

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・天候が安定すれば、景気は回復する。
	◎	美容室（経営者）	・前月、今月と客の入りが悪く、客も髪を切らずに我慢していることから、今後1～2か月は忙しくなる。
	○	商店街（代表者）	・中国からのインバウンドが減ったが、他国から多数の外国人が訪れており、飽和状態が続く。客単価も上がっている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・商店街であるため天候に左右される。この先は秋晴れの清々しい日を期待する。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの動きは低調だが、富裕層の動きは活発で、インバウンドの落ち込みをカバーするほどの動きがある。
	○	スーパー（経営者）	・天候不順が落ち着き、来客数の回復と生鮮食品の安定供給が図られることを期待したい。
	○	スーパー（店員）	・お歳暮商戦や年末商戦があるため、確実に来客数は増える。
	○	スーパー（販売担当）	・イベントが多くなる時期のため、来客数は増加し売上も増加するとみる。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来月は閑散期のため期待できないが、2～3か月後にはエアコンやLED照明、パソコンの買換え需要が期待される。
	○	乗用車販売店（経営者）	・イベントの多くなる10月以降は少し良くなる見込みである。
	○	一般レストラン（従業員）	・天候も良くなると期待したい。
	○	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約は前年比90％程度で、ほぼ前年並みの数字は確保できている。アジア・アジアパラ競技大会が終わり、秋の旅行シーズンでもあるため、全体的に団体旅行が弱含みとなっている。一方で、当ホテルのように団体旅行を受け入れるホテルや旅館が減っていることもあり、残存者利益を享受できるとみる。気になるのは台風等の天候である。現在は台風によるキャンセルはないが、10月も同様の天候が続くと景気を冷やす要因になるため、警戒する必要がある。
	○	都市型ホテル（社員）	・法人利用の忘年会予約が順調に増えている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・11月の行楽シーズンに向けた需要拡大が期待できる。ただし、予約の入り具合はまだこれからという印象を受ける。年末年始の動きは弱い。
	○	旅行代理店（経営者）	・予約状況から推測すると良くなるとみるが、大きな災害、世界情勢の変化によりキャンセルが出る場合があるため、楽観視できない部分がある。
	○	旅行代理店（経営者）	・米国の中間選挙が終わり、中東情勢が落ち着けば、景気は少し良くなるとみる。
	○	タクシー運転手	・2～3か月後は年末年始で忘年会や新年会等のイベントがあるため、例年どおりやや良くなる。
	○	パチンコ店（経営者）	・年末に向かえば少し良くなるとみる。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・現在進行中の新規事業がウィンターシーズンに間に合うようであれば、若干のにぎわいが期待される。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先の時点ではまだ消費税の減税は行われず、物価も10月以降は更に高くなるため、消費マインドは下がるおそれがある。ただし、株価等で多くの利益を出している一部の客の大きな購買力に支えられ、売上は同レベルで推移していくが、中身は2極化するとみる。この先も全体的な景気は変わらない状態が続く。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食料品の値上げが続いているため、飲食店への客の増加が期待できない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇はとどまるところを知らず、厳しくなるとみるが、景況感としてはしばらく現状のままである。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	百貨店（総務担当）	・食料品を中心とした値上げや、大雨等により入荷が少なくなっている生鮮食料品を中心に価格が高騰し、なかなか消費者の手が伸びない。天候も優れず、気温も大きく下がらないため、秋物衣料品の動きも鈍い。当地域では物価対応策として電子商品券を発行しており、その需要に期待している。

☐	百貨店（営業担当）	・国際情勢や株価の変動以外の好転要素が見当たらない。
☐	百貨店（販売担当）	・ギフト需要が見込まれる時期であるが、大きく景気が上向く要素は少なく、余り変わらないとみる。
☐	スーパー（店長）	・今後値上げが見込まれているため、余分なものの購入は控えられるとみる。
☐	スーパー（店員）	・特にイベントがなく、集客が見込めない。
☐	スーパー（店員）	・担当カテゴリーにおいては、主要メーカーで9月頃までにひとまず値上げが完了するため、年末にかけてのタイミングでは大きな値上げはないとみる。ただし、年末商戦に向けてどのような消費行動が見られるのかについてはまだ不明な部分があり、判断し難い。
☐	スーパー（支店長）	・個人消費が余りにも厳しい状況である。物価高に加え、金利上昇により消費マインドが下降しつつある印象を受ける。世界情勢も余り穏やかでないなか、国内での経済政策による景気向上を期待したい。
☐	スーパー（販売担当）	・今後の天候は不明だが、価格上昇の流れは止まらない。国際情勢に明るい兆候も見られず、劇的に状況が変わる展開は考えにくい。
☐	スーパー（販売担当）	・パートの時給も少し上がるが、商品の値上げも続くため、これまでと変わらない。
☐	コンビニ（企画担当）	・来客数は減り続けているが、売上は前年に近い数字を維持している。この状況が変動する要因は余り見当たらない。
☐	コンビニ（店長）	・10月に食品の値上げが予定されているが、消費者が値上げに慣れてきている様子であり、景気は変わらないとみる。
☐	コンビニ（エリア担当）	・企画に対する反応に改善はみられるが、今後の物価高によるマイナスの影響が大きい。
☐	コンビニ（店長）	・ここしばらくはイベントがなく、変化を見込める材料がない。来年4月に消費税の減税が実施されれば、その頃には売上が伸びる。
☐	コンビニ（店長）	・天候が回復すれば来客数は戻るとみるが、継続的な価格改定があるなかで、消費者の財布のひもが緩むかどうかは不透明である。また、中東情勢が落ち着くめどが立たず、2～3か月後の景気が良くなる要因は見当たらない。
☐	コンビニ（本部管理担当）	・今後の天候が景気の動向を大きく左右するとみられる。現時点で既に、日照不足の影響により葉物野菜などが通常の約2倍の価格で販売されるといった事態が生じている。また、小売業全体を見ても、雨天が長引くことで客足が鈍化し、売上の減少につながる。今後の天候不順が続くか否かが、将来的な景気を左右する重要な要因になる。
☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高と天候の悪さにより、客の来店が望めない。
☐	衣料品専門店（店長）	・中東情勢の動向や天候不順、物価上昇など客を取り巻く環境は依然として厳しい経営環境を醸成している。今の状況は大きく変わらない。
☐	衣料品専門店（売場担当）	・秋冬物のスーツが入荷したこともあるが、夏から引き続きスーツよりも使い勝手が良い秋物のセットアップを探しに来店する客が増えている。また、セットアップのインナーに関する質問もよくあり、今後これらを購入する客が増えるとみる。
☐	衣料品専門店（売場担当）	・引き続き、生活必需品の価格高騰が見込まれるなど景気が良くなるような要素が見当たらない。
☐	家電量販店（店員）	・消費者の購買意欲が余りみられず、買換え需要が中心となっている。
☐	家電量販店（営業担当）	・冬物商材が動き出し、年末商戦へと入っていくが、省エネ補助金も終了を迎え、景気が変わる期待はできない。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・賃上げにより収入は増えているものの、食費等の生活費も増えているため、景気が良い印象は受けない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・平均年収が過去最高とのことだが、一部の上位層が引っ張り上げているにすぎない。客の様子を見ていると、確かに余裕のある生活を送ることができる人が増えたような印象を受けるが、全体としては決して良くなっているとはいえない。また、その状況がこの先数か月で大きく変わることはないとみる。
☐	乗用車販売店（経営者）	・新車に買い換える人が増えてきているが、同時に支払が苦しい人も増えている。

☐	乗用車販売店（従業員）	・全体的に欲しい物は買うという傾向がみられ、悪くはない。過去には欲しくても経済状況が悪く皆買えないということも発生しており、それに比べれば良い状況である。ただし、それほど楽観視はできず、少し様子をみながら判断する必要がある、どちらともいえない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・今月は雨続きの天候に見舞われ、その影響が客の活発な行動が見られなかった。その分、今後は秋の行楽に出掛けるなどわくわくするような消費行動が生まれることを期待する。新型車両の話題も各社で発表されており、客に少しでも関心を持ってもらえることを期待する。ただし、様々な物の価格が高止まりをしている印象が強いので、客はどのようなタイミングで何を購入するのか、なかなか決断できない様子であり悩ましい。
☐	乗用車販売店（従業員）	・販売停止対象の車両は徐々に減り、一部の車種は購入できるようになっているが、人気車種の多くは相変わらず販売停止が続いている。人気車種の販売を再開した月だけ大幅に売れ、その後半年はまた販売停止となり全体的に売れないという流れが続いている。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・最近、コロナ禍の頃の販売台数の少なさが、今になって代替や車検といった台数に影響が出てきているとみる。9月の大型連休が終わったが、行楽シーズンに入っていくため、比較的在庫はあるものの、販売量は増えないとみる。
☐	その他専門店〔書籍〕（社員）	・年末に向けた販売量の増加が期待される。一方で、為替の影響により輸入商品の減少が予測される。
☐	高級レストラン（経営企画）	・大きく変化することはない。最低賃金の更なる上昇、市町村等の生活支援策等により所得環境の改善が消費に回ることを期待したいが、物価上昇との相殺になるとみる。
☐	一般レストラン（経営者）	・客の様子を見てみると、賃金等の底上げがない限り、景気が良くなるとは考えられない。
☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価高といわれているが、消費者のイベント等への関心は高く、購買意欲も依然として高い。
☐	都市型ホテル（経営者）	・インバウンドの先行きに不確実さはあるものの、秋のイベントや行楽などで順調に推移する。
☐	旅行代理店（経営者）	・10月以降も祝日が多く、既に年末までの予約は好調である。その先の予約の問合せが少し低調なため、予約が増えるよう宣伝をしていきたい。既に来年のゴールデンウィークも長い休みが取れる日並びであるため予約の問合せが入っており、この先に期待したい。九州ふっこう応援割については、取り直し不可の予約であっても、利用者がインターネット等を通じて可能な限り予約の取り直しを行っている。
☐	旅行代理店（経営者）	・物価の上昇が著しく、原油価格の動向も不安定である。
☐	旅行代理店（経営者）	・中間所得層が減り、今後高齢者による消費も先細れば、デパートが減っていくように消費もしぼんでいく。賃金や年金給付額が多少上がっても、税金が増えればおのずと消費はしなくなる。
☐	旅行代理店（営業担当）	・晩秋から初冬にかけインフルエンザや新型コロナウイルス感染症が再流行すると、一気に旅行景気は悪くなるため注視していきたい。
☐	通信会社（企画担当）	・米国や中東情勢次第ではあるが、インフレや金利上昇にも慣れてきた様子で、現状維持で推移するとみる。
☐	通信会社（営業担当）	・景気が変わるきっかけになりそうな事由がない。
☐	テーマパーク（職員）	・状況が激変するようなトピックがみられない限りは例年どおりである。
☐	テーマパーク（職員）	・値上げが続いていても客単価の動きは安定しているため、良くも悪くも変わらない。
☐	テーマパーク職員（総務担当）	・集客がずっと伸び悩んでいる。秋季イベントは集客が多数見込めるためばん回を図りたいが、気候に影響される屋外ステージ等が多く、無事に開催できるか不安視している。
☐	パチンコ店（従業員）	・良くなる要因がない。
☐	美顔美容室（経営者）	・現在実施しているキャンペーンが12月末まで続くため、このままのペースでいけるとみる。
☐	美容室（経営者）	・災害や天候不良の話題が多く、また、物価もまだ上がる見込みであるため、余り良い材料がなく変化はないとみる。
☐	住宅販売会社（従業員）	・材料価格の高騰はあるが、横ばいが続いている。

□	住宅販売会社（従業員）	・良くなる要素がない。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積りなどの引き合いはあるが、なかなか受注につながらない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・原価が余りにも高騰しすぎている。
▲	商店街（代表者）	・原材料や仕入価格の高騰が止まらない。大企業ばかりがもうかる仕組みでは、いつまでたっても景気が回復しない。
▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・物価は更に高騰し買い控えが続く。明るい材料がない。
▲	百貨店（経理担当）	・3か月後には中東情勢の安定化が期待されるものの、原油価格が大きく下落するほどの水準には至らないとみる。また、足元の円高も再度円安に振れるほか、金利も更なる上昇が見込まれることから、景気は個人消費の減退に連動して悪化する。
▲	百貨店（販売担当）	・文具雑貨ブームが終わりヒット商品がないなかで、天候不順により季節商材の動きが弱い。天候不順が長く続き、客の滞在時間も短くなるのではという印象を受ける。
▲	スーパー（店長）	・今後も円安の影響を受け物価高が続くとみる。
▲	スーパー（店長）	・物価上昇が続くなかで、食品を含めた生活必需品への支出負担は今後もしばらく続く。また、競合店の出店や価格訴求も強まり、客の節約志向や価格への意識は更に高まるとみる。一方で、賃金上昇や経済対策などによる改善要素もあるため、大きくは悪化しないとみるが、今後2～3か月は消費動向を慎重に注視していく必要がある。
▲	スーパー（店員）	・野菜の価格についてはしばらく高止まりが続くとみる。その上10月からは麺類や一部商品の値上げが決まっており、その影響が出る。
▲	コンビニ（エリア担当）	・今よりも物価高が進むことで、更に厳しい状況になるとみる。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・依然として景気回復の要素がなく、引き続き値上げの影響も続くとみられることから、景気は下降気味になる。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・生活必需品の需要が減るという状況はこれまで余りないことだが、物価高の影響なのか、それが実際に起きている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・当地域では豪雨の被害が大きく、水没する車両が多数出た。仕方なく買い換える客で販売台数は伸びたが、今後は物価上昇もありなかなか厳しいとみる。
▲	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・アジア・アジアパラ競技大会が開催される今月及び来月と比較すると、2～3か月後には集客が従来の水準に戻る見込みである。
▲	一般レストラン（経営者）	・常連客が皆、定年退職したり、自営業だった人が辞めたりしている状況で、状況は徐々に良くない方へ進んでいる。
▲	観光型ホテル（支配人）	・アジア・アジアパラ競技大会に伴う特需はなくなるものの、前年を上回る予約状況である。
▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から景気はやや悪くなるとみる。
▲	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行は11月下旬でピークを終え、12月は忘年会の食事会や送迎バスなど小規模案件の手配がメインとなり、売上は減少する見込みである。
▲	タクシー（従業員）	・アジア・アジアパラ競技大会が開催されることもあり、輸送ニーズが大幅に高まっている。反面、11月以降の動向には不確定要素が多く、現状より景気は下向くと予測している。
▲	観光名所（案内係）	・世界情勢が明らかに不安定な状況であり、これがしばらく続くことが懸念される。
▲	理美容室（経営者）	・客との話で様々な食料品の値段が上がっているため、段々と生活が苦しくなってくるとみる。
▲	美容室（経営者）	・全ての物価が上昇していることに伴い、客が金を使わなくなっている。
▲	設計事務所（職員）	・基本的に円安が続く限り、景気は良くならない。
▲	住宅販売会社（経営者）	・インフレと金利上昇の局面で住宅販売に駆け込み需要があるものの、この先で反動が来るとみる。
▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅ローンの金利上昇の影響が出てくるとみるが、事業用の賃貸相談が引き続き見込まれる。9月の賃貸相談内容は、増床のための貸地や工場を探してほしいとの依頼であった。

	▲	その他住宅〔住宅管理〕 （経営者）	・このところまとまった大規模案件はなく、小さな仕事の依頼ばかりで、必要最低限の案件ばかりである。物価高騰で施主も尻込みをしている様子で、まだこの先が心配である。
	▲	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・金利動向の影響を受ける。
	×	商店街（代表者）	・消費者は物価高のため買い控える。
	×	商店街（代表者）	・値上げが収まる気配がないため、全く先が見えない状態である。
	×	百貨店（売場主任）	・来月中旬にも値上げをするメーカーがある。2000～3000円程度ならまだよいが、値上げ幅が大きいため、購入をちゅうちょする客が増えるおそれがある。最近は店舗で紳士靴の在庫を余り持っているため、売上が厳しくなっている。
	×	コンビニ（店長）	・10月には発泡酒や加熱式たばこ等の値上げがあり、ますます節約志向が強まる。
	×	コンビニ（店長）	・10月の値上げラッシュの影響は、計りしれない状況を生むはずである。コンビニの利用頻度の高い客でさえスーパーやドラッグストアへ足を運ぶようになってきているが、その流れがより顕著になるとみる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・今は若い人もそうだが、高齢者が先行きへの不安を強く持っている。これから年末に向かっていくが、よほど具体的な策の効果がない限り、間違いなく景気は悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価やインフラコスト、人件費が高騰している。
	×	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・10月から仕入価格や調達価格の改定がある。販売案件は価格転嫁も可能だが、福祉用具レンタルの価格転嫁は実質不可能であるため、経費が上昇しても自助努力によるコスト削減で対応せざるを得ない。
	×	設計事務所（経営者）	・良くなる材料がなく、全く見通しが立たない。
	×	設計事務所（経営者）	・良くなる材料がなく、全く見通しが立たない。
企業 動向 関連 （東海）	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・在庫調整の動きはなくなり、通常需要に戻る見込みである。また、電子材料用薬液の需要は引き続き好調である。
	○	輸送業（従業員）	・荷主からは、これから年内までは結構な予定が入っていると聞いており、8月の減少分はばん回できる見込みである。問題は年明け以降の見通しが不透明な点である。
	○	輸送業（従業員）	・政府による燃料の補助金は、現在の水準を維持するとみられることから、物流についても年末商戦に向けて動き出すとみられる。
	○	輸送業（エリア担当）	・販売予測から判断した。
	○	輸送業（エリア担当）	・単価は前月に若干上がった。受注量も増加し続けている。
	○	不動産業（経営者）	・今後は前年と同様に晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人がやや増加するとみる。今後の売上は増加し、前年を上回る見込みである。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・海外情勢も少しずつ落ち着いて、原油価格も少しずつ下がってくるとみる。仕入れの原価が非常に高くなっており、今後不透明なところがある。新しい物を開発して、新規事業に頼るしかない。
	□	食料品製造業（社員）	・当面は消費動向に影響のありそうな要因が見当たらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年の季節需要が期待できるものの、中東情勢の長期化や円安、金利上昇等の影響により、景気は今と余り変わらないとみる。
	□	化学工業（総務秘書）	・特段景気が悪くなるトピックが見当たらない。2～3か月先は悪くなると思えないが、数年先になると少子高齢化等が続き景気は悪化するとみる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・A I 関連と磁石関連の増産傾向は、まだしばらく続きそうである。
	□	金属製品製造業（従業員）	・物件の動きは引き続きやや重たく、活況という状態ではない。一方で、暇すぎるほどでもないため景気は変わらない。
	□	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（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・固定の仕事の生産計画も余り上下せずに進捗しているため、景気は変わらないとみる。

□	建設業（営業担当）	・来年度の予算を立てるに当たり、相手方から多岐にわたる追加業務の実施を求めるような前向きな追加作業の依頼は出ていないため、例年どおりか若しくはそれよりも下がった状態で設計をしていかなければならないような雰囲気は漂っている。
□	輸送業（経営者）	・為替や原油、賃金、気候や環境対策など列举できないくらいのコストアップの要因があるなかで、消費マインドの上昇が見込めない。
□	輸送業（従業員）	・長期的には災害等の復旧・復興に伴う公共事業や建設需要の増加により、景気が押し上げられる可能性がある。一方で、長期金利が上昇すると、企業の設備投資や家計の住宅投資に係る資金調達コストが増し、民間投資が抑制される可能性もある。そのため、景気全体への影響は一概にはいえず、不透明である。
□	金融業（企画担当）	・中小企業では、まだ大手企業ほど物価上昇を価格面に転嫁できておらず、給料の上げ幅も大手企業ほど上げられていない。中小企業でも、物価上昇に賃上げが追い付いてこないと、まだ景気は良くなっていかない。
□	不動産業（職員）	・現状からしばらくは安定した状況が続くとみる。特に変化が起きていく兆候はみられない。
□	広告代理店（制作担当）	・新規の企画も、異常な物価高に伴い単発的になりがちで、企業側の積極的な動きは余りみられない。
□	公認会計士	・大幅に変わることはないとする。イラン、ウクライナを始めとする国際情勢の不安定化により、輸出産業の状況も変化がない。物価高についても、10月で大きく値上げするものも多く、季節変動の影響もなく個人消費も鈍化することが予測される。天候不順もしばらく続くことが予想され、自然災害の影響もしばらく残る。米国の中間選挙の影響次第では、少し好転する可能性もある。
□	会計事務所（職員）	・最低賃金が上がっても、生産性向上にはなかなかつながらず、この先数か月で景気が良くなる見込みはない。
□	会計事務所（職員）	・受注状況としては生産数が減少することもなく、例年並みであるが、消耗品や材料の値上がり、最低賃金引上げで経費が大幅に増加し利益が圧迫されている。人手不足と人件費の値上がりは今後も続いていくため、生産設備の自動化などで、人員削減を進めていかなければ、経営状況は悪化していく一方である。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・引き続き原材料価格の高騰は避けられず、商品への価格転嫁も限界にきている。
▲	食料品製造業（営業担当）	・受注と販売数が減少している。
▲	鉄鋼業（経営者）	・良い傾向の仕事がない。夏以降、ずっと状況は悪いままで続いている。
▲	鉄鋼業（従業員）	・先行きの不透明感は変わらない。
▲	一般機械器具製造業（営業担当）	・米国の中間選挙を控え、北米系企業の設備投資計画に先送りや見直しの動きが見られることから、今後の受注はやや減速する可能性がある。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・10月以降、素材や鉄鋼の値上がりが通知されており、受注に支障を来すおそれがある。まだ副資材や人件費の値上がりも続いており、受注の減少が見込まれる。
▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・10月も相変わらず値上げが続き、今後もガソリン代や電気代の値上げが予測される。
▲	通信業（法人営業担当）	・半導体値上がりのスピードが、システムインテグレーターである我々の提案スピードと構築スピードを上回っているため、客との価格折衝がうまく運ばないケースが多発している。半導体の値上がりが、全体の物価高騰をけん引する状況は、消費生活全体を硬直させる。
▲	金融業（従業員）	・2極化が進んでいるが、そのウエイトをみると貧しい生活になっている人が多く、ローンなどを必死で返しながら自転車操業のような生活をしている人の割合が増えている。工場などは安定しており収入にも問題がなさそうだが、自身の周囲では物価やガソリン代等が上がって、生活が大変そうな人が多い。
▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・金利の上昇が発表されて住宅ローンや借入れに対して不安要素が多いため、必要最低限の投資や買換えにとどまる。

	▲	行政書士	・ 外食時のレストランの価格やコンビニ商品の値上げなど物価の上昇が著しく、就業中であれば弁当を持参し、夕食はレストランを利用する代わりに家で済ませようという動きが見られ、経済の流れは金を守る方向に皆動いている。ただし、その反面スーパー等の食品等の動きが良いとみる。ここ3か月で景気が悪くなったという実感はないが、今後の経済における資金の回りを考えると悪くなる見込みである。
	×	金属製品製造業（経営者）	・ 引き合いが減少しており、引き続き悪くなる。
	×	通信業（総務担当）	・ 景況を上向かせるきっかけがない。飲食料品における消費税が1%になっても割安感を実感できず、7%分を余分に購入することはない。金はためておきたいという心理になるとみる。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・ 半導体関連の求人だけでなく、求人全体の数が増加している。
	□	人材派遣業（営業担当）	・ アジア・アジアパラ競技大会による企業への好影響が残り、経済は活性化するものの、大会運営に対する課題は山積していることから、マスコミの報道姿勢によっては風評被害により経済悪化へつながるおそれがある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 求職者数に増加の兆候がないため、採用数は横ばいで推移する見通しである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 来年4月から始まる飲食料品の減税も、効果は限定的とみる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 自動車関連では、全体感として人員予算も厳しい状態だが、効率化や残業抑制により人員は現状維持をもくろむ顧客が多く、少しずつ業務終了者が発生する状態は2～3か月スパンでは大きく変化しない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・ 自動車関連の生産において、各メーカー新型車種の販売が好調で、海外輸出においても増加傾向にあり、請負や派遣といった労働者供給における残業時間も増加傾向だが、人材採用では苦戦している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 今後数か月間も人手不足の構造は変わらず、企業の採用意欲は底堅く推移する見込みである。一方で、原材料高や人件費増加によるコストの増加から求人広告予算を抑える企業も多く、即座に出稿数が急増する要素は乏しい。結果としては横ばいが続くとみる。
	□	職業安定所（職員）	・ 原材料価格やエネルギー価格、人件費などの各コスト増加と高止まり、物価高に伴う消費低迷傾向による企業の事業活動への負担は解消されておらず、特に中小企業にとって厳しい状況が継続している。人材不足が深刻化している産業もみられるが、世界情勢を踏まえた経済動向への懸念や求人を出しても応募者がいないなどの理由により、新たな求人提出を控え、様子見をしている産業も少なくない。一部で新たな求人提出を控える産業が存在するものの、現時点で大規模な生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、直近の景気動向に大きな変化は生じないとみる。
	□	職業安定所（職員）	・ 事業主は引き続き欠員の補充のため求人を出しており、人手不足の印象を受けるが、他方で新規事業の話はほとんど聞かず、景気の動向を見極めるのが難しい状況である。
	□	職業安定所（職員）	・ 医療福祉や建設業では高い人材需要が続いている。製造業では生産活動がおおむね堅調に推移している一方、引き続き米国関税や原材料価格高騰など先行き不透明要因もみられる。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数、求職者数共に大きな変動が見込めない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 転職における潜在層は一定数存在するものの、明確に活動に移る人はそこまで増減しない見込みである。年度末での転職を視野に入れながら、自分に合う会社があるかを模索し始める段階の人が増えてくる時期となる。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・ 派遣受注において大手企業の経費や体制の見直しが進むなかで、これまでのように伸びが見込めるかどうかは不透明である。派遣就業において登録者数の確保は常に必要だが、登録者が何を求めるかによって状況は変わり、他社との無期雇用転換のタイミングのずれなどにより、今後の求職者数の確保が懸念される。

	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・中核規模の医療系機関では採用が好調で追加募集もある一方、国立や大学附属など大規模機関の募集については採用数に変化はないが、2次、3次の追加募集が減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・物価上昇や最低賃金引上げ等に対して、利益確保が困難な状況にあるようで、事業規模の縮小や事業譲渡等に伴う多数離職等の相談がある。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用について、業績等の影響に伴い一部求人状況に陰りがみられる。
	×	人材派遣会社（社員）	・先行きの不透明感と人件費の上昇から、景気が好転する状況を見いだせない。