらず採用コストが高くなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・消費減税か社会保険料の引下げがない限り、景気は回復しない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車部品メーカーにて、一部製品の部品変更による設計変更で複数名の引き合いがある等、足元の引き合いは一定量を維持している。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・国内自動車販売は前年比マイナスである。大手自動車メーカーの2社は新型車種販売効果も少なく前年比マイナスとなり、当地域のメーカーは前年数字を回復した。その他のメーカーは新型車種販売を含め好調で推移している。
	□	新聞社【求人広告】（営業担当）	周辺企業の様子	・採用の早期化が進み、内々定を出す時期を早めている企業も多いが、内定辞退なども多くあり採用数の安定にはつながっていない。学生へのアプローチも多様化しており、企業側もいろいろとトライしていく必要がある。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数が前年度と比較して減少傾向にある。求人件数の充足、特に人手不足分野の人材確保への影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足という声が多く聞かれるが、物価や人件費高騰のため事業拡大までは結び付かない状況である。
	□	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、全体的に2%増加した。産業別では、建設業や学術研究・専門技術サービス業の新規求人数は増加し、製造業や運輸業・郵便業、宿泊業・飲食サービス業の新規求人数は減少した。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売業からの大量求人の影響により新規求人数は増加しているが、減少している産業もあり、これまでの傾向から大きな変化がみられない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・下期に入り充足できていないポジションが残り続けているため、採用ハードルの高さから入社決定数にはそこまで大きな変化はない。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・診療所や介護施設の閉鎖が複数発生している。

		×	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・1月に入り求人媒体からのエントリー者は増加したものの、同業他社との競合が激しく、実際の登録に至らないケースが増えている。
--	--	---	----------------	---------	---