

## 1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：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状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・景気はやや良いが、月末の1週間について前年と売上を比較すると、前年が前年比142%となっていたのに対して、今年は中国の春節と重なっているにもかかわらず前年比89.8%であった。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客については、12～1月にかけて売上が伸びてきている。地元客については、消費税増税後の買い控えが1月に入ってから和らいできている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・前年10月に消費税増税が実施されると同時に、キャッシュレス・消費者還元事業が始まったことで、対象外の大手企業においてもポイント還元や値引きなどが行われている。競争が激しくなっていることで、市場にやや活気が出ており、12～1月は来客数、売上共に前年を上回って推移している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が回復している。キャッシュレス・消費者還元事業の効果が大きいことがうかがえる。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・初売りから主力のスーツの動きが好調である。暖冬の影響もあり、先物の買物にシフトしている流れがみられる。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・各社の初売りの状況を見ると、前年並みの台数でスタートしている。年が替わったことで客のマインドが上向いてきている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後の10～12月はどの業界も厳しい状況であったが、年明けの初売りから、業界にかかわらず少しずつ明るさがみられるようになってきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・1月に入っても来街者の減少傾向が続いている。例年1月2日に初売りを行っていた店舗の中には、来街者数の減少に伴い、4日まで初売りを延期した店舗もみられる。また、当地においては、恒例の冬のイベントが月末にあるため、通常であれば中旬以降の来街者が増加するが、今年は増加する兆候もみられなかった。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・外国人観光客による売上が前年並みに戻ってきているが、地元客による消費は依然として低迷したままであるため、全体としての景況感是不変である。
		百貨店（役員）	それ以外	・1月の状況は良かったが、それが余りにも天候が良かったことによるものなのか、景気が上向いていることによるものなのか、今一つ確信できない。
		百貨店（営業販売促進担当）	販売量の動き	・買上客数、買上点数共に数字が上向いてこない。特に婦人服、婦人雑貨は、セール期になっても回復の動きがみられない。また、コート、手袋、ブーツなどの防寒アイテムが苦戦している。食品についても節約傾向がみられる。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・食料品における消費税増税の影響は、軽減税率の適用もあり、当初は余り感じられなかったが、ここにきてじわじわと影響が出てきている。全体的な買い控え感が否めない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・公共工事が行われている地区では、来客数が増えているものの、工事のない地区では、漁業関係者の動きが鈍く、客が減少傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・来客数が前年と比べて極端に落ちている。また、買上客の客単価も伸びていない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業のスタート時の売上が良かったため、それよりは鈍化しているものの、オリンピックイヤーということもあり、引き続きテレビの販売が好調である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が発売されてからも、販売量に変化がみられず、旧態依然のままで推移している。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客の様子をみると、春先需要が少し出てきているが、本来であればもっと活発になっていても良い。景気が若干下向きになっている雰囲気がある。	

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状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・消費税増税後から客の購買意欲が下がったままで、自動車などの高額商材にまで金を回せない状況が続いている。
		自動車備品販売店 (店長)	来客数の動き	・来客数の動向に変化がみられない。若干の減少傾向で推移している。
		その他専門店 [医薬品](経営者)	来客数の動き	・1月は新型コロナウイルスの影響でマスクや消毒薬の需要がみられたが、全体的な客の動向は決して良いとはいえない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド](経営者)	販売量の動き	・石油製品価格が安定しており、特に変化はみられない。
		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・1月は売上が繁忙期の半分程度になるが、その売上に見合った人員でサービスの質を低下させることなく対応できている。ディナーは苦戦したが、週末は外国人客やなじみ客の来店が目立っており、売上は前年から12%増加している。ただ、今後については新型コロナウイルスの影響が心配である。
		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・売上は前年並みとなったが、やや前年を下回った。今のところ、新型コロナウイルスの影響は余りないが、これから外出を控える地元客が増えることが懸念される。また、予防のために、接客や調理の際に、従業員がマスクを着用するようにしているが、そのことが風評被害につながることも懸念される。日頃、SNSでは外食の記事が多くみられるが、1月はかなり少なくなっている。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・冬季に入り、雪不足が課題となっているが、周辺のスキー場ではコース限定ではあるものの、オープンできていることから、影響はみられない。また、学生のスケート競技大会などもあったため、地元の宿泊需要は一定程度安定している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・1月は雪が少ないせい、タクシー1台当たりの売上は前年から若干のマイナスとなった。ただ、乗務員不足でタクシーの稼働台数が大きく減少しているため、会社の売上は8%減となり、大きな減収となった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・外国人観光客が少しずつ増えてきている一方で、イベント関係や国内旅行者が少しずつ減ってきており、プラスマイナスゼロで状況は変わらない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前年10月の消費税増税に伴い基本運賃を値上げした影響もあるが、それ以上に量販店の売上が予測以上に下落していることの影響が大きい。量販店の集客が落ち込んでいることで、タクシーの需要も低迷している。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・道内の地方都市における通信サービスへの加入状況は当初の想定を超える状況だが、札幌圏に限っては想定を下回っている。その原因の1つとして、道外の販売店で起きた接客対応の問題により、業界全体のイメージダウンが起きていることが考えられる。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・客の来店周期が安定している状況が継続している。そのため、売上の上下変動も余りなく、安定した売上になっている。
		美容室(経営者)	販売量の動き	・売上は3か月前とほぼ変わっていない。
		その他サービスの動向を把握できる者[フェリー](従業員)	来客数の動き	・天候が比較的安定していることから、利用客の大きな増減はみられず、変化のないまま推移している。
		住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームへの来訪客の様子に大きな変化はみられないものの、商談に要する時間が長くなってきているなど、余り良くない兆候がみられる。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・年の暮れにおいて、買物の仕方が細かくなっている傾向がみられたことなどから、景気は段々と下向いてきている。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・前年は大雪の影響で軒並み売上を落としたが、今年は雪が少ないため、マイナス要因が減っており、ほんの少しだが前年を上回っている店舗が多い。

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状況の説明
		スーパー（店長）	お客様の様子	・依然として客の財布のひもが固い。価格が安いからといって衝動買いする客は少なく、必要な商材以外は購入しないといった節約志向が目立つ。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価が低下している。
		スーパー（役員）	販売量の動き	・雪が異常に少ないこともあり、除雪用品、カイロ、冬物衣料などが全く売れていない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・雪が少ないことで、除雪業者の作業が減少しており、来客数にも影響が生じている。1月後半からは、外国人観光客の減少傾向もみられるようになってきている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・初売りは前年並みであったが、中旬～下旬にかけての来客数が減少しており、客単価も低下している。特に暖房機を購入する客の来店が落ち込んでいる。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・量販店内の店舗では、客が買物をしている様子が見られない。また、客との話から、家計の中で節約するのは飲食代ということをよく聞く。消費税率が10%に引き上げられたことが大きく響いていることがよく分かる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・月初めはまずまず良かったが、20日以降は新型コロナウイルスのせいか、客足がびたりと止まっている。団体客の予約も多くがキャンセルとなっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・観光目的の韓国人客の宿泊利用が停滞したままであることに加えて、国内客の利用も個人、団体共に不振であった。需要を喚起するような大型イベントもなかった。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・当地における冬季観光の本番には少し早く、流水が着岸するまでは観光需要の伸びがみられない時期である。さらに、今年は暖冬や少雪の影響で、北海道の冬のイメージが損なわれていることもマイナスとなっている。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、当地を訪れる観光客も、当地から出掛ける観光客も、予約のキャンセルや方面変更などが相次いでおり、影響が出始めている。今後、すぐに影響が収束するとは考えられない状況になっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・年末の輸送繁忙期が終わったが、新年恒例の会合などが減少傾向にあることから、輸送量が減少している。1台当たりの売上も減少しつつある。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・前年11月以降、天候不良の影響で利用乗降客数が見込みほど伸びない状況にあったが、年が明けてからは、例年よりも天候の良好な日が多いにもかかわらず、1月27日時点の利用乗降客数が例年並みにとどまっており、停滞感が強まっている。
		美容室（経営者）	それ以外	・働き方改革のことを考えると、サービス業においては、売上や利益を上げることが難しくなっている。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・果実の不作とそれに伴う価格高騰により、輸出量が非常に少なくなっている。また、新型コロナウイルスの影響も生じている。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・国内客については消費税増税の影響が出てきている。客が価格に敏感になってきており、値札をよく見て購入している様子がうかがえるなど、消費マインドが少しずつ弱まっている。外国人観光客については香港のデモの影響に加えて、新型コロナウイルスの影響が出てきていることでもかなり悪くなってきている。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・仕入先の会社から、支店の撤退や業務縮小、廃業などの案内がきており、業種を問わず厳しい環境にあることがうかがえる。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少が顕著であり、販売量についても減少傾向がみられている。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・消費税増税以降、国内客の動きが悪い。また、暖冬の影響で冬季観光の遅れもみられる。さらに、外国人観光客については、韓国との外交問題、米中の貿易摩擦の影響で減少傾向がみられるなか、新型コロナウイルスの影響で中国人客のキャンセルが生じており、春節の期間中であるにもかかわらず景況感が非常に悪い。
	×	旅行代理店（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、客の消費が停滞している。

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状況の説明
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・雪が少ないという特殊要因を考慮しても、タクシー利用が低迷している。景気悪化が要因であると考えざるを得ない。
企業 動向 関連  (北海道)		-	-	-
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックに向けての需要が伸びている。また、ホテルや空港などにおける大型のプロジェクトが動いていることもプラスである。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・例年にない少雪にも助けられ、予定どおりに工事の完成を迎える現場が続いており、利益の上積み確保につながっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず前年比1割減の状況が続いている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客の投資サイクルが順調であり、受注数、案件数共に緩やかな増加傾向を維持している。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・消費税増税を前にした駆け込み需要の反動減の影響は縮小してきているが、百貨店やスーパー、自動車販売店では、依然として消費税増税の影響がみられる。その一方で、公共投資と民間設備投資が景気を押し上げており、道内景気は3か月前と変わらない水準を維持している。
		司法書士	取引先の様子	・建設業や不動産といった取引先の動きから判断すると、例年の同時期と余り変わりがなく、相変わらず低水準で推移している。地方都市においては、景気が良いと判断できるような材料が余りなく、経済活動も活発ではないため、景気が良くなっているという判断はできない。
		司法書士	取引先の様子	・建物の新築や売買については、消費税増税前に契約している案件が多く、増税後の成約件数は減少したままである。景気回復の実感のない状況が依然として続いている。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・業績不振の客先が多いものの、将来の人手不足に対応するための投資が多数行われている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・札幌圏以外では建設需要の増加要因が見当たらない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上について、引き続き前年比で10%近い伸びを示しており、春先まではこうした状態が続く。ただ、少雪の影響で、例年と比べて工事が順調に進み過ぎる可能性がある。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	受注量や販売量の動き	・燃料価格の高騰、人件費の不足が続いているが、受注量は変わらずに推移している。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・記録的な少雪の影響で、冬季における建設関連労働者の収入源となっている除排雪作業が極端に少なくなっており、収入を絶たれている事業者が多くみられる。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州向けの生乳は相変わらず好調に推移しているものの、年末需要の反動もあり、飲料容器、スポーツ雑貨の荷動きが奮わない。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・雪不足により、関連業界における影響が大きくなっている。暖冬の影響で、冬物衣料、グッズなどの売行きも低調である。
		司法書士	取引先の様子	・例年と比較して、不動産の売上が少ない。また、降雪量が少ないため、除雪作業も落ち込んでいる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前の売上目標値に近い実績となったが、ベース素材の流通が悪くなっており、消費量が減っている。また、市場の仕事も遅れており、実質的な景況感が悪くなっている傾向がうかがえる。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1月の販売量は前年比マイナス8%だったが、3か月前の10月の販売量は前年比マイナス1%だったため、景気は悪くなっている。
雇用		-	-	-

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状況の説明
関連 (北海道)		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・年末年始を挟んだこともあり、求人依頼に一服感があるが、年明け早々から堅調に推移しており、順調な景況感が継続している。人材登録も増加傾向にあるが、求人企業とのマッチングが苦戦している。ただ、求職者にしてみると、求人がちまたにあふれており、選び放題で、自分のわがままを押し通しても次の求人に応募できる状況となっている。面接後に内定を得ても、ほかの求人企業と比較して、より条件の良い企業を選ぶ傾向がみられ、内定を辞退する求職者が3～4割に達している。人手不足の影響ともいえるが、景気が一定以上に回復していなければ、これだけの求人が労働市場にあふれることはないため、景気はまだ底堅く推移している。
		求人情報誌製作会社(編集者)	求職者数の動き	・特に、建設業、介護、飲食業の求人に対する反応が良くない。求職者の絶対的な不足感がある。
		求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・北海道らしからぬ暖冬の影響で、衣料品販売を始めとした小売業の求人が減少している。また、記録的な雪の少なさで除排雪の必要がないため、運送業などが打撃を受けている。また、新型コロナウイルスの影響で宿泊業のキャンセルが出始めており、観光関連においては求人を控える傾向がみられる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	・降雪量が少ないことの影響で、スキー場の運営事業者、出勤回数の減少している除排雪業者などでは、例年と比較して売上が減少している。逆に、降雪量が少ないことで、経済活動に好影響が出ている業界もあるため、現状では全体的な実情が見えづらくなっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・12月の有効求人倍率は1.19倍と前年を0.06ポイント上回り、9年10か月連続で前年を上回った。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に減少している。ただし、求人数については、企業における募集人数や求人条件などの精査により、更新求人、新規求人が減少しているためであり、人手不足の状況は変わらない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・12月の有効求人倍率は1.05倍であり、前年を0.07ポイント上回り、引き続き高い水準で推移している。
		学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・1部上場の企業を除けば、前年、一昨年と比較して求人の動きが低調である。
		求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	・消費税増税により客の購買意欲が低下しているなか、暖冬や少雪の影響を受けて、見込んでいた売上に届かない会社が多くなりそうである。特に、除排雪業者は稼働日数が少なく、予定していた売上の5～6割になることが見込まれている。また、1月下旬になっても、いまだにオープンできていないスキー場もある。洋服は冬物が売れず、野菜は安価、冬の大きなイベントは雪不足で縮小や中止を余儀なくされ、自動車板金業は事故が少ないことで修理依頼が減少し、タクシーは客からの依頼が少なくなっているなど、様々な業界に影響が生じている。
	x	-	-	-

## 2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(- : 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状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		競艇場(職員)	単価の動き	・売上向上策として実施したイベントの効果が出ている。
		一般小売店[書籍](経営者)	販売量の動き	・売上の全体的な底上げができています。
		一般小売店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げで売上が著しく落ち込んだ3か月前との比較となるため、大分持ち直してきており、1人当たりの単価も上向きになっている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・低価格よりも通常価格帯の商品が伸びているため、買上点数や客単価が伸長している。また、雪が少なく外に出やすい天候も影響している。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・キャッシュレス還元の影響で、キャッシュレスでの支払比率が前年と比較して10%高く、来客数の増加にも寄与している。

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状況の説明
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・10月からの消費税の引上げでスーツなど単価の高いものが売れない状況だったが、初売り以降のセールから必要なものを買いはじめ、ようやく不振から回復しつつある。
		家電量販店(従業員)	来客数の動き	・冷蔵庫、エアコンなどの大型商材の動きは鈍いものの、消費税の引上げ直後の10月と比較すれば、多少の回復傾向にある。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税の引上げから12月までは計画に対し厳しい実績であった。今年に入ってからは暖冬の影響もあるのか来客数や実績が伸びてきている。
		観光型旅館(スタッフ)	単価の動き	・降雪がない関係で遠方から車で来る客が多い。また、隣県客限定割引を行った結果、平日の稼働率及び単価が上昇している。
		その他サービス [自動車整備業](経営者)	来客数の動き	・暖冬で心配したが、客足は落ちていない。
		住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・遅れていた大手企業の遊休地取得ができています。
		商店街(代表者)	単価の動き	・暖冬少雪で外に出やすい状況のため来客数は増えたものの、単価が以前より落ち込んでいる。そのため、結果として売上は前年を多少上回る程度となっている。
		一般小売店 [酒](経営者)	お客様の様子	・今年は今までにない暖冬で積雪が全くない状態である。除雪作業がないことで関連業者は苦しい状況に追い込まれており、雪まつりやスキー目当ての観光客数にも多大な影響が出るなど、回るべき金が回らない状況に苦しんでいる。
		一般小売店[カメラ](店長)	販売量の動き	・高額商材の販売により売上を確保しているものの、販売量は減少傾向にある。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・化粧品や消耗品については需要が回復してきているものの、ファッション関連アイテムは低迷している。商品の 카테고리によっても状況は異なるが、依然として客の生活防衛意識は続いている。
		百貨店(経営者)	単価の動き	・来客数はほぼ前年並みで推移しているものの、全体的に高額商材のシェアが落ちてきており、客単価が低下している。これは消費税の引上げ後の特徴的な動きである。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・平均1品単価の前年割れが続いている。買上点数は前年を若干上回ったものの、平均単価の落ち込み分をカバーできていないため、消費の傾向に変化はない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・年明け以降、来客数は維持できているものの、客単価の低下がみられている。そのため、前年比では厳しい売上状況が続いている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数は減少しているが、キャッシュレス還元で1人当たりの買上点数が増加しているため、売上はそれほど減少していない。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・キャッシュレス還元も伸びがみられず、外的環境にも変化がない状況である。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・私立高校の制服注文の時期であるが、生徒数が年々減少しており、県外からのスポーツ入学生で何とか前年並みの販売量となっている。その他の冬物は暖冬で全く動きがない状態である。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・バーゲンセールがスタートして購買客数は増えたが、割引率の高い高額商材よりも、割引率は低くても低単価商品に魅力を感じる客が多く、客単価を上げることができていない。
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・暖冬のため単価の高い冬の防寒着の動きが鈍く、他の商材でカバーしきれない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・法人客の販売量は多少伸びているものの、個人客の販売量が伸びていない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・来客数は徐々に増加傾向にあるが、受注に至らないため受注量の増加につながらない。
		乗用車販売店 (本部)	販売量の動き	・水害の影響の大きかった一部地区を除き、来客数、販売量共に前年並みで推移している。ただし、県内特有の商習慣である初売りについては、客足が余り伸びていない。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産のため、現在は受注したものを生産している。

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状況の説明
		その他専門店 〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・記録的な暖冬により降雪や積雪がないため、長靴やブーツの売行きが悪い。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・暖冬の影響で灯油の販売量が前年比85%程度に落ち込んでおり、軽油も前年を下回っている。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・初売りは前年を下回ったものの、その後のパーゲンセールが好調に推移しており、来客数も安定している。
		一般レストラン （経営者）	競争相手の様子	・同業者や仕入先からは、相変わらず景気がかなり悪いという声を聞いている。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・来客数の動きは日によって極端に分かれている。月前半は特にひどかったが、後半から多少良くなっている。ただし、客は同じ日に集中しているため、全体的に良くなっているとはいえない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・相変わらず前年比は微減の状態が続いており、好転の兆しはみられていない。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・冬のために披露宴がなく、一般宴会も前年を下回っている。また、宿泊もインバウンド客が増える要素がないため、前年に届かない状況となっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・正月明けからは、買物のためにスーパーへと迎車する回数が減っている。前月の60%程度であり、3か月前とほぼ同じ回数となっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ以降は、特に自動車の販売が落ち込んでいる。ただし、全体的な景気に対する影響はそれほどではなく、景気に大きな変化はみられていない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられていない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・年末年始に一時的に増えていた映像サービス、通信サービスの加入者も落ち着いている。また、暖冬の影響もあって外出の機会が増えたこともあり、自宅で映像コンテンツを楽しもうとする客が減ってきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ後も客の様子は余り変わっていない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・好調なインバウンドに支えられて来客数自体は伸びているが、余りにも雪が降らず、冬の船下りの楽しみである雪景色を見ることができないため、日本人客が減っている。売上はそれほど落ち込んではいないが、支えているのはインバウンド客のため、この先の見通しが立たず、景気が良いとはいえない。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・8日間の限定営業だったが、暖冬の影響で来客数や単価は前年を上回っている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比98%前後で推移している状況に変化がない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・暖冬で例年よりも雪が少なく、冬物商材の売上が伸びずに消費が停滞している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・前年同月比において、来客数が10%以上減少している。
		百貨店（買付担当）	お客様の様子	・一部カテゴリーでは暖冬の影響がみられるものの、全体的には生活防衛意識による買い控えがみられている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・この時期の売場は鍋料理を売り込むことで野菜、魚、肉などの売上を確保するが、暖冬の影響で鍋商材が売れていない。気温が高く雪も極端に少ないことから来客数は前期並みであるが、客単価が上がらない状況である。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・売上の前年比が96.8%と、酒、雑貨など消費税の引上げが大きく影響する部門が特に厳しくなっている。生鮮青果、食肉、総菜、日配部門も前年を下回るなど、客の節約志向が強まっている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みで推移しているものの、買上点数は97%であり、客単価も伸びていない。特に加工食品、菓子、酒の買上点数の減少が大きい。生鮮の客単価は高いものの、1品単価が高いことが要因であり販売量は伸びていない。

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状況の説明
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較して、かなり悪い状態となっている。天候には恵まれたものの、主な客層である建設業の動きが悪く、来客数がかなり悪化している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は前年並みで推移しているものの、来客数は前年を下回っている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・除雪代の負担もそうだが、雪が少ない影響で夜間の除雪業者関連の来客数が減っている。また、競合の影響が徐々に大きくなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・例年よりも温暖な天候により、土木関係企業への除雪受注量が減少している。そのため、小売業の販売量減少を招いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東北全体でみても来客数の減少に歯止めが掛からず、特に北東北の状況が悪い。東日本大震災の津波被災地では人口が震災前と比べて大きく減少しているところもあり、景気回復の兆しはみえていない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・軽減税率やキャッシュレス還元の効果か、県内のコンビニにおいて前年比は決して悪くない状態である。ただし、最近は新型コロナウイルスへの警戒からか、来客数が徐々に減りつつある。今後の状況によっては、小売業全体が打撃を受ける可能性がある。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・冬物の販売が最終段階を迎えているが、好天で雪が少ないため、コートや厚手のセーターの動きが止まるのが早まっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・初売りで買い控えの客が一時的に動いたが、10日以降からは一気に落ち着いてしまっている。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・暖冬の影響もあって買上点数が前年比90%の状態であり、来客数も落ちている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・暖冬気味のため、石油系、電気系の暖房商材の売行きが振るわない状態である。また、消費税の引上げの影響が多少残っており、世界情勢の不安定さからも消費マインドが慎重になってきている。単価も下がってきているため、好調なパソコンやテレビの売上でもカバーしきれなくなっている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・当店は初売りを行っていないため、販売は小物が多く売上が伸び悩んでいる。仏事に関する需要が薄れつつあることも一因である。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・天候に恵まれて雪も少なかったが、景気は非常に悪い状況である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・暖冬が続き、灯油やスタッドレスタイヤなどの季節商材の販売量が低調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響を心配していたが、それほど落ち込みにはなっていない。これを機に値上げをしたが、価格に見合った客層の来客数が増えている。その分、客の二極化が進んでいる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・店頭、Web共に、個人旅行の販売量が落ち込んでいる。
		通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・個人消費の拡大策や所得の増加に向けた政策が進まず、一部の企業だけが潤っている状況である。景気の循環が弱いため、景気はやや悪いとみている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数が激減している。また、初売りの販売数も減少している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前年同時期と比べて発注量は減少している。東日本大震災からの復旧、復興工事が落ち着いてきていることや、教育施設のエアコン工事に伴う設計、監理業務が終わることが要因である。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ後は問合せの減少が続いている。また、リフォーム工事や住設機器交換工事の受注量も減っている。
	×	一般小売店[医薬品]（経営者）	それ以外	・初売りは多くの人でにぎわったが、その後の売上はどんどん下がってきている。また、働き方改革による影響なのか、飲食店自体の閉店時間も早くなっており、ネオンの街が非常に暗く寂しくなっている。
	×	一般小売店[寝具]（経営者）	販売量の動き	・予想はしていたが、今月は商品の動きが全くない状態である。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・暖冬少雪の影響で除雪の出勤回数が少なくなったことから、業者の収入が減少している。また、野菜の安値、鍋需要の不振、原油価格の高値なども景気に影響を与えている。



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状況の説明
	×	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数以上に客単価が落ち込んでいる。
	×	その他専門店[酒](経営者)	販売量の動き	・12月は売上目標を達成できなかったものの、ある程度の数字にはなっていた。ただし、1月はその反動や地方における消費税の引上げの影響など複合的な要因が重なり、悪い数字となっている。
	×	その他専門店[食品](経営者)	販売量の動き	・少雪の影響が出ている。除雪関係の金が市内に回らないためか、購買動向が弱い。
	×	その他専門店[白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・消費税の引上げの影響をずっと引きずっており、売上は過去最低の記録を作っている。暖冬の影響もあるとみているが、こんなに売上が減少したのは初めてである。また、新型コロナウイルスの影響でマスクが底をつき、売りたいくても売れない状況である。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・寒い時期に寒くならないと良くならない。また、新型コロナウイルスの影響も心配である。
	×	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・消費税の引上げによる家計の圧迫が続いており、遊びやぜいたく品に対する財布のひもが固い状態である。特に夜の部のサービス業に対する消費意欲は、個人、法人共に一番削られているところである。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・乗客数の減少に加えて、利用距離や料金も減少している。
	×	観光名所(職員)	来客数の動き	・暖冬少雪で道路状況は良いのに来客数が伸びていない。客の購入意欲も低下している。
企業 動向 関連  (東北)		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・大型公共工事などの受注により上向きとなっている。
		*	*	*
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・初売りはまずまずの出足となっている。ただし、それ以降の動きについては、土産物が余り動かない時期であることを差し引いても、良くない状況である。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・中国からの旅行者が減少している。
		食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比96%となっている。また、3か月前と同様に売上は毎月4～5%の減少を続けている。
		出版・印刷・同関連産業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較しても売上は横ばいで推移している。
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・半導体製品をメインとする電子部品の大口価格が上昇傾向にあるため、業績が上向いてきている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・3か月前と比較しても取引先の動きに変化がみられない。
		輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今のところ、売上が伸びるようなプラス要因はない。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・契約の解約や切替えの相談が多い。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・暖冬の影響により、除雪関連業者は大きな打撃を受けている。また、野菜価格の下落でスーパーも苦戦している。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックにより仕事が増えることを期待したが、影響は全くなく、冷え込みは続いている。各スポンサー企業も東京オリンピックで予算を使うために広告費の圧縮に動くなど、余計に景気を冷え込ませている。
		公認会計士	取引先の様子	・年末商戦の影響か、小売業においても業績の良い企業が多くみられている。また、建設業は一定水準の利益を確保している企業が多く、全体的に3か月前と同様の景気の動きとなっている。
		コピーサービス業(従業員)	取引先の様子	・販売量及び売上にほとんど変化がない状況である。
		その他非製造業[飲食料品卸売業](経営者)	受注量や販売量の動き	・12月に納品した流通在庫が動いていない。春節のインバウンド消費も新型コロナウイルスによる影響で水を差されている。
	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・農協出荷分のりんごの精算が終わったが、一昨年よりも10～20%安い。個人向け販売も注文数の減少により同様の推移となっている。	
	農林水産業(従業者)	それ以外	・消費税の引上げにより、農業資材の価格が上昇している。	

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状況の説明
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・取引先の話から、全体的に発注量が減っていること がうかがえる。
		窯業・土石製品 製造業（役員）	受注量や販売量 の動き	・民間工事が停滞しており大きな需要が見当たらない。 業界としても設備投資は手控え気味である。
		金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・メーカーによって温度差はあるが、主力のカメラ業 界は全体的に減産傾向にある。
		金融業（広報担 当）	取引先の様子	・暖冬少雪の影響で例年より観光客の動きは良いが、 地元においては冬物衣料や日用品などの在庫が出ている。 また、建設業者への除雪受注量の激減も含め、中 小零細事業者の資金繰りへの影響が懸念されている。
		広告業協会（役 員）	受注量や販売量 の動き	・令和になって初めての年始商戦は前年並みに推移し たが、それ以降の消費活動が停滞気味であり、広告出 稿にも影響が出ている。そのため、全体的にはマイナ ス傾向である。
		広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・東京オリンピックに対して、期間中やその後の景気 減速を語る取引先が多くなってきている。
		経営コンサル タント	取引先の様子	・スキー場などの天候依存型の業態では、この冬の雪 不足が大きく影響している。
		その他企業〔企 画業〕（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・今月に入ってから流通業からの受注量の減少が顕著 である。取引先からは2月の決算を迎えて何とか手を 打ちたいが、財布のひもが固い客が多く客単価が下 がっていると聞いている。
		x	その他非製造業 〔飲食料品卸売 業〕（経営者）	競争相手の様子
雇用 関連  (東北)		アウトソーシ ング企業（社員）	それ以外	・仕事の効率が良くなってきている。
		人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・同一労働同一賃金の条件交渉が大詰めとなっている。 大半の契約先企業から理解が得られており、おお むね順調に進んでいる。しかし、地場企業などでは人 件費上昇に伴う派遣料金の改定を受容できず、直接雇 用への移行も含めて契約終了となるケースもある。
		人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・ビルメンテナンス、外食産業、建設業、建設資材会 社、広告代理店など、多業種にわたって人手不足が続 いている。転職者が増えているなか、転職先の求人が 多くある状態である。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人発生の理由は変わってきているものの、人手不 足を理由とした募集は継続的に発生している。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人数に変化はない。年明けから求職者に動きがあ るものの、毎年の流れのため、景気の動きとしての変 化ではない。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求職者数、月間有効求職者数共に、3か月連続 で減少している。一方、求人数は臨時求人が多かった ことから未充足求人も多く、月間有効求人数は3か月 連続で増加している。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・製造業の求人が減少している。ただし、小売業、飲 食業、医療福祉業では相変わらず人手不足感が続い ている。
		その他雇用の動 向を把握できる 者	周辺企業の様子	・引き続き人手不足による求人はあるものの、製造業 では先行き不安から求人を探る動きが出てきてい る。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税の引上げの影響とみているが、流通を中心に 求人数が減少している。採用の諦めによる一時的な減 少ではなく、規模縮小による人員削減が顕著になって きている。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・被災地では復興工事が終わりを迎えている。また、 記録的不漁を背景に、食品加工業や小売業の廃業が目 立ち始めている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・今は仕事をやめる人がいないため求人は出さないと いわれるが、何となく昔と違うニュアンスに聞こえて いる。
		学校〔専門学 校〕	それ以外	・消費税の引上げから4か月が経過したが、徐々に増 税の影響がみられており、景気は悪化傾向にある。

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状況の説明
	x	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・中国市場の悪化による工場閉鎖や採用凍結など良い材料がなく、改善傾向もみられない状況である。特に沿岸部の中小の工場は同一労働同一賃金問題で非常に厳しい状況に迫られており、ますますの悪化を心配している。

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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状況の説明
家計 動向 関連  (北関東)		-	-	-
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税直後の3か月前と比べると、さすがにやや良くなっており、増税感も少しは薄らいでいると感じる。衣料品やリビング関連、化粧品などは前年を少し上回る状況にある。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の余波が少なくなり、東京オリンピック需要やソフトのサポート終了で、パソコンに動きがあり、やや良くなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今までにない、何とも言えない沈滞ムードが続いている。身近な八百屋、花屋、その他商店主が、「どうも財布のひもが固い。今までにないような、買い方をしてくれている」と話している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・暖冬の影響から来園者数は増加傾向である。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月は休日が半数を占めるような状態の上に暖冬でもあり、外出する人が見受けられる。その分、地元の人たちが少ないようである。精肉業界もデフレ傾向である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税後から前年比マイナスが続いていたが、今月はほぼ前年並みの見込みである。増税の影響も徐々にではあるが、回復傾向にある。ただし、主力の衣料品の不振は継続しており、その他の商品群が支えている構図で、景況改善とは言い難い。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・12月にリフレッシュオープンし盛況だったが、1月に入ってからは衣料品や身の回り品のバーゲンセールへの反応が鈍い。それに引きずられて、スーパーを含めた食料品も低調に推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・日商は、前年比マイナス2万7000円で、来客数は同比マイナス37人である。売上前年比は悪くなっているが、前年は半月ばに実施されたキャンペーンが、今年は2月に実施する予定のため、来客数、売上共に減少の原因となっている。それを差し引くと、ほぼ前年並みである。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・極端な暖冬のため、冬物の動きがかなり悪い。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・例年のことだが、年明け早々1月の来客数の動きや数そのものが、かなり減ってきている。今年の暖冬も相当影響していると思うが、それにしても客が出てこない。打つ手に工夫が足りないのか分からないが、かなりひどい状況で推移している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車、中古車等の販売、車検等の整備売上は3か月前から低位安定で伸び悩んでいる。また、暖冬で雪が降らず、スタッドレスタイヤの売行きも良くない。今シーズンに1～2回でも降ってくれると良いのにと思っている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・今月も新車販売は別として、中古車販売台数、車検、定期点検の入庫台数は、非常に良いとはいえないものの、順調に推移しており、景気はそれほど悪くはない。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税と台風19号等による災害後の反動があると考えていたが、前年同様のペースで推移している。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・記録的な暖冬により、季節商材を中心に厳しい売上が続いたが、新型コロナウイルスの状況推移が報道されるたびに、マスク等を求める来店動機につながり、ここ数日、来客数が増加傾向にある。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	お客様の様子	・4月の新年度からの新規業務受託は、ほぼ計画どおりに進んでいる。給食業務の民間、外部委託化の流れは変わっていない。委託費の引上げ等の取引条件についても、消費税増税や最低賃金の上昇等もあり、見直しを受け入れてもらえる取引先が増えている。

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状況の説明
		都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・1月の宿泊は三が日を除いて、厳しい予約状況であった。中旬以降にビジネス客の予約が戻ってきたものの、香港のインバウンドが、全てキャンセルとなってしまった。料飲部門は、新年会の予約が例年よりも確実に減っているため、宿泊以上に厳しい月となっている。
		都市型ホテル (営業)	来客数の動き	・来客数は年末や前年に比べて減少傾向にある。また、宴会等の利用も、新年会自体が減少傾向にあり、厳しい状況にある。
		タクシー(経営者)	お客様の様子	・夜の動きは良くないものの、昼間の動きが良かったので、消費税増税分の2%を含めても、前年同期比4%の増収である。
		通信会社(総務担当)	販売量の動き	・必要に迫られて買い求める客の比率が増え、毎月一定数の販売に収まっている。以前のように、人気の機種や特価機種に殺到し、販売が爆発的に伸びることはなくなり、低位で安定している。
		通信会社(局長)	来客数の動き	・契約数や単価に変動はみられない。ただし、前年冬よりクレジットカードでの支払希望数が増えており、政府が進めているキャッシュレス還元政策はある程度普及しているようである。
		ゴルフ場(総務担当)	来客数の動き	・現在はクローズ中だが、3月7日の営業再開以降の予約状況は、前年並みに推移している。
		競輪場(職員)	お客様の様子	・入場者数、購入単価共に、ほぼ変化がみられない。
		設計事務所(所長)	競争相手の様子	・同業他社の様子を見ても忙しさは感じられない。大型物件を請け負っている様子もない。
		住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・年明けから販売状況は変わらないものの、物件の話は徐々に出てきている。
		住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・最近は店舗関係の問合せはちらほらあるが、事務所関係は、ほとんどない。土地についても安い物件への引き合いはちらほらあるが、やはり依然として値引き交渉がある。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・お正月でも商店街のにぎわいは年末年始の5日間だけで、すぐに日常に戻っている。飲食店の夜のにぎわいもなく、人の姿さえまばらで寂しい限りである。
		一般小売店[家電](経営者)	販売量の動き	・年が明けてから、販売量が著しく落ちている。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・買物カゴに入っている商品の点数が少ない。
		スーパー(商品部担当)	単価の動き	・天候不順による農作物や果実の価格に影響が出ており、例年に比べて単価下落や数量不足など、売上不振傾向が出始めている。販促強化をしても単価増にはつながらない。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・年末年始の消費が多かったため、最近では買い控えや天候も不安定のためか、来客数が減っている。
		コンビニ(経営者)	競争相手の様子	・競合店ができたため、来客数が減っている。
		家電量販店(営業担当)	販売量の動き	・消費税増税以降苦戦している。ただし、好調カテゴリーである映像関連は東京オリンピック等のイベントで動きが良く、前年比130%で推移している。また、パソコンはOSサポート終了の影響で前年比150%と好調である。それ以外のカテゴリーは前年割れで、特に、暖冬の影響もあり、季節商材は前年比70%と落としている。
		その他専門店[靴小売業](経営者)	単価の動き	・北関東地域全体の景気もあるが、暖冬による冬物の販売が、この3年間で4分の1となり苦戦している。身近な商材の購入だけで、買物単価も低くなっている。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・宴会需要が漸減している。また、宴会終了後、ほとんど帰宅してしまい、2次会に行く方が減っている。3か月前と変わらず、悪い状態である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・正月や連休でお金を使い、連休明けからは節約志向なのか急激に来客数が減っている。
		一般レストラン[居酒屋](経営者)	来客数の動き	・予約があれば良いが、フリー客の動きがほぼ皆無で、やや悪くなっている。
		都市型ホテル(営業担当)	販売量の動き	・3店舗のホテル稼働は例年1月も低いが、今年は少し悪い。季節的な要因もあるが、前年と比べて3店舗とも低く、やや厳しいところが見え隠れしている。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・直近の首都圏宿泊プランの売行きが、前年より悪い。

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状況の説明
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・海外情勢の不安や新型コロナウイルス問題、暖冬による雪不足など、様々な条件が折り重なってきており、国内外旅行者の来訪が減っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・例年1月は、新年会等で利用客の増える時期だが、今年は新年会等をしないところが多く、客が少ない。乗務員数が減っているのに、各乗務員の売上は減少している。深夜の利用客がいない。
		タクシー（役員）	お客様の様子	・働き方改革の悪影響と労働者不足で、やや悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・不動産関連販売の売行きが鈍く、前年に比べて動きが遅い。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・暖冬の影響で周辺農家に大打撃となっており、客足は鈍い。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	販売量の動き	・前年に続き、売上減少が止まらない。主に客の争奪戦による来客数減と単価の実質引下げが効いている。客の節約意識もあるため、通算では前年比マイナス8%と深刻な事態である。
	×	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・年末年始と客の買物に対する意欲が余り感じられない。
	×	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・車の販売が本当に悪い。正月が一番売れる時期だが、前年、一昨年と比べても良くない。3か月前の10月の方が販売は多かった。やはり消費税増税が効いている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・平日の集客が難しくなっている。お酒を飲む機会も少なくなっているようで、今後もなかなか収益確保は難しいとみている。どのように集客していけばよいか、いろいろと検討中である。
	×	通信会社（経営者）	販売量の動き	・ここ数年、地方では業界内の年末～年度末に動く予算消化案件自体を聞かなくなっている。年末の販売量からみても推測できる。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-	-
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・予想していたより落ち込みが少なく、肩の力を少し抜くことができそうな状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年後半は動きが止まっていた自動車関連の試作等に、若干ではあるものの、動きが出始めている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年度内工期の仕事が出てきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子、受注量、販売量の動きはいずれも若干停滞しており、やや悪いともいえないような状況で、変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内自動車販売が前年比91%と低水準である。消費税増税の影響が出てきている。北米販売は好調で、暦年総販売台数は12年連続で前年超えとなっている。
		建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占めている建設業である。公共工事は現政権の元で順調に推移している。今期の公共工事発注は前年比12.5%増で、特に、地方業者に影響が大きい市町村関係発注は同比12.2%増と大変有難い。当社も前期比10%増の受注があり、このまま推移することを期待している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・1月に入り暖冬傾向が続き、暖房器具、ヒーター、エアコン、電気こたつなどの家電等の荷動きが、前年を少し下回っている。しかし、通販向けのペットシーツなどの大物商材が少し増えたため、全体的には前年並みの物量である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・年末から続いた大型連休の割には、人出が増えたわけではなく、消費やレジャーなどへの家計支出もそれほどでもない。企業の設備投資などは低調で、原材料費、燃料費、人件費等への支出が目立っている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・高額品ほどいまだに消費税増税の駆け込み需要の影響が出ているという話をちらほら聞く。
		その他サービス業 [情報サービス]（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、受注案件は多く、量的にも確保できており、収益は改善している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は、売上が前年平均より15%悪い。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・3年ほど管理業務を委託されていた建物の契約が、前月で終了した。継続交渉や他の新規管理案件も不調な上、人手不足により業務を受注できず、売上、利益共に減少している。

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状況の説明
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿が前年同月比で1割も落ちている。広告主である小売業の売上が悪いので、広告予算が削減されている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・世の中の動きが田舎まで届いたのかどうか、余り良くない。1月にしても悪いと感じている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月半ばから受注量が急激に減って、現状、操業時間を短くして対処している。こんなことは何年もなかったことで、大変驚いている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と変わらず、悪くなっている。
雇用 関連 (北関東)		-	-	-
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・電機、電子、自動車の一部や機械関係の製造は、年末年始の稼働日数の少なさから、全般的に例年並みだと思われる。天候の影響かもしれないが、野菜等の価格は落ち着いており、暖冬とはいえ、衣料品も冬物衣料を中心に安定している。全般的にはガソリン価格の値上がりや、消費税増税もあったことから、厳しくなりつつある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数の直近3か月と比べてみても余り変化はない。前年同期比で新規求人は6.7%減、有効求人は同4.6%減となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・このところ求人数は減少傾向にあったものの、4月からの求人を見据えてか、前月は求人数が前年と比べて増加傾向に転じている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人を充足できていない企業は多数ある。新卒学生や生徒がイメージで企業を選び、より好みをしている感はある。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・製造業が停滞気味なこと、4月の法改正を前に、派遣募集数が減少しているため、やや悪くなっている。
		人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・求職者が少ない上、派遣社員の離職が多い。高時給の仕事のみが好調である。
	×	人材派遣会社（経営者）	それ以外	・働く人がなかなかいないので、仕事にならない。

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・このところ忘年会と新年会の入りが悪いという傾向があったのだが、今年は12月の忘年会の予約も良かったし、新年会の予約も例年より入っていたので、良くなっている（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・気温が高いので客の動きも好調である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年並みで推移しているが、大口の注文が増えたため、客単価が上がり、売上に繋がっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・年明けから商品はそれなりに動いている。工事の方もPHVの問合せ、見積りが増えている。テレビも品薄状態だが、何とか要望にこたえている。細かい工事や修理は、取扱店が減ったため一見さんからの依頼が多い。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・10月に消費税が上がり、来客数が非常に少なくなったが、年が明けてから、客に変化が見えてきている。今までは、来店しても何を求めているのかさっぱり分からなかったが、具体的に「こういう物が欲しい」というような要望があり、幾らか良い方向と感じている（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（経営者）	お客様の様子	・販売額、来客数共に大きな変化はみられない。1月中旬は学童用品の動きが良かったが、大きく売上が増加したわけではない。ただし、今月に入ってから文具メーカー各社が新商品を投入してきているので、メーカーまでの景気はやや上向きと考えられる（東京都）。

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状況の説明
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・消費税増税直後の10月に比べると、室飾、時計、ラグジュアリーブランドなどの付加価値の高い商品群への関心は戻ってきている。ただし、衣料品への関心が低調であり、新型コロナウイルス問題でインバウンド売上が伸びず、全体的には消費マインドの力強さには欠ける（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年末から食料品、雑貨類において販売量の増加傾向がみられる。消費税増税の影響もあり前年からは下回っているが、前回の8%への増税時と比較すると、1%ほど改善している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・消費税増税による駆け込み需要の反動により大きく落ち込んだ月との比較となるので、若干の回復傾向ではある。しかしながら、追い風を期待した初売り、クリアランスも回復のきっかけとはならず、増税によるマイナス傾向からまだ抜けられない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・12月に続き、10月の消費税増税後の落ち込みからの回復傾向がみられる。国内の高額需要が順調で、来客数、単価共に前年に対し微増の見通しである（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店の閉店でやや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が110%で推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月と比べると来客数自体は落ちているが、全体的な流れとしては、東京オリンピックを控えて少しずつ人の動きが出てきているように感じている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・冬場にもかかわらず気温が高いため、気温関連商材やデザート売行きが好調である。販促キャンペーンによる一時的な集客もできている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・暖冬にもかかわらず、実用衣料品と服飾雑貨が伸び、ジャケットなどの防寒衣料のマイナスをカバーできている。相変わらずプレミアム付商品券とキャッシュレス決済の5%還元が好評である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・初売りから好調に推移している。主にパソコンが好調で、OSサポート終了関連の買換えが進んだためと思われる。また、映像関連のテレビも好調で、前年割れの販売目標であったが、クリアすることができた上、前年実績もクリアできている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前は消費税増税の影響が顕著であったが、若干回復傾向にある。大物商材の動きが良くなっている。
		家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・1月に入り、消費税増税後の反動減からの改善がみられる。国内需要、インバウンド需要も前年を超えて推移している。ただし、インバウンドは新型コロナウイルスによる肺炎の感染防止に向けた施策の発動で、一時的に大きく落ち込む（東京都）。
		乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・12月より来客数が増えているので、3月の決算期に向け販売台数が増えてくる（東京都）。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・飲食店は比較的好調である。
		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比+14%と好調である。販促や宣伝の仕方を工夫すれば集客できるという手応えがあり、需要はあると実感できている。
		旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・旅行業界的には、客からの依頼件数、人数、予算いづれも増加しているため、景気は上向きと考える（東京都）。
		タクシー運転手	それ以外	・年末の忘年会等での消費過多の反動で、例年1月は良くないのだが、アプリ配車やキャッシュレス決済への対応など、サービスも進化してきて、利用客が多少増えてきたようにも見える。景気はやや良い（東京都）。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・暖冬により降雪に伴うクローズがなく、ゴルフ場にとっては追い風の月である。ゴルフ場における冬季の重要なリスクは降雪であり、1月は底堅く推移している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しいプロジェクトがきちんと動いている。

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状況の説明
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字を達成できたので景気はやや良い。3か月前と比べてもやや良くなっている。年始のキャンペーンや3連休により、来場者数、商談数共に増えたため、販売量の増大につながっている。
		商店街(代表者)	それ以外	・クレジットカードの取扱は順調である。これは売上全体が伸びているのではなく、経産省のキャッシュレス決済の補助施策のため、現金客が減ってカードに移行してきているだけで、来客数が増えているわけではない。ただし、カード決済額が伸びているので、単価も若干上がっている(東京都)。
		一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・来客数が非常に少なくなってきた。やはり路面店では限界があるような気がする。テナント集合体の力は大きい。
		一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・特に変化はないので変わらない(東京都)。
		一般小売店[文具] (販売企画担当)	お客様の様子	・月初から相当暖かく、天候が良かったこともあり、店頭に来客数が結構多かったが、後半は、やはり少し寒くなり、降雨もあったため、客足が遠のいた。特に月末は、新型コロナウイルスの影響か、人の出が余り良くない。外商は案件が若干少なかったが、その後がまだあるようなので、変わらない。
		一般小売店[茶] (営業担当)	販売量の動き	・販売量は伸びず、新規客も増えない(東京都)。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・来客数は前年を超え、食料品、雑貨小物等、一部は堅調に推移しているものの、高額品の動きが鈍く、全体で厳しい状況となっている。
		百貨店(広報担当)	来客数の動き	・消費税増税以降、来客数が減少傾向にある。また、新型コロナウイルスの影響でインバウンドが低下している(東京都)。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月の売上は苦戦している。大きな要因は、店頭でのクリアランスセール不振で、特にアパレルやシューズなどを中心に防寒シーズン商材への購買意欲が低い。初商の福袋も、食料品やレストランなど飲食関連は早期に完売したが、アパレルブランドやファッション雑貨は苦戦していた。100万円を超える高額福袋も前年に比べて振るわず、必要な時期に必要な物だけを購入する傾向が更に強くなっているようである(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・都内基幹店の売上は前年比94%で、消費税増税後4か月間連続でマイナスとなっている。前回の増税時は前年回復まで約半年間を要したが、今回は暖冬による冬のクリアランス商戦の苦戦、新型コロナウイルス感染問題等の影響もあり、回復までは長引く見込みである。来客数も94%と、春節期間に入り、特にインバウンドが多い化粧品の客が減少している(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	それ以外	・3か月前は10月なので、消費税増税の導入月との比較となる。来客数、販売数量共に前年比で見れば回復している。しかし、暖冬の影響により衣料品を始めとする季節アイテムの不振等、厳しい状況がみられる。
		スーパー(販売担当)	お客様の様子	・客の様子を見てみると、広告初日の安売り商品やポイント何倍の曜日、時間帯など、商品をお得に買い回れる時間帯、店舗などを利用して買物をしている気配が多くみられる(東京都)。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・来客数がやや悪いが、その分客単価が上がっている。天候が悪いときは来客数が少なくなり、天候が良い時にまとめ買いをするという傾向が表れている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・売上と販売量は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない。消費者は同じ物ならより安価な物へと志向が傾いている(東京都)。
		スーパー(販売促進担当)	来客数の動き	・食品の売上は伸びているが、衣料品、特に子供衣料の落ち込みが大きい。正月の玩具関連は20%減少している。高齢者の来店減少が止まらない。
		スーパー(仕入担当)	単価の動き	・消費税増税後、食品の軽減税率とキャッシュレス決済5%還元で客単価が上がり、前年をクリアしているが、買い回り、買いだめにより来客数自体は減っている。軽減税率対象外の酒類は落ち込んでいる。



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状況の説明
		スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・消費者還元事業による5%還元は大きいと思うが、対象外の大手企業のポイント政策や商品価格などが乱れている。対象企業の売上は堅調と聞いているが、経費はかなり掛かっている様子なので、最終利益に影響する。
		コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・年始明けに期待した来客数が戻ってこない。異常気象により買上点数も減っている（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・主力事業である着物、ドレスの販売売上が消費税増税後から前年を割っており、約10%の売上が減少している。先日あった同業者の新年会で確認したところ、他社も一部を除き減少傾向にあるようである（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・3か月前の消費税増税による来客数ダウンから、1月は初売り、気温低下によって来客数が増加し、好調に推移している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・白物家電の前年割れが全体に大きく影響している。パソコンはOSのサポート終了により特需があり好調である。さらに、中国の新型コロナウイルスの影響でインバウンドが苦戦している（東京都）。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数と購入商品からみて、正月後の閑散期でも購入意欲のある月である。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電買換えの場合でも、壊れる前より壊れてからの買換えが増えている。壊れてから買換える場合、単価が安くなる傾向にある（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。客の来場は結構あるが、なかなか成約に結び付いていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車が出て新車販売は好調だが、納期に時間が掛かり、売上がなかなか増えてこない。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・ずっと景気は良いと回答しているが、前月より良くなっているということではなく、良い状態がここ数か月間続いているという感じである。トラックや車の需要や、建築関係での人件費の上昇、人手不足などの状況から、やや良いと判断している（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・客の購入意欲が全く感じられない。サービスは暖冬で部用品の売上が激減している。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	単価の動き	・消費税率の引上げ後、平均単価が低下したが、いまだに回復していない。比較的単価の高い自分用の商材の売上が低迷している（東京都）。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・中東の地政学的リスクもあり、原油高が継続し、燃料油の買い控えがある。また、暖冬により灯油の販売減もある（東京都）。
		その他小売 [ゲーム]（開発戦略担当）	販売量の動き	・ホリデーシーズンは国内、海外共に大型タイトル不在によりソフト市場は前年比8割ほどとなっている（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・レストラン部門の来客数は前年比96.2%、宴会部門の来客数は前年比100.1%となっている（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	販売量の動き	・店舗ごとに多少ばらつきはあるものの、全体として販売量、単価、来客数、いずれも前年並みである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、客の様子は変わらず、必ず1杯飲む客が減り、領収証を使う客も少ない。電子マネーやクレジットカードを使う客が増えたが、手数料負担が発生するので、店側にとっては決して良いことではない。ボーナスの気配もなかった。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の10月1～28日までの前年比は、売上86.7%、来客数80.2%である。1月1～24日までの前年比は、売上92.9%、来客数82.8%である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・当社には飲食部門と輸入卸部門の2部門があるが、今月は両方とも前年を上回っている。ただし、飲食部門は前年3月に建て替えて増床しているので、2月まではその影響が大きい。輸入卸部門については、前年11～12月の売上が少なかった反動とみているので、国内の景気自体が上向いているとは考えていない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・1月は繁忙月でもあるので、売上は好調で、客単価も上がり、来客数も伸びた。ただ、全てが良いわけではなく、周りを見ると閑散としている飲食店もあり、勝ち負けがはっきりしている（東京都）。

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状況の説明
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・今月は、大きな天候の影響もなく、安定した客の来店状況で、既存店舗については前年並みの売上を確保している。現時点での景気については、良くも悪くもなっていない（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	競争相手の様子	・東京オリンピックを控え競合先の動きは活発化している。特にインバウンド向けの対策を考案するなかで、ヴィーガン料理、宗教食、未病食等、食の 카테고리 拡大に向け新たなメニュー作りに積極的に取り組む企業が多くなっている（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・年明けに近隣コンベンション施設にて大型団体の会議があり、宿泊については稼働が上がり数字を稼ぐことができたが、閑散期であることには変わりがなく、宿泊以外は低調な動きとなっている。年明けも消費税増税の影響が続いている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・例年と変わらず職場旅行の実施を計画している会社が多い。人手が足りず、若手社員が集まらない、すぐ辞めてしまうという話を聞く。かといって、景気が良いわけでもない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・年が明けても状況は変わらない。昼間の利用はそれなりにあるが、終電後の仕事が少なく、厳しい状況が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客から好況感が全く感じられない。新型コロナウイルスを心配する客がだんだん増えてきているが、私自身も、バスの運転手が感染したというので、少々心配している（東京都）。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・年末年始の営業は、消費税増税の影響が懸念されたが、大きな変動はない。集合住宅向け営業では、前年より少ない人数でも獲得にほぼ変化がない状況である。戸建て向け営業では、前年比でリアクションにほぼ変化がない（東京都）。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・消費税が増税されたが、売上は落ち込んでいない（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・新規のCM契約や東京パラリンピック関連のイベントが入ってきている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・全体的に客の流れが携帯電話を中心に滞っており、動きが鈍い。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・前月に引き続きケーブルテレビの契約数の伸長が鈍っており、前年同月比でもマイナスとなっている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最小限の意識が相変わらず強い。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・法人向けのソリューションシステム販売は、OSサポート終了によるパソコンの入替え需要があり、収入自体は好調であったものの、物販であるために利益率が悪く、収益面では特需といえるものではなかった。また、個人向けの携帯電話販売は、販売台数が伸びず苦戦している（東京都）。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は秋の走り、客が多く来る。1月は、正月で、お寺がある関係で、10月とほとんど変わらない状況が続いている（東京都）。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前の販売量も、前年比の販売量もほぼ変わらない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・例年この時期は前年に受注した官庁案件のまとめの時期となる。業務内容も変わらず、収支的にも変化はない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・1月ということもあるのか、ほとんど動きがない（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・建築業界では、国の施策による発注、再開発整備の動きはあるが、一部あるいは限定的であり、景気を左右する状況にはない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量はここ数か月横ばいである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて大きな変化はない。販売量に関しても状況は変わらず、良くはないものの動いている。金融機関の対応も10月頃から厳しくなった気がするが、そこから変化はないように感じる。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・関連会社が開催したりフォームフェアを手伝ったが、来場者が引きも切らず、大変活況であった。

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状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税率が2%上がり、想定していたほどの大きな落ち込みではないが、影響がないとはいえない。来客数が9月以降やや減っている。回復基調にあるかというところ横ばいである。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。暖冬のせいもあるが、東京オリンピックでテレビが売れると予想していたところ、4K放送が地上波では見られないなど、盛り上がり欠けており、売れない。
		一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・来客が少なく、商店街全体が静かである。キャッシュレス決済の5%還元の効果もない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・売上は前年並みだが、ギフトの単価が下がる傾向にある。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・1月前半～中盤にかけては非常に好調で、前年を超え、来客数も多かったが、ここに至るまでの長雨と中国の新型コロナウイルスの問題で、この5日間くらい非常に厳しい状況である（東京都）。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・クリアランスの来客数、客単価の低下が全体の売上を押し下げている（東京都）。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・今月は雪や冷たい雨があたり、春のような気温となったり、天候の影響が大きいことに加えて、中国発の新型コロナウイルスによるインバウンドや株価への影響も著しく、特に医療、雑貨、化粧品などは不振を極めている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・消費税増税や新型コロナウイルスの影響で、日本人、中国人を中心とする外国人客が来店しておらず、見込み値には到達しない。洋服や雑貨が売れない傾向が続いている（東京都）。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・当店は年配の客が多いのだが、年が明けてからの来客数が前年比95.8%、約1300人が減っている。月を追うごとに客が減っている。年配の客が離反というか、買物に来ていない状況がうかがえる。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、全体としては売上が8%ほど落ちている。特に悪いのが衣料品、寝具類などの季節商材で、10%以上前年を下回っている。暖冬による影響が、来客数が前年を4～5%下回っている上、単価は前年並みとなっており、売上が非常に厳しい。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数が伸びない。必要な物しか買わなくなっている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・暖冬の影響が非常に大きい。特に冬物商材の売行きが悪い。例えば、サラダ商材は売れているが、鍋物商材が全く止まっている。しかも、野菜の価格が安いので、単価が上がってこないことも売上が伸びない大きな要因になっている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商圏内に24時間営業の大型スーパーが開店したことにより、客の動向に変化があり、売上ダウンとアルバイトの大幅時給アップで厳しさが増している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客が出動を控えているようである。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・記録的な暖冬で、薄物で間に合わせているため、単価、売上共になかなか上がらない。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・暖冬のため、冬物衣料が売れない。セールをしても単価が低く、今月は前年比75%で終わり、ひどい状態である。前年10月に、当店の前、斜め前、左右の店が相次いで閉店し、仮囲いをされた状態で営業している。当店も営業しているのか、閉店しているのかが分からない状態になっている。新たに店が入らない状況が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・既に決算商戦が始まっているが、例年より低迷している。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数に加え、販売量、販売額も減少している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	競争相手の様子	・競合他社が増えている上、各社が販促をたくさん仕掛けてくるので、自社で販促をしたとしても売上増加は厳しい。各社共に余り良くない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・商品の動きが、前年と比べて余り良くない。

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状況の説明
		その他専門店 [雑貨] (営業 担当)	来客数の動き	・仕事始めとなった2週目から非常に客足が鈍く、中～下旬以降も回復してこない。暖冬といわれているが、体感的には寒い日が続いており、外出を控えるなど購買意欲にも少し影響しているようである(東京都)。
		その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	お客様の様子	・客の来館は増えているものの、買上率が向上しない(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べてかなり売上が落ち込んでいる。毎年このことだが、寒さで客足が伸びず、来客数が2～3割落ちている。例年と比べても20%くらい減少している。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・ランチタイムなどの一時の客足の流れは感じるが、長続きしない。全体的に、観光客も含めて人の回遊が少ない(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・客が来る日と来ない日の偏りがかなりある。来る日は普通に来て、いつもどおりお金を使うが、ちょい飲み客が減っているように感じる。新年会や職場の飲み会はそれなりに入っているが、余分な飲み会を控えている感じがする(東京都)。
		その他飲食[居 酒屋] (経営 者)	来客数の動き	・周辺店舗、自店共に客足が減っている。さらに、客の会話からも景気悪化の要素が増えていると感じる(東京都)。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、先々のインバウンド予約の動きが鈍い(東京都)。
		旅行代理店(経 営者)	来客数の動き	・旅行計画を立てていた客が、中国での新型コロナウイルスまん延を受け、大勢の人が集まるところにはなるべく行きたくないということで、来店ではなく電話でキャンセルすることが多くなっている。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・東京オリンピック関連以外の依頼が薄い(東京都)。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・オーストラリアの森林火災による旅行のキャンセルが目立つ。中国武漢の旅行自体は取扱がないので影響はないが、新型コロナウイルスが長引くと、上海や北京など他の都市への旅行を取りやめる客も出てくるのではないかと(東京都)。
		旅行代理店(販 売促進担当)	それ以外	・中国発の新型コロナウイルスがこの10日くらいで急速に感染拡大しているため、その影響で旅行が取りやめになったり、旅行マインドが少し落ちてきている。都会の客からもそういう声をよく聞く(東京都)。
		旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・前年同月と比較して販売量が減少している。
		タクシー(団体 役員)	来客数の動き	・年末はタクシー業界が最も忙しい時期のため、前月に比べれば非常に悪いといえる。過去3か月前と比べても、景気の下向きが継続している。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・今まで順調に推移していた携帯電話の販売数が落ち込んできている。
		通信会社(管理 担当)	販売量の動き	・低迷トレンドが続いており、回復の兆しは見えてこない。
		通信会社(経営 企画担当)	お客様の様子	・現契約の予算縮小に伴う減少がみられる(東京都)。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客の様子をみると、現状と変わらず今後の景気は悪くなると予測している方が多く、商品選び等が以前に比べてかなり慎重になっている。特に、毎月掛かる費用に関しては、かなりシビアになってきている(東京都)。
		通信会社(経理 担当)	販売量の動き	・1月の加入契約は、通常1200件に対して見込みが1100件に落ち込んでいる。より安価なプランを用意しているが、客の反応は鈍い。
		通信会社(総務 担当)	お客様の様子	・消費税増税を機に、大口契約者等の契約更新時の値下げ要望が続発している(東京都)。
		ゴルフ場(従業 員)	来客数の動き	・前年の台風19号の影響による冠水被害で2か月余りクローズした。その影響を引きずるとともに、ここ最近の異常気象ともいえる天候不良が影響している。今後も地球温暖化による影響は続き、状況が更に悪化することが懸念される。
		パチンコ店(経 営者)	来客数の動き	・正月を挟んだ年末年始の連休明けから客足が遠のいている。

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状況の説明
		競輪場（職員）	販売量の動き	・前年に比べて10%ほど売上が減少している。人件費及びランニングコスト削減のため、非開催日を増やしたこともあるが、想定よりも落ちている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・街中の個人商店がなくなり、何だか街が寂れているような気がする。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・東京オリンピック、パラリンピックの影響がある。全ての準備が整い、いざこれから競技という段階だが、何か全て終わってしまったようで、これから設計等が増える見込みが見えない。全体の動きがここで頂点になってしまい、更に下降傾向に向かっているのではないかという気がする。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・東京オリンピック関連施設の建設が完了すると、大型物件がほぼなくなる。当然、大手の建設業者や設計事務所も小規模物件等に営業範囲を広げてくるので、全体的に仕事量が非常に少なく、景気は良くない。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。ここ4～5年は住宅の売行きが非常に良くない。前年の消費税増税を機に、住宅取得のための生前贈与が最高3000万円に増え、住宅ローン減税も見直されたので、その効果を期待していたが、余り増えてこない。一方、建設業は、工事原価が高止まりをしているにもかかわらず、公共工事の発注額が低く、入札などで誰も参加せずに、不調になることが度々ある。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・例年この時期は客から4月以降の仕事の相談等があるが、今年は非常に少なく、今のところほとんどない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	お客様の様子	・部分的な動きはあるとしても、全体的に建材の動きは鈍っている（東京都）。
	×	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・街に人がおらず、活気がない。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	それ以外	・事情により2週間ほど店を閉めていたので、悪い（東京都）。
	×	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの報道が出て以降、来客数の減少がみられる。人が集まる場所へ出かけたくないという用心から、特に国内の客が敏感に反応している。たださえ気温が高くコートなどが売れずにいるなかで、小売としてはダブルパンチである（東京都）。
	×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・暖冬の影響もあると思うが、冬物衣料が売れ残っている。1月の売上はここ数年で一番悪い。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・市場なのに、品物の評価に関係なく生産者の言い値がまかり通っており、適正価格での取引はできていない（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・正月休みで使ったのが、1月はランチタイムの男性客が減っている。女性客も1人で来る客が圧倒的に増えている。やはり皆に気を遣うのでグループでは食事に出ないのだろうか。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・年始は元々動きが悪いが、想定を超えるほど稼働率が低い。近隣にできた競合ホテルの影響が大きい。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は年末に向かう頃で、年末と比べるとどうしても客足が悪くなっている。特に、働き方改革で深夜、終電間際の時間から人の動きが全くなっている（東京都）。
企業 動向 関連  (南関東)		*	*	*
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・年度末調整の駆け込みと思われる仕事がたくさん動いている。
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	取引先の様子	・客が経費削減を熟慮してか動きが鈍いが、新しい案件も出てきている。
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・東京オリンピックの影響か、このところ東京エリアでの設備関連機器の受注が好調である（東京都）。
		建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・3か月前より受注量が増えている。
		その他サービス 業〔廃棄物処 理〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・東京オリンピック準備等に起因する早急な案件や問合せが多く、若干ではあるが例年より取引量が増えている。

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状況の説明
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・東京オリンピック開催まで今の状況が続く見込みである。人材不足は相変わらずで、募集してもほとんど応募がない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・年度末が近づいていることから、予算執行を進めるため、設備投資の話が聞こえてきている。
		食料品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客単価と買上点数が減っている。それに加え、ついで買いも少なくなっているようである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑や軽印刷、名刺印刷をしている。法人客と個人客があるが、店頭の来客数が変わらない（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同時期に増産した化粧品容器の受注は低迷したままで推移しているが、医療品容器の受注は順調で、売上自体に大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・仕事量はやや多くなったが、納期が短く、営業交渉で受けるようにしている。単価も安い、これも営業努力で頑張る。また、新得意先の取引も多くなってきている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が希望価格でなかなか売れない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えない。燃料価格の高騰により、思った以上に収益が伸びない。
		金融業（統括）	取引先の様子	・正月明けでそれほど大きな動きはないこと、マイナード的には、前月とさほど変わらない。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、小売業では暖冬の影響で野菜類が高騰傾向にあり、売上が減少している。運送業は燃料価格の高止まりが収益を圧迫している。不動産業では駅近物件は動いているが、駅から遠い物件は動きが鈍くなってきている。各業種共に人手不足により人件費が上がって、影響が出ている。東京オリンピック効果は少しずつ出ており、関連業種では売上が増加している（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・近隣駅周辺も一時よりは売買マンションの建設が減少したようである。完成しても即完売が少なくなっている。売買戸建ての数は余り変わらないが、建て売り用地の確保がだんだん難しくなっているようである。300～500万円大幅に下げた広告が目立つ。ローンの引締めはないようだが、賃貸より売買に移行する形がだんだんと減っている（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・当社は都心で不動産賃貸業をメインに営んでいるが、変わらず入居率も高く、希望額には届かないものの、おおむね賃料アップに同意をもらっているため、足元の景況感は悪くない（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前月から特に上向きのトピックスも懸念材料もない。会社の売上も余り変わらない（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜10～11時過ぎに近隣駅商店街の飲食店に客が入っていない。駅前のチェーン店はネームバリューもあり入っているが、他の店は窓越しに見ても入っていない。別の駅では、つぶれて店名や経営者が変わった店が多い（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・助成金の活用を求める会社や、資金繰りの厳しい会社がまだ見受けられる（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・中東の情勢次第で原油の値上がり懸念されているが、今のところ大きな影響は受けていない。暖冬で冬物衣料の売行きが不振である。冬物野菜の値崩れは心配だが、消費者にとっては有り難いことである。ウィンタースポーツ頼みの業種には痛手の冬となったが、反面、ゴルフ場には好材料である。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量としては変わらないが、新規の注文がない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	取引先の様子	・印刷資材を仕入れている営業より、前年は年末の需要が例年になく落ち込み、小さな印刷会社が数件廃業したとの話を聞いている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・東京オリンピック、パラリンピック開催期間中の物流混雑を予測して、例年より前倒しの受注があるが、年間需要は弱含みである。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月内示が相当落ちてきており、余り良い状況ではない。

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状況の説明
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・年始から挨拶回りに行ったが、業績が良い会社はなく、皆先行きが見えず不安だと話している。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・このところずっとそうだが、やや悪い状況が続いている。注文数や内容的に厳しくなっており、材料屋が大分苦戦していることは明らかである。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・春以降の案件が少なくなっている。公共工事も少なく予算がつかないようである。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納品先の閉店が目立つようになってきている。取扱量の減少が大きく、厳しい年明けとなっている（東京都）。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・燃料費が高騰するなか、物量が低迷を続けており、経営を圧迫している。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の動きが続いている（東京都）。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・小売業では、前年まで消費を支えた外国人観光客の購買意欲が弱くなり、年明けの売上は芳しくなかったようである。
		金融業（役員）	取引先の様子	・観光関連業種は暖冬の影響もあり客足が一時伸びたが、新型コロナウイルスによるインバウンド客の落ち込みが大きく、売上の前年比減が顕在化してきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・10月の消費税増税以降、キャッシュレス対策などにかかわらず、前年比で来客数が減少している飲食店がある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・米中の貿易摩擦問題が影響し、輸出が減少している。中小製造業の受注減に響いている（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	それ以外	・最低賃金の上昇と人手不足により、人件費が大幅に上がっている（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が低下してきている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3～4月までは受注量が少なく、景気が悪い（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	競争相手の様子	・例年1月は年末の反動もあり仕事量が低調な時期ではあるが、それ以上に低調である。同業者からの営業活動も更に増えているので、他社も同じ傾向にあると思われる。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・じわじわと受注量が減ってきている。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込みや東京オリンピック景気もなくなり、消費マインドが低下している。
雇用関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・同一労働同一賃金の動きを受けて、直接雇用への代替が進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・派遣求人において、ここ最近新規で派遣利用をする企業が増えてきている。そのため、若干ではあるが派遣稼働者数、取引社数の増加がみられる。近隣企業においては、特に業界に偏りがあるというわけではなく、全体的に増加傾向にある（東京都）。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・3か月前と比べると、新規求職者の申込件数は300人、月間有効求職者数は740人減少している。また、完全失業率も2.2%、完全失業者数も151万人と、雇用改善が進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は増えていないが、各業種、特に中堅銀行や信金関係など金融業でリストラが大分多くなっており、求職者数が増えている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・退職者数、採用者数はほぼ同じである。採用が厳しいカテゴリーについては、相変わらず募集が厳しい状況が続いている。一方、企業受付、コールセンター、事務職員については、人の入れ替わりは多いものの、応募もそれなりにきている。販売系については、時給単価の要因もあり、求人数を集めるのに苦労している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の求人状況、業績等に変化はみられない。自身の消費動向にも変化はない（東京都）。

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状況の説明
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・同一労働同一賃金に伴う派遣料金交渉が比較的順調で、派遣社員の待遇アップにより、新たな依頼に対して人選する際の求人力が高まった企業も出ている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・やや好調な状態をキープしている。中途採用をしたいという企業は相変わらず多く、なかなか採用できないという話もよく耳にする（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新卒採用は3月から本格的にスタートするが、既に内々定を持つ学生が例年より多いように感じる。今後の展開に不安定要素を感じ、早期に決着し、次年度の準備を進めたい意向のようである（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・一般的な職種で求人があり、特に技術、営業、経理等の求人が比較的多い。海外での業務経験者にもコンスタントに求人がある（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・製造業を中心に大手企業は採用に慎重になっているが、中小企業の採用意欲はまだ継続している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・4月から施行される同一労働同一賃金による人件費上昇を見据えてか、欠員があっても派遣依頼を控えている企業が見受けられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で、10%強の減少トレンドが続いている。前年割れも顕著になってきており、同一労働同一賃金の影響が出始めている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア派遣事業では、製造業からのエンジニアの引き合いが減少傾向にあり、景気の悪化がうかがえる（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	採用者数の動き	・募集頻度が減っている。
	×	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・12月末～1月にかけて、求人数の動きがびたりと止まっている（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・紙媒体での求人募集がかなり減ってきている。需要がなくなってきたことが影響していると思われるが、人手不足で採用活動がうまくいかないことも大きな要因である。

## 5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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状況の説明
家計動向関連 (甲信越)		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・秋は台風19号の影響で観光や会議、グループ旅行など来客数が激減したが、被災した高速道路や主要道路、北陸新幹線のダイヤも、ほぼ台風以前の状況に戻り、来客数も例年並みに回復した。忘年会需要も、好調な企業を中心に単価も上がっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・暖冬のおかげで、レストラン等の来客数が伸びている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・年末年始の9連休の影響や、季節、コラボイベント等の各種施策を実施した結果、来客数は前年並みとなっている。また、中国からの団体及びツアー渡航禁止による影響はあるが、春節期間における中国のFIT（海外個人旅行者）実績は好調に推移している。
		その他サービス「葬祭業」（経営者）	お客様の様子	・今月は暖かいためか、葬儀の依頼は今一つといった感じである。それでも、そろそろ危ないと言われたとか、永代供養墓の相談は多い。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・春のリニューアルオープンに向けて、セールを実施している。来客数の増加を見込んでいたが、増えることもなく、なかなか厳しい状況である。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・消費税増税後、徐々に回復すると思っていたものの、思った以上に戻りが悪い。また、百貨店では暖冬の影響も非常に大きい。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・少雪暖冬で、鍋物などが売れず単価が下落している一方で、来客数は堅調である。消費税増税の影響は、一部商材を除き回復するも、マインドは弱い。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・1月23日時点で売上は17%増、来客数も1%増となり、売上は2年連続の増加でうれしい。水害から復興するには、まだ時間が掛かる。被災した住民やボランティアが、復興に向けて頑張っている姿に敬意を表したい。今月下旬に当社の貸店舗の解体工事の打ち合わせをし、3月末には解体終了予定である。



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状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・寒くなり、来客数が少し減りつつあるため、若干、売上が減少傾向である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が増えていないことが第1の原因だが、いまだに消費税増税の影響が尾を引いている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は以前から継続して、減少傾向にある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売では、消費税増税後の反動減が続いている。また、暖冬少雪の影響でタイヤ販売も大きく減少している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車検、一般整備は目標に達したものの、車両販売は、新車、中古車共に、今もなお、消費税増税の影響があると客との会話で感じることがある。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・暖冬で冬季商材の需要も少なく、来客数が大幅に落ち込んでいる。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・台風19号の被害に伴い、依然として台風前の状態には戻っておらず、旅行者の減少が目立っている。また、貿易摩擦の長期化に伴い、中小企業等の先行き不透明感が出てきており、旅行見合せ等も発生している。個人客の動きは鈍く、遠出客が減少している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・良い日と悪い日いろいろだが、今月も最終的には、前年比95%くらいで終わりそうである。夜の動きが少し弱い。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・4Kテレビなどへの問合せも多少はあるが、全体的に客の反応や関心が薄い。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・例年、年明けは新規加入が冷え込む時期である。他社からの乗換えは極端に減ってはいないものの、全体的な契約数に変動はない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ホームページからの資料請求数が減少している。また、電話での問合せも低調である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・大寒に4月並みの気温という異常気象が、どれほど影響しているかは不明だが、冬物商材が客の関心を全く引かず不振である。街なかでも正月2日の百貨店の福袋以外は客足がなく、がらんとしている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・正月なので、もう少し客の流れがあるかと思ってみているが、三が日が過ぎてから、客の動きが本当に悪く、不景気なのではないか。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・消費は冷え切っており、客の購買意欲がみられない。暖冬のためか季節商材の動きも悪く、東京オリンピック景気に乗りたいところだが、地方にはまだ届いてこない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・天候不順もあるが、年が明けても客の動きが悪く、消費購買意欲も感じられない。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・年明けから客単価が下落している。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・当初は客の様子も良く、かなり客も来店していたが、ここ最近では、軽減税率で外食すると10%、持ち帰りは8%のためか、昼のピーク時に、客が車内で飲食する状況がある。そのため、駐車場は一杯だが、店内はがらがらという状況が続いており、昼のピークが厳しい。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年10月の消費税増税や台風19号の被害のダブルパンチの影響が、いまだにというか、年明けの今頃になって、顕著に表れてきた感がある。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・客の動きが悪い。新年会の予約は低調で、フリー客も少ない。消費税増税の影響なのか、台風19号による水害の影響なのかは分からない。良くなりそうな気配もないため、長引きそうな気がする。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・台風19号の復興特需も落ち着き、前年同月に比べて、宿泊者数が減少している。特に、年末年始の宿泊客の落ち込みが激しく、風評被害とスキー場の雪不足が原因と考えている。
		その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者）	来客数の動き	・暖かく好天の日が続いた影響もあるのか、来客数、売上共に落ちている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・継続的な仕事は掛持ちが多く、人手が足りていない。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・正月連休中にはにぎわいを感じたが、その後は活気が感じられない。冬眠状態である。

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状況の説明
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なすぎる。当然販売量も減り、売上も見込めない。
	×	スナック（経営者）	競争相手の様子	・競争相手がとても多くなってきており、客がどのように行動しているか、小遣いがどの程度使えるかという事情が分からない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税以降に悪くなり、回復傾向が見られない。利用客の消費単価にさほど変化はないが、単純に利用者数が減少している。
	×	観光名所（職員）	お客様の様子	・近年まれな少雪でスキー客が減少し、年末年始に営業ができなかったスキー場もあり、関連業種は痛手を被っている。当地の建設業者は、「除雪車を冬場の主要な収入源としているが、出勤がないため、死活問題だ」と話している。
企業 動向 関連  (甲信越)	-	-	-	-
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・低価格のチリワインがスーパー等の棚を占めている。さらに、EUの関税撤廃により付加価値の高い商材が値下げとなり、国産ワインはかなり苦戦を強いられている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末の反動もあるが、今のところ、売上は未達とみている。相変わらず低迷している状態ではないか。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・店頭販売製品の受注はあるものの、特注品の受注がなく苦慮している。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税の影響は一段落したが、大口工事の受注はなく、小口の受注が増えている。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・暖冬の影響で物が動いていない。特に、スーパーでは点数が激減している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず受注は減少傾向にあるが、価格面でも厳しい状況である。今までどおりの価格では、新規受注が取りにくい状態である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・海外需要の減少により製造業の景況感が悪化したほか、台風19号や消費税増税の影響が重なって、非製造業の景況感も悪化している。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・例年や全国各地と比べて積雪が多く、ウィンタースポーツの観光客が増えていると感じる反面、受注残などから、製造業の本格的な回復には時間がもう少し掛かる。
	×	その他製造業 [ 宝石・貴金属 ]（経営者）	受注量や販売量の動き	・1年の初めを飾る大規模展示会では、春節前ということもあり、中国人バイヤーの数も少ない。また、国内バイヤーの仕入意欲も低く、前年より売上は10%減少している。先行きの不透明さは増している。
雇用 関連  (甲信越)	-	-	-	-
		新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）	求人数の動き	・やや悪いままで変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・景気の先行きに対する不安から、企業は正社員を抑制してパートや派遣等で対応する姿勢が目立っている。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・各企業ともベースアップに苦慮している様子である。人材不足のなか、4月からの要員配置も例年になく進んでいない。
		求人情報誌制作会社（経営者）	求人数の動き	・求人募集はしているものの、応募が極端に少なく採用に至らないため、募集広告を止めて、人手不足のまま様子見をしているようである。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・下請企業の企業整備が、最近出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の求人減少に加え、派遣求人も大きく減少している。派遣求人の募集内容も、サービス業や介護関係が目立ち、製造業への派遣は非常に少ない状況となっている。

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状況の説明
	x	-	-	-

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状況の説明
家計 動向 関連  (東海)		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子を見ると上向きである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・前年5月以降、当地域の注目度が高まり観光客数も高止まりで、年が明けた今月も好調である。天候にも恵まれ購買力も上々である。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後3～4か月たったため、少し客が10%での買物に慣れ、なおかつキャッシュレス化が進み5%還元も功を奏し、カード支払の消費が伸びている。特に個人の売上が増加し、良い方に進んでいる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り年度末用の受注量の増加がみられる。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・初売りが予想より良かった。お買得感がある商品が集中して売れていた様子である。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・新年を迎え神宮への参拝者は例年どおりである。暖かく、野菜の価格も安定しており、売上は例年並みである。
		コンビニ（企画担当）	単価の動き	・客単価が上昇している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・冬のフェアやエンターテインメントキャンペーンが好調に推移し、対象商品群の調理パンやデザートなどがよく売れ、大きく売上を伸ばした。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税直後の10月と比べると、販売台数が持ち直してきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の大きな落ち込みから、少し回復している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・年が明け、新車販売の増販期に突入したため、客の動きも活発になってきており、販売台数は増加している。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・繁忙期に加え新商品の投入もあって、久しぶりに店ににぎわいが出ている。近年、繁忙期の期間が短くなってきているのが気になるが、急激な集中より平準化していく方が、対応はしやすい。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・旧正月の関係で、宿泊者数は前年比で増加している。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・この地方には今季まだ積雪がないためか、当地方の客は天候への不安を感じていない様子で、申込件数にも多少表れている。毎年扱っている団体客のスキーヤーが雪不足で中止となり、暖冬の悪影響もある。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・通信回線の増強による売上が増えている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・1月の入場者数は暖冬の影響もあり、比較的順調に推移している。好調であった前年1月には少し及ばないが、3か月前よりは良くなっている。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・利用者数が一般、定期、観光いずれも前年比で増加傾向にあり、3か月前より顕著に良くなっている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・依然として、低単価商品の売上は横ばいで推移しているが、高単価商品の売行きは良くない。
		商店街（代表者）	単価の動き	・消費税引上げにより客の購買意欲が減少し、単価も下落している。いずれも今も低いままである。
		商店街（代表者）	それ以外	・通常であれば取引先各社が商品カタログを刷新・更新する時期であるが、一部を除いてほとんどの会社が新カタログの発行を取りやめて前年と同じ物を延長使用することにした。各社とも景気は非常に悪いようである。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・個人消費が上向いてこない。	
	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がまだよくみえないが、心理的に悪影響となる。景況感は向上しつつあるが心配な要因である。	

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状況の説明
		百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・クリアランスセールから初売りの売上は前年を下回った。来客数は前年並みだったが、まとめ買いの減少により売上は苦戦した。消費税増税の反動減の影響がまだ残っており、時計・宝飾品等の高額品の動きが鈍い。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・テナントビル内は初売りセールやイベントで集客はあるものの、必要な物以外は購入にシビアである。買う時期を見極める客が増えているが、限定品に関しては動きが良い。
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・消費税増税後、富裕層の購買動向が上向いてこない。食品は継続して堅調であるが、気温の問題も含めて衣料品やその他高額品の需要は厳しい。
		スーパー（ブロック長）	単価の動き	・暖冬の影響で野菜の相場安となっているが、鍋料理の不振による買上点数と客単価の下落の影響が大きい。
		スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて売上は前年比98%と変わりなく推移している。現状は良くも悪くもない状態が続いている。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・年末年始は長期休暇のため、駅ナカ店舗は前年を割る店舗がほとんどであったが、1月はほぼ前年並みの水準で推移している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税引上げにより景気や売上がもう少し悪くなると見込んでいたが、実際はそうでもなく例年並みの数字を維持している。来客数は減っている店もあるが、単価が上がっている店が多く、結果として売上は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・相変わらず来客数は前年比でやや下回っている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・繁華街に立地しているが、街に来る人の数が増えていない。夜の売上が伸びていない。
		コンビニ（商品企画担当）	販売量の動き	・暖冬傾向が続き、主力カテゴリーの飲料が伸び悩んでいる。本来売れるはずのホット飲料が低迷しており、飲料全体に影響している。
		衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・客の買い控えは、10月の消費税増税以降、依然として継続している。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・エコポイントの時代に購入したテレビの買換えの時期だが、余り高画質タイプは選ばれない。余り高い物ではなく映ればいいという客が多い。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・暖冬の影響もあってか人の動きは多いようだが、それが金の動きにはつながっていないように見受けられる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・暖冬により、スタッドレスタイヤへの交換や買換えが激減した。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年のような販売台数が出ない。週末の来客数も少ない。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・自分の仕事の売上は悪くないが、客と話をしていると後ろ向きな話が多い。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・売上は良いわけでも良くないわけでもない。問合せもそこそこあるため、完全に冷え切っているわけではなく、判断が難しいところである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車両が続々と発表されているが、環境への配慮や交通事故抑止に向けた装備の追加から、車両価格が随分と高くなっており、購入への決断がなかなか難しくなっている。客は、それほど財布のひもが緩いわけではないと言っている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は前年同期とほぼ変わらない。
		住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・新築の戸建て住宅や分譲マンション等は落ち着いている。大規模改修、耐震関係や小規模な住宅リフォーム工事については増加している。
		その他専門店【書籍】（店員）	販売量の動き	・前月に引き続き、書店では爆発的な人気のコミックがあり、入荷と同時に完売するため売上が増加した。セット販売等も好調で単価も上昇した。
		その他小売【ショッピングセンター】（経理担当）	販売量の動き	・売上高は前年比マイナス4.7%、来客数は前年比マイナス3.1%である。消費税増税からそろそろ一段落し、かつ国による増税分の補填の施策などにより、今月はもう少し回復してもよい局面であるが、なかなか9月以前の水準には戻らない。

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状況の説明
		高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・消費税増税により一時的に来客数が落ちたが、落ち着きつつある。一方で、新型コロナウイルスの影響がインバウンド客に出てきている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・今月は、例年並みの売上を維持している。
		一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・前年並みである。
		その他飲食[仕出し] (経営者)	販売量の動き	・地政学リスクなどの影響なのか、全くムードが上向きではない。
		観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・全社でみると3か月前と変わらないが、部署別でみると大きな違いがある。宿泊者数は微減しているが、宿泊宴会が一見物の大会を含めて前年比30%以上も増加し、他部署のマイナスをカバーしている。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・東京オリンピック前の旅行受注は堅調だが、オリンピック期間中とその後の受注が伸びていない。期間中のホテルの販売もオープンになっていないところもあり、不安材料が多い。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・2～9月にかけての祝日を含む旅行の問合せがあるものの、前年のような長期休暇はないので、いまだに手応えがない。7月の東京オリンピックと夏休みの辺りも、行き先によっては値段が高騰すると噂もあり、検討の材料となっている。祝日を含む長期休暇がある方が、客は動きやすい。
		旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・旅行申込みの客は、春秋の旅行シーズンに比べると少ない。それなりの需要はあるが、ここに来て新型コロナウイルスの関係で旅行取消しが急増している。旅行景気の転換期と感じる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・最近は繁華街でも飲み屋街でも人が少ない。全然大人が増えておらず、長い間同じ状態が続いている。とにかく客足が少ない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・ここ数か月、前年同月比で変化がない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・正月も天候に恵まれ初詣の客が多く、5日頃までは忙しかった。反面、夜は会社関係も休みだったため静かだった。6日からは会社も始まったが3連休頃までは夜の客はまだ少なく、それ以降は少しずつ増加した。全体としては前年並みの売上であった。
		通信会社(サービス担当)	お客様の様子	・昔に比べて携帯電話やスマートフォンも使いやすくなって高齢者の需要が増えたため、固定電話の解約はこれからも増え続ける。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・年末年始も、前年より少し減少している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・SOHOの客を中心に営業をしているが、対象に年配の経営者が多いせいか、事業縮小による解約相談が多くなっている。
		テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・前月よりも来客数は減っているものの、この時期にしては順調な客足となっている。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・客の話を聞いていると、消費税引上げや値上がりもあるが、節約している感じはなく必要な物に金を出している。ポイント、カード払い、電子決済を利用する客が増え、現金は動かないが消費はされている。
		その他サービス[介護サービス] (職員)	販売量の動き	・消費税増税直後の状況と比較しても、大きな影響は感じられない。冬季の季節変動要素は例年どおりである。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・足元では期限の曖昧な案件が集中しているが、本当に実施設計に移行するのか未定である。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・大きな変化はない。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・正月の来場者数が例年よりも悪かった。住宅購入の意欲が減少している。今からだと東京オリンピックの開催時期の建築着工となる可能性が高いせいかもしれない。
		その他住宅[室内装飾業] (従業員)	販売量の動き	・レジャー施設のメンテナンス工事を受注し、まとまった金額の売上となった。
		その他住宅[不動産賃貸及び売買] (営業)	来客数の動き	・年明けから客足が伸びる見込みであったが、客の出足が例年よりも遅く、1月は予定よりもマイナスだった。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・取引先、ホテル関係や飲食店など様々な業種の人と話をしたが、かなり悪いという意見が多い。

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状況の説明
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・例年この時期は来客数も販売量も少なくなるが、今年に入って一層それが顕著である。暖冬でもなかなか購買につながらない。高齢の客は、免許返納で来店回数が減っている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・初売りで、例年来客数は多く高額商品から売れる。サイズがあるうちに高くても良い品を買う客で売上が成り立っている。単価が高かったため前半は売上が上がったが、まとめ買いでは4～5足買う客も、今年は2～3足までとなっている。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの発生に伴い、中国を中心とした外国人免税売上が急減している。また、暖冬ということもあり、衣料品の動きも鈍く、全般としては厳しい状況である。唯一、バレンタイン商戦は引き続き好調なのが救いというような商況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・中国の動きから、精肉の値上げが必至である。和牛の価格高騰がどう影響してくるか懸念する。
		スーパー（店員）	単価の動き	・暖冬の影響で野菜の価格が安すぎるので、売上が上がらない。かといって、余分に買うという姿もなく、1月は特にこれといった大きなイベントがなかったのが数字に出ている。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、買上単価とも前年を割っており、明らかに3か月前よりも景気の停滞感がある。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・良くなる材料が今のところない。
		スーパー（支店長）	販売量の動き	・1月は例年同様消費がかなり鈍化している。
		スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・菓子や日配品の売上予算達成率が下がってきた。競合するドラッグストアの安売りの影響である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・年始の来客数は、観光地が市街地かなどの立地により明暗が分けられると想定していたが、3連休や平日の来客数が前年割れをしており、想定したよりも低空飛行で推移している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月は暖冬で天候にも恵まれたが、なぜか年が変わってから来客数が減少している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数が減っていることに加えて、今年は暖冬なので、ホットドリンクや中華まんの売行きが悪い。
		コンビニ（本部管理担当）	それ以外	・売上は前年比約96%と直近では最低の結果である。最近のフードロス問題や営業時間の短縮など、売上に直結する話題で事業規模を縮小しなくてはならない状況が原因と考える。
		衣料品専門店（販売企画担当）	それ以外	・繊維製品の生産工場を何軒か回ったが、作っている商品は子供、婦人、紳士、作業服とそれぞれ違っても、どこも発注が少なく次の発注までの期間も延びているとのことであった。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電製品は耐久消費財で、故障がない限り買換えが発生しない。新築、引っ越しや婚礼等で新規購入するケースが減ってきているように見受けられる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・1月に入ってから来客数の減少が目立ってきた。消費税増税後、年末までは前年比95%ぐらいだったが、年始からは80%以下まで落ち込んでいる。パソコンの買換え特需も一息つき、暖冬の影響で季節商材も余り動かない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年比80%ほどで、客の車を購入しようという気持ちが非常に冷え込んでいる。来客数は回復しつつあるが、ガソリンの価格の値上がりも続き、年末年始は遠出を控えていたという客も多かった。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・街に人が出ていない。来客数が少ない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・消費税増税後、各種の還元策により下支えがあったものの、その効果が薄れてきた。従来と比べてセールへの反応も鈍く、まとめ買いについても控える傾向にある。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の10月辺りから、前年比で宿泊客は数%の落ち込みが続いており回復基調にない。宿泊客は年明けも前年比で数～10%近く減少傾向にあり、やや悪い状況が続いている。昼食夕食についても地元需要に左右され、5～8%落ち込んでいる。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・今月の第5週は、インフルエンザの影響でキャンセルが続いている。

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状況の説明
		都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で中国からの団体旅行が減少している。春節の時期が終わると個人客より企業利用が更に心配される。米中貿易の影響で製造業を中心に悪化が見受けられる。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの流行により、今月中旬からマスク姿が増えている。通常ならば春節で中国人旅行者が増えなければならない時期に、旅行者のキャンセルなどで様々な影響が出始めており、以前よりも悪くなっている。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・一般契約はほぼ前月並みで推移しているが、集合住宅のオーナーによる一括契約や集合住宅入居者の増速等の追加契約は激減している。
		テーマパーク(職員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、人混みへの外出を控えている様子がある。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・暖冬の影響による雪不足で、一般客の動きが悪い。
		パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きや単価の動きから判断する。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・正月で休みが多かったことや、インフルエンザの流行で来客数が減り、販売量も減少した。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・消費税引上げにより、客が金を使わなくなった。
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・リフォームにおいても、塗装工事などの定期的に行わなければならないものの受注はあるが、大規模な増改築等が減ってきた。
	×	一般小売店[酒類](経営者)	お客様の様子	・飲食店の閉店が多くなっている。
	×	百貨店(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響から、日中間で個人及びビジネスの両面の需要が大きく減退している。
	×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・バーゲンセールポップ広告を見て来店する一見客がほとんどいなかった。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・一般の人は年末年始による出費がかさみ、1月はその影響による落ち込みが激しい。
	×	理美容室(経営者)	来客数の動き	・今月は暇な月であるが、それにしても客が少ない。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・年末に来客数が増加するため、1～2月は暇になる。
	×	理容室(経営者)	お客様の様子	・相変わらず客は安い店に流れ、回転が悪い。
	×	住宅販売会社(経営者)	競争相手の様子	・同業者も1月になったら上向きになるのではないかと期待していたが、不動産市場が動かない状況で不安である。
企業 動向 関連 (東海)		-	-	-
		一般機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・今年度はずっと低調だった北米自動車向け設備投資の引き合い数が増え、受注につながる案件も出てきた。
		通信業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・物流システム導入の受注が多くなっている。その背景にあるのは各企業の物流コスト削減及び少ない働き手で運用するための設備投資と考えられる。企業投資に前向きであることに鑑みると、漸次上向きと見込まれる。
		その他非製造業[ソフト開発](経営者)	取引先の様子	・当社においては好調であるが、先が見えない状態である。主な取引先においては生産量の減少で不満の声が出ており、12月よりもはっきりと下降の色が強くなっている。
		化学工業(総務秘書)	それ以外	・東京オリンピックに向けた好況感は持続している。社会の変化として若者の起業があり、小売店や飲食店に挑戦する風景によく出会う。人出もますます、好況感に一役買っている。
		金属製品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・引き続き生産能力を超えるような受注残や引き合いがあるが、多少は勢いが弱まっているように見受けられる。
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・米国の景気が維持されていることと、米中貿易交渉が継続されていることで、売上は維持されている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の状況に戻ってきた。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共にここ3か月間は横ばい状態が続いているため、どちらともいえない。

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状況の説明
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・通信ネットワーク構築事業は、3月の年度末に向けて順調に推移しており、売上利益も予定どおりである。ただし、中国経済の行方から日ごとに不安感が増しており、足元の景況感は余り良くない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は同じような動きで大きな変化はなく、前年同月比で10%くらい売上が減少している。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・1月に入り若干来場者は増えたが、毎年の傾向であるので景況感としては良くはない。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品単価が消費税引上げとともに値上げされているケースや、今期仕入価格というように、見積書等でも価格上昇が明確に分かるようになってきた。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・日用雑貨などは前年比105%ほど回復してきているが、生産財については、国内、輸出入共に前年比95%程度と下落傾向が止まらない。また、運転手や庫内作業員の退職補充が追い付かず、高額な派遣コストが利益を押し下げている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年より、受注件数は減少している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・貨物の取扱量が減少している。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・消費税引上げによるマインドの落ち込みは当分継続する。企業では増収増益の見通しが見えてこない。消費者心理としては、野菜の安値は有り難いがガソリンの高値安定が気になる。米中貿易摩擦の行方は日本経済への影響が大きい。企業中心の減税でなく、一般大衆への減税対策が望ましい。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・為替がやや円高に向かっていくことと株価もやや高くなってきていることから、個人投資家の心理は以前に比べると明るくなってきている。一方、個人投資家以外の個人は、給与が上がっている実感が無い。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業側からの広告受注量も余り増減がなく、新規の引き合いも特に目立たない。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・消費税引上げが今になって影響している。前年同月より売上が悪い。食品や貨物はますますであるが、衣料品は悪い。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・月次決算において、目立った動きがみられない。12月に支払われたボーナスは、夏や前年冬と比べても大きな増減はなかった。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税増税後の需要減から回復しつつあるが、消費者の節約志向が強まったという話を聞く。また、消費税増税分をいまだに価格に転嫁できず、原価率が上昇し、経営状況が悪化している企業がみられる。
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・暖冬の影響で冬物商材の販売が伸び悩む。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げ、米中貿易摩擦等の影響で特に自動車関連の受注量が減少しており、景気はやや悪い。
		窯業・土石製品製造業（社員）	それ以外	・地元の窯業関係は、受注量の減少で稼働率が下がる一方である。さらに、国内の粘土類原料の枯渇により原料品質が落ちて歩留まりが悪くなっており、業績が悪化している。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が大幅に減少している。当業界に限らずどの業種もおしなべて悪い。平年より10%ほどは落ちている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。全体に売上が縮小傾向である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・米国の情勢悪化に伴い、燃料代が高騰した。
		通信業（法人営業担当）	競争相手の様子	・次年度予算が公表されて以来、例年ならば競合他社が官公庁向けに提案攻勢を掛ける時期であるが、新型コロナウイルスなどの混乱からか、競合他社の営業が見えてこない。官庁側も、次年度施策を考えている様子が、例年に比べて見えてこない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・どの産業においても元気がない。今までは忙しかった部門においても、少し落ち着いてきて、先行きが思わしくないということを目にする。



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状況の説明
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨天の日が多いこともあり、売上は前年同期を少し下回っている。駐車場は必要かつ低額で利用できることもあり、この出費を惜しむほど景気は悪くないが、天候面での影響を多少受けている。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・不動産の実売価格は少しずつ下がっている様子である。
		公認会計士	それ以外	・中堅中小企業の業績が悪化傾向にある。後継者不在の中小企業には経営意欲の低下が散見される。自動車産業の下請企業の受注が減少傾向にある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・1月でシステムのリリースが完了し、次に向けての準備期間となる。開発に向けての受注活動がメインとなっている。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少傾向にある。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先の業界は、4月までに全館禁煙となる関係で排煙装置や喫煙ブースに投資するため、当社製品への設備投資の売上が期待できない。
	×	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・年末から1月に掛けて荷物の取扱量は大幅に減少している。前年比も10ポイントほど落ちており、更に一昨年よりも下回っている。段々と悪くなっていることが数値に表れている。
雇用関連		-	-	-
(東海)		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・法人関係、団体関係の新年会での利用が多かった。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・主要客である自動車メーカーにおいて経費削減の方針は変わらず、4月以降は当社取引へも段階的に影響する見込みであるが、今月はまだ具体的な影響があるわけではないので、3か月前と変わらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	求職者数の動き	・自動車メーカーによって異なるが、国内生産、海外輸出生産においても大きな変動もなく推移し、しばらく変わらない動向と見込まれる。
		職業安定所（所長）	周辺企業の様子	・相変わらず企業からは、人手不足の声を聞くことが多い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・自動車製造業の求人数は低迷が続いている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・窓口での相談件数が、12月は前年同月比で100件増加しているものの、前月と比較すると770件減少している。例年、年末は減少する傾向があるため1月の状況を見極める必要があるが、大きな変化はないと見込んでいる。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・有効求人倍率は高水準で推移しており、大きな変動は見受けられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・事業予測に鑑みると、企業の採用には慎重な姿勢は変わらない状態である。IT・エレクトロニクス系人材では、引き続き需給バランスにかい離がみられる。
		人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・開発予算の凍結が目立つ。
		人材派遣業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響による中国からの旅行者の激減と、これにより消費が下降線をたどるため景気が悪くなると見込む。
		人材派遣会社（企画統括）	採用者数の動き	・求人数、求職者数共に前年同期を下回り、採用数は低調である。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による世界的な経済への影響が懸念される。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が前年比、前月比共に減少し、採用に対して慎重になっている傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求職者数の動き	・転職イベントに参加する求職者が増えた。
		職業安定所（次長）	求職者数の動き	・新規求人数は、製造業を中心に減少が続いている。
		職業安定所（次長）	求職者数の動き	・求人数の減少傾向が継続するなかで、新規求職者数が増加傾向にある。また、就職者数も減少している。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・大手メーカーの中途採用人数は減少してきている。ただし、中小企業は、業界を問わず求人意欲はまだ旺盛である。これまで採用できなかった反動かもしれない。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・同一労働同一賃金の施行に向けて、求人が冷え込んでいる。

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状況の説明
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・米中貿易摩擦の影響で、製造業が採用を手控えているように見受けられる。

### 7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：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状況の説明
家計動向関連 (北陸)		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・3か月前は消費税の引上げ月のため、とても悪い状況であった。それに比べればましというだけで、市況が悪いのは変わらない。暖冬のみが好材料である。それでも来客数の前年割れは止まらない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・1月に入ってからの販売量は3か月前と比べて150%である。週末のイベント開催時の来客数も多くなっている。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・3か月前の10月は消費税の引上げの影響で、客が市況を様子見している感じが強かったが、年末年始休暇が比較的長期間だったため、この期間に世帯でまとまった消費をしたようである。その反動で、正月明けの消費は冷え込んでいる。しかし、総合的にみて、年末年始の消費動向が上がったことで外食全般も良かったと考える。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・景気が良くなっている実感はないが、売上、粗利共に前年を上回っている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・暖冬により積雪が全くないため、足元が良く外出しやすい日々が続いている。平年と比較して来客数が伸びている。防寒用品は厳しい状況で推移しているが、その反面、春物商材が好調である。消費税の引上げ後の3か月間は前年割れが続いていたが、徐々に前年実績を超える見込みである。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・例年は降雪時は売上に影響が出るのだが、今年は暖冬傾向で足元が良く、販売量や売上への影響が少ない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・年明けから徐々に買上点数が減少している。年末の競合店出店の影響や、年末に金を使った反動が強くみられる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・暖冬で冬物衣料の動きが悪い。また、消費税の引上げ以降は消費者の節約志向が強くみえる。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・暖冬で雪がない状況なので集客を期待しているが、厳しい状態が続いている。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・消費税の引上げ後、回復傾向はない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・1月になっても雪が降らず、こんな年は大変珍しい。とにかく冬は冬らしく、夏は夏らしくないと動くものも動かない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・改装による活性化を実施しているため、単純な比較が難しいが、暖冬の影響で冬物衣料については苦戦している。来客数については順調に推移し、シネマやアミューズメント業種が好調をキープしている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・暖冬で積雪がないことが来客数の増加に影響していると考えられる。例年比で106%と増えている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・今年は雪がなく、人の動きも悪くない。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・正月の売上は例年並みで、1月の宿泊単価も変わっていないが、館内での消費は減少している。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・取扱商品サービスの中でも、通信サービスの新規契約件数は前年同月比でやや悪化傾向にある。明確な理由は特に思い当たらないが、消費税の引上げ後の消費者心理の落ち込みが影響しているかもしれない。
	通信会社（店舗統括）	販売量の動き	・他社からの乗換えは少なくなっているが、自社での機種変更は堅調である。	
	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・暖冬にもかかわらず、新規の見学や体験、入会がほとんどない。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・1月も来客数は前年を上回りそうである。客単価もアップしているので、売上も順調である。	

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状況の説明
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税の引上げによる反動減で客の動きは鈍くなる とみていたが、土地の売買に動きが出ているため、以前と変化がみられない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・1月は入込客が例年少なくなる。今年は天候が良いにもかかわらず、より少ない。暖冬のため、重衣料や防寒用品は苦戦している。在庫の処理に影響が出てきそうである。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・雪が降らないことが、少し影響しているようである。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	競争相手の様子	・他業種に吸収されたり、廃業した業者が相次いでいる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・販売量の悪さはここ数か月続いており、4月の繁忙期を前に買い控えなどの傾向もみられる。
		スーパー（店舗管理）	単価の動き	・暖冬により冬物商材の動きが鈍い。また、消費税の引上げ以降の買物点数の減少による客単価の低さが、現状も続いている。
		衣料品専門店（店舗運営）	単価の動き	・暖冬で雪がほとんど降らず、例年に比べてセール衣料品のまとめ買いが少ない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・初売りセールも前年を割り込んでいる。暖冬により暖房器具の売上が悪い。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税の引上げ後、依然として消費者の購買意欲の衰退がみられる。また、米中貿易摩擦の不透明さや、昨今の新型コロナウイルスの発生により、来日する中国人観光客が激減しているなど、国内外で問題が多発している。景気が上向き兆候が全くみられない。
		自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・暖冬の影響が大きく、冬物商材が例年に比べて大きく減少している。特にタイヤチェーンは、チェーン規制をもくろんで大量に仕入れたが、値引き販売をしても動きがない。来客数も元旦営業から少なく、高額商品の接客は件数自体も少ない。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は89%、宿泊人数は92%、宿泊単価は96%である。前年好調だった個人旅行が大幅に減少している。Web販売は前年比60%台を96%まで引き上げたが、関東地区の団体客の獲得に苦戦したことが大きく影響している。
		旅行代理店（所長）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、年末年始も低調な動きが続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年この時期は積雪があるのだが、暖冬の影響で全く雪が降らないため足元が良く、新年会でもタクシーの利用が少ない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・1月下旬から、県外からの営業関係の利用が極端に少なくなっている。出張控えというか、駅からのタクシーの利用も悪い。売上も最低になっている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に契約数が前年同月に比べて落ちている。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同期比で2～3か月前からの状況をみると、国内又は海外からの客の動きや予約数がやや悪くなってきている。
		住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・展示場の来場者数の低調さが続いている。続落の気配である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・元旦営業の見直しムードのなか、当地域は元旦営業をしたが、さほど人出がなかった。福袋も以前のように行列ができることは、ほとんどなくなってしまっている。
	×	商店街（代表者）	単価の動き	・前年と比べ天候には恵まれているものの、集客力のある美術館が1か月半休館のため、来客数が激減している。周りの話を聞くと、初売りは前年並みであったが、それ以降は売上が大変厳しい様子である。
	×	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・暖冬で防寒商品の購入が減少したことが悪化の大きな要因とみている。セール期に入り今季商品が購入しやすい価格になっているものの、客の来店時の行動をみると、旧製品やセール品でもいいと質より価格で、より安い物を選択する傾向である。また、購入が非常に慎重な上、同一アイテムの複数購入やコーディネートでの購入は非常に少ない。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、販売量共に下落傾向である。暖冬で冬物商材の動きも鈍い。

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状況の説明
	×	コンビニ(店長)	販売量の動き	・ここ1年常に前年を割っている。割り幅は3%程度だが、前年を上回ることがない状態が続いている。外的要因は変わらず、純粋に販売量が落ちている。イベント商材においても2月にある節分の恵方巻の1月の予約分が激減している。社会的に食品ロスの問題からコンビニ本部がイベント商材にノルマを全く課さなくなり、競合行動が下がっているのも原因ではないかとみている。景気としては、本部の過度な商品売り込みが良かった面もあったようである。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・前年同様に長い正月休みのため、天候が良いにもかかわらず、最悪の赤字である。客の婦人服経営者から複数の店舗を1つに統合したという話や、遠方でタクシー会社を営んでいる人から人手不足で良くないという話を聞く。ただ、駅前などは若い人たちにぎわっているとのことである。
	×	都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・宿泊は正月も空きが目立ち、ホテルの過剰供給による影響と客の休みが分散化している様子を感ずる。レストランも通常の安売りでは集客ができず、良いものを激安にしないと客が動かない。生活防衛意識が高まっている。
	×	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・新築注文住宅だけでなく、リフォームの受注にも消費税の引上げの影響が出てきている。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
		税理士(所長)	取引先の様子	・製造業や建設業関係の客は手堅く仕事がある。長期的な見通しは余りないものの、今のところ今月と来月の見通しはしっかり立ち、11~12月の業績も堅調に推移したため、安定しているのではないかとみている。観光サービス業関係は、雪が非常に少ないことと、今は中国からの観光客も来ないことから、非常に大きな打撃を受けている。
		食料品製造業(経営企画)	受注量や販売量の動き	・月次売上が前年割れの傾向になって久しい。いろいろ販促を仕掛けても効果がみえず、仕掛けなければもっと悪いかもしいと結果を想像すると恐ろしい。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらず推移している。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・受注状況は、分野によっては米中貿易摩擦の影響を受け、低迷しているものがある。また、物流費や人件費の高騰、中東情勢による原油高を受けた原材料費の上昇も業況に影響を及ぼしている。
		精密機械器具製造業(役員)	取引先の様子	・取引先自体の売上構成としては弱まっているものの、依然として低価格商品へ向かう傾向が続いているようである。
		通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・受注額が僅かながら2か月連続で前年同月を上回ったものの、受注件数の増加がみられず、上向きとは考えにくい。
		金融業(融資担当)	取引先の様子	・天候に恵まれたことなどがあり、百貨店等の小売業からは、年末年始商戦の売上は概して好調であったと聞いている。一方、新年の挨拶において、メーカーからは引き続き足元の受注環境は厳しいとの報告を受けている。
		司法書士	取引先の様子	・事業用地の売買が複数あったが、従前の所有者が処分を急いでいる案件であったため、景気に関してはどちらともいえない。
		繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・衣料については非常に悪くなっているが、当月の受注状況は多いのではないかとみている。産業資材については、低位安定で生産ができてきている状況である。
		一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・米国市場は比較的安定した受注があるが、欧州と日本の受注が厳しい状況である。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて公共工事の受注量が減っている。
		金融業(融資担当)	競争相手の様子	・競合先である他県の地方銀行の融資スタイルに変化があり、信用保証協会の保証付き融資が増加している。他行がメインである中小企業や零細企業の取引先からの融資相談も増加傾向である。競合先が融資に慎重になっている。
		不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業の関係者に話を聞くと、少し仕事がある人となりが半々である。
	×	*	*	*

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状況の説明
雇用 関連		- *	- *	- *
(北陸)		人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・依然として派遣登録者が増加せず、マッチングに苦 労している。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・発行1回当たりの掲載件数にほとんど違いがない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・12月の有効求人倍率は、2.01倍と前年同月比で0.1 ポイント減である。産業別では、情報通信業、運輸郵 便業で増加となったほかは減少している。特に製造 業、卸売小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連 サービス業、娯楽業で減少幅が大きくなっている。一 時期の盛況さはないものの、様子見から求人を手控え る事業所がみられるようになったことも、最近の特徴 ではないかと考える。
		新聞社[求人広 告](営業)	周辺企業の様子	・暖冬が影響する流通業種、消費税の引上げ後の自動 車販売業種の企業売れないと明確に言っている。住 宅業種が辛うじて動いてきたとの表現をしている。
		新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・求人広告の数そのものが減り続けている。事業承継 を諦めて廃業する企業数が増えているとの報道があ る。先行きは明るくない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人の申込件数はそれほど変わらないが、求人数が 減少している。求人元が募集人数を控えている様子 がうかがえる。
		民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・求人数が増えていない。同一労働同一賃金が導入さ れることにより、紹介や派遣での求人か、自社求人 にするか、ちゅうちょしている。
		x	-	-

#### 8. 近畿(地域別調査機関:りそな総合研究所株式会社)

(- : 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状況の説明
家計 動向 関連		百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・消費税増税の影響も落ち着き、売上は前年比で3% 増と伸びている。婦人衣料品と食料品が、それぞれ 5%増と全体をけん引している。
(近畿)		観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・例年1月は動きが悪いが、今年は良い。
		競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は9152円で、今月の客単価は1万 700円となっている。
		一般小売店[時 計](経営者)	お客様の様子	・相変わらず時計の需要はほとんどなく、売上の大部 分は、電池交換を含む修理代が占めている。以前から の時計の分解や掃除に加えて、目を引くのは、若い人 がインターネットで手に入れたアンティークの古い時 計を、安くない金額で修理することである。高付加価 値の商品にお金を出す人がいる一方、修理や電池交換 にも悩む人がいるなど、現実的な格差を感じる。今月 の数字は少し良かったとはいえ、安定感がないとい うのが実感である。
		一般小売店[菓 子](営業担 当)	それ以外	・当社が扱っている新商品に、新しい取引先からの オーダーが入るなど、明るい兆しがみられる。
		百貨店(企画担 当)	お客様の様子	・暖冬によるセールの不振という悪影響はあったもの の、前年の1月に中国で電子商務法が施行され、外国 人売上が激減した反動が出ている。春節前の24日頃ま では、化粧品や特選プティックの売上は非常に好調で あった。国内の富裕層を中心とした外商客も、消費税 増税の影響が薄れて、回復基調になってきている。新 型コロナウイルスによる減収の影響が本格的に出るの は、2月以降となる。
		百貨店(マネー ジャー)	販売量の動き	・暖冬により、クリアランスセールが始まった1月2 日は、ダウンコートなどの単価の高い重衣料品が動か ず、売上は苦戦した。ただし、正月休み以降はコート の買換えが少ない一方で、ニットやカットソーなどの インナー商材をセールで購入する消費者が増え、一 気に売上が上向いている。月後半からは、春節前にも かわらず、中国人客を中心にインバウンド売上が伸び るなど、好調に推移している。
		百貨店(マネー ジャー)	お客様の様子	・消費税増税以降、当初は回復が遅れていたが、前年 の動きに近づいてきている。

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状況の説明
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・1月は来客数が前年比で102%と順調に推移している。年始は5日まで休みであったことがプラスとなり、週末の客数も増えた。衣料品、雑貨は苦戦しているものの、食品や専門店がけん引し、売上も堅調となっている。ただし、セールに対する姿勢は引き続きシビアで、福袋を含め、必要な物や気に入った物の購入が中心であり、価格の訴求では動かない。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税対策としてのキャッシュレス決済のポイント還元で、当社は5%の還元が承認され、同業の大型店に対するアドバンテージとなっている。集客の増加につながり、売上も増えている。6月までの期限があるため、徹底した訴求を行っていく。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税増税以降、キャッシュレス決済によるポイント還元効果が続いている。特に、軽減税率が適用される食品類の売上が、相変わらず好調に推移している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人の客が増えている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後の景気対策である次世代住宅ポイントや、キャッシュレス決済の5%のポイント還元効果が高く、エコキュートやIHクッキングヒーターなどの買換えを検討する客が多い。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・10月からの消費税増税の影響はまだあるが、徐々にその感覚も薄れており、通常の状態に戻ってきていると感じる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・消費税率が10%に上がり、少し消費は弱くなっているが、株価の上昇や為替の安定により、景気は3か月前よりも良い方向に向かっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・前年からの冬物衣料の悪化傾向が、セールで少しは解消すると期待したが、暖冬の影響で苦戦が続いている。その中で少し明るい材料としては、1月の来客数が全店で悪化していないことである。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・年明け以降、ゴルフ場などからの注文が少なくなっている。雨が多いという天候要因もあるが、景気が良いとは感じられない。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・高額品を中心に取り扱っているが、以前は100万円程度なら買うといていた客が、先行きが心配ということで、買い控えを始めている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・クリアランスセールや福袋の販売は前年割れで、今後も縮小する一方となる。1月中旬までは暖かい日が続いたため、来客数が伸び、消費も堅調であったが、新型コロナウイルスの日本人への感染のニュースとともに、外出の自粛が広がったのか、来店客の動きが若干少なく、インバウンド客も減ってきている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・時計の高額品や、海外ブランド品の売上が回復しつつあるなど、消費税増税の影響はかなり和らいできている。ただし、インバウンド売上は以前のように伸びておらず、前年並みで推移している。
		百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・暖冬の影響もあるが、衣料品を中心としたセールは今年も伸びがみられない。客は手元の予算を減らさずに、いかに楽しむかにシフトしている。一方、外商客などの資産家層の消費は戻りつつあるが、高額な宝飾品といった価値が目減りしていく物への関心は薄い。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も従来の傾向に変わりなく、前年の実績に比べると、微減で推移している。ただし、今月の下旬からは、新型コロナウイルスによる外国人観光客の減少で苦戦しているが、売上は前年並みとなっている。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・消費税増税後の落ち込みからは回復傾向にあるが、暖冬による防寒衣料の不振と、クリアランスセールの苦戦は予想どおりである。一方、化粧品や宝飾品、特選ブランドの動きは堅調で、インバウンド需要も順調であるが、予断は許されない状況である。
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・暖冬の影響もあり、セールの立ち上がりは季節商材が動かず、単価が下がるなど苦戦している。中旬以降は国内客、インバウンド客共に、やや回復してきたものの、更に値下げをした特価商材に需要が集中し、客の価格に対するシビアな姿勢が感じられる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・年明けの動きが落ち着く時期ではあるが、今年も天候要因が大きく影響し、特に伸び悩んでいる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・引き続き、必要以上のまとめ買いなどの購買行動はみられない。

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状況の説明
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響は、食品では戻りつつあるが、服飾関連や化粧品、家庭用品などの食品以外の部分では、依然として買い控えが多い。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・暖冬傾向が続いているため、例年と商品の動きや野菜の相場環境が異なる。消費税増税以降、食品に関しては大きな消費マインドの低下はないが、天候要因の影響が大きい。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・消費税増税以降は消費の落ち込みが続いており、回復はみられない。キャッシュレス決済のポイント還元対象の企業と、対象外の企業を比べると、徐々に対象企業へと客が集まっているように感じる。
		スーパー（社員）	単価の動き	・今冬は比較的暖かい日が多く、例年よりも来客数の増えている店が多いようである。その一方で、野菜の価格が下がっていることもあり、大半の店では前年並みの売上を維持するのが精一杯である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年末年始の反動が出ていると感じる。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税増税後も、景気自体にはそれほどの変化が感じられない。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・購入する商品は、最低限度の機能があればよいなど、高付加価値の高額商品には目が向いていない。それに伴い、平均単価はダウンする傾向にある。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・暖冬の影響で、暖房器具やエアコンの需要が少なく、来客数の減少が目立つ。また、近隣に競合店ができた悪影響も感じる。
		家電量販店（店員）	競争相手の様子	・取扱商品の中には、商品代のほかに取付けを含む作業費が必要な物もある。以前は、大幅な割引は行っていなかったが、工事代相当を割引きして、契約を取る業者が出始めている。それなりに名の知られた企業でも、販売状況が厳しいことを痛感するが、価格でしか差別化できない、レベルの低い競争に巻き込まれたいくはない。サービスには費用が掛かるという姿勢で、商品を提供していけばよい。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・全国的に来客数が減っており、広告や宣伝を増やしても効果が出ていない。
		乗用車販売店（営業企画）	販売量の動き	・回復傾向がみられない。
		その他専門店【医薬品】（経営者）	それ以外	・本来は寒くなる時期であるが、今年は暖冬である。それに伴い、カイロや風邪薬の売上は、前年比で30%程度の減少となっている。一方、新型コロナウイルスの影響で、マスクの販売が前年の3倍に増えたほか、除菌剤やアルコール、抗菌剤などの医療衛生関連も大きく伸びている。
		その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・特に大きな変化はない。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	来客数の動き	・今月は来客数が前年比で2割ほど減り、厳しい状況であったが、新型コロナウイルスの影響で予防関連の商品が欠品になるほど売れ、売上は盛り返している。マスクに加えて、除菌関連の商品も驚くほど売れ、今月の売上の半分以上を占めている。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	来客数の動き	・来客数の増減はなく、横ばいである。
		一般レストラン（企画）	来客数の動き	・消費税増税以降、ファミリーレストラン全体での来客数は厳しい状況となっているが、当社は比較的堅調に推移し、前年を上回っている。客単価も前年を上回る推移となっている。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・正月の日並びが良かったため、年始商戦の販売量は好調であった。新型コロナウイルスの報道で、月末の春節商戦ではキャンセルがかなり出たが、全てがキャンセルになったわけではなく、1月全体では前年の販売量を超えている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・予約の動きが鈍い。

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状況の説明
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は大幅なダウンで、宴会は好調という状況である。客室は商圏内で続々とホテルの新規開業があり、単価の下落とともに稼働率の維持に苦労している。一方、宴会は消費税増税後も落ちることなく、前年を上回っている。レストランは、宿泊人数の減少で朝食収入が落ち込み、苦戦している。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・客の受注状況に大きな変化はない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・消費税増税後は、やはり来場者の減少を含め、消費が落ち込んでいる。
		その他レジャー施設[複合商業施設](職員)	お客様の様子	・商業施設を担当しているが、食品や雑貨の動きは比較的堅調な一方、気温が高い影響で、衣料品は不振が続いている。消費税増税の影響はまだ抜けきっていない。
		その他レジャー施設[イベントホール](職員)	来客数の動き	・演芸関係のイベントに、大きな変化はない。
		美容室(店長)	来客数の動き	・今月は正月休みが長かった影響で客が増えたが、来月以降は不安である。
		住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・新築マンション市場では、都市中心部のタワーマンションは好調である一方、郊外の有名な住宅地では、従来は人気が高かったが、価格の高騰に購入希望者がついていけず、販売不振となっている。
		その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・分譲マンション価格の高騰に加え、市場への供給量が減少しており、販売戸数は減少の一途である。供給側も売り急がない傾向が強い。逆に、新築の戸建て住宅は価格の上昇がなく、1次取得層の受け皿となっている。供給が増える傾向のなかで、在庫の圧縮に向けた値引きが目立つため、戸建て住宅の成約件数は伸びそうである。
		一般小売店[鮮魚](営業担当)	それ以外	・この時期の動きは、今後の業況の目安となるが、ホテル関係の新年会が少なく、前年よりも悪い。
		一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・1月と前年10月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は1月が97.2%で、10月が82.9%、関東は1月が98.4%で、10月が104.1%、中部は1月が99.4%で、10月が84.1%、中国は1月が84.2%で、10月が61.5%となり、各地区合計の平均は1月が96.2%で、10月が83.8%となっている。前年10月は、その前年のプロ野球チームのリーグ優勝特需による反動で、非常に苦戦する形となり、1月に入っても非常に苦しい状態が続いた。ギフト商戦の立ち上がりも悪く、依然として消費税増税による影響が続いている。
		一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・年末を過ぎて、極端に客の動きが鈍くなっている。例年よりも気温が高く、天候も悪くもないにもかかわらず、客足は鈍い状況である。また、今月の最終週にかけて春節祭が行われたが、街の人出が少ない印象を受けた。これは、新型コロナウイルスの影響ではないと考えられる。
		一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・消費税増税以降、販売量が落ちている。1月はセールの時期であるが、増税の影響が続いているのか、売行きが悪い。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・1月の初売りは、食料品は福袋を中心に前年比で2%増と好調なスタートを切ったが、成人の日以降、終盤にかけて苦戦している。月末は新型コロナウイルスの影響もあり、入店客数が前年を割り込み、最終的には店頭売上が2%減と不調に終わっている。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は目標が未達の見通しである。天候要因により、防寒用品が苦戦しているほか、中旬以降の新型コロナウイルスの感染拡大もあり、インバウンド売上が減少し、これまで好調であった化粧品などの売上が苦戦している。またそれ以上に、国内客の消費意欲の減退や、不要不急の消費の抑制が、今まで以上に顕著となっている。
		百貨店(企画担当)	単価の動き	・来客数、買上客数共に前年並みであるが、客単価が低下している。消費税増税の直後に比べれば回復しているものの、その速度は前回の増税時に比べて遅いと感じる。



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状況の説明
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・月末からの新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、インバウンドの来店や買上の落ち込みが激しい。富裕客や優良客においても、月初から目立った高額品の買上が少なく、月末の新型コロナウイルスの影響で、更に来店、買上が減っている。
		百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・暖冬などの影響で、冬物衣料や身の回り品は苦戦しているが、イベントによる集客で何とか微減にとどまっている。また、インバウンドは前年の電子商務法関連による売上減の反動もあり、中旬までは2けた以上の伸びとなり、店全体の売上も前年並みで推移していた。ただし、新型コロナウイルスの関西での感染が発覚して以来、ここ数日間はインバウンドの減少に加えて、地域からの来客も大きく減っており、2月以降が心配である。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・1月に入り、前年の中国での電子商務法による悪化の反動で、出足は好調に推移したものの、中旬以降は新型コロナウイルスの問題で悪化している。国内客、海外客共に客足が店舗から遠ざかり、購買意欲が大きく減退している。また、前年末からの暖冬の影響もあり、防寒商材の動きも前年比で80%台と悪いことから、セール対象商材も鈍い動きとなった。コスメ関連も、インバウンド売上の減少で前年を下回っている。
		百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・暖冬の影響も大きいですが、初売りの福袋や、クリアランスセールでの主力製品の売出しも、非常に苦戦している。特に、客の中心である60歳以上の買い控えが目立ってきた。また、値下げをしても、ダウンやコートなどの高額商品の動きは非常に厳しい。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・消費税増税による消費マインドの冷え込みは持ち直しつつあるが、暖冬の影響もあり、クリアランスセールでも衣料品や雑貨類は不調が続いている。その一方、インバウンド売上の大きな都市型店舗では、前年の中国の電子商務法による買い控えの反動で、前年実績を上回っていたが、下旬になって新型コロナウイルスの感染拡大による渡航規制が厳しくなり、一転して大変厳しい状況となっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・暖冬が続く、ファッション関連ではコートなどの単価の高いアウター商材が動いておらず、平均単価は前年比で2.7%低下している。福袋の販売やクリアランスセールでも、メーカーが特價品の数量を絞っており、販売量が減っている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・正月休みが長くなり、豪華な食事への需要が増えると思われたが、期待外れに終わった。その後も記録的な暖かさで、単価の高い魚や肉の消費が伸びなかった。その一方、月後半からは、新型コロナウイルスの影響でマスクや除菌グッズの販売が急増したが、すぐに品不足となったため、暖冬の影響を取り戻すほどの影響はない。
		スーパー（店員）	単価の動き	・暖冬のせい、野菜の価格が常に安く、特売日の価格も余り魅力的ではなかったため、売上が伸びていない。
		スーパー（店員）	競争相手の様子	・今年に入り、取引先が3件も倒産している。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・自分自身でも、今までよりも慎重に買物をするようになっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・おでんやフライドチキンといった、プラスワン商材の売上が減っているが、値段を下げれば売上は伸びている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・年末年始の長期休暇は来客数が多く、まとめ買いをする客も多かったが、休みが終わり、通常の動きに戻っている。また、月末には新型コロナウイルスの流行で、旅行者が全く来店しなくなっている。
		コンビニ（店員）	それ以外	・新型コロナウイルスの問題もあり、今月は来客数、販売量共に、かなり落ち込んでいる。特に、家族連れの観光客などは激減しており、必要のない外出も控えられている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と同様に、来客数、単価共に前年比はマイナスとなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・働き方改革で残業ができなくなったため、売上が伸びず、給料が上げられない。

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状況の説明
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・毎年この時期に舞い込むはずの、新規の案件がない。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	お客様の様子	・天候不順や暖冬で、季節商材が販売不振となっている。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税以降の落ち込みが続いている。一方、インバウンド売上については前年を上回っている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・クリスマスと年末年始が終わり、客が財布のひもを一旦締めていると感じる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は消費税増税の影響で来客数が減少し、更に客足の増える年末年始やアジアの旧正月は、特に新型コロナウイルスの影響で、アジア圏の観光客が大幅に減少している。確かな情報がなく、先のみえない事態は、人を不安に追い込むだけである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・暖冬により、家庭で鍋料理をしないためか、新年会では鍋物の注文が多かった。一方、月後半からは天候が悪くなり、客足が伸びていない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	競争相手の様子	・競合先が良い条件を提示し、新たな客を獲得している。
		都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により、客室を中心に予約のキャンセルが発生し始めている。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・ホテルの客室数はいまだに増え続けており、稼働率、客室単価共に苦戦を続けている。消費税増税の影響は、一段落したと少し感じられるようになったが、その矢先の新型コロナウイルスの感染で、状況は悪化しつつある。
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドを中心に客室やレストランにキャンセルが入っており、しばらくはこの状態が続くそうである。
		都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・大阪全体の客室数の増加に伴い、供給過多となっている。客室単価を下げなければ、受注が難しい。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・キャッシュレス決済による5%のポイント還元効果で、受注が増えている。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、中国からの客足が止まったほか、日本に来ている客も財布のひもが固く、マインド面でネガティブな様子がみられる。
		旅行代理店（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による海外旅行の自粛や、東京オリンピックを控えた支出の抑制などが散見される。
		タクシー運転手	来客数の動き	・年末にかけての乗車回数と、直近の1月の乗車回数を比べると、かなり大きな開きがある。回数にすると70%程度に減っており、人の動きが感じられない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・前年の実績を下回っており、回復材料が見当たらない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・これからの伸びを期待したいが、客は少なく、観光も公共交通機関が中心となっている。
		通信会社（経営者）	来客数の動き	・電気通信事業法の改正による影響から、まだ脱出できていない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・年末にかけての加入申込みの増加はみられないなど、消費税増税の影響で、家電量販店の店頭の人影は少ない。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、インバウンドの動きが鈍化し始めている。
		美容室（店員）	来客数の動き	・年始の休みが長く、客の出足が鈍かったことが月末まで響き、客の動きが悪かったと感じている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・年明けからの客の動きが、予想よりも鈍いように感じる。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・日韓問題や、中国からの資本流入制限などの影響か、外国人向けの取引件数がかなり少なくなっている。
		住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・来客数の減少が顕著で、それに呼応して販売量も減少している。

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状況の説明
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・1月の住宅展示場の来場者数が、前年比で1割減となっている。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・年末年始が連休となった影響で点検業務がこなせず、売上が落ちている。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・1月のバーゲンセールも売上は前年割れである。結果的に、10月から4か月連続で前年割れとなっている。
	×	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・卸売では1件当たりの売上が減少し、小売では客1人当たりの購入金額が減少している。
	×	スーパー（店員）	販売量の動き	・近隣にスーパーがオープンしてから、2割ほど売上が落ちている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・バーゲンセールの案内に対する反応が悪く、関連売上は前年比で約30%減となっている。新型コロナウイルスの報道による影響もあるが、基本的にキャッシュレス決済のポイント還元の仕組みが消費者には分かりにくい。特に、クレジットカードでの還元方法が、カード会社によって異なることが、大きな原因と考えられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・暖冬のため、防寒商材が売れない。
	×	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・暖冬による影響で、季節商材の売行きが伸び悩んでいる。また、春節の時期に発生した新型コロナウイルスの影響で、インバウンド需要が減少している。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響に加え、暖冬で冬物商材の動きが鈍い。さらに、新型コロナウイルスの感染拡大による、中国からの観光客の減少が追い打ちを掛け、インバウンド消費に大きな影響が出ている。
	×	一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染の世界的な拡大により、日本だけでなく、世界経済が打撃を受けている。春節で来日しているインバウンドも、例年よりも少ない。
	×	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・訪日韓国人の減少から回復しないうちに、新型コロナウイルスの感染が発生し、中国人の団体客の予約が軒並みキャンセルとなっている。
企業 動向 関連 (近畿)		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・白物家電を中心に、まだ前年の売上を下回っている商品は多いが、3か月前の消費税増税直後に比べると、実売での荷動きは回復傾向にある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年1月は受注の出足が低調であるが、今年は引き合いが多い。3か月前と比べても、やや良くなっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・1月に入って、取引先から新たな広告出稿が幾つか出てきている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントとして、人材の育成、組織の活性化、販売促進を中心に支援しているが、人手不足で生産性をアップする必要性が高まり、倒産も増えている。それらの危機感を背景に、研修や組織の活性化に向けた動きが増えている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・正月や、関西の十日えびずの期間中も天候が良く、当社の取引先も売上が伸びたようである。その影響もあり、当社の売上も多少増えている。
		食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・年末年始が過ぎてからは、消費者の動きが鈍い。飲食店などでは客足が減っており、景気に大きな変化はない。
		食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・暖冬の影響があり、正月の雰囲気は全くない。
		出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・今のところ、受注量の変化は感じられない。前年と比べても同様である。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・前年の10月以降、製品の出荷量に大きな変化がない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・韓国向けの案件がなくなり、国内向けの案件でカバーしている状況である。大した規模ではないが、傾向として代替が進んでいるため、受注量、販売量に大きな変化はない。
		金属製品製造業（開発担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大で、中国の企業活動が止まっているため、1月の景気は良かったが、2月はどうなるか分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この数か月は業況が余り良くなかったが、今月も同じような傾向だと感じる。

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状況の説明
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は増加しているが、受注価格を上げることはできない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・自社で努力はしているが、今の経済の混とんとした状態は、自力ではどうすることもできない。悪い材料が多過ぎる。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・民間関係では、年度末の完成工事に好決算企業からの発注依頼が続いている。ただし、監理技術者や技能労務者の不足で、受注が厳しい物件も多い。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税前に販売の伸びた影響が出ており、売上が増えない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・ここへきて、消費税増税の影響が出ているような気がする。市中の商店をみても、とてもデフレの脱却という雰囲気は感じられない。東京オリンピックが開催される夏までは、今のよう状況が続くのかもかもしれない。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先の決算内容について、前期よりも良くなっているケースは少ないため、景気は良くなっているとも、悪くなっているともいい難い。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告受注が前年を下回っている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である小売店や飲食店では、予想していたほど、消費税増税後の落ち込みがない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税率の引上げ後は、非常に荷動きが悪くなっている。タオルの卸業界での売上前年比をみると、9月は115%で、10月は82%、11月は88%となっており、12月は少し回復したものの、依然として水面下にある。3月頃までは影響が残るとというのが、多くの経営者の見方である。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	取引先の様子	・東京オリンピック後の経済状況の不透明感が強まっている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・既存の水銀灯が製造中止となっても、LEDなどへの引き合いは増えていない。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオル全体の受注量が大幅に減少している。
		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末～1月にかけて、受注量の減少が続いている。出張の経費は減っていないため、利益の減少が進んでいる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮しても、ほとんどの取引先で販売量や受注量が減少している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国向け部品の出荷量に、一向に回復の兆しがみられない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が伸びない。
		輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・自動車関連で新規受注が激減している一方、補修や補給部品の需要は増えている。古い設備を補修する、延命関連の引き合いが増え、新規設備の見送りが目立つ。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・年末年始に休みが多かった影響か、年明け以降は取引先の動きが鈍いと感じる。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・10月の消費税増税により、不動産の仲介手数料も増税となったことが影響しているのか、賃貸の仲介件数が減っている。また、売買も仲介が難しくなってきた。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・暖冬により、明らかに冬物商材は販売不振となっている。また、春節にもかかわらず、大阪や京都などのターミナル駅では、中国人観光客のにぎわいが感じられない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・今年は暖冬で冬物商材の動きが非常に悪く、売上は前年の約60%となっている。また、通常の商材も受注量が減少している。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数が減少し、折込収入が落ちている。
	×	広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・消費税増税の影響や、韓国からのインバウンド客の減少による影響、暖冬の影響により、1つの施設だけではなく、商業施設全体の売上が苦戦している。

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状況の説明
雇用 関連  (近畿)		-	-	-
		人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・年度末に向けた駆け込み需要が増えている。
		新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・求人数の動きが底を打ち、今月に入って増加している。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新年に入っても、年度末に向けての忙しさが余りない。特に、関西経済をけん引してきたIT関係の仕事に活発さを感じられない。一方、政府系法人の入札関係は底堅い動きとなっている。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・4月からの人材派遣や紹介予定派遣の求人については、例年は年明けから増えてくるが、今年はその動きがみられない。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数の減少が続いている。
		新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人の縮小均衡状態に大きな変化はなく、景気の方向性を示す動きは感じられない。また、運輸や介護、物販といった、慢性的に人手不足の業種に求人が偏る傾向にも変化はない。
		新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・年が明けて、東京オリンピックに向けたムードが高まっている感はあるが、新聞の広告出稿の推移をみると、企業のプロモーション活動が活発とはいえない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・製造業の求人は減少が続いているが、建設業や宿泊、飲食業などでは増加が続いている。全体的な人手不足感については、製造業も含めて、高止まりが続いている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・12月の新規求人は、やや高止まりの状態にある。新規求職者が減少傾向にあるため、新規求人倍率は2.98倍と、今年度で一番高い水準となっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・12月の新規求人数は前年比で4.9%減となったが、年度累計では0.3%減とほぼ横ばいを維持している。12月の減少は、求人更新月のずれによる、一時的な変動と考えられる。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	それ以外	・4年生の就職活動は終盤になっており、現在は3年生の活動が中心である。ただし、4年生の求人は中小企業を中心にまだ続いており、景気の良い状態が続いている。一方、3年生の採用活動は3月から本格的に始まるが、既に内定をもらっている学生が前年よりも多いなど、前月と同様に景気の良い状態が続いている。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・前月比、前年比共に、求人件数が減少傾向にある。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人数は一定の水準にあるが、今すぐに欲しいといった感じではない。人手不足の分野を中心に、とにかく求人を出しておこうという姿がみられる。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・時期的な動きや、同一労働同一賃金に向けた動きもあり、3月末までの短期の求人が増え、長期のオーダーが減っている。一方、求職者は長期派遣か、紹介予定派遣を希望しているため、マッチングが難しい。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	採用者数の動き	・特定の業界で採用へのハードルが上がり、求人の取り下げも増えてきている。	
	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が顕著に現れており、中心市街地や有名な公園での観光客が極端に減っている。インバウンド以外も外出を控えているようで、今後の消費に影響がでることを心配している。	
	学校[大学] (就職担当)	採用者数の動き	・就職関連の情報媒体の話や、来校企業の話や、高卒者の採用が鈍くなっているとのことで、今後の状況を注視する必要がある。	
	x	-	-	-

9. 中国(地域別調査機関:公益財団法人中国地域創造研究センター)

(- : 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状況の説明
家計 動向 関連		-	-	-
		一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・今月は周辺で多くの店舗が閉店したため、注文が増加している。

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状況の説明
(中国)		一般小売店 〔靴〕(経営者)	お客様の様子	・東京オリンピック景気の波に乗れている企業が地方でも成果を出し始めている。今は景気が良く、今稼げていない企業は東京オリンピック後はもっと稼げなくなる。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・100万円以上の美術品やブランドの洋服がよく売れ、状態が良い。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果もあり、客の来店頻度が上がり、来客数は前年比102.2%で推移している。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・3か月前は来客数が前年の97%前後だったが、今月は前年の98.3%、また、売上も前年の99.3%とやや回復している。
		スーパー(店長)	単価の動き	・年末商戦を終え、財布のひもが固くなる1月ではあるが、前年に比べ1品単価が1~2円ほど高い状態で推移している。相場の状況もあるが、全体的な印象として、無駄遣いをしないという雰囲気やさほど感じられない。暖冬の影響による野菜の相場安が背景にあるが、例年に比べ消費マインドがネガティブな状態ではなく、ポジティブな状態にある。
		スーパー(管理担当)	販売量の動き	・3か月前と比べれば、売上が前年比80%から前年比90%後半まで戻ってきており、若干回復感を感じる。
		コンビニ(副地域ブロック長)	販売量の動き	・今年に入り、スーパー代替商品のおかず、パン、デザートの販売数量が好調であり、外食から中食へシフトしている。
		家電量販店(販売担当)	来客数の動き	・シングル商戦が好調である。
		家電量販店(企画担当)	単価の動き	・テレビ、冷蔵庫、洗濯機などの主要商品、高額商品が売れている。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕(支配人)	来客数の動き	・消費税の引上げの影響が12月上旬まで続いたが、12月中旬以降、来客数、売上共に前年並みに回復している。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・最近になって消費税の引上げに対する警戒感が収まりつつあり、来客数も天候に恵まれ、増加しつつある。
		タクシー運転手	販売量の動き	・乗車率が前年より5%上昇している。
		観光名所(館長)	来客数の動き	・日本人観光客が微増し、売店の売上も上がっている。
		住宅販売会社(営業担当)	来客数の動き	・年明けから来客数が伸びている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・今月に入り、一段と買い控えがひどくなっており、格安商品だけが売れている。
		商店街(理事)	来客数の動き	・暖冬で冬物商戦にかなり陰りが出ている。
		一般小売店〔食品〕(経営者)	来客数の動き	・今年の冬は暖冬で野菜が豊作となり、大幅な価格の下落が続いている。3か月前は野菜の高騰があったりと乱高下が激しくなっている。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・食品は消費税の引上げの影響が少なく、前年を上回る月が続いているが、その他の部門では前年を下回る部門が多く、全体では前年を下回っている。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・消費税の引上げ及び暖冬の影響で防寒アイテム、冬物衣料が苦戦している。また、美術品や宝飾品などの高額商品の動きも鈍く、不要な物を買わない傾向が強くなっている。
		百貨店(人事担当)	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、衣料品を中心に購買率が落ちている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は変わらないが、購入数量が増加しない。	
	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・買上単価は余り変動していないが、来店頻度が減っている。	
	スーパー(販売担当)	お客様の様子	・売上高が前年比105%、来客数が前年比110%で前年実績は上回っているものの、前年末の状況と比べると客の動向はやや低調である。当社の加盟しているチェーンは、前年末に例年にない価格訴求施策を試みており、その反動が出ている。	
	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・客単価が3か月前から変化していない。	

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状況の説明
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・飲食料品は軽減税率の対象であり、キャッシュレス・消費者還元事業もあるので、消費税の引上げの影響があっても軽微だと思っていたが、客の財布のひもは固く、特売等の安価な商品を買回るので客単価が一向に上がらない。
		スーパー（財務担当）	単価の動き	・1月に入り、他社との価格競争や客の節約により、既存店の客単価が前年を下回っている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・予想よりも来客数が回復しない。
		コンビニ（支店長）	お客様の様子	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果で来客数は増えているが、客単価の上昇や買上点数の増加にはつなげていない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・美容院の金を削ったり、携帯電話のキャリアを変えたり、皆節約に努力している。景気が上向いてるよう感じない。
		衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・暖かい気候のお陰で、春物の動きが早い。2月もこのような気温が続けば、売上アップが見込めるが、東京の仕入先がにぎわっている様子が全くないため、全国的に景気が上向いているとは感じられない。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・今月の来客数は、3連休の週だけ前年並み、その他の週は前年の80%程度で、特に18時以降の来客数が少なくなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・初売りを実施したが、前年と比べて来客数が増加していない。
		その他専門店【土産物】（経営者）	お客様の様子	・客の様子からは特に景気が上向く雰囲気は感じられず、キャッシュレス決済など幾つかプラスの要素もあるが大きなことではない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・正月三が日の営業は、営業日数や営業時間を短縮したため、売上が前年割れとなった。2週目以降は持ち直し、売上は前年比110%以上となっているが、通月では前年並みとなっている。来客数は前年比94%台でほぼ前年並みとなっている。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・3か月前は消費税の引上げが始まった月で、来客数が著しく減少していたが、その時期に比べるとやや盛り返している。ただ、前年比では落ち込みが続いており、消費税の引上げ以降、常連客にも来店頻度が下がった客があり、依然として厳しい状況が続いている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・年末年始の売上は他の月よりは良いが、景気と関係なく時期的なものなので、景気が良くなってはいない。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前から比べると来客数が増加していない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・国内旅行も正月明けで売上が余り芳しくない。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・暖冬の影響でスキー関連ツアーが中止や延期となっており、売上に影響が出ている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・中旬までは新年会などのイベントがあり、天候も雪が降らず良かったことから、比較的好調であったが、月の後半は新型コロナウイルスの影響もあり、海外からの客が減少しているので、良くも悪くもない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・寒いのでタクシーに乗るといった客もいるが、今月は乗車率が悪い。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・消費税の引上げの影響よりも、今年が目玉である4K・8K、5Gが、客の話題にはなるものの、盛り上がっておらず、今後の期待感も高まってないことが問題となっている。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・利用料等月々の出費が増加することに敏感になっている客が多い。
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の利用動向や料金延滞動向に大きな動きはない。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・軽減税率もあり、変わらない。
		テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・キャッシュレス・消費者還元事業があるため、変わらない。
		ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・状況は3か月前と変わらない。暖冬により雪によるクローズがないため、来客数は順調に推移している。

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状況の説明
		その他レジャー施設 [温泉センター] (担当者)	単価の動き	・客単価はほぼ横ばいである。
		設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・新築住宅の引き合いが低迷しており、リフォームやリノベーションも新築住宅の落ち込みほどではないが、引き合いが多くなっていない。
		住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・数少ない客を競合して取り合う厳しい状況が依然として続いており、値引き合戦の泥試合となっている。
		商店街 (代表者)	お客様の様子	・消費税の引上げ以降買い控えが目立つ。来客数の落ち込みもあり、どこの店も閑散としている。
		商店街 (代表者)	来客数の動き	・消費税の引上げ後、来客数、販売量共に下がっており、客の節約傾向が感じ取れる。
		一般小売店 [茶] (経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げ以降、消費者の財布のひもが固くなっている。また、弱小企業にとっては働き方改革の対応、さらには食品表示の改正の対応のために今までの袋を全部一新しなければならないなど、行政改革対応による経費の出費がかさみ、非常に苦しい状態が続いている。
		百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・月初は暖冬でコートなどの重衣料の販売が厳しく、その後も気温が下がり販売が上向いてきたところで、新型コロナウイルスの影響でミセスゾーンの来客数が減少したため、売上が悪化している。
		百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・好調部門は食品くらいで、婦人服や紳士服、洋品雑貨、リビング用品などその他のアイテムは軒並み不振が続いている。来客数は前年を超えているが、購買される商品群が偏っている。
		百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・閉店売り尽くしの店舗は家庭用品、アクセサリ、ハンドバッグを中心に予想を上回る売上で推移しているが、通常の店頭クリアランス販売で営業している店舗は暖冬ということもあり、衣料品を中心に冬物セールの動きが非常に悪く浮上の気配がない。
		百貨店 (外商担当)	販売量の動き	・食品は辛うじて踏ん張っているが、婦人、紳士衣料は軒並み不調で、消費税の引上げの影響もさることながら、暖冬の影響も大きい。
		百貨店 (営業企画担当)	単価の動き	・消費税の引上げ後、客の平均買上単価の低下が続いている。消費税の引上げ以外にも、暖冬による冬物ファッション全般の売上の大幅な減少もあり、今後一時的に気温が冷え込んでも商品の供給が難しく、春物実売まで影響が継続する。
		コンビニ (エリア担当)	単価の動き	・消費税の引上げでたばこは値上がりしたが、各メーカーはたばこの価格を引き下げ、販売量を増やすという方向で動いている。客が価格の低いたばこの購入に切り替えているが、売上全体に占めるたばこの構成比が高いため、客単価が大幅に低下している。
		衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・八掛白絹など絹の値上がりが続いており、厳しい。
		家電量販店 (店長)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もさほどなく、客の消費行動に勢いがなくなっている。
		家電量販店 (店長)	販売量の動き	・売上の前年比は92%と3か月連続で前年を下回っているが、12月は前年比84%だったので、数字だけ見れば回復傾向に向かい出したように見える。ただ、パソコン特需の追い風があつた数字なので、見た目の数字以上に実際の中身は厳しい。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・3か月前の想定よりも販売量が落ち込んでいる。
		乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・消費税の引上げの影響で、来客数が減少し、客単価も激減している。
		自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・商品の販売価格帯が二極化している。
		住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・最近ますます平日の来客数が減少している。
		その他専門店 [和菓子] (経営者)	販売量の動き	・外国人観光客は増加しているが、販売にはつながらない。
		その他専門店 [布地] (経営者)	お客様の様子	・今月は人出が少なく、韓国からの観光客が減少したこともあるのか、客が少なくなり、買物に対する姿勢も慎重になっている。



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状況の説明
		その他小売 [ショッピング センター] (管 理担当)	お客様の様子	・バイク用品やアウトドア関係の商材は比較的良かったものの、暖冬の影響もあり、冬物重衣料やスキー、スノーボードを含む冬物関係の商材は売上を伸ばすことができず、苦戦している。消費税の引上げの影響も重なり、客の財布のひもも固いままで、目的商品の購入はあっても、ついで買いなどがほとんどなく、来客数が伸びる日でも売上がついてこないときがある。
		高級レストラン (事業戦略担 当)	販売量の動き	・前年と比較してベースが上がらない。
		観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・冬場の閑散期で来客数が伸びていない。
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・駅周辺のビジネスホテルの新規開業の影響もあり、平日のシングル需要の獲得競争が激しくなり、価格が下落している。年明けの需要の落ち込みはある程度想定していたものの、レストランの来客数は大幅に落ち込んでおり、法人の接待需要なども減少している。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・毎年この時期はオフ期となるが、前年はふっこう割支援による底上げにより間際の動きがあった。今年もそれに代わる対策があるが伸び悩んでいる。インバウンドも、韓国便の運休や新型コロナウイルスにより1月に就航した中国便利用客のキャンセルで厳しい状況である。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・継続的支出について緊縮傾向が続いている。
		テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・年間で1番多くの来園があるイルミネーションイベント期間が終わり、来園者が少なくなる冬の閑散期に入ったため、景気がやや悪くなっている。
		テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・暖冬ではあるがインバウンドの減少が続いており、入園者は減少している。
		競艇場(企画営 業担当)	販売量の動き	・西日の問題で発売時間を短縮しているため、売上が若干落ちてきている。
		設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・今月はリフォーム、新築いずれも客からの相談が少なくなっており、景気が良いと思える気配も感じない。
		設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・来客数の鈍化に加え、意思決定が遅れる傾向があり、勢いが感じられない。
	×	商店街(代表 者)	単価の動き	・暖冬で冬物が全く売れず、苦戦している。
	×	商店街(代表 者)	来客数の動き	・冬季の観光客は例年減少するが、宿泊業者等に聞くと今期は更に減少している。
	×	一般小売店[洋 裁附属品](経 営者)	来客数の動き	・正月休みや天候不順で人出が少なくなり、売上に結び付いていない。
	×	一般小売店[眼 鏡](経営者)	単価の動き	・単価の高い商品の動きが一段と鈍くなっている。
	×	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・1月の販売量は前年比78%と大変厳しい状況が続いている。
	×	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・降雪がないため、季節商材が売れない。暖冬及び新型コロナウイルスの影響もあり、来客数が少ない。
	×	その他専門店 [時計](経営 者)	来客数の動き	・暖冬で外出する動機は十分にあると思われるが、先行き不安からか来客数が減少している。
	×	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・年末はボーナスも支給され、人の動きも活発だったが、年が明けて人の動きがぱったりと止まっている。
	×	通信会社(広報 担当)	来客数の動き	・客に購買意欲がない。
	×	美容室(経営 者)	競争相手の様子	・来客数も売上も全然伸びない。
	×	美容室(経営 者)	販売量の動き	・新商品に興味を示す客もいるが、技術料金以外に金を使う客が減少している。
企業 動向 関連 (中国)		-	-	-
		繊維工業(監査 担当)	受注量や販売量 の動き	・シーズンに入り、店頭商戦が始まったが、12月までの売上はほとんどの部門で前年を上回っている。
		通信業(営業企 画担当)	取引先の様子	・製造業の客を中心に前年度と比較し今年度の補正予算での情報セキュリティに関する設備投資が増加しており、来年度も継続的に情報関連の設備予算の検討が行われている。
		不動産業(総務 担当)	それ以外	・来客数や成約件数が増加している。

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状況の説明
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始の販売促進及びイベント等の内容で受注量が上向きに推移している。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて、間接部門合理化の引き合い案件数が増加しつつある。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ2～3か月生産量に変化がない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大口案件の生産にめどが立ち多忙な状況を脱出した。通常の注文品の生産もやや低調で仕事量が低水準で安定している。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材の受注が低位で安定している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・大型装置の据付が完了し、当初計画どおりに計上する予定である。上振れも下振れも特になくことから変わらない状況である。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・業界全体で見通しの明るい話題が出てきておらず、やや悪い状況が続く。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・時期のズレはあるものの、予定した物件が順調に受注につながっており、新規の客も増えている。
		輸送業（総務・人事担当）	取引先の様子	・客の生産数量に回復の兆しがなく、3か月前から環境に変化がない。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・企業における通信環境に大きな変化もなく、通信設備の更新を中心とした販売成果に大幅な変動もない。OSサポート終了に関する特需も思ったほどでない。
		金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・貿易取扱額は減少が続いており、消費税の引上げの影響から買い控えが目立つ。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの世界販売の低迷が続いているため、系列の地元部品メーカーの受注は減少基調となっている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・暖冬の影響もあり、季節商材の受注量が前年よりも15～20%程度減少している。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、新設住宅着工戸数も緩やかな減少傾向にある。それに加え国際経済の不安定な状況が輸出産業に影響し、消費意欲が低下している。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・主力商品である苛性ソーダの単価が、前年秋口まで続いていた高止まりから、まだメーカーによりばらつきはあるものの、一転値下げ基調となっている。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・自動車や建築など各分野の需要が下振れして需給が緩やかな上に、安値の輸入鋼材の影響でマーケットはまだ下がっており、取引先の販売は苦戦している。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・上期までの消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が顕著に現れている。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・主要客からの受注は内示よりも減少している。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・客の生産数量や出荷数量が減少している。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・自前物流の強化もありネット通販企業の離反が想定以上で、発送個数が伸び悩んでいる。
	×	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・しけで少なくとも物がはげず、注文もかなり少ない。
	×	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が生産能力の半分しかなく非常に厳しい状況に陥っており、雇用調整助成金の受給の手続きを進めている。
雇用 関連		-	-	-
		*	*	*
(中国)		求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・年が明けたが、アルバイト、パート、正社員いずれも求人数が伸びていない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・流通・サービス業を中心に人手不足感が続いていることから求人数自体は堅調である。

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状況の説明
		求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・新卒採用において、人材確保が厳しい企業が条件面を見直し、採用目標達成のため基本給を上げ、年間休日を増やしている。中途採用において、慢性的な人手不足感はあるが、これまで2けた採用を続けてきた企業数社が、ここにきて充足したため、中途採用をそろそろ終えるという話も出ている。今年はまだ見た目には変わらず売手市場が続くと思われるが、前年や一昨年と比較し、採用意欲が若干減少傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・景気は停滞しているものの、慢性的な人手不足は解消されおらず、企業活動に支障が出ている。
		職業安定所（雇用関連担当）	求職者数の動き	・雇用保険の支給終了者数が増加傾向にあることも要因の一つであるが、有効求職者数が減っており、有効求人倍率も高水準で推移している。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数が増減を繰り返し、直近では前年同期比で5.9%の減となったところではあるが、産業別では建設業、製造業、特に食品製造、小売業が前年同期比で増加に転じており、有効求人倍率も19か月連続して2倍台で推移している。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・4月から適用される同一労働同一賃金制度が懸念材料となり、求人数が減少している。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・今年度卒業予定者を対象とした新規求人はここ3か月特に増えていない。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求職の動きは11～12月と比べて活発になっているが、求人数は前年比で減少している。例年この時期から次年度の予算組みや人事異動に合わせて求人が増える傾向にあるが、今年度は苦戦している。
		人材派遣会社（経営企画担当）	それ以外	・派遣業界各社は、派遣労働者の同一労働同一賃金の対応に追われ、営業活動が停滞している。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・前月と傾向は変わらず、製造業の不振や同一労働同一賃金対応のための営業量減により求人数が減少する。今後のコスト上昇を避けるため派遣活用をセーブする企業も見受けられる。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・医療用機器製造業の組立て加工の増員募集やクリニックの新規開業に伴う医療スタッフの大量募集など大口求人もあったが、宿泊業や公務の落ち込みが大きかったことから、求人全体では前年同月比で1割減となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・明らかに選考スピードが鈍化してきており、話がなかなか前に進まず、結局、新規採用自体を取りやめるというケースも出始めてきている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・店舗の縮小や倒産など景気がやや悪くなっている。
	x	-	-	-

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：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状況の説明
家計動向関連		-	-	-
(四国)		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・初売りイベントがあり、数か月前に比べ良くなっている。
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・販売数については前年減が定着してしまっているが、減数が徐々に少なくなっている。商品価格も以前より高くなっているが、一定数の販売はできている。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・今年1月は売上高が前年10月比で2割増加した。年末年始の消費増大傾向の時期にある点を勘案しても、客の消費志向が少し上向いたと推測される。
		商店街（代表者）	それ以外	・10月の消費税増税後、かなり売上が減少しており、1月も結構悪い。また、キャッシュレス・消費者還元事業の複雑さが消費者のマインド上昇の妨げとなり、しばらく売上の減少が続いていく。

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状況の説明
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・消費税増税後の駆け込み需要の反動減から徐々に消費回復に向かおうとしているが、今度は新型コロナウイルスの拡大により、人の動きや経済活動が制限を受けることになっている。モノ消費が厳しさを増すなかで、ここ数年好調に推移してきたコト消費へのダメージが懸念され、残念である。
		百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・今年は年始の曜日の並びがよかったことも影響し、初商いの客足が分散している。例年と比較して客数・売上共に盛り上がり欠ける結果となった。今月の後半は、前年並みに推移したが、前半の苦戦が影響し、月全体としては苦しい商況となった。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が高く、野菜の相場安が続いている。しかも買上点数が伸びず、非常に厳しい状況が続いている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・客数に変化はない。単価は上昇しているが、その要因は消費税増税である。軽減税率やキャッシュレス・消費者還元事業など政府の施策で現状が維持されている。
		衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・暖冬の影響でコートの販売が不振である。前年比95%程度で推移している。重衣料が動かないので客単価が低く、売上が伸びていない。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・暖冬のため野菜が豊作で単価が安い。また、鍋物に使用するしいたけの消費が少ない。消費者には良いことだが、生産者にとっては厳しい暖冬となっている。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税増税後の景気回復というにはまだまだの状況である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・新規の客は少ないが、既存の客は割と安定して来店している。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・市内中心部の中古マンションでは、当初の販売価格よりも値上がりしている物件がある。
		商店街（代表者）	それ以外	・地方都市の抱える人口減少、過当競争、消費の低迷などの状況は進行するばかりで改善策が見いだせない。今後も打開策を見付けるのは極めて難しい。まちづくり三法の見直しを積極化すべきだが、まだまだ自治体や一般市民にコンパクトシティが必要とされている段階だ。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・売上金額が前年比で微減しており、近隣の状況を聞いても余り良い話はなく、厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業が始まってから年末までは、目新しさもあり来客は増えたが、正月を過ぎてからは来客数が激減した。例年、来客が少ない時期ではあるが、今年は特に少なく、繁華街の歩行者も少ない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響のせいか、消費者の外出控えで料飲店への納品が減少している。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	単価の動き	・単価の高い物は余り売れていない。単価が500円以下の安い商品が売れている。
		百貨店（販売促進）	来客数の動き	・海外からの観光客数は変わらないかもしれないが、買物をする金額・点数は減っている。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・年末年始を過ぎると売上が落ちるのは通例であるが、客数の前年比が低かった12月よりも更に低い傾向にあった。年末年始の休暇が長く出費がかさんだのが原因とみられるが、1月末の動きも今一つ順調には回復していない。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・暖冬で鍋物関連が不振で、買上点数が低調である。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・正月に一部のスーパー、ドラッグストアの休業が実施されるので、コンビニの売上増を期待していた。しかし、結果は前年割れと期待外れで、世論のようにコンビニの正月営業は無駄なのかもしれない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・10月から売上が低迷しており、やはり消費税増税の影響が尾を引いている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月はバーゲンセール月でもあり、売上だけを言えば、1年間を通して1番良い月に近いのが通例である。しかし、今年は気温や消費税増税が影響しているのか分からないが、利益は全体的に少し下降気味で、微減で終わっている。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・暖冬の影響で季節商材の販売不振が続いている。

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状況の説明
		その他小売 [ショッピング センター] (副 支配人)	来客数の動き	・消費税増税後、客数の減少が続いており、回復の兆しが見えない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・毎年のことであるが、年末年始の反動で来客数は落ち込んでいる。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・最近、消費税増税がじわりと効いてきた。というのは、飲食部門、レストラン部門の落ち込みが、今年になって顕著になってきたからである。
		旅行代理店(営業 担当)	お客様の様子	・国内を含め新型コロナウイルスの感染状況が拡大し、旅行需要が低下している。
		通信会社(技術)	販売量の動き	・新規獲得数に比べて解約数が増加している。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べると悪い。キャッシュレス決済の方法がいろいろできたが、タクシー利用度としては少ない。「キャッシュレス決済できるか」と聞いてくる客は1か月に1組くらいしかいない。それと天候、気温等の影響もあると思う。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・毎年、1月は12月の反動で、夜に飲みに出る人が少なく、特に今年は暖かくて昼間も乗り乗ってもらえない。もっと寒ければ乗ってもらえるのだが、売上は余り良くない。
企業 動向 関連 (四国)		-	-	-
		金融業(副支店 長)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税後の買い控え分が一定程度は戻ってきた。
		農林水産業(職 員)	取引先の様子	・暖冬の影響を受け、青果物の販売取引は品目によって生産・出荷量、販売・取引の両面で例年になく格差が大きい。きゅうり等の果菜類は好調だが、白菜・キャベツ等の葉菜類が低調であるため、野菜全体では厳しい販売環境が続いている。その要因は、果菜類は産地が限られ、品目的に気温より日照量が作柄に大きく影響するからである。暖冬により太平洋側は曇雨天日が多く、生産・出荷量が減り、単価高傾向である。葉物類は産地が多く、平年なら雪で収穫できない産地からも出荷があるなど、生産・出荷量が多く単価安となっている。消費も鍋需要が例年より少なく、これに伴い全体消費量も減少している。
		食料品製造業 (商品統括)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が未知数であることが挙げられる。
		化学工業(所 長)	受注量や販売量 の動き	・暖冬の影響で冬向けの製品は低調である。
		一般機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量や販売量の動きに目立った変化はない。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注は増加しているが、一向に利益が出ないという状況である。いろいろな要素があり、景気の良しあしの判断はできないため、変化なしとした。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・公共事業の発注が順調に推移し、例年どおり、業務進捗度が向上し、売上業績も予想どおりである。ただし、人手不足や単価上昇により、利益率は改善されておらず、数か月前から変わらない。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・年は変わったが、公共、民間とも、工事の予定が少ない。
		繊維工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・前月までは都市部を中心に受注が好調であったが、今月に入ってから低調である。要因としては地方都市での人口減少、人手不足による中小企業の低迷、消費買い控えなどの構造的要因に加え、新型コロナウイルス問題のあおりでインバウンド観光客の減少が起き、観光地の小売店からの注文が急速に落ち込んでいるからである。例えば、前年末まで海外客でにぎわっていた浅草周辺の小売店は、通常は週1回発注があるが、ここ2週間注文が途絶えている。
		鉄鋼業(総務部 長)	受注量や販売量 の動き	・しばらく産業用機械の受注案件が減少傾向にある。

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状況の説明
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後に当たる第3四半期以降における小口積合わせ貨物の取扱物量については依然として前年割れが続いており、景気の減速を強く感じる。特筆すべきは本州から四国向けの輸送において、長年提携してきた連絡運輸会社にも、より中継運賃の安価な他社への切替えを図るところが出てきた点である。運賃値上げ交渉の停滞や物量減少によるダメージが以前より深刻化しているものと推察される。
		輸送業（経理）	取引先の様子	・年末年始商戦が一息つき、暖冬の影響もあり冬物商材物流が鈍化している。海外との貿易についても活発とはいえない程度で推移している。
		公認会計士	取引先の様子	・今月の各法人の決算、試算表を分析すると、前年比で、若干、業績が落ちている企業が目立っている。そういうことから、景気はやや悪くなる傾向にあるのではないかと心配している。
	×	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注状況が悪くなっていると感じている。他社の動向を確認したが、11月くらいから各社とも落ち込んでいると聞いている。
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業）	雇用形態の様子	・働き方改革という言葉が世間に浸透して、目に見える形としてはノー残業体制を図る企業が増えてきた。雇用形態も常勤社員と非常勤社員における業務分掌は明確にしていき、同一労働同一賃金への取組も進んでいる。無駄な経費の削減により、景気も良くなっていくのではと考える。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・同一労働同一賃金を控え、派遣料金の改定に応じる企業が増えている。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・高校卒業予定者の内定率も前年並みで事業所の採用意欲は変わらず、景気動向にも大きな変動はない。
		職業安定所（求人開発）	それ以外	・12月の有効求人倍率は1.71倍で、3か月前と比較して増加しているが、前年同月と比較すると減少となっていること、企業整備情報が月に数件あるが、大規模ではないこと等を総合的に考えて「変わらない」と判断した。
		民間職業紹介機関（所長）	求職者数の動き	・最近、介護施設を集中的に訪問しているが、施設側から、中途採用として若い年齢層の応募が多くなったとの声を耳にする。介護職の人数は、まだまだ圧倒的に不足しているという現状の中で、若い方々が力を発揮できるように、待遇面、福利厚生面の充実が早急に求められているのではないかと考えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・大学3年生の就活スタートが目前であるが、学生優位の状況が継続している。また、4年生の求人も卒業前にもかかわらず、まだ一部の中小企業等では継続している。
		求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・中途採用がうまくいっておらず、人手不足のまま事業を行っている地場の中小企業が多い。そのため、受注量や業務量に制限が出てしまい、売上・利益とも縮小傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・当県の広告業界では明るい題材は少ない。官公庁くらいしか安定したものはないがマス告知は低調で推移している。
		×	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：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状況の説明
家計 動向 関連		*	*	*
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・消費税引上げによる落ち込み幅が徐々に縮小し、12月から売上が前年を上回る日も出ている。

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状況の説明
(九州)		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新春の初商いや全店ダイレクトメール催事、物産催事、自社カード催事により、来店客数を維持している。特に初商いやギフト解体は好評で、多くの来店により開店前に会場への入場開始、会場の混雑緩和と安全対策として入場制限を行っている。また、お買い得感のあるギフト解体や恒例の有名駅弁等の催事場が貢献し、週末の来店促進で平日をカバーしている。しかし、消費税引上げ前の購入の影響、および下旬の外的要因で、単価の高い一部インポートブランドや季節要因の高いエアコンディショナー等家電といった目的買い商材の受注が減少している。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店売上は、3か月前は前年比90.5%で、今月は98.2%となっており、徐々に回復傾向である。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・3か月前の消費税引上げ直後と比べると客数も増え、その影響は減少している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・法改正後の携帯電話の売上は、まだ回復しないが、それを除く売上は、前年を上回っている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的に販売量が増えている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・2月に販売が開始する新型車の事前受注が、順調に伸びている。競争力の高い商品が久々に出ており、客の関心が高く受注につながっている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・前年との比較では、売上がやや増加している。要因としては、快気祝いや転勤等の挨拶用のコーヒーの進物が見受けられる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・暖かい日が続いているため、来店客数はますますであるが、訪日外国人は、激減している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インパウンドの観光客が増えている。前年は、特に韓国の落ち込みが激しかったが、徐々に戻っている状態である。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・ここ2週間ほど来店客数が増え、特に3月の予約が増加している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・客先の受注や受注残状況等から期待を感じている。また四半期決算では、若干ながら損益改善が見受けられる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・2～3か月前や前年と比較しても、来街数や売上の変化がない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・初売りからパーゲンセールを開始し、出足は好調で来客数と売上が増加しているが、中旬以降は客数及び売上が大幅に減少し、3か月前と景気は変わらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税引上げ直後の10月と比較すると、若干良くなっているが、来街客数や単価共に下がっており、非常に悪い状況である。1月の初売りからの数日は、かなりの客が来場している。その後は、前年と比較しても減少している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・当地を含め全国の野菜の産地では、良好な天候のために相場が安定しており、そのため安定した供給や需要で横ばい状態である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	お客様の様子	・客の状況にとりわけ変化は見当たらない。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、インパウンドの客が激減している。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税引上げの影響は、若干緩和されているが、買物を控えようとする客の慎重さは変わらず、商品購入までには至らないケースが多い。
		百貨店（プロモーション担当）	販売量の動き	・消費税引上げのマイナス影響は収まってきているものの、暖冬やインパウンドの減少、新型コロナウイルスによる外出等懸念される要素が多い。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・初売りやクリアランスは、来店客数が前年を下回り厳しい状況である。衣料品は、暖冬の影響が依然続いている。消費税引上げ対象外の食品を含めた全てのカテゴリーで、消費税引上げ以降回復の兆しが大きく見られない。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税引上げ後3か月たつが、まだ財布のひもは固く、必要以上の物を購入しない状況である。	

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状況の説明
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・消費税引上げで、消費者のマイナスマインドの方がキャッシュレスポイント還元事業の恩恵を上回っており、なかなか消費の拡大とはならない。背景として、一部にはキャッシュレス消費者還元事業対象外の大手事業者による強力なポイント付与や値引き等の販売促進企画、ディスカウント業態との価格競争が非常に厳しいという現状もある。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税引上げ後、景気が悪くなると予想していたが、大きな落ち込みはない。暖冬で鍋物商材等の動きが余り良くないため、他で補っている状態である。また、暖冬による野菜が安価のために売上が良く、落ち込みが僅かにとどまっている。
		スーパー（統括者）	競争相手の様子	・消費税引上げ後の個人消費の低迷を受け、5%還元を受けていない企業を中心に、特売で値下げやポイント還元による消費刺激策が行われ、競争激化による収益悪化に陥っている。しかしながら、個人消費は盛り上がり、売上、利益共に前年割れを余儀なくされている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価は、前年を上回っているが、客数の漸減傾向が依然として続いている。その結果、売上は、前年と変わらず維持している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・情勢の影響により、客単価が下がり、イートインが大きく減少している。2%の消費税引上げが、間違いなく影響していると考えられ、加えて、軽減税率の曖昧さの問題も浮上している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・特段の変化は見られない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・暖冬の影響で客足はますますであるが、購買意欲に大きな変化は見られない。消費税引上げの影響も3か月前と変わらず限定的である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・前年と比較すると、年末から年始に掛け来店客数の増減が出る日にちはないが、プラス1品の購入が若干少なく、客単価が伸び悩んでいる。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税引上げの影響もなく、3か月前と比較しても状況は変わっていない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・相変わらず来街者、来客共になく状態が続いている。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今年の初売りは、全国的に静かな流れになっていた。中心地も例年に比べ人が少なく、驚くほどで、福袋の売上も少ない。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・10月の消費税引上げ以降、明らかに販売量が激減しており、この状況は3か月たった今もほとんど改善されていないのが現状である。
		家電量販店（総務担当）	お客様の様子	・前年ほどの状況ではないが、消費税引上げの影響で、来客数減少が依然として続いている。
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・暖冬による季節商材やエアコンディショナー等の不振をパソコン特需が支えている状況である。テレビや冷蔵庫、洗濯機は例年並みに推移しているが、消費税引上げの駆け込み需要の影響が残っている。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は、高止まりしている。年始及び3連休の販売は前年並みである。現在、当地では、2週間のフェスティバルが開催されており、暖かいこともあり、前年よりにぎわいがある。
		その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（統括者）	販売量の動き	・韓国からのインバウンド減少の影響は、前年から継続している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年は、団体の客がほとんどなかったが、今年の1月は忙しい状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・増加する新規客室数の価格競争が、依然進行中である。旅行会社等からの情報では、当市内の送客数は、前年と比べて大差がないため、景気自体は変わっていないと推測する。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今シーズンは、暖冬の影響により、様々な業界に影響を与えている。あわせて、インフルエンザの流行と景気の下降修正の問題もあり、かなり厳しくなっている。
		タクシー運転手	単価の動き	・夜のタクシー利用は、例年並みであるが、昼の利用が落ち込んでいる。



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状況の説明
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・引き合いはあるものの、数は大幅には増えてはいない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・原因は不明だが、想定よりも販売が伸び悩んでいる。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売促進策の反応が良くない。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・新しい物件は入っているが、客の反応が遅いのが現状で、3か月ほど販売量が伸びていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・年末商戦が落ち着き、消費が減少している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・年末年始で多額の出費が重なり、客は必要なもの以外は購入しないため、売上が上がらない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・来店客数が少なく、購買量も少ない。また、なかなか購入につながらず、すぐに店頭から出る人とそうでない人の差がはっきりしている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・来店客数は、例年と変わらないが、売上は前年比で減少している。外商販売は、事務所用を販売しているが、かなり低迷している。理由として、事務所に給茶機や自販機を備えている企業が増えていることが挙げられる。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・年初は、クリアランスや福袋で好調に動き出している。しかしながら、新型コロナウイルスの影響により、1月のインバウンドによる売上もギリギリである。客も外出を控えているため、下旬の来客数は、大きく落ち込んでおり、この状態はしばらく継続する。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客数前年比は3か月前の98.3%から今月98.1%と0.2%減少している。来店客数の減少に伴い、売上も若干減少しており、前年比の97.8%で推移している。客は正月明けから買物を控えており、加えて、天候にも左右され、青果の相場の状況から、売上は生鮮食料品を中心に厳しい状態である。今後、節分のイベントでは、予約販売で、売上を上げることになり、来店客数の増加を販売促進により改善する対策を講じている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・雨天が多く暖冬により人の動きが鈍く、冬物商材のニーズが減少している。春節シーズンの外国人減少により、ここ数年の化粧品やたばこ等特需の下降傾向が顕著になっている。来店客のキャッシュレス化は進んでおり、キャッシュレス比率が45%まで上昇しており、当市でも高い利用率である企業のスマートフォン支払が当店でもみられる。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上や客数共に、前年割れを続けている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は来店はあるものの、売上にはつながらない。他業種の話でも今月は落ち込んでいる。新規キャンペーンも前年と比較して悪い状況である。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・年末年始の売上を分析すると、販売促進の取組が奏功し、前年超過で好調に推移していたが、1月通期では、やや悪くなっていると分析している。12月のマイナスに比べると、回復の兆しはあるものの、暖冬で売れない物販テナントと、法令改正による携帯キャリアの苦戦は、継続して大きなマイナスとなった。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・消費税引上げの影響で客単価が下がり、注文が少なくなった上に、単価が安い商品の注文が多くなり、売上が伸びていない。
		一般レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・インフルエンザの流行に加え、新型コロナウイルスの影響にも危惧している。韓国客も徐々に減少している。
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・韓国や新型コロナウイルスによる中国からの旅行者が減少しているため、かなり客が減っている。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・酒類業界繁忙期である12月の状況は前年並みであるが、消費税引上げ後は、月を追うごとに前年比の伸びが落ちてきている状況である。
		観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・新年会等で宴会場を利用する件数は、例年と大きく変わらないが、館内の飲食店の客数が落ちている。客の財布のひもが固くなっていることが要因である。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・韓国情勢の不安定と中国の新型コロナウイルスにより、宿泊者が減少している。

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状況の説明
		タクシー運転手	来客数の動き	・暖冬により、タクシー利用が減少していることに加え、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、インバウンドの減少も響き、売上がやや下降気味である。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・例年より暖かいが、繁忙期に比べると客は少ない。日本人は減少しているが、春節で来日している中国人団体観光客が利用している。
		ゴルフ場（従業員）	それ以外	・天候が悪い日が多いことも大きい。日韓関係悪化に伴う航空便の運休による韓国からの来場者減少の影響が大きい。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・売上が上がり低迷しており、数字をみることで実感している。12月の繁忙期に期待していたが予想は外れ、1月も売上や来客に動きがない。景気を上げるために、キャンペーンをしているが、客の反応はなく、売上が出ないのが現状である。
		美容室（店長）	来客数の動き	・最近、雨が多く天候が良くないため、客は外出を控えている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	それ以外	・客は、季節要因による入院等で減少しているが、特に人材確保難がより深刻になっており、サービス提供に支障が発生している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・韓国からの旅行客減少による影響が大きい。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・材料費や人件費が上がっているが、仕事に対する対価は上がり、現状維持かむしろ実質下がっている。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・年末から客の動きが悪い。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は、余り変動していないが、競合店と検討する客が若干少ない。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・この冬は、天候の影響が多く占めている。消費税率10%になって以来、街は静かになっている。当地の小売店でのポイント還元は、さほど活気が見えない。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・暖冬や消費税引上げの影響が大きく、売価にも全く興味を示さない。最悪の売上月になっている。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・全く売れていない。他の小売店や仲卸の話でも売れてない状況である。飲食店でも同様に悲観的である。北九州の水産業界は、どん底状態である。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税引上げ後、客の価格に対する感覚が敏感になり、売上が厳しい状況が続いている。特に食品に関しては、前年比の80%台となり苦戦しているが、キャッシュレス決済利用が増加しており、どうにか前年を維持している状況である。来客数も、売出し日に集中するが、それ以外の日は、来店客数が落ちている。
	×	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・寝具店にとって、本来最もにぎわうべきこの季節が開散としている。高価格帯だけでなく、毛布の動きもとても悪く、暖冬の影響を大いに感じている。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税率10%になって数か月たつが、新型コロナウイルスが流行しているため、客は外出を抑えている。
企業 動向 関連  (九州)		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年1月は厳しい月であるが、今年は予想に反して加工メーカー向けの原料肉の引き合いが非常に強く、輸出に関しても、ベトナムを中心に引き合いが強い状況である。その原因は、国内では豚コレラによる豚肉不足の影響で、加工メーカーが原料を豚肉からとり肉へ移行しているためである。輸出に関しては、ベトナムの景気の良さが影響していると考えられる。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今期は販売が低調である。また、原料が不作であるために厳しい状況が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体関連設備の動きがあるものの、自動車関連や医療関連は共に、前月とほぼ変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦が続いており、取引先の動きが非常に悪くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・主要取引先からの受注低調が続いている。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・いまだ先行き不透明感が否めない。需要はあるものの、米中貿易摩擦問題で足踏みしている客が多い。

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状況の説明
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・1月は閑散期であるが、特に物量が例年と比べ、増えたり減ったりという現象は見当たらない。
		通信業（経理担当）	取引先の様子	・景気に特別の影響を与える内容が感じられない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・労働需給の引き締めから、雇用者所得は緩やかな増加傾向にある。一方、百貨店の売上が、暖冬の影響等から冬物衣料中心に前年比を減少している。また、住宅販売も賃貸住宅中心にやや伸び悩んでいる。
		金融業（調査担当）	それ以外	・融資残高全体では、前年比プラスで推移しているが、大企業向けは減少し、中小企業向けの伸びは鈍化している。また、融資利回りは、漸減傾向が続いている。総じて、地方企業の資金需要は、一定の水準は維持しつつも、やや鈍化しているように見受けられるが、3か月前に比べ、大きな変化はない。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・県内経済の動きに大きな変化はないが、暖冬の影響で冬物衣料の動きは鈍い。業種を問わず人手不足感が強く、採用後の定着率の低迷を課題として抱える企業もある。
		新聞社〔広告〕（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・新聞広告の発注量は、低調気味であるが、デジタルサイネージ関連は少し動きがある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況についてヒアリングをすると、変化があるという回答はほとんどない。
		経営コンサルタント（社員）	それ以外	・セミナー参加者を募集しているが、反応が良くない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・1月は全国的に暖冬になり、その影響でマイナスになっている企業が多い。しかし、天候は良かったため、観光や飲食は少しは良いと感じている。新型コロナウイルスの影響もあるため、後半は苦しい状況になっている。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・取引先の業容は、増収増益で順調な企業が多い。M&Aにより情報提供を求められ、意欲旺盛である。ホテル旅館業の取引先も、稼働率96%程度で非常に高水準を維持している。業績好調の時期に、設備改修や合理化の検討、人材育成にコストを掛けているが、相変わらず人手不足の状況は続いている。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・家具小売では、高額商材の動きが悪く、雑貨等の動きも前年度実績を10%程度落としている。ホテル向けコントラクト家具の動きは、今のところ顕著であるが、3か月以降の物件情報は減少している。
		電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・来期の数字はある程度見えてるが、1～3月の数字が振るわない。現在問題となっている新型コロナウイルスの影響が見通せない状況である。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・入札関係が予想以上に受注できなかったことが影響し、閑散とする時期が早くなり、元請、下請共に完了している。今後は、何でも受注する方向で営業範囲を拡大していく。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年の1月と比較して荷動きが悪い。消費が悪いため、出荷が少なく荷主も在庫を抑えているため、倉庫としては厳しい状況である。唯一堅調なのは、木材等住宅関連資材である。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業の中で、特に一般消費者と関わる住宅販売や小売業は、売上が前年を下回っている。消費税上げや新型コロナウイルス流行の影響が大きい。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・収益の重要な要素であるCM出稿が伸びていない。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・暖冬の影響で、繊維関係でも業種によっては暇な企業が多い。生産する側も、募集しても全く増えることはなく、減る一方である。
	×	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・12月の受注量が特に悪い。建築関連では、東京オリンピック景気が一段落した状態である。
	×	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・高級酒より低価格酒に需要が多くなり、売上減少となっている。

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状況の説明
	x	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村から総合計画や高齢者福祉アンケート調査や計画策定の業務委託の指名競争入札にに応じているが、他の業者が予算化されている価格の半額以下で応札するため、受注につながらない。郵送代や人件費を除くと利益が僅かになり、他の業者もほかに仕事が少ないことから無理をすることになり、景気が悪くなっている。
雇用関連		-	-	-
(九州)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣の受注数は、動きがあるにもかかわらず補充が完了せず、職種を問わず人手不足の状態である。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・既存の客からの定期的な期間限定の仕事に関しては、確実に注文があるが、新規注文については振るわず、注文件数はほぼ変わっていない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・零細企業では、連携して仕事をシェアするという考え方も進んでおり、様々な手段を試していると考えられ、採用の多様化が広がっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・長期派遣求人依頼件数が、前年に比べて少ない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・婚礼司会者を派遣しているが、婚礼件数が減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・年末年始を除き、中心市街地の平日のにぎわいは、依然として少ない。交通量等も比例して少ない状況である。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・パート従業員の勤務時間を減らし、保険料の負担を減らすなど、企業の人件費削減策が目立っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が、明確に減少傾向に転じていると判断される。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の減少もあるが、採用者数も減少している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2021年卒業採用に向けて、企業のインターンシップは盛んである。既に内定を得た学生もあり、採用選考の早期化がみられる。2020年卒業採用に向けては、企業の動きは鈍化しており、求人件数は大幅に減少している。
		x	新聞社〔求人広告〕（社員）	求人数の動き

## 12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：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状況の説明
家計動向関連		-	-	-
(沖縄)		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しているため、売上も増加している。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・今月の客室稼働率は、最近では珍しく前年実績を上回る見込みである。3か月前は前年実績を下回る状況であった。今月は前年実績が低いこともあるが、徐々に前年を上回る稼働率である。
		百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・衣料品、免税売上の恒常的な苦戦が続き、いまだ浮上の兆しがみえない。前年に比べ中国の春節が10日ほど前倒しではあるが、新型コロナウイルスの影響もあるのか、売上浮上にはつながっていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・現在のところ特に環境の変化、商品力の変化などもなく、これまで同様に飲料、米飯類は継続的に同じくらいの売上及び来店客の数で、横ばい状態で推移している。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・レンタカー会社からの受注は好調である。
		旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・販売量、売上も前年とほぼ同様ではあるが、クレジット決済が増え利益率は低下している。
		住宅販売会社（代表取締役）	販売量の動き	・住宅系以外にも商業関連の飛び込みの建築見積依頼がある。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・韓国や中国からの観光客減が全体的に景気の低下を招いているものとみられる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前年比の70%と大きく落ち込んでいる。回復の兆しはみられず、非常に厳しい状況が続いている。
		観光名所（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により集客数が減少している。

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状況の説明
		住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・住宅展示場への来場組数が前月比10%減と下振れ、前年同月比では8%減と同じく来場組数が減少している。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・沖縄県内の豚コレラウイルスの風評被害が新正月にあり、旧正月にもこの影響もあるのではないかと考えられる。食の問題であり、大変厳しい状況にあるとみられる。
	×	その他飲食[居酒屋](経営者)	お客様の様子	・前年より15%ほど売上が落ちている。消費税増税後から地元客の足が鈍っている。また、韓国の観光客がほとんど来店しなくなり、中国観光客を強化しようとした矢先に新型コロナウイルスの影響で制限が掛かった。例年なら、春節でかなりの中国人の来店があるが、今年は出足が鈍い。豚コレラも少なからず影響している。
	×	観光型ホテル (代表取締役)	来客数の動き	・利用客数が減少している。宿泊に関しては微減だが、飲食に関しては大幅に減少となっている。新年会などの開催が前年に比べて減っている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		輸送業(経営企画室)	取引先の様子	・物量としては前年度よりも増加傾向にあり、新規分野の相談等も引き続きあるため、今後の見通しも含め良いものであるとみられる。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事向け出荷は前年比で減、民間工事向けは前年比でほぼ横ばい、全体ではやや減となっている。
		食料品製造業(総務)	受注量や販売量の動き	・世界的なアフリカ豚コレラの影響で豚肉原料価格が徐々に上がってきており、豚肉を原料とした製品価格も引上げた影響で売上、収益共に減少傾向である。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ後、新築の引き合いがパタッと止まったままである。
		会計事務所(所長)	取引先の様子	・特定の業種に限らず、全体的に業績は下降気味である。消費税増税の影響なのか、心理的な要素が強いのか不明である。
	×	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-
		求人情報誌制作会社(編集室)	求人数の動き	・1月の週平均求人件数の832件は前年10月と比較すると131件増加しているが、前年同月の923件と比較すると91件減少している。例年1月の件数としてはリーマンショック翌年以來となる件数だった。
		学校[大学](就職支援担当)	求職者数の動き	・2020年3月卒業生に対する求人追い込みがまだ複数ある。雇用状況が改善されそうである。
		人材派遣会社(総務担当)	雇用形態の様子	・雇用形態の変化に伴い、派遣登録者が減少している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が2か月連続で減ってきている。
		学校[専門学校](就職担当)	求人数の動き	・新卒採用の求人が例年より早く終息している感がある。
	×	-	-	-