

(6) 東海



東海地域では、景気は一部に弱さがみられるものの、緩やかに持ち直している。

- ・ 鉱工業生産は一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 個人消費は緩やかに持ち直している。
- ・ 雇用情勢は持ち直している。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す
(は上方に変更、 は下方に変更)

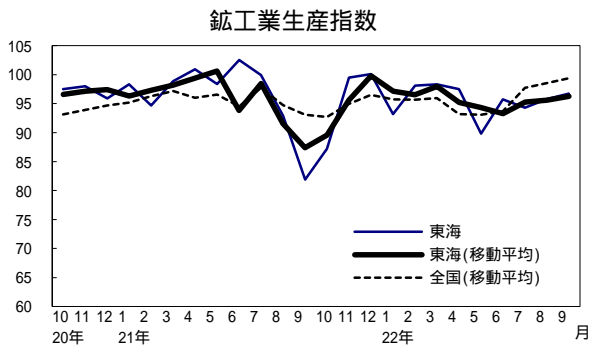
前回からの主要変更点

	前回(令和4年9月)	今回(令和4年11月)	
鉱工業生産	持ち直しに足踏みがみられる	<u>一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きがみられる</u>	

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きがみられる。

7 - 9月期の鉱工業生産は、「汎、生産、業務用機械」や「輸送機械」が増加したこと等により、前期比1.3%増となった。



- (備考) 1. 2015年=100、季節調整値。東海の最新月は速報値。
2. 全国及び東海の太線は中心3か月移動平均。
直近月は2か月平均。
3. 東海は内閣府にて算出。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		4 - 6 月期	7 - 9 月期	7月	8月	9月
輸送機械	40.1	4.7	1.4	2.1	2.6	2.7
電子デバイス、電気・情報通信	13.3	1.2	1.1	5.6	4.2	1.9
石油・石炭、化学、プラスチック	13.0	1.3	0.8	0.9	0.5	0.1
汎、生産、業務用機械	11.2	0.5	5.5	3.9	6.1	4.3
鉄鋼業、非鉄金属、金属製品	6.4	2.3	0.2	1.1	2.0	1.6
鉱工業	100.0	2.3	1.3	1.5	1.6	0.9

- (備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い15業種。
2. 7 - 9月期、9月は速報値。
3. 業種は内閣府にて分類。

2. 個人消費の動向

個人消費は緩やかに持ち直している。

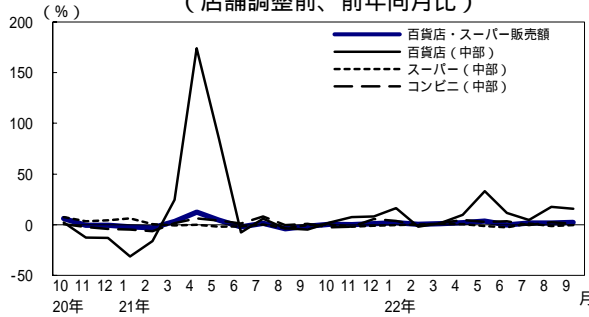
(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

7 - 9月期は前期比0.3%増となった。月別にみると、7月は前月比0.4%減、8月は同0.1%増、9月は同1.0%増となった。

(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、7 - 9月期は前年同期比1.8%増となった。月別にみると、7月は前年同月比1.6%増、8月は同1.6%増、9月は同2.3%増となった。

百貨店・スーパー販売額等
(店舗調整前、前年同月比)



	2022年7月	9月	2022年7月	8月	9月
RDEI(消費*1)	0.3	0.4	0.1	1.0	
百貨店・スーパー(*2)	1.8	1.6	1.6	2.3	
百貨店(*3)	11.8	4.7	17.8	15.7	
スーパー(*3)	0.3	1.2	1.4	0.5	
コンビニ(*3)	0.9	0.5	2.6	0.8	
乗用車(*4)	0.6	10.9	15.0	27.3	
(季節調整値)(*4)	0.1	4.8	5.9	0.8	

(備考) 1. 季節調整前(月)比(%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比(%)

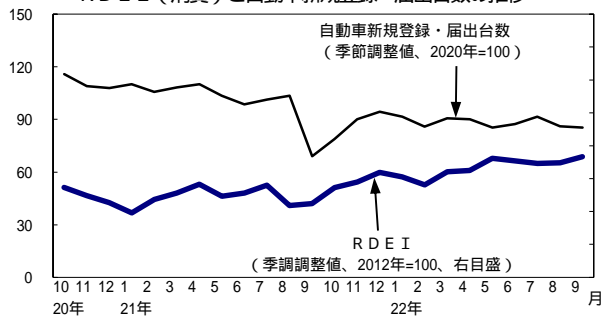
百貨店・スーパーは内閣府にて算出。

3. 店舗調整前、前年同期(月)比(%) 最新月は速報値

百貨店、スーパー及びコンビニは、経済産業省の中部(富山、石川、岐阜、愛知、三重)の値。

4. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%))

RDEI (消費) と自動車新規登録・届出台数の推移

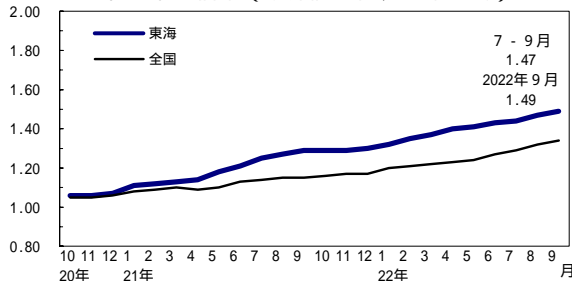


3. 雇用情勢

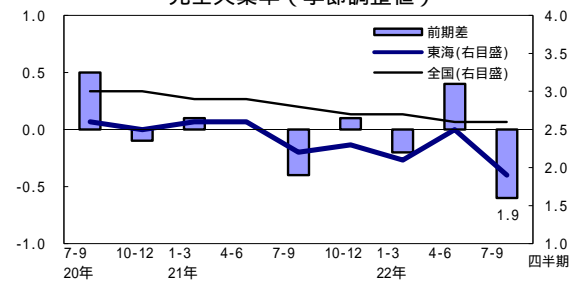
雇用情勢は持ち直している。

有効求人倍率は上昇している。完全失業率は前期を下回っている。

有効求人倍率 (季節調整値、就業地別)



完全失業率 (季節調整値)



(13) 景気ウォッチャー調査（令和4年10月調査）景気判断理由の概要

6. 東海

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・最も売れている商品は礼服である。家族葬が増えたこともあり、礼服を購入する客は増えているが礼服自体の単価は下がっている（衣料品専門店）。
		▲	・ビール類の値上げ前にあった駆け込み需要の反動で、アルコール類の売上は大きく落ち込んだ（コンビニ）。
		○	・来客数が前年、前々年より2けた伸張し、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年も上回っている。ウィズコロナの生活様式にも慣れ、集客力のある人気催事等の実施により客の消費マインドが着実に上向いている（百貨店）。
	企業動向関連	□	・人の流れが増えてきたため、旅行関係、飲食店や宿泊施設等が積極的に広告を打つようになってきている（広告代理店）。
		▲	・円安、半導体不足、原材料その他資材の高騰等があり、また、自動車関連への販売量の減少で全般的にみても景気はやや悪くなっている（パルプ・紙・紙加工品製造業）。
○	・コロナ禍で業績が低迷していた事業所の多くが、売上、利益共に黒字に転換している（会計事務所）。		
雇用関連	□	・新型コロナウイルス感染症の影響で業績が上がらない業種もあるが、全体的に少しずつ回復傾向にある。しかし、飲食サービス業、宿泊業等では求人を出しても人手が集まらない状態が続いている（職業安定所）。	
	▲	・円安の影響が大きく、各所で値上げがある。最低賃金は上がったものの実質的には最低賃金が影響する職種のみ賃上げしている。さらには社会保険料等の値上げインパクトが大きい。その他は現状維持か、時間外勤務削減等で総じて賃金の実感値としては下がっている（人材派遣業）。	
その他の特徴コメント			□：客の入り具合は良くなっているが、仕入価格の上昇が激しく利益につながらない（一般レストラン）。 ▲：食品に買い控えの傾向がみられ、販促を掛けた売出し品の消化が悪くなっている。季節商材の動きも鈍く、売上の推進になっていない（スーパー）。
先行き	家計動向関連	□	・全国旅行支援などで自動車が動く場面が増えれば、車の買換え、点検、修理等も増えると期待するが、ガソリン価格は補助が出ているとはいえ高止まりのままであり、樂觀はできない状況である（乗用車販売店）。
		▲	・光熱費や様々な物の値上げが相次ぎ、購入数や予算を減らしたいという客が増えている（その他飲食 [ワイン輸入]）。
	企業動向関連	□	・メーカーや大手流通業は原料や仕入コスト高による値上げへの対応に手一杯で、物流業の値上げ要請には消極姿勢が続く（輸送業）。
		▲	・鉄鋼価格だけでなくこん包資材、電気料金やいろいろな経費が増加し、鉄鋼価格分の価格転嫁のみでは吸収し切れず、今後受注量が減る。販売価格に価格転嫁された分、価格高騰が見込まれ、その状況で需要そのものが減少すると考える（電気機械器具製造業）。
	雇用関連	□	・円安の影響か、各メーカーが材料や原料のコストを気にしており、派遣活用にシビアになっている。円安は更に進む様相で、メーカーの派遣活用は様子見が続くと見込む（人材派遣会社）。
その他の特徴コメント			□：原材料価格が高止まりであるため、利益の確保が難しい状況が続く（金属製品製造業）。 ▲：まだまだ物価上昇が続き、光熱費などはもっと家計に負担が掛かってくるため、客の財布のひもは今後ますます固くなっていく（美容室）。

(D I) 現状・先行き判断D I（東海）の推移（季節調整値）

