## 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<br>（東海） | ◎ | 商店街（代表者） | ・全体的に消費者の収入が増えている様子である。 |
| | ◎ | 一般小売店［土産］（経営者） | ・にぎわいは回復するが、商品購入単価は低い状況が続く見込みである。 |
| | ◎ | 美容室（経営者） | ・今夏の猛暑から、秋にかけては大雨等の天候不順が続き、客も高齢化していることから客足は非常に悪い状態が続いている。２か月先は年末年始を迎えるため、今までパーマを掛けられなかった客が年越しくらいは身ぎれいにしたいと考えて来店することが見込まれ、景気は良くなるとみる。良くなってほしいという期待もある。 |
| | ○ | スーパー（経営者） | ・主に農作物の価格が安定し、販売量が増えることを期待する。 |
| | ○ | スーパー（店員） | ・これから寒くなるため、鍋食材などの売行きが期待できる。また、みかんが最盛期に入るため売上は伸びる見込みである。 |
| | ○ | スーパー（店員） | ・年末商戦に向けて高単価商品が増えるため、売上は増加する見込みである。 |
| | ○ | 衣料品専門店（店長） | ・かつて自店客の活動先は県外出張の傾向が強く、それが少しずつではあるが戻りつつある。暖冬で高価格のものは売行きが厳しいが、販売数は戻ってきている。 |
| | ○ | 衣料品専門店（売場担当） | ・年明けから繁忙期となるが、新人とみられる若い社会人の客はセットアップを買い求めることが多い。年配者はスーツ、若年層はセットアップの販売量が徐々に増えており、今後はそれに加え成人式や就職活動用のスーツが売れるようになるため、景気は良くなる見込みである。 |
| | ○ | 家電量販店（店員） | ・購入の予算が高めの客が一部で見られるようになっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | ・メーカー側もマイナーチェンジの車種を増やす時期であるため、今より改善する見込みである。 |
| | ○ | タクシー運転手 | ・政府の景気対策の効果が少しずつ現れている様子である。 |
| | ○ | タクシー運転手 | ・現状はアジア・アジアパラ競技大会の残務があるため仕事量はある。これから年末にかけて忘年会等で集まる機会が間違いなく増えるためやや良くなる。 |
| | ○ | パチンコ店（経営者） | ・年末年始を迎えることを加味すれば、やや良くなると判断する。 |
| | □ | 商店街（代表者） | ・自店が立地する商店街に関しては、国内・海外を問わず多くの観光客が訪れており、安定して活気がある。 |
| | □ | 一般小売店［結納品］（経営者） | ・良くなる要素がなく、現状が続く。 |
| | □ | 一般小売店［酒類］（経営者） | ・飲食店への客の流れは悪いままで、飲料の販売量も期待できない。飲食店へ飲料を販売していた酒販店が廃業する事案が出てきた。 |
| | □ | 一般小売店［贈答品］（経営者） | ・この先３か月程度では変わらない状態が続く。10～11月でまだ多くの商品で値上げがあり、そのなかで家計のやりくりを考える一般的な消費者は財布のひもが固いままとなる。ただし、現状売上が伸びており、その要因は大企業に勤める人のボーナスや給料が確実に増えているためであり、そのような世帯では高額消費が期待できる。景気全体としては変わらないが、一般的な消費者の生活をみると、多くの人は財布のひもが固く、消費は伸びないとみる。 |
| | □ | 一般小売店［果物］（店員） | ・３か月ほどでは変わらない。 |
| | □ | 百貨店（営業担当） | ・景気が変わる要素が見当たらない。 |
| | □ | 百貨店（販売担当） | ・ギフト需要が高まる時期になり、購入意欲の高まりが期待される。しかし、物価上昇の影響もあり価格に慎重な客は増えるとみる。 |
| | □ | スーパー（店長） | ・年末年始を控え、消費者は海外旅行や遊びに出掛けるため余分な金を使わず節約志向になるとみる。ただし、値上げによる１品単価が上昇しており、年末年始にはふだんより豪華な食事をすると見込まれることから、売上は変わらない見込みである。 |

| | | |
|---|---|---|
| □ | スーパー（店員） | ・年末商戦の時期であるが、来客数に大きな変動はない見込みである。 |
| □ | コンビニ（店長） | ・酒税法改正がありビールが値下げされ、第３のビールや発泡酒は値上げとなったが、販売量に大きな変化はない。消費者もマスコミ報道ほどは食品の値上げに対して敏感でなく、織り込み済みの様子である。食品の消費税引下げによる景況感の向上を期待する。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | ・客の購買意欲が上昇する様子はみられるが、電気料金等が値上がりしているなかで楽観視はできない。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | ・販売数が上がるポジティブな要素が少なく、市況を含め現状が続く見込みである。 |
| □ | コンビニ（店長） | ・中東情勢の先が見えないことが不安である。最近の個人情報漏えい問題も、今後の買い控えにつながるおそれがある。正直全く先が読めない状況である。 |
| □ | コンビニ（店長） | ・売上、来客数共に減少傾向が続いている。来春の消費税減税がどのように消費に影響してくるか分からないなかで、景気はやや低迷気味で推移する。 |
| □ | 衣料品専門店（売場担当） | ・景気が好転する要素が見当たらない。 |
| □ | 家電量販店（営業担当） | ・今年は全国的に暖冬傾向となる見込みのようで、冬物商材に期待ができない。エアコンや冷蔵庫の買換え補助金も12月で終了し、プレミアム付商品券も終盤のため、身の回りで景気が上向く要素が見当たらない。 |
| □ | 乗用車販売店（営業担当） | ・相変わらずの円安と株安で消費マインドが良くなる要素がない。金利の上昇で住宅ローンの負担が増えて固定費が上がり、消費が落ちてくる。 |
| □ | 乗用車販売店（経営者） | ・景気が変わる要素がない。 |
| □ | 乗用車販売店（従業員） | ・一部の人気車種は現在も販売停止の状況にあるが、８割近くの車が購入できるようになり、販売台数が大幅に落ち込むことはない見込みである。 |
| □ | 乗用車販売店（従業員） | ・あと２か月ほどで年末に向かうため、多少景気が良くなってほしいという期待はあるが、これだけ世の中が不安定な状態でそれが変わらなければ、現状のままとみる。 |
| □ | 乗用車販売店（従業員） | ・新車と中古車共に販売量は維持できる見込みであるが、修理工場で使用するオイルなどの仕入価格の上昇に対して、販売価格がなかなか上乗せできないため、収益は厳しい状況である。また、最近発生している個人情報漏えいの影響で新規客からメールアドレス等の情報が取りづらく、コンタクトを取るための手段が大幅に制約されている。したがって、販売手法に苦慮する状況が続くとみる。 |
| □ | 乗用車販売店（従業員） | ・そこまでのアクティブな材料がない。仕入単価で言えば高くなっているが、利益に通じるほどの悲観も楽観もない。 |
| □ | 住関連専門店（営業担当） | ・新規購入の大型物件については、金利の上昇に加え、資材価格の高騰などによりまだ建築原価の実態が不透明なこと、早い段階での値上げなどが不定期に行われることにより、様子見の傾向が強くなっている。 |
| □ | その他専門店［絵画］（従業員） | ・全体の景気は下向いていくが、し好品への欲求は高まるとみる。 |
| □ | 高級レストラン（経営企画） | ・節約志向、選別消費がより鮮明になり、店舗間競争が激しい。年末年始における予約のスタートは順調である。平日が伸び悩むが、少人数グループの宴会需要に期待する。 |
| □ | 一般レストラン（従業員） | ・市が配布、実施しているクーポン事業が終了した。 |
| □ | その他飲食［仕出し］（経営者） | ・社会全体が明るい兆しを欲しており、何かのきっかけが景気を左右する。 |
| □ | 観光型ホテル（支配人） | ・アジア・アジアパラ競技大会開催による需要がなくなり、宿泊部門の予約はやや減収傾向だが、忘年会や新年会の予約が前年と比べ好調で、宴会部門の予約は増収の見込みである。 |
| □ | 都市型ホテル（社員） | ・次月は厳しいがその先は予約状況が良く、現状では今月同様良い状況である。 |
| □ | 旅行代理店（経営者） | ・物価上昇と原油市場の不透明感が落ち着かない限り、この状況は変わらない。 |

| | | |
|---|---|---|
| □ | 旅行代理店（経営者） | ・駅前などの中心街は、とりあえず人通りだけは絶え間なく続いており、一気に大きな影響として現れる状況にはない。クリスマス、年末年始と消費は続くが、大型の一過性のスポーツイベントが終わった影響が出始める来年以降までは、以前より悪いか横ばいとなるため２～３か月後の状況も大きくは変わらない。 |
| □ | 旅行代理店（経営者） | ・冬季の旅行需要に向けた予約が入り始める時期であるが、例年と比べやや動きが鈍い印象を受ける。 |
| □ | 旅行代理店（営業担当） | ・今冬の天候次第であるが、大雪や災害が多く発生したり、細菌性ウイルスなどが流行したりすると旅行需要は一気に冷え込むものの、その要因を除くと物価高騰の割に旅行需要は伸びている。 |
| □ | 通信会社（企画担当） | ・米国の中間選挙を始めとする世界の動向に景気は大きく左右される。食料品高騰などインフレは進んでいるものの、消費者がこの状況に慣れてきた印象もあり、人が余り動かず、今の状況が続くとみる。 |
| □ | 通信会社（サービス担当） | ・米のように安くなる物もあれば、値上がりする物もある。消費者にとっては結局は何も変わっていない状況で、景気が良くなるとは考えられない。 |
| □ | テーマパーク職員（総務担当） | ・安定的な財源を確保するため、入園料収入は最も主要な財源である。例年11～12月は来客数が多いため、今年も同程度又はそれ以上の集客が期待できる。 |
| □ | 観光名所（案内係） | ・米国の様子を始め、世界情勢をみても景気が良くなる見通しはほとんどない。前向きに考えても景気は変わらず現状維持とみる。 |
| □ | パチンコ店（従業員） | ・良くなる要因が特にない。 |
| □ | 美顔美容室（経営者） | ・12月末までホームケア商品のキャンペーンが続くことに加え、新しいファンデーションやホワイトニング商品もキャンペーン中であるため、今後も変わらないとみる。 |
| □ | 美容室（経営者） | ・余り明るい話題がないため、当分この状況が続くとみられる。 |
| □ | 美容室（経営者） | ・物価上昇に歯止めがかからない。この状況をどんどん変えていかないと、客が金を使えなくなる。 |
| □ | その他サービス［介護サービス］（職員） | ・介護保険制度が変わらなければこの状況は変わらず、長い目で見れば悪化するばかりである。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | ・大きな変化はないとみる。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | ・金利上昇の不安が高まるとみる。 |
| □ | その他住宅［室内装飾業］（従業員） | ・今のところ好転するような材料が見当たらない。 |
| □ | その他住宅［不動産賃貸及び売買］（営業） | ・閑散期は全く変化が望めない。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | ・中東情勢の不安定化は全く終わる気配がなく、いろいろな物の価格が高止まりしている。ましてや夏の間は雨が多く天候不順だったため、農作物が非常に高い。これでは余りにも高すぎて、皆生活には非常に四苦八苦している状態がまだ続くと懸念される。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | ・中東やロシア、ウクライナでの不安定な状態が長引いており、世界各地でエネルギー高によるコスト上昇や物価上昇が発生している。これが日本経済にも波及するおそれがある。また、企業や官公庁へのサイバー攻撃が続いており、対策費等の上昇によるコストアップで更なる景気悪化につながる。 |
| ▲ | 百貨店（売場主任） | ・紳士靴売場については、百貨店は種類が多くて見やすく、また、地下街には婦人靴を扱うショップはあるが紳士靴を扱うショップはなかなかないため、来店する客は多い。ただし、毎月どこかしらのメーカー製品が値上がりしているため、これほど高い靴は買えないという客もいる。まずスマートフォンでどういった靴が欲しいのかを検索して、取扱店舗を調べたところ百貨店と表示され、当店に問合せの電話を入れることは多い。店頭でも、自分で調べてきた靴以外も履いてみたいと言われ履いてみたところ、また考えると言って帰ってしまう。履いてみるだけで売上にはつながらず、今後も厳しい状態が続くとみる。 |

| | | |
|---|---|---|
| ▲ | 百貨店（総務担当） | ・食料品の値上げが目立つようになり、客の財布のひもは固くなっている。Ｗｅｂシステムのぜい弱性問題による影響で、各種予約やサイトの立ち上げが難しくなっており、告知や販売体制が一部できなくなっている。特にＥＣサイトでの販売売上の落ち込みが懸念され、一過性ではなく、年内いっぱい続くのではないかと懸念している。秋らしい気候もなく、今年はエルニーニョ現象による温暖予報もあり、衣料品などが厳しい状況が続くとみる。 |
| ▲ | 百貨店（経理担当） | ・中東情勢が落ち着く兆しがなく、高止まりする原油価格や夏場の天候不順による農作物価格の高騰などの影響を受けて、更なる物価高が消費の萎縮、減退を招く。 |
| ▲ | 百貨店（販売担当） | ・販売量は控えめとなる見込みである。 |
| ▲ | スーパー（店長） | ・今後も物価高騰と、セール日への集中で必要最低限の購入行動になるとみる。 |
| ▲ | スーパー（店長） | ・物価上昇による生活防衛意識が引き続き強く、消費者の節約志向が続くとみる。近隣では百貨店の改装オープンを始め、競合各社の集客施策や販売強化による競争激化も予想される。年末商戦に向けて一定の需要は期待できるものの、消費動向や競合環境を踏まえると、今後２～３か月の景況感はやや厳しくなる。 |
| ▲ | スーパー（店員） | ・担当カテゴリーの中では米価下落の影響が大きく、数量ベースではそこまで大きく伸長していない状況が続くとみる。 |
| ▲ | スーパー（支店長） | ・物価上昇がかなり消費者の購買意欲を抑える要因になっている。また、企業もサイバー攻撃等を受けて投資がかさみ、個人も自己資産の流出を不安視するため厳しい状況が続くとみる。 |
| ▲ | スーパー（販売担当） | ・国際情勢の混迷状態は続き、原油使用商品の価格上昇は避けられず、また、プライベートブランドの価格上昇も避けられず、冬物の季節商材に頼るしかない。店頭では生活必需品の対応が中心であるが、需要喚起の商品が見いだせていない。 |
| ▲ | コンビニ（企画担当） | ・電気料金やガソリン料金など、今後値上げされるものが多く、この影響が徐々に出てくることが懸念される。 |
| ▲ | コンビニ（店長） | ・世界情勢が良くない方向に動いている。また、ガソリン料金の値上げも報道されており、商品や送料の相次ぐ値上げが発生するおそれがある。 |
| ▲ | コンビニ（店長） | ・物価高による節約志向はまだ続く。 |
| ▲ | コンビニ（店長） | ・最低賃金引上げにより、消費意欲が喚起されることを期待するが、家計に余力はみられず、節約傾向は変わらないとみる。会社本部の販売促進として、クーポン発布など常連客のためとなる施策を繰り返し打ち出してくれることを期待する。 |
| ▲ | コンビニ（商品企画担当） | ・継続する天候不順やそれに伴う農作物や魚介類などの不漁その他による各種値上げに歯止めがかかっていないため、今後も厳しい状況が続く。 |
| ▲ | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・エアコンもパソコンも販売減少が見込まれ、大物が売れないと売上は期待できない。単価は低いが照明器具のＬＥＤ化やセキュリティ機器等、工事が伴う商品を販売し粗利を稼ぎたい。 |
| ▲ | 乗用車販売店（経営者） | ・買い控えで売上は増えず、物価高で支出は増す一方である。小規模の会社や個人店はいよいよ厳しい経営状況になっている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員） | ・これからガソリン等に対する補助金の縮小や電気･ガス料金の値上げ等、生活に関わるコストが増加することや、年末にかけての準備等で何かと金が必要になることから、なかなか高額な買物の話に乗ってくれる人が減ることが懸念される。金に余裕のある人とない人の差が大きくなっているため、余裕のある人がより大きな消費をしてくれることを期待し、景気が回っていくことを期待する。 |
| ▲ | 乗用車販売店（営業担当） | ・買換えのタイミングが合致する客が購入してくれているが、コロナ禍の頃に落ちた販売が響いて買換えの対象車が少なく、アプローチ先に乏しい。販売施策も弱く、年内の販売は厳しくなる。 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ▲ | その他専門店［書籍］（社員） | ・年度末向けの販売量に余り勢いがみられない。 |
| | ▲ | 一般レストラン（経営者） | ・客の中には個人事業主が多くおり、ボーナスなどは期待されていない。毎月のように値上げの話ばかりで、全く金を使うという気にならない様子である。 |
| | ▲ | 一般レストラン（経営者） | ・格差が広がっており、年金生活者や売上の悪い店の経営者などの生活レベルは悪化する一方で手の打ちようがない。 |
| | ▲ | その他飲食［ワイン輸入］（経営企画担当） | ・これまでは、値上げに対して客の許容度が高かったが、電気料金が上がるといった生活コストの増加に言及する人が増えており、生活必需品以外の購買意欲の減退がみられる。 |
| | ▲ | 観光型ホテル（経営者） | ・毎週、前年比での宿泊予約スピードをみているがやや下降気味で、何となく景気が停滞している印象を受ける。特に経済対策もなく、地域的な話題もないため致し方ないが、コロナ禍を経て、社員旅行や忘年会、新年会を再開できる会社と、成績不振のためできない会社がはっきりしてきている。新たに取り組む企業や団体はないため、このような状況になっている。加えて、最低賃金引上げや光熱料金の高騰など、企業を取り巻く環境が非常に悪くなっており、リゾートホテルのような宿泊と飲食を伴う事業にとっては向かい風であり、景気は悪化する。 |
| | ▲ | 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） | ・宿泊は12～１月の予約状況が芳しくない。飲食においても、クリスマスから正月にかけての受注はこれからといったところで、特段よい状況でもない。リネン代が今秋３年連続で値上げされたり、清掃コストも大幅な値上げ要求があったり、販売価格への転嫁が進まず収益を圧迫している。 |
| | ▲ | 旅行代理店（営業担当） | ・団体旅行の取扱は10～11月がピークとなり、１月は新年会の食事手配など比較的小規模な案件が中心となる。例年１月は大雪への警戒から団体旅行の計画が立てにくい時期ではあるが、今年は暖冬が予想されていることもあり、今後の新規受注や取扱の増加に期待したい。 |
| | ▲ | タクシー（従業員） | ・当地域では、９月中旬から10月下旬にかけてアジア・アジアパラ競技大会が開催され、タクシーの需要が大幅に高まったが、11月以降はその反動で、出社人員の減少による稼働車両減少から売上はやや下回る見込みである。 |
| | ▲ | テーマパーク（職員） | ・物価高などが影響する。 |
| | ▲ | その他レジャー施設［鉄道会社］（職員） | ・暖冬傾向によりウィンタースポーツへの関心が弱まることが懸念される。 |
| | ▲ | 理美容室（経営者） | ・客との話から、食料品の値段が今後も上がり、消費者の生活は苦しくなるとみる。 |
| | ▲ | 設計事務所（職員） | ・景気は全く上がってこない。成長は鈍っている。円安が続く限りは、相対的に景気が悪い。 |
| | ▲ | 住宅販売会社（経営者） | ・この半年は住宅の先高感のなかで駆け込み需要もあったとみるが、今後は金利や資材及び人件費の値上がりにより、月々の支払額に与える影響も大きくなり、不動産住宅販売にはブレーキが掛かる。 |
| | ▲ | 住宅販売会社（経営者） | ・銀行金利の上昇、物価高で購入希望者のマインドが悪くなっている。 |
| | ▲ | その他住宅［住宅管理］（経営者） | ・物価高騰でリピーターになかなか応えられない物件も出てくる。施主にも理解してもらってはいるが、この先どんどん仕事は取りづらくなる。 |
| | ▲ | その他住宅［展示場］（従業員） | ・資材の高騰で住宅価格が値上がりしており、住宅購入希望者が減っている。 |
| | × | 一般小売店［生活用品］（販売担当） | ・今後も物価高が進み、消費者の財布のひもは固くなる一方である。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・今年も暖冬であるといわれているため、単価の高いセーターの売行きが心配である。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・物価高と消費税減税の影響から景気は悪くなる。 |
| | × | 設計事務所（経営者） | ・良くなる気配は全くない。 |
| 企業 | ◎ | － | － |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 動向関連<br><br>（東海） | ○ | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・政府が推進する責任ある積極財政が国民に浸透してきたようで、消費に関する防衛意識が薄らいできている。食料品への消費税１％減税適用に対する期待も大きく、実現すれば前倒しの消費拡大も期待できる。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・客先業界は年末に向けて設備投資が期待でき、当社の売上が多くなることから、この先２～３か月は期待ができる。 |
| | ○ | 輸送業（従業員） | ・燃料サーチャージの導入がある程度浸透すれば、元どおりの物量に落ち着く見込みである。 |
| | □ | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・時期的な特需も終わりに近づいて、現在の物価高や円安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（営業担当） | ・引き続きＡＩ向け半導体の需要が好調である。 |
| | □ | 化学工業（総務秘書） | ・景気が悪くなるような特段のトピックがない。我が国の株価はまだ値上がりの余地があるとの見方が強い様子で、好景気の維持が期待できるビジネスマンも多いとみる。 |
| | □ | 金属製品製造業（従業員） | ・例年であれば繁忙期を迎えるが、今年はそれほどの繁忙状態にはならない見込みであり、物件の動きはやや鈍いとみる。 |
| | □ | 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（営業担当） | ・余り変化が見込めない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・鋼材価格が10%近く上がったため、受注量と生産量に大きな影響が出ることが懸念される。ただし、価格転嫁はやむを得ずといった様子で、すんなり販売価格に転嫁できている点においては現状は問題ないが、今後じわじわと影響が出るおそれがある。 |
| | □ | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・求人に対して応募が来たとしても、すぐに次の仕事が見つかるため余り長続きしない。 |
| | □ | 建設業（営業担当） | ・当然ながらある程度仕事をしないと基本的に金は入らないが、十分に業務を行っていない者のフォローや単価の固定など、身の回りではそのような対応が多くみられる。業務遂行上の問題点について十分な指摘や改善が行われない状況が続けば、業界全体にとっても望ましくなく、人口減少が進行する中で、今の段階で意識改革を図らなければ景気の好転は困難であると考えられる。 |
| | □ | 輸送業（経営者） | ・生活必需品に対する消費者の節約志向は、物価の上昇が続く限り収まらない。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | ・経費が大幅に増えており、今後どれだけ無駄な経費を削減できるかが問題である。収入増加が期待できなければ、支出を抑えるしかない。 |
| | □ | 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） | ・受注量は微増の状態が続いている。運賃単価も若干上がり、今後も継続的に上昇する見込みである。 |
| | □ | 通信業（法人営業担当） | ・世の中の動きが速過ぎて、客も決定打を打てない状況であり、このまま硬直が見込まれる。 |
| | □ | 金融業（企画担当） | ・中小企業においては、大企業のように給与を上げることは非常に厳しく、物価上昇に追い付いていない現状である。中小企業まで賃上げが浸透してくれれば個人消費も伸び、景気も良くなる。 |
| | □ | 不動産業（経営者） | ・今後は平年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は増加する見込みである。今後の売上は増加し、前年を上回る状況が続く。 |
| | □ | 不動産業（職員） | ・現状、取引先の動きを受けて販売管理費の上昇が続いているが、大きな変化はみられない。 |
| | □ | 広告代理店（制作担当） | ・物価上昇の影響もあり、冬に向けたイベントや印刷物が増える兆しが余りみえない。 |
| | □ | 会計事務所（職員） | ・あと２か月ほどで年末年始の休暇になるが、周りからは旅行に行くなどの消費につながる行動が聞こえてこない。自分自身もどこかに行く、何かをするといった予定はない。 |
| | □ | 会計事務所（職員） | ・受注量は好調であるが、賃上げによる人件費増加と切削刃物や切削油、潤滑油などの消耗品の値上がりが利益を圧迫しているため、予想よりも利益が出ていない。今後もこの状況は続く見込みで、景気が良くなることはない。 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | □ | その他非製造業［ソフト開発］（経営者） | ・原油価格の高止まりと、それに関連した一連の物価上昇により、我が国の生産は非常に困窮している。どんどん海外から事業者が撤退している。我が国の製造業が活況を呈するようにしたいが、人手不足が問題であり、解決のためには高齢者をもっと使うべきである。 |
| | ▲ | 食料品製造業（社員） | ・売上は現状大きな落ち込みはないが、原材料価格の高騰で利益確保ができない状況が続いており、各社が値上げを検討している様子である。それにより消費が鈍化することが懸念される。 |
| | ▲ | 食料品製造業（経営企画担当） | ・良くなる要素が全くない。 |
| | ▲ | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・国内の原材料メーカーが段々と淘汰されてきているが、最近は設備の老朽化を理由に残ったメーカーでさえも次の段階として製造から撤退する動きが出ている。設備を更新しても現在の価格では投資を回収できないようで、今後は海外頼みとなりそうだが、顧客から原料変更の承認を得ることは簡単ではなく、不安要素となっている。 |
| | ▲ | 鉄鋼業（従業員） | ・発注量が少ないなかで、入札に対して応札できるかどうかがポイントとなるが、他社との競合においてはかなり厳しい状況である。 |
| | ▲ | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・１年近く高水準の設備投資が続いており、そろそろ投資の勢いが鈍化するおそれがある。また、米国における中間選挙の結果によっては補助金政策などに影響が出る可能性もあり、先行きにはやや不透明感が漂っている。 |
| | ▲ | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・続く値上げ、中東情勢の不安定化などに加え、寒くなり光熱費等の負担が増える。 |
| | ▲ | 新聞販売店［広告］（店主） | ・物価高が続く中、ガソリン補助金も徐々に減額される。最低賃金も毎年更新されるが、固定費が増すばかりである。 |
| | ▲ | 公認会計士 | ・ＡＩ等による情報漏えいの問題は、まだ今後も拡大が予想され様々な業種で影響が長引くとみる。物価対策としてのガソリン補助金の補助額が引き下げられることも影響し、個人の消費マインドも低下する。また、１月から変動金利が上がることも影響し、今後の景気は下降気味となる。 |
| | × | 食料品製造業（営業担当） | ・物価の上昇に伴い、取引先からはどこも苦しいという声が多い。販売数も更に減少している。 |
| | × | 鉄鋼業（経営者） | ・先の受注も見積りも減っている。例年であれば前月より大きく売上を増やす月であるが全く伸びない。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | ・受注量も引き合いも減少しており、市場が縮小している印象を受ける。 |
| | × | 通信業（総務担当） | ・生活に不可欠な消費財の高騰が深刻化しており、財布のひもをもっと締めなくてはいけない、というマインドが全国民に及ぶことになる。 |
| 雇用関連<br><br>（東海） | ◎ | － | － |
| | ○ | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・製造業の中小企業においては災害の混乱から脱し、通常稼働に戻る回復の兆しをみせ受注量や出荷量は持ち直したものの、原油価格高騰や円安に伴うエネルギー価格や資材費の高止まり、人件費増加が引き続き採算を圧迫している。また、労働者供給において人材確保の問題が残る。 |
| | □ | 人材派遣業（営業担当） | ・物価高が続くなかではあるが、これによる景気後退感はなく、仕方ないと受け止める企業が多い。このため、今後も景気は現状維持の見込みである。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人数は今後もおおむね横ばいで推移すると見込まれる一方、求職者数の減少傾向が続いていることから、採用数の伸びは期待しにくく、現状維持か若しくはやや減少傾向となる。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | ・急速な賃上げや減税、社会保険料の減額がない限り日本経済は回復しない。 |
| | □ | 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とすることをもくろむ顧客が多く、ぽつぽつと業務終了者が発生している。一方で、別顧客では人材ニーズが少し出るという状態は、２～３か月スパンでは大きく変わらない見込みである。 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | □ | 職業安定所（職員） | ・原材料やエネルギー価格、人件費など各コストの高止まりや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感は、特に中小企業で強まっている様子である。一部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、求人を提出しても応募者がいないなどの理由により、また、９月は台風や長雨など天候不順の影響による経済活動の停滞もあり、新たな求人提出を控えて様子見をしている産業が少なくないとみる。一部で新たな求人提出を予定す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判断する。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・求人数の変動は余りなく、求職者数がやや増えているが、景況感に変化を及ぼすほどではない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・製造業や医療福祉分野の求人需要は当面堅調に推移する見込みである。一方、最低賃金引上げに伴う人件費負担の増加が中小企業の採用意欲に影響することが懸念される。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・物価高が一段と進む一方、賃金も後追いで上昇している。また、人手不足感は常にあり、採用者数も若干ではあるが増加している。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・求人数、求職者数共に月によって変動はあるものの、有効求人倍率に大きな変動はない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・新規事業立ち上げによる求人増加の話は全く聞かないため、引き続き欠員補充のための求人数がほとんどである。労働需要の拡大は限定的であるため、景気上昇の動きはみられない。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・年度末にかけて徐々に転職潜在層が動き始める時期であり、企業側も下期において採用しなければならないポジションでの人材獲得を年内で完結させるために動くとみる。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（窓口担当） | ・アジア・アジアパラ競技大会の需要から10月までは求人数が増えたが、この先は12月から年明けの求人が入ってくると見込む。ＡＩを利用して自分に合った派遣会社を探すという方法も一般的になっており、求職者も会社特性を理解して登録するためマッチングにも期待できる。 |
| | ▲ | 新聞社［求人広告］（営業担当） | ・人手不足感はあるものの、物価高やコスト負担の増加に伴い、中小企業を中心に採用広告費を抑制、厳選する姿勢もみえる。また、条件面のミスマッチにより採用活動が長期化し、出稿を見合わせる動きも懸念される。年末年始の一時的需要はあるかもしれないが、年明け以降の求人全体の出稿規模や企業の積極姿勢は不透明である。全体としては、景気はやや悪化するとみる。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | ・有効求人の動向をみると、55歳以上の滞留が顕著になっており、人手不足といわれるものの、対象者を選別する動きが顕著になっている。 |
| | ▲ | 学校［大学］（就職担当） | ・大卒採用について、一部の企業や機関などで採用数を減らす動きが見られる。 |
| | × | 人材派遣会社（社員） | ・人件費の上昇やＡＩを活用した省力化などの影響を受けた採用控えとみられる動きもあり、好転する要因も見いだせない。 |