

(6) 東海



東海地域では、緩やかに回復している。

- ・ 鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 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)

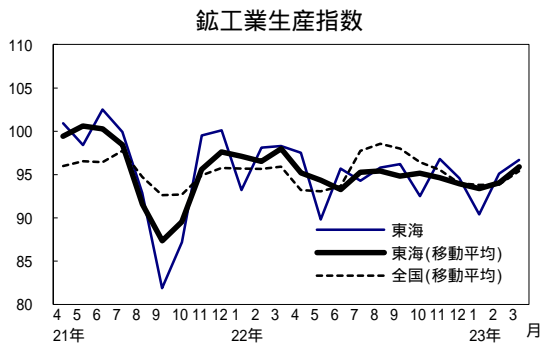
前回からの主要変更点

	前回(令和5年3月)	今回(令和5年5月)	
景況判断	一部に弱さが残るものの、 <u>緩やかに持ち直している</u>	<u>緩やかに回復している</u>	
鉱工業生産	持ち直しの動きに足踏みがみられる	持ち直しの動きがみられる	
個人消費	緩やかに持ち直している	持ち直している	

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。

1 - 3月期の鉱工業生産は、前期比0.6%減となった。月別にみると、1月は「電子デバ、電気・情報通信」が減少したこと等により前月比4.4%減、2月は「輸送機械」が増加したこと等により同5.2%増、3月は「輸送機械」が増加したこと等により同1.7%増となった。



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				
		10 - 12 月期	1 - 3 月期	1月	2月	3月
輸送機械	40.1	1.2	4.2	4.5	7.7	7.0
電子デバ、電気・情報通信	13.3	4.1	5.6	7.5	6.5	6.8
石油・石炭、化学、プラスチック	13.0	2.8	0.8	2.2	3.4	0.4
汎・生産・業務用機械	11.2	1.6	6.6	4.6	3.3	1.3
鉄鋼業、非鉄金属、金属製品	6.4	0.1	2.0	3.3	3.6	2.4
鉱工業	100.0	0.8	0.6	4.4	5.2	1.7

(備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い15業種。

2. 1 - 3月期、3月は速報値。

3. 業種は内閣府にて分類。

(備考) 1. 2015年 = 100、季節調整値、東海の最新月は速報値。

2. 全国及び東海の大線は中心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。

2. 個人消費の動向

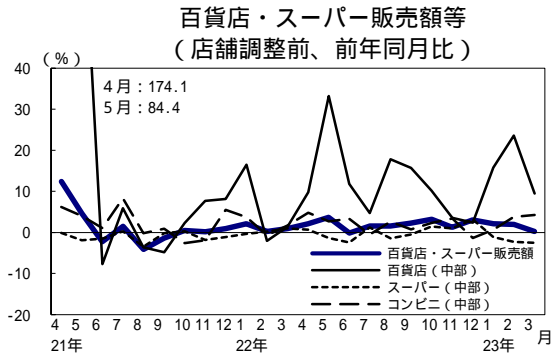
個人消費は持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

1 - 3月期は前期比0.5%増となった。月別にみると、1月は前月比0.4%減、2月は同1.5%増、3月は同1.5%減となった。

(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、1 - 3月期は前年同期比1.4%増となった。月別にみると、1月は前年同月比2.1%増、2月は同2.0%増、3月は同0.3%増となった。



	2023年1-3月	2023年1月	2月	3月
RDEI(消費*1)	0.5	0.4	1.5	1.5
百貨店・スーパ-*2)	1.4	2.1	2.0	0.3
百貨店(*3)	15.6	15.8	23.6	9.5
スーパー(*3)	2.0	1.1	2.3	2.5
コンビニ(*3)	3.0	0.7	3.8	4.3
乗用車(*4)	16.1	17.0	22.8	10.7
(季節調整値)(*4)	5.8	14.9	1.5	6.2

(備考) 1. 季節調整前前期(月)比(%)

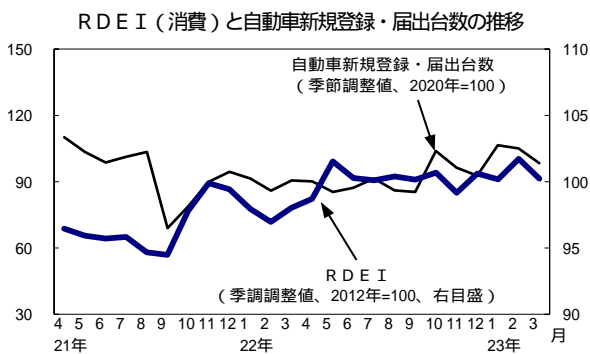
2. 店舗調整前、前年同期(月)比(%)

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。

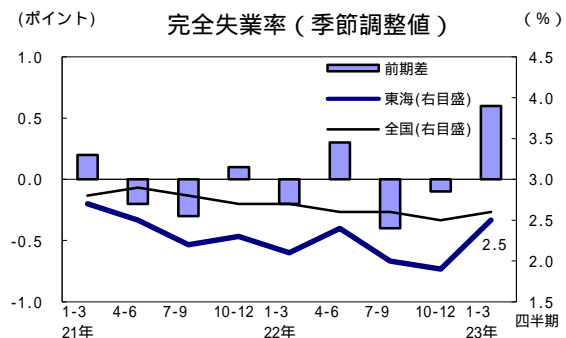
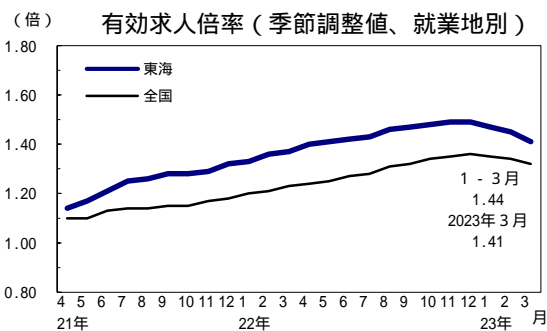
4. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%))



3. 雇用情勢

雇用情勢は持ち直している。

有効求人倍率は低下している。完全失業率は前期を上回っている。



(13) 景気ウォッチャー調査（令和5年4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	□	・コロナ禍の影響はほぼ無くなった。物価が上がり消費意欲が減退するとみられたが、客の動きに変化はみられない。4月に値上げを実施したが、販売量も変わらなかった（その他飲食 [ワイン輸入]）。
		○	・春の祭りやゴールデンウィークなどのイベントに関する購入量が増えており、1客当たり購入額が高い傾向にある（スーパー）。
		▲	・4月に入って来客数が減っている。コロナ禍の巣籠り需要も一巡し、前年好調だったエアコンやパソコンも今年は余り売れていない（家電量販店）。
	企業 動向 関連	□	・原材料値上げ分の価格転嫁は了承を得ているが、販売量が2割程度減少している（電気機械器具製造業）。
		○	・以前に比べると紙媒体での広告受注量は、交通機関とコラボした観光業関係が増えている（広告代理店）。
		▲	・値上げの影響で、消費者の商品を選択する基準は一層厳しくなり、競争力のない商品は受注量が減少する傾向が続いている（食料品製造業）。
雇用 関連	□	・求人数は高止まりで、条件面が良くないと採用が難しくなっている（人材派遣会社）。	
	○	・飲食、宿泊業、卸売業や小売業の求人数が大幅に増加した（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント		○：仕入単価上昇分の価格転嫁が進み、客も価格への抵抗が無くなり、収益が改善している。商品も、若干であるが動きが良くなった（衣料品専門店）。 □：客先の生産計画上では、3か月前と余り変わらず低いままである（輸送用機械器具製造業）。	
先行き	家計 動向 関連	□	・原材料費の値上げに歯止めが掛からない状況が当分続く。利益確保を優先するか、顧客確保のため企業努力によって現状維持で販売していくかとても難しい状況である。当面景気は変わらない（一般レストラン）。
		○	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、より景況感が良くなる。また、インバウンド需要も本格的に高まる（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・原材料、資材、運賃等全てにおいて値上がりで、製品価格への転嫁はいまだに難しく、採算面で苦戦している。3か月先もこの状態が続き、今と同様の景気とみる（パルプ・紙・紙加工品製造業）。
		○	・一部、電材向けの需要が回復する見込みである（化学工業）。
	雇用 関連	□	・インバウンドなどによる観光業の活況は良い要素だが、その他の業種はまだ回復していない。さらに、製造業、建設業を中心に慢性的な人手不足で業績拡大が難しく、現状レベルの維持と考える（新聞社 [求人広告]）。
	その他の特徴 コメント		◎：新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行と同時に行楽シーズン突入のため、今まで旅行を我慢していた個人客や法人旅行がどんどん戻っている。秋口の大型旅行の計画、海外旅行の問合せも徐々に生じており、景気急上昇の予感がする（旅行代理店）。 ○：大手企業を中心に大幅な賃上げが実施されそうなので、新型コロナウイルス感染症の落ち着きとともに消費意欲が上がってくるのではないかと（乗用車販売店）。

