

## 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<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) |          | -                 | -  | -   |
|                             |          | 一般小売店<br>[酒]（経営者） | 販売量の動き   | ・取引先からの注文が回復傾向にあり、販売量は3か月前と比べるとほぼ2倍になっている。ただ、新型コロナウイルス発生以前の水準とはまだ大きな差がある。   |
|                             |          | 百貨店（売場主任）         | 販売量の動き   | ・4月前半は来客数、売上共に回復してきていたが、後半に入り、東京都や大阪府などで緊急事態宣言が発令されたことから、来客数、売上の伸びがみられなくなった。ただ、時計、宝飾品、特選品については、比較的若い世代の客を中心に動きが良い。                                    |
|                             |          | 百貨店（販売促進担当）       | 来客数の動き   | ・来客数が増加傾向にある。4都府県での緊急事態宣言の影響を受けて直近の伸びは鈍化しているものの、気温の上昇に伴って人出は確実に増えてくるため、月全体の来客数、買上客数は改善することになる。  |
|                             |          | 衣料品専門店（店長）        | お客様の様子   | ・スーツの需要は落ちたままだが、それに代わってジャケット関連の販売量が増えてきている。   |
|                             |          | 乗用車販売店（経営者）       | 販売量の動き   | ・コロナ禍のなか、業界ごとの良しあしはあるが、車業界では需要期を迎えていること、各メーカーによる新型車効果がみられることなどから、景気はやや良くなっている。  |
|                             |          | 乗用車販売店（従業員）       | 来客数の動き   | ・北海道の場合、春先需要の時期であり、売れ筋の新車種が発売されたこともあり、来場者が増加している。全体の販売台数も増加しており、客の購買意欲が増していることがうかがえる。   |
|                             |          | 自動車備品販売店（店長）      | 販売量の動き   | ・現状、来客数が増加しており、売上も前年を上回っている。特にタイヤやカーナビゲーションの販売量が増加している。   |
|                             |          | 観光名所（従業員）         | 来客数の動き   | ・感染拡大傾向にあるとはいえ、季節的に外出しやすいシーズンとなり、新型コロナウイルス対策を整えたうえで余暇を楽しもうとする客が増えてきている。   |
|                             |          | 美容室（経営者）          | 販売量の動き   | ・4月の売上は1～3月よりも5～10%増加している。前年と比べても5～10%増加している。   |
|                             |          | 商店街（代表者）          | 来客数の動き   | ・新年度に入ったが、依然として低調な状況が続いている。特に若い世代の来街者が例年と比べて著しく少ない。これは新型コロナウイルス感染回避に向けて、中心部を訪れない期間が長くなっていることで、来街意欲が減退しているためとみられる。また、区域内の駐車場、バス停の利用者は月を重ねることに少なくなっている。 |
|                             |          | 商店街（代表者）          | 販売量の動き   | ・青果物の収穫が順調であることから、好調をキープしている。前年のりんごが豊作だったこともプラスとなっている。  |
|                             |          | 一般小売店[土産]（経営者）    | 販売量の動き   | ・売上は一昨年の18.1%にとどまっている。社員35人全てを守るため、売れる不動産は売っているが、新たな借金が4億円に達するなど、厳しい状況が続いている。   |
|                             | スーパー（店長） | それ以外              | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴って、緊急事態宣言が発出されるなど、新型コロナウイルスの影響が続いており、景気は厳しいまま変わらない。   |   |
|                             | スーパー（店長） | 販売量の動き            | ・春休み期間中は学校行事関連商材など、どうしても必要となる商材が動いたため、売上のトレンドも数か月前と比べると上向いたが、春休み明け以降は停滞気味である。特にファッション衣料や化粧品の動きが悪く、一昨年と比較すると売上はまだまだ落ち込んでいる。 |   |

| 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（役員）                  | 単価の動き  | ・この数が月、売上に大きな変化はみられない。前年と比べると、来客数がやや減少しているが、客単価が上昇していることから、どうにか前年並みの売上を確保できている。ただ、ここ最近の流れから、客単価の上昇幅が縮小しており、来客数の微減傾向が続くことで、今後、売上が減少する懸念がある。                        |
|    |         | スーパー（役員）                  | 販売量の動き | ・前年は小中学校の休校により内食での昼食需要が一気に増大したが、今年は内食が定着していることもあり、前年ほどの伸びがみられない。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）               | お客様の様子 | ・工事、漁業、農業の動向が前年と同じか、それ以上になっているというプラス面と、観光が下向き傾向になっているというマイナス面があることから、小売業の販売状況は3か月前とほぼ同じような状況にある。  |
|    |         | 家電量販店（店員）                 | 来客数の動き | ・来客数は前月とほとんど変わらないものの、前年と比べるとやや減少している。目的買いの客がほとんどである。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）               | 販売量の動き | ・今の状況から、景気が上向きような傾向はみられない。  |
|    |         | その他専門店<br>[ガソリンスタンド]（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前と比べて、販売量の変化が特にみられない。   |
|    |         | 高級レストラン（経営者）              | 来客数の動き | ・今のところ、当地では新型コロナウイルス感染者数の少ない状態が続いていることから、ゴールデンウィーク期間中にある程度の観光客が訪れるとみられ、それに伴って売上も多少増えることになる。ただし、その2週間後に感染者数が増えることになれば、景気はどんどん悪くなる。北海道全体での感染者数が増えていることもあり、今後が心配である。 |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）             | 来客数の動き | ・これまでと同様に来客数の少ない状態が続いている。   |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）             | 来客数の動き | ・客の動向が変わっておらず、来客数の減少傾向が続いている。   |
|    |         | 観光型ホテル（スタッフ）              | 来客数の動き | ・依然として海外からの予約が皆無である。国内の団体旅行も不振が続いている。一方、コンサートやイベントに伴う宿泊客は回復傾向にある。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                | 来客数の動き | ・北海道独自の観光支援策である「新しい旅のスタイル」事業が始まったが、対象が圏域内での利用に限定されていること、実施時期が限定されていること、同居者との旅行に限定されていることなどから需要は少ない。道外への旅行についても、予約が入ったとしても航空便の運休に伴い取消しとなることが多く、3か月前と状況は変わらない。      |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                | 販売量の動き | ・相変わらずレジャー控えの動きがみられる。さらに、4都府県で緊急事態宣言が発出されたことで良化の見通しも立たない。当地域の新型コロナウイルス感染者数は減っているものの、全国的な状況が変わらない限り景気が上向きことはない。  |
|    |         | タクシー運転手                   | お客様の様子 | ・コロナ禍が続くなか、現在の状況は3か月前と変わっていない。前年と比較すれば若干良くなっているが、先行きについては見通せない状況にある。  |
|    |         | 通信会社（企画担当）                | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が拡大しているものの、道央圏の大規模商業施設や専門店では、一部の地方店舗を除き、来客数に変化がみられないことから、景気は変わらない。   |
|    |         | 美容室（経営者）                  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴って、来客数が回復する傾向がみられる。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）               | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で分譲マンションのモデルルームに訪れることができない客が多くみられる。オンラインでの商談を用いたとしても、購入するかどうかの判断には長い時間が掛かっている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数が増加しているとの報道が過熱するごとに商店街の来街者が大幅に減っている。目的買い以外の客の来客数が極端に減っている。  |
|    |         | 百貨店（営業販売担当）               | 来客数の動き | ・年明けから少しずつ回復傾向がみられていたものの、4月に入り、新型コロナウイルスの感染状況が全国的に拡大傾向にあることを受けて、来客数が大きく落ち込んでいる。特に年配客の動きが悪くなった。  |

| 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  |
|----|---------|------------------------------|--------|---|
|    |         | コンビニ（エリア担当）                  | 販売量の動き | ・来客数と同様に、販売量も悪くなってきている。主要産業である漁業の落ち込みが影響しているのか、所得の減少が影響しているのか、徐々に悪い流れになってきている。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                  | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、出荷量も減ってきている。   |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）                | 販売量の動き | ・4月の売上は前年を超えそうだが、例年の30%台にとどまりそうなことから、景気はやや悪い。前半は良かったが、4都府県を対象とした緊急事態宣言の発出が影響したのか、4週目から落ち込んだ。夜は客がほとんど入らない。平日のランチ客は低単価メニューの注文が多く、売上貢献度が低い。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                   | 来客数の動き | ・2～3月の冬季観光は新規路線就航の影響などもあり、多少の回復傾向がみられていたが、4月に入ってから、首都圏、関西圏での新型コロナウイルス感染拡大に伴って航空便の減便が進んでいることから、観光、ビジネス共に利用客の伸びがみられなくなっている。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                   | それ以外   | ・Go To Travelキャンペーンや北海道による「新しい旅のスタイル」などの観光需要喚起策がストップするなか、4都府県で緊急事態宣言が発出されたことが追い打ちを掛けている。5月上旬までの旅行が見合わせられるようになり、苦戦している。それ以降の旅行についても、緊急事態宣言が解除されるまで、申込みを一旦控えるようになることが懸念される。   |
|    |         | タクシー運転手                      | 来客数の動き | ・夜間の人出が減少傾向にあることから、景気はやや悪くなっている。特に飲食店における営業時間の短縮要請が発表された時には、当然のことながら、利用客が激減した。  |
|    |         | タクシー運転手                      | 販売量の動き | ・首都圏や関西圏などで新型コロナウイルスの感染が拡大するなか、当地においてもクラスターが発生したことで、客の外出意欲が低下している。行動の自粛が進んでいることで、販売量が落ち込んでおり、苦戦している。  |
|    |         | 美容室（経営者）                     | 来客数の動き | ・不要不急の外出自粛要請などが出たことにより、通常時と比べて来客数が25%程度減っている。当店は住宅地という立地条件のため、客が自粛要請をしっかりと守る傾向が顕著にみられ、大きな影響が生じている。  |
|    |         | 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 | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響が続いている。輸送量は前年と比較しても微減となっており、回復が困難な状況となっている。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大の第4波が生じているなか、非常にムードが悪くなっている。木材建材を中心に資材価格の高騰がみられ始めていることもマイナスである。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）                     | 来客数の動き | ・4都府県で緊急事態宣言が発出されたなか、当地においても4月27日から飲食店などでの営業時間短縮要請や市民の行動自粛要請が出された。長い冬の明けたゴールデンウィークでの復活を目指していた商業者の苦悩は計りしれない。業績への影響も多大だが、1年を超える自粛などの影響が経営者の精神面にも大きく影を落とし始めている。未来が見通せなくなり、廃業を考えている店も多くみられる。このままでは借金漬けになった零細企業が壊滅していくことになる。 |
|    | ×       | 一般小売店【土産】（経営者）               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が発出されてから、当地への観光客が徐々に減っている。特に4都府県での緊急事態宣言が発出されてからは、若い世代の旅行者が多少みられる程度であり、グループ旅行などの団体客や年配の旅行者が極端に減っている。   |
|    | ×       | 百貨店（役員）                      | 来客数の動き | ・買上客数が減少している。   |
|    | ×       | スーパー（従業員）                    | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大から1年が経過し、前年の巣籠り需要の反動がみられる。   |
|    | ×       | その他専門店【医薬品】（経営者）             | 来客数の動き | ・マスクや消毒関連商材の欠品がなくなると同時に、需要も大きく落ち込んでいる。来客数も大幅に減少している。  |

| 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   |
|-----------------------------|---------|--------------------------|------------|--|
|                             | ×       | スナック（経営者）                | 来客数の動き     | ・4月から営業を再開しているが、新型コロナウイルスの影響が大きく、客が全く来店しなくなっている。   |
|                             | ×       | 観光型ホテル（経営者）              | 来客数の動き     | ・Go To Travelキャンペーンの長期停止、全国各地での緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出、政府による人流抑制施策などが重層的に実施されていることで、宿泊客が大きく減少している。  |
|                             | ×       | タクシー運転手                  | 来客数の動き     | ・4月の当社の売上は前年との比較ではプラス20%であったが、新型コロナウイルス禍前の一昨年との比較ではマイナス30%であった。前年は全国的に緊急事態宣言が発出されたことで、昼夜共に人の動きがなかったが、今年は前年ほどの落ち込みとはなっていない。ただ、首都圏などで緊急事態宣言が発出されてからは、特に夜の人出が少なくなっており、それに伴いタクシーの利用も減っている。 |
|                             | ×       | タクシー運転手                  | 販売量の動き     | ・新年度に関連する行事、イベントがことごとく中止となり、人の移動が激減している。夜間の人出も一向に回復してこない。一部の人出も購買力がさほど高くない若年層ばかりである。   |
|                             | ×       | タクシー運転手                  | お客様の様子     | ・当地区において生じていた新型コロナウイルスのクラスターは4月上旬には終息したが、東京都、大阪府、兵庫県などで緊急事態宣言が発出された影響で外出を自粛する動きが強まっている。売上も前年ほどの落ち込みではないが、減少している。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) |         | -                        | -          | -  |
|                             |         | 家具製造業（経営者）               | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染拡大に伴う行動制限が緩和されたことで、景気はやや良くなっている。   |
|                             |         | 建設業（役員）                  | 受注量や販売量の動き | ・前年度からの繰越し工事と4月着工の新規受注工事で、新年度前半の工事量が当初計画以上に確保できている。現場技術職員の配置も完了している。   |
|                             |         | 輸送業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き | ・新年度に入り、飲料、農産品、建材関連、一般雑貨、一般消費財の荷動きがみられ始めているなど、経済活動が少しずつ動き始めている。ただ、倉庫保管の回転率はまだまだ低調である。  |
|                             |         | 食料品製造業（従業員）              | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響を受けて、販売量が減少したまま上向いてこない。   |
|                             |         | 通信業（営業担当）                | 取引先の様子     | ・周辺の同業者や取引先の様子をみると、受注量、受注価格、今後の案件数のいずれも例年並みとなっている。当社も例年並みの業績水準で推移している。   |
|                             |         | 金融業（従業員）                 | 取引先の様子     | ・北海道による集中対策期間の終了に伴い人の動きが活発化してきていたが、その矢先に新型コロナウイルスの感染が再拡大してきたことで、景気持ち直しの重荷となっている。このため、道内景気は3か月前と比べて変わらない状況にある。  |
|                             |         | コピーサービス業（従業員）            | 取引先の様子     | ・コロナ慣れもあり、案件が動き出すようにみていたが、実際の取引量は前年と横ばい又は減少で推移している。長期戦を見据えて企業の姿勢が慎重になっている。   |
|                             |         | 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 | ・民間のプロジェクト工事、北海道新幹線の延伸工事、再生可能エネルギーに関連した工事などが比較的堅調に推移していることから、景気は変わらない。   |
|                             |         | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・依然として前年並みの売上で推移している。  |
|                             |         | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）   | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスの影響で観光関係では厳しい状況が続いている。その他の業種では大きな変化がみられない。   |
|                             |         | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）       | 受注量や販売量の動き | ・先行きの見通しから、年当初目標の達成には難しさがあるが、何とか受注量を増やしながら大幅ダウンを回避している状況にある。今のところ、景気がすぐに悪くなるような要素は少ないが、今後の新型コロナウイルスの動向次第の面がある。   |
|                             |         | 金属製品製造業（従業員）             | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響がいまだに続いている。鉄鋼、銅管、アルミ材などの原材料価格が大幅に値上がりしていることもマイナスである。  |

| 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   |
|-------------------|---------|---------------------------|------------|--|
|                   |         | 司法書士                      | 取引先の様子     | ・依然として新型コロナウイルスの感染拡大が続くなか、東京都などを始め複数の都府県で緊急事態宣言が発出され、人の行動自粛や飲食店の営業時間短縮などが要請されていることから、景気は悪化している。  |
|                   |         | 司法書士                      | 取引先の様子     | ・当地域の建築業、不動産業などは、前年と比較して取引量が減少している。新型コロナウイルスの影響で、取引が中止、延期となるケースも多く、回復が見込めない状況にある。  |
|                   |         | その他サービス業 [ソフトウェア開発] (経営者) | 取引先の様子     | ・入札に参加する企業が増えており、それに伴って落札価格も低下傾向にある。   |
|                   | ×       | 食料品製造業 (従業員)              | 受注量や販売量の動き | ・4月の販売量は前年比マイナス42%となっている。3か月前の1月の販売量は前年比マイナス19%であったため、景気は悪くなっている。  |
|                   | ×       | 建設業 (従業員)                 | 受注量や販売量の動き | ・受注価格が低下傾向にある。昨今の相場感と比べて2割程度落ち込んでいる。   |
| 雇用<br>関連<br>(北海道) |         | -                         | -          | -  |
|                   |         | 求人情報誌製作会社 (編集者)           | 求人数の動き     | ・前年12月に当地で起きた大規模クラスターが完全に収束したことで最悪期は脱している。消費マインドや行動マインドも回復傾向にあり、それに伴って当地の経済水準は新型コロナウイルス発生以前の7~8割程度まで回復している。建設業、運輸業が引き続き好調なほか、飲食店、小売店も前年と比べると客が戻ってきている。     |
|                   |         | 職業安定所 (職員)                | 求人数の動き     | ・3月の有効求人倍率は1.25倍と前年を0.12ポイント上回っている。新規求人数が前年を上回っていることから、景気はやや良くなっている。   |
|                   |         | 人材派遣会社 (社員)               | 求人数の動き     | ・観光業界は相変わらず厳しい状況が続いているが、それ以外の業界では営業活動が回復傾向にある。IT業界では在宅ワークを見据え、システム営業や開発の求人が増えており、一般企業も営業職の求人が増加傾向にある。  |
|                   |         | 求人情報誌製作会社 (編集者)           | 求人数の動き     | ・4都府県での緊急事態宣言の発出、札幌市での不要不急の行動自粛要請などの影響が当地のような地方都市においても生じている。消費マインドにも悪影響が生じており、求人件数は足踏み状態となっている。  |
|                   |         | 求人情報誌製作会社 (編集者)           | 採用者数の動き    | ・新型コロナウイルス変異株の感染者が増えていることで、再度の外出自粛要請などが発出されているが、ワクチンの普及が進みつつあることから、前年のような暗さはみられない。前年の求人件数は例年の半分まで落ち込んだが、今年は例年の8割程度で推移している。ワクチン接種の進展に伴って採用活動が活性化することが期待できる。 |
|                   |         | 職業安定所 (職員)                | 周辺企業の様子    | ・余り景気の良くない状況が続いている。雇用調整助成金の申請数をみても改善傾向はうかがえない。4都府県で緊急事態宣言が発出されたこともあり、なかなか景気が上向き兆しが見えてこない。  |
|                   |         | 職業安定所 (職員)                | 求人数の動き     | ・当地における3月の有効求人倍率は0.87倍であり、3か月前と同率となっている。   |
|                   |         | 学校 [大学] (就職担当)            | 求人数の動き     | ・2022年新卒採用における企業の動きについて、業種による違いが大きくなっている。観光関連、インバウンド関連は前年と同様に、非常に慎重な採用活動となっている。新型コロナウイルスの第4波の状況次第の面はあるが、大学生にとって厳しい状況は今後も変わらない。                             |
|                   |         | 求人情報誌製作会社 (編集者)           | 求人数の動き     | ・新型コロナウイルス変異株感染者の増加に伴い、北海道及び札幌市によるゴールデンウィーク特別対策が打ち出されたことにより、行動、マインド共、下降局面に入っている。   |

| 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       | -     | -     | -              |

## 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<br>動向<br>関連<br><br>(東北) |         | -               | -      | -  |
|                            |         | 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き | ・来客数は、緊急事態宣言や、積雪、低温等天候の影響があった1月と比べるとやや改善しているものの、前月よりは減少している。   |
|                            |         | 百貨店（営業担当）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスにまつわる状況に左右されるが、3か月前と比べれば来客数は安定している。  |
|                            |         | コンビニ（店長）        | 来客数の動き | ・前年の緊急事態宣言のときよりも大分客が外に出るようになってきている。やっていいことと悪いことの分別がつくようになったようである。コンビニの数字は全体的に前年を超えており、特に来客数が良いようである。 |
|                            |         | 衣料品専門店（店長）      | お客様の様子 | ・徐々にではあるが、ふだん着、休日の外出着用途でカジュアルウェア中心に高単価商品の需要が戻ってきている。一方、ビジネス用途での需要は依然厳しい状態である。                        |
|                            |         | その他専門店〔靴〕（従業員）  | 販売量の動き | ・前年と比べると売上は154%だが、前々年比では93%と例年の状況までは戻っていない。旅行や歓送迎会、結婚披露宴等のイベント需要が全くない。                               |
|                            |         | 観光型旅館（スタッフ）     | 来客数の動き | ・3か月前は完全休業日がほとんどだったが、4月は平日の予約もあり、週末の予約も入ってきている。しかし、完全に良くなっているということではない。                              |
|                            |         | 商店街（代表者）        | 来客数の動き | ・自粛疲れが景気の安定感につながっている。  |
|                            |         | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・コロナ禍のため来客数が減少している。しかし、買物に来ている客に買い控えなどはみられないため、景気は変わらない。   |
|                            |         | 一般小売店〔寝具〕（経営者）  | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染者が出たために、客先を積極的に回ることもできず、商品の回転はほとんどなく、非常に危機感がある。   |
|                            |         | 百貨店（買付担当）       | お客様の様子 | ・前月から上向き傾向で徐々に持ち直してきていたが、全国的な新型コロナウイルス感染者数の増加が影響し、中旬から購買動向が鈍くなってきている。                                |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 販売量の動き | ・3か月前とそれほど変わりなく推移している。現在まだ新型コロナウイルスの影響があり、まだまだ客の動きが鈍いのが現状である。  |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | お客様の様子 | ・県内の新型コロナウイルス感染者数が増加しており、夜中の客はほとんどいなくなった。売上減少が依然続いている。   |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・非常につらい冬場が終わり、これからというときに新型コロナウイルスのクラスターが発生してイベントが中止になってしまった。自粛モードなのか来客数も少ない。                         |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・前年ほど新型コロナウイルスの影響は大きくはないが、来客数、販売量共に横ばいで推移しており、特に大きな変化はみられない。   |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・気温上昇に伴い、人の動きが多少多くなってきている。しかし、新型コロナウイルスの影響で以前の水準には戻っていない。  |
|                            |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・前年も新型コロナウイルスの影響があったため、3～4月と売上は前年を超えてきたが、来客数は前年を下回っている。来客数が回復しきっていない。                                |
|                            |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・前年同時期は全国的な緊急事態宣言下につき、来客数の前年比は好調であるが、前々年比では割れている状況である。   |
|                            |         | 衣料品専門店（経営者）     | お客様の様子 | ・依然として新型コロナウイルスの感染が続いているため、観桜会や地元の祭りも縮小や中止になり、入出が激減し売上も減少している。                                       |
|                            |         | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で旅行もできないことが、洋服の購買意欲低下につながっている。また、まだまだ寒い日も多く、春夏物の動きが鈍い。                                  |
|                            |         | 衣料品専門店（総務担当）    | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の発出により、都市部では休業を強いられる状況が発生している。外出自粛の状況もあり、厳しい状態である。  |

| 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  |
|----|---------|-----------------------------|--------|---|
|    |         | 家電量販店（店長）                   | 来客数の動き | ・冷蔵庫や洗濯機など白物家電は単価が上がっているが、買上点数は減っており、客の財布のひもはやや固くなっているようである。黒物家電は有機ELなど単価の高いものは売れるが、販売量は前年よりも減ってきている。             |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                 | 販売量の動き | ・販売計画に対し実績は例年どおり推移しており、車のほかの付帯項目にも計画差異の大きいところはない。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                 | 来客数の動き | ・来客数は横ばい状態である。  |
|    |         | 住関連専門店（経営者）                 | 来客数の動き | ・景気が非常に悪くなっている。   |
|    |         | その他専門店<br>〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | 販売量の動き | ・前年も新型コロナウイルスの影響で売上が減少したが、今年は更に減少している。例年であれば一番の繁忙期だが、数字が伸びないのは購入を控えたり新入社員が減少しているからと考える。                           |
|    |         | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（営業担当）  | 販売量の動き | ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等の影響により、燃料消費は減少傾向にあるものの、大きな変動にまでは至っていない。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                  | お客様の様子 | ・団体旅行の新規申込件数は皆無の状態である。新型コロナウイルス感染の収束とワクチン接種完了後でなければ団体旅行は発生しないと想定している。   |
|    |         | タクシー運転手                     | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染を免れるための外出控えが顕著になっている。しかし、買物でタクシーを利用する客の手荷物を見ると、高額な商品又は多くの買物袋を持っていることから、景気は悪い方向には向いていないと推察する。          |
|    |         | 通信会社（営業担当）                  | お客様の様子 | ・前月と同様、景気に上向き傾向はみられない。新型コロナウイルスの感染が拡大傾向にあり、緊急事態宣言が発出され、飲食店だけでなく関連する食品業界、仕入先も打撃を受けている。消費動向は下降気味であり、失業者も増えている状況である。 |
|    |         | 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ない。   |
|    |         | 観光名所（職員）                    | 来客数の動き | ・世の中の状況に振り回される形となっている。少し前までは県内容がよく来てくれていたが、県内一部地域に独自の緊急事態宣言が発出され客が来なくなった。その後、関東方面での発出もあり、そのたびに客が減っていくという状況である。    |
|    |         | 競艇場（職員）                     | 来客数の動き | ・前年は新型コロナウイルスの影響をまともに受けた年であり、3月になっても状況は変わらなかった。毎日同じ客が来場するのみで、新規客を呼び込むイベントを行っても余り効果はみられない。                         |
|    |         | 美容室（経営者）                    | 来客数の動き | ・新規客は余りおらず固定客だけなので変わらない。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                 | お客様の様子 | ・賃貸管理物件では、特に飲食店で廃業に伴う空き物件が増えている。  |
|    |         | その他住宅〔リフォーム〕（従業員）           | 販売量の動き | ・住宅設備機器はエアコンの出足が良い。リフォームはハウスクリーニングなどの小工事が増えている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                    | お客様の様子 | ・全国的に新型コロナウイルス感染者数が増加し、県内においても感染に対する警戒感が強まっており、景気は厳しい状況である。   |
|    |         | 一般小売店〔書籍〕（経営者）              | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況の悪化による大都市の緊急事態宣言は地方にも影響があるとみられている。大型の集客施設ほど集客が厳しい状況にあるのはその表れだとみている。                                |
|    |         | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）             | 来客数の動き | ・来客数の減少が著しくなってきている。原因が景気の悪化によるものか、あるいは新型コロナウイルス感染症予防で客が外出を控えているせいなのかははっきりしない。                                     |
|    |         | スーパー（店長）                    | 販売量の動き | ・前年の緊急事態宣言下の買物動向と比較すると、明らかに節約、儉約の買い方が多くみられる。  |
|    |         | スーパー（店長）                    | 販売量の動き | ・3月までは客単価が前年を超えていたが、4月に入り前年の数字を割るようになってきている。決して金額自体、客単価自体は下がっていないが、前年の数字が異常であったことの表れだとみている。                       |

| 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（営業担当）               | 来客数の動き  | ・前年の緊急事態宣言で来客数が伸長した反動もあるが、来客数の落ち込みが大きい。先行きの不透明感から、無駄な買物はなく買い控えもみられるなど、買物の仕方が慎重になっているようである。  |
|    |         | スーパー（営業担当）               | 販売量の動き  | ・前年の特需反動で客単価96%、買上点数94%になっている。来店頻度も下がっている。特にグロサリー商品の買い置きできる商品群の反動が大きい。前年不調だった総菜は大幅に伸長しているが、全体をカバーできていない。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き  | ・少しずつ人の動きが出てきたところで、新型コロナウイルスの感染拡大による規制が出て、またしぼんでしまった。来客数の減少により売上も再度減少している。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）              | 来客数の動き  | ・東北全体で見ても来客数が前年比10%以上減少している状態である。特に当県のまん延防止等重点措置適用や各県での新型コロナウイルス感染者数の増加により、人の動きが悪い状況である。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）              | 来客数の動き  | ・4月上旬からの感染者数増加により、週末の来客数が著しく減少している。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）              | 販売量の動き  | ・半導体不足の影響により納期が掛かる車が出てきていることから、販売に結び付かないケースが出てきている。   |
|    |         | 乗用車販売店（店長）               | お客様の様子  | ・当県がまん延防止等重点措置の適用を受けてから目に見えて新規客が減っている。大型展示場を有する地区への影響が大きい。特に中古車実績への打撃が深刻で、前年比6割と厳しい状況である。   |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）            | お客様の様子  | ・交流人口の減少による消費の落ち込みが大きい。また、4月は夜間の冷え込みが例年より少なく、灯油などの暖房消費も例年と比べ落ち込んでいる。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）               | 販売量の動き  | ・例年、3か月前の期間は予約の少ない時期で、現在はゴールデンウィーク旅行、夏休みの先行予約等々で予約が大幅に増えていく時期である。しかし、今年の予約実数に関しては、3か月前よりは多いものの、例年と比べると大幅に少なくなっている。当県のまん延防止等重点措置の適用により、県外からの旅行者、県内の旅行者はいずれも3か月前より低調である。夏休み等先の旅行計画を立てづらい状況にもあり、先行きの予約も極めて低調となっている。客との販売接点では、Webは一定程度盛況感があるものの、店頭販売は苦戦している。客の非接触意向が依然続いている状態である。 |
|    |         | 通信会社（営業担当）               | 販売量の動き  | ・飲食業、宿泊業は特に悪く、3回目の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により大型店舗の売上低下が予想されている。かなり厳しい状況である。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）               | お客様の様子  | ・今月に入り、新型コロナウイルスのクラスターが毎日のように発生している。それにより、県、市からの自粛要請もあり、経済活動や人の動きにも影響が出ている。特に客の消費意欲が大きく低下し、購買意欲が激減していることから、エンタテインメントサービスへの出費も控えられている。映像、通信サービスへの加入者も一時ストップしている。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）               | お客様の様子  | ・コロナ禍で客からの依頼も減っている。   |
|    |         | テーマパーク（職員）               | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置から緊急事態宣言になり、日帰り来客数が激減している。宿泊はそこまでの減少はないが、直前のキャンセルはキャンセル料も掛かるため、そのままの客が多いのではないかと推測している。地元でも感染が広がっていて病床がひっ迫しているため、午前中に出掛け午後からは巣籠りをする傾向が広がっている。ゴールデンウィークなのに活気がない。   |
|    |         | 美容室（経営者）                 | 来客数の動き  | ・イベントがなく移動の自粛で帰省も少ないため、来店サイクルが伸びている。それにより来客数が減少している。  |
|    |         | その他サービス<br>〔自動車整備業〕（経営者） | お客様の様子  | ・当県においても新型コロナウイルスの影響は深刻で、どこにも出掛けられない、何もにぎわわない状況で、来客数も販売額もさっぱりである。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）               | 競争相手の様子 | ・年度が替わったばかりだが、今年度の売上を心配する会話が非常に多い。  |



| 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  |
|----|---------|-----------------------|--------|---|
|    |         | その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員） | 来客数の動き | ・前年4月は緊急事態宣言で展示場を休業している期間があったため、来場者数は前年比では向上しているが、3か月前よりは総来場者数、新規来場者数が減少している。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）              | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのクラスターが発生している。  |
|    | ×       | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）       | 来客数の動き | ・4月は時間短縮営業が始まっており、20時には店の看板を消し、客には帰ってもらう状況が続いている。前年よりも更にひどい状況で20時を過ぎると人が全くいない。大きなビルの看板だけは灯りがついているが個々の看板は全て消えており、繁華街は真っ暗になっている。タクシーも走っていない。      |
|    | ×       | 一般小売店〔酒〕（経営者）         | 販売量の動き | ・春になり飲食店への販売量も少しずつ増加傾向にあったが、新型コロナウイルスの感染者が急激に増えたことにより、一気に人の動きが止まった。飲食店に関しては予約のキャンセルが相次ぎ、店によっては販売量がゼロに近い状態になっている。少し回復傾向になってきたところでの状況悪化のダメージは大きい。 |
|    | ×       | 百貨店（経営者）              | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数の増加によるまん延防止等重点措置の適用により、来客数が更に減少し、堅調な推移だった食料品にも影響が出ている。物産展期間は来客数は多少戻るものの、目的買いのため滞留時間も短い。   |
|    | ×       | スーパー（経営者）             | 単価の動き  | ・4月は1品単価も前年並みに低下している。買上点数も来客数の前年割れ減少率と同程度に落ちてきている。客単価も初めて前年を割り出した。前年は巣籠り消費等で異常値があったが、前々年比でも下がってきている。消費者の財布のひもがかなり固くなってきている。良くない傾向にある。           |
|    | ×       | スーパー（経営者）             | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が2度、3度と発出され、新型コロナウイルスに対する不安や不信が更に募って、自己防衛型、さらには節約志向という部分が顕著になっている。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（店長）            | 来客数の動き | ・4月初旬までは悪くない状況であったが、まん延防止等重点措置適用以降は、出張が取りやめになったりイベントが中止になったりしたことが響いて客足が鈍くなっており、なかなか厳しい状況になっている。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（店長）            | 来客数の動き | ・ビジネスマンの衣替えや行楽需要が減ってきており、来客数が大幅に減少している。   |
|    | ×       | 住関連専門店（経営者）           | 販売量の動き | ・オーダーメイドの受注量の減少により、販売量が減少している。  |
|    | ×       | 住関連専門店（経営者）           | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で高齢者は食料品以外の買物を控えているようなので、高齢客が多い当店の売上も伸び悩んでいる。  |
|    | ×       | その他専門店〔酒〕（経営者）        | 販売量の動き | ・4月前半は小康状態だったが、4都府県の3回目の緊急事態宣言や主要都市の酒提供の自粛要請などにより、後半は最悪の状況になっている。   |
|    | ×       | その他専門店〔食品〕（経営者）       | 来客数の動き | ・4月、新年度ということで人の動きも出てきて期待をしていたところだが、新型コロナウイルス感染症は収束がみえるどころか、拡大傾向にあり、観光客が動かない。客の話を聞いても、出歩きたくないという方が多い。  |
|    | ×       | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況の悪化やまん延防止等重点措置等の対策により、客足がかなり遠のいている。飲食店も一部休業が発生したり、土産品店がかなりの来客数不足に見舞われており、非常に厳しい状況にある。  |
|    | ×       | 高級レストラン（経営者）          | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響に尽きる。  |
|    | ×       | 高級レストラン（スタッフ）         | 来客数の動き | ・2020年7月以降で来客数が最も少ない。   |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）          | 来客数の動き | ・今月に入り来客数の減少が著しくなっている。20時までの営業ということもあり、ディナータイムはまだ1組の客も来ていないような状況である。大変厳しくなっている。   |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）          | それ以外   | ・まん延防止等重点措置により3月25日より現在まで休んでいるので売上はないが、ワクチン接種の進捗状態とまん延防止等重点措置の解除がいつになるかがポイントになる。  |

| 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   |
|------------------------|-----------------|-----------------------------|----------------------|--|
|                        | ×               | 一般レストラン（経営者）                | 来客数の動き               | ・客が全く来ない状態が続いている。店を開けたとしても、すぐに閉めなければならないので、客からも行きたくても行けないという声が多数聞こえてくる。苦しいが仕方がない。                            |
|                        | ×               | 一般レストラン（経営者）                | お客様の様子               | ・相変わらずエリア内での新型コロナウイルスの感染者数が増えているせいで、特に繁華街の夜の飲食店には足が向かなくなっている。これに伴いスナック関係からの来店や仕出し依頼も皆無となり、ますます厳しい状況となっている。   |
|                        | ×               | 観光型ホテル（経営者）                 | 来客数の動き               | ・客の自粛だけではなく、新型コロナウイルスによるまん延防止等重点措置による時間短縮要請等があり、旅館側でも結果的に営業自粛せざるを得ない状況が続いている。                                |
|                        | ×               | 観光型ホテル（スタッフ）                | 来客数の動き               | ・引き続き5月もまん延防止等重点措置の延長により平日も休業となり、営業は週末のみに決定している。   |
|                        | ×               | 観光型旅館（経営者）                  | 来客数の動き               | ・まん延防止等重点措置に緊急事態宣言、移動の自粛と、どうにもならない。  |
|                        | ×               | タクシー運転手                     | お客様の様子               | ・街中での客の消費行動をみると、時間的な余裕がない。しかも利用客が少なくなっている。そのため、我々タクシーの仕事が減ってきており、売上につながっていない。                                |
|                        | ×               | 遊園地（経営者）                    | 来客数の動き               | ・前年の緊急事態宣言による休業時に比べると、営業できているだけ良いが、新型コロナウイルス感染者数の推移を見ても分かるように、まん延防止等重点措置が適用されるような状況であり、コロナ禍前と比べると大変苦戦している。   |
|                        | ×               | 美容室（経営者）                    | 来客数の動き               | ・新型コロナウイルスの感染防止対策の渦中である。前年も悪かったため、前年比ではそこまでは落ちていないが、前々年比では80%を切るくらいである。客も警戒してリターンの期間が長くなっており、3月よりも更に悪くなっている。 |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(東北) |                 | 建設業（従業員）                    | 受注量や販売量の動き           | ・官庁、民間案件共に大型案件を受注している。   |
|                        |                 | 食料品製造業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き           | ・まん延防止等重点措置の適用、緊急事態宣言を受けて、飲食店については来客数及び売上は減少しているものの、街中の人の流れは増えており、商品の販売量についても上向き傾向にある。                       |
|                        |                 | 金属製品製造業（経営者）                | 受注量や販売量の動き           | ・新型コロナウイルスの影響が予想よりも長く続いているため、回復に若干ブレーキが掛かっている印象を受けるが、回復基調なことには変わりはない。  |
|                        |                 | 建設業（企画担当）                   | 取引先の様子               | ・全体として極端に下がっている局面だという感じはない。売上高も3か月前と比べると上向きになっている。   |
|                        |                 | その他非製造業<br>[ 飲食料品卸売業 ]（経営者） | 受注量や販売量の動き           | ・当社のような卸売業でも、業種によって良い悪いがあるようである。業態によっては業務用の動きが悪いところもある。当社としては前年比をクリアしてやや良い方向にあるので、今の状況は良いと考えている。             |
|                        |                 | 農林水産業（従業者）                  | それ以外                 | ・今年も前年の今頃同様、新型コロナウイルスの影響で地元旅館宿泊利用者が非常に少ないと旅館の主が嘆いていた。  |
|                        |                 | 農林水産業（従業者）                  | それ以外                 | ・前年産米の米価下落で収入減少緩和対策が発動されれば、臨時収入を得られる。  |
|                        |                 | 食料品製造業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き           | ・販売量の前年割れが続いており、厳しい状況が続いている。   |
|                        |                 | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営者）        | 受注量や販売量の動き           | ・年度初めの仕事が前年より増え、前年比115%になっている。しかし、この後はイベント等の中止が続くため、前年並みまで落ち込みそうである。   |
|                        |                 | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営者）        | 受注量や販売量の動き           | ・前年、前々年と比較し、受注量が減少したままで回復していない。イベントの開催が復活しない限り、業況に変化はない。   |
|                        |                 | 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         | ・世界的に半導体製品不足が続いているため、価格が安定しており業績に好影響を与えている。  |
|                        | 電気機械器具製造業（営業担当） | それ以外                        | ・新型コロナウイルスの終息が見られない。 |  |

| 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  |
|----------------------|-----------|-----------------------------|---|---|
|                      |           | 輸送業（経営者）                    | 受注量や販売量の動き                                  | ・国内貨物、輸出・輸入関連貨物の動きが共に良くない。ほとんどの品目において取扱数量が前年及び前々年を下回っている。4月の売上は前年比14%減、前々年比21%減の見通しであり、一向に景気回復の気配がみえない。   |
|                      |           | 通信業（営業担当）                   | 取引先の様子                                      | ・新型コロナウイルスの影響で客の消極性が増しており、反応が冷たい。   |
|                      |           | 金融業（営業担当）                   | 取引先の様子                                      | ・飲食業、宿泊業は依然厳しい状況が続いている。建設業の一部では新型コロナウイルスの影響が少なく堅調な先もある。ただし、業種間で格差がある。   |
|                      |           | 広告業協会（役員）                   | 受注量や販売量の動き                                  | ・春の祭りや大型音楽イベントが前年同様中止となり、広告業界として上向く材料に乏しく、前年の緊急事態宣言下の状態と余り変わらない。  |
|                      |           | 広告代理店（経営者）                  | 受注量や販売量の動き                                  | ・新年度であり期待していたが、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言で出鼻をくじかれた。  |
|                      |           | その他非製造業<br>[ 飲食料品卸売業 ]（経営者） | 受注量や販売量の動き                                  | ・4都府県の緊急事態宣言によって再び外食が停滞することになっている。  |
|                      |           | 食料品製造業（経営者）                 | 受注量や販売量の動き                                  | ・3月上旬までは、新型コロナウイルスの影響から回復傾向にあったが、3月中旬以降、県内での感染拡大によるまん延防止等重点措置の適用、4都府県での緊急事態宣言発出があってから人の動きが少なくなり、元に戻った感じがある。4月の売上は前年と比較すればよいが、前々年と比べれば半分程度である。厳しい状況は変わらない。 |
|                      |           | 窯業・土石製品製造業（役員）              | 受注量や販売量の動き                                  | ・官需、民需とも低調である。新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、幅広い業種で影響が出ている。一方でガソリン等の高騰が続いており、コスト増への不安もある。   |
|                      |           | 金融業（広報担当）                   | 取引先の様子                                      | ・県内での新型コロナウイルスの感染拡大が続くなか、各地の春祭りやイベントの中止、クラスター発生などにより、観光や飲食業界のみならず全体的な消費マインドへの負の影響がみられる。巣籠り需要の取り込みにより一部業種は好調であるが、地域の景気浮揚までには至っていない。                        |
|                      |           | 広告代理店（経営者）                  | 受注量や販売量の動き                                  | ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の関係でイベントなどの中止が相次いでいるため、受注量が減っている。   |
|                      |           | 経営コンサルタント                   | それ以外  | ・首都圏の緊急事態宣言が東北に及ぼす悪影響が拡大しつつある。  |
|                      |           | 公認会計士                       | 取引先の様子                                      | ・客の月次、決算処理状況から判断している。新型コロナウイルスの影響で飲食業、小売業、サービス業の業績が悪化している。建設業関係は一定の売上、利益を確保しているが、全体としてはやはり景気が落ち込んでいるとみられる。  |
|                      |           | コピーサービス業（従業員）               | 受注量や販売量の動き                                  | ・ここに来て新型コロナウイルスまん延の影響が出ている。商談のための面談ができず、客とのコミュニケーションが取りづらくなっている。やはり対面でないと詳細な部分のニュアンスが伝わりにくい。  |
|                      |           | その他企業 [ 企画業 ]（経営者）          | それ以外  | ・新型コロナウイルス感染防止に伴う県境往来自粛の影響が、町内の多くの旅館で予約キャンセル多数という形で出ている。  |
|                      |           | ×                           | 輸送業（従業員）                                    | 受注量や販売量の動き  |
| 雇用<br>関連<br><br>(東北) |           | 人材派遣会社（社員）                  | 求人数の動き                                      | ・2～3月の震度6と5の地震に伴う損害保険各社からの大口受注がこの3月期決算に大きく寄与している。3月単月で創立初の月商を達成し、通期でもこれまででない売上を記録している。  |
|                      |           | 人材派遣会社（社員）                  | 求人数の動き                                      | ・新型コロナウイルス感染の収束後を見越した募集が増えてきている印象を受ける。  |
|                      |           | アウトソーシング企業（社員）              | それ以外  | ・会議などがWebを使って再び開催されるようになってきている。   |
|                      |           | 新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）           | それ以外  | ・飲食店は依然厳しい状況が続いているが、県民限定の宿泊プランの広告が増加するなど、観光関連の動きが活発化している。   |
|                      |           | 職業安定所（職員）                   | 求人数の動き                                      | ・新規求人数が前年同月比で増加している業種が増えている。  |
|                      | 職業安定所（職員） | 求人数の動き                      | ・3か月前と比較して、新規求人数は約600人増加、有効求人数は約700人増加している。 |   |

| 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  |
|----|---------|----------------|---------|---|
|    |         | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き  | ・特に小売業中心に派遣社員や正社員、アルバイトの募集が少なくなっている。ウィズコロナという形ですと下げ止まっているという印象を持っている。   |
|    |         | 人材派遣会社（社員）     | 求職者数の動き | ・良くも悪くも変化がない。   |
|    |         | 人材派遣会社（社員）     | 周辺企業の様子 | ・訪問企業でも、県内での新型コロナウイルス感染者数の増減やワクチン接種のスケジュールによって業績が左右されるとの認識を持っているようである。  |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・飲食店や、土産品に関わる企業を含む旅行関係では新型コロナウイルスの影響が壊滅的といえるほど出ている。また、イベント運営を請け負う当社のような業態も厳しい状態が続いている。反面、日用品、いわゆるスーパーマーケットや高級食材販売などは好調に推移しているようである。酒類販売も割合価格帯の低い酒類から、多少高額な酒類を求める客が増えている傾向にあるようである。家具販売では、新型コロナウイルス対策をしっかりと行いながらフェアを開催したところ、過去最高の売上につながったそうである。完全に二極化している。 |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・大型建設工事に伴い、作業員の宿舍や食事の需要で新型コロナウイルスの影響が最小限に抑えられていた宿泊業や飲食業が、工事終了が近いことで先行きが不透明になっている。   |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響が出始めた前年よりも求人募集が少なくなっていることに加え、仕事を探している人の減少幅が小さい。  |
|    |         | 民間職業紹介機関（職員）   | 雇用形態の様子 | ・改正労働者派遣法により都道府県別最低賃金以上の業種別最低賃金が毎年引上げとなり、人件費がかさんでいく。  |
|    | x       | 人材派遣会社（社員）     | 採用者数の動き | ・いまだ継続的に新型コロナウイルスの影響を受けており、トンネルの出口がみえない状況である。   |

### 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<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) |         | -                 | -      | -   |
|                             |         | 百貨店（店長）           | お客様の様子 | ・来客数等が大幅に改善している状況ではないものの、集客策を講じた際の来店状況や購入商材に変化がみられる。従来好調であった化粧品や食料品に加えて、一部婦人衣料等も若干ではあるが改善傾向となっている。  |
|                             |         | コンビニ（経営者）         | 来客数の動き | ・3か月前より気温の上昇や、外に出る客も多くなり、来客数が増えたので、やや良くなっている。   |
|                             |         | 家電量販店（店長）         | 販売量の動き | ・売上が土日に集中している。  |
|                             |         | その他専門店〔靴小売業〕（経営者） | 販売量の動き | ・4月は前年よりも売上が増えた感じで、一昨年と比較して75%ぐらいの売上である。最近の動向をみると、大都市の緊急事態宣言の再発出で、地方にまで心理的な影響が出てきそうである。取引先もゴールデンウィークに合わせ、積極的に休業してきている。また、世界的なブランドの生産が落ちてきて、入荷がないことが気に掛かる。 |
|                             |         | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き | ・まだまだ新型コロナウイルスに左右されているものの、人の動きは少し戻りつつある。若い世代の客は動き、年配客の動きは鈍い。ウイルスに対する警戒感が世代でこんなに違うのかと少し驚いている。  |
|                             |         | 通信会社（営業担当）        | 来客数の動き | ・緊急事態宣言時に比べ、まん延防止等重点措置下では、若干改善傾向にある。ただし、今後、緊急事態宣言エリアが拡大になった場合は、悪化の可能性がある。   |
|                             |         | ゴルフ場（総務担当）        | 来客数の動き | ・来客数が一昨年並みに戻ってきている。   |
|                             |         | 設計事務所（所長）         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの終息が見えないながらも、感染に気をつけながら、Withコロナで動き出している様子である。   |
|                             |         | 商店街（代表者）          | 来客数の動き | ・歓迎会や謝恩会の出張撮影は皆無だが、スタジオへ来店しての家族写真撮影は、最近増えてきている。   |

| 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  |
|----|---------|----------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | お客様の様子 | ・今月も新型コロナウイルスの感染者が他県と同様、当地でも毎日増えているとの報道がある。来月、ワクチン接種が始まる予定だが、それまでは皆、外出を控えている。ただし、感染拡大は止まらないので、不安でいっぱいの人が多い。   |
|    |         | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・比較対象の1月の売上と単純に比べると、今月の方がやや良くなっている。しかし、新型コロナウイルス禍以前の売上と比較すれば、今年1月と4月の達成度はそれぞれ29%にしかならず、大変厳しい状況が続いている。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）      | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍前の一昨年との比較では大幅なマイナスであり、厳しい状況に変わりはない。食料品が比較的堅調でアパレルが不振という構図に変化はない。   |
|    |         | コンビニ（経営者）      | お客様の様子 | ・前年は1回目の緊急事態宣言発出があり、大幅に落ち込んだ。それと比べれば、今年は伸びている。しかし、一昨年と比べて少し悪い状況は続いている。スキーを含めた観光客がやや少ない。   |
|    |         | コンビニ（経営者）      | 来客数の動き | ・前年比で売上100%、客数98%、客単価103%と、一昨年には戻らないものの、落ち込みがなくなり、やっと前年を割らなくなってきている。働き方も変わり、テレワークも定着したようである。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）    | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、衣料品の購買意欲が減っている一方で、地域のプレミアム付商品券が販売になり、消費が増えている部分もある。  |
|    |         | 衣料品専門店（統括）     | 来客数の動き | ・前年の今頃、新型コロナウイルスの緊急事態宣言が発出されてから丸1年がたつ。こうしたなか、商店街に来る客がなかなか増えない。これからも余り良い状態ではないかと心配している。  |
|    |         | 家電量販店（店員）      | 販売量の動き | ・前年同月は特別定額給付金支給に伴い、巣籠り需要で好調に推移し始めていた頃だが、その前年実績を今月も上回り、105%で着地の模様である。特に、エアコン、冷蔵庫、洗濯機等が好調である。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・4月という季節柄、企業や自治体客の買換え需要（軽自動車中心）等のお陰で、新車販売、整備売上共に前年同期を維持できそうである。   |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）  | 販売量の動き | ・過去4か月位の販売量は、ほぼ一昨年と同等並みに戻ってきている。しかし、今月に入り、やや低調である。周りの他業種でも、物の動き、販売量等が、やや戻りつつあるという話を客から聞いている。ただし、新型コロナウイルスの問題があり、経済的にうまく回っていないようで、また、これからも回らない恐れがある。こちらも心配しているが、客の心理的にも同様で、販売や景気の盛り上がりは期待できない。 |
|    |         | 住関連専門店（仕入担当）   | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が4都府県に発出されたゴールデンウィークだったが、前年ほどの巣籠り自粛にはならない。1年間の経験則で、この程度は良いだろうという物差しがあるように見える。車での移動で、近場の屋外レジャーが中心のようである。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）   | 単価の動き  | ・客単価が下がっているように感じる。定期的にゴールデンウィークに備えて、出費を抑えているのだろうか。  |
|    |         | 都市型ホテル（営業担当）   | 販売量の動き | ・3か月前は前回の緊急事態宣言中である。現在は、再び新たな緊急事態宣言発出中で、全国的な新型コロナウイルス感染者数の増加があり、ホテルの稼働状況は変わらない。   |
|    |         | 都市型ホテル（副支配人）   | 来客数の動き | ・宿泊は、中旬までは非常に好調だったが、ここにきて、新型コロナウイルス変異株の感染者増加に伴い、ゴールデンウィークの個人客や団体ツアー、スポーツ関係のキャンセルが目立ってきている。残念ながら、料飲部門は低調が続いている。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）     | 販売量の動き | ・首都圏の緊急事態宣言解除後、県独自キャンペーンにより多少の新規申込があったが、4都府県に対する3回目の緊急事態宣言発出と隣接県へのまん延防止等重点措置発出により、再度、来店客ゼロの日が続くようになっている。  |

| 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   |
|----|---------|----------------------|--------|--|
|    |         | タクシー運転手              | お客様の様子 | ・相変わらず、今月も悪すぎる。車両台数を半分以下にしているが、売上は上がらない。午前中は高齢者等の病院送迎で少し動くものの、午後から夜、深夜は人通りがなく、タクシー利用者がいない。特急列車等は1両に何人かしか乗っておらず、駅に降りても、タクシーには乗らない。当地域も29日からまん延防止等重点措置が適用されるので、5月も期待できない。        |
|    |         | タクシー（経営者）            | お客様の様子 | ・全体的に人の動きが悪く、前年同月と比べて20%減少している。  |
|    |         | 通信会社（総務担当）           | 来客数の動き | ・来客数は3月に比べて2割ほど減ったものの、1～2月と同水準にまで戻っている。  |
|    |         | 通信会社（局長）             | 来客数の動き | ・3か月前と比較すると、来店数は2割程度増えているが、前年比80%程度なので、上向いているわけではない。   |
|    |         | 設計事務所（所長）            | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの対策事業により、建設業はそれなりに需要がある。緊急事態宣言の再発出により、観光、飲食、サービス業は厳しい状況が続いている。   |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）          | 販売量の動き | ・今年に入ってからずっと、客の動きと販売は変わらず鈍い。   |
|    |         | スーパー（商品部担当）          | 単価の動き  | ・来客数の減少もあるが、客単価が100円ほど落ち込んでいる。特に、地域経済支援策が終了してからの影響が大きい。  |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）         | 来客数の動き | ・自動車販売店だが、3月中はこれでもかというくらい、客が来店してくれたが、4月に入り、ぱたっと来なくなってしまっている。3月の3分の1ほどの来客数である。このままでは大変である。  |
|    |         | その他専門店<br>〔燃料〕（従業員）  | 販売量の動き | ・受注残が減少している。   |
|    |         | スナック（経営者）            | お客様の様子 | ・依然として客が外に飲みに行くことに抵抗があり、店の方でも客を迎えるのに、なかなか難しい状況がある。客が夜に出掛けることは、まだしばらく先になるのではないかと。   |
|    |         | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）  | お客様の様子 | ・事業所給食、レストラン共に、総体では食数が戻り足となっていたが、大都市での緊急事態宣言等の再発出を受け、各受託先では、改めて新型コロナウイルス対策を強化している。その結果、在宅勤務者の増加、出張や研修等の抑制等により、提供食数が減少していくと思われる。  |
|    |         | 都市型ホテル（支配人）          | 来客数の動き | ・県内の新型コロナウイルスの重症者は3月下旬に一時ゼロになったが、その後増加に転じ、現在も増加している。ゴールデンウィーク直前に、まん延防止等重点措置の適用を国に要請する等、先行きが見えない。   |
|    |         | 旅行代理店（所長）            | 来客数の動き | ・首都圏を中心に、再度緊急事態宣言が発出され、先の見えない状況に、下降傾向と言わざるを得ない。  |
|    |         | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍前と比べ、来店客数は2割ほど減少しており、電話相談も4割弱減少してきている。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）          | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、飲食店関係がすっかり停滞している。また、店舗も廃業、撤退が進んでいる。ただし、物販店は逆に元気があるようで、ちらほら引き合いが増えてきている。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（販売担当）         | 来客数の動き | ・毎月毎月、何か客の動きが鈍さを増している。新型コロナウイルスの影響が大きい。安全対策も100%ではないし、しかも出口が見えない雰囲気漂っていることを、当店の客の多くを占める高齢者が感じ取ってしまっており、まず街に出てこない。どんどん悪くなっている。  |
|    | ×       | 乗用車販売店（販売担当）         | お客様の様子 | ・当社は観光地の真ん中に立地しており、背後に有名観光地、温泉地を控えている。世界遺産の寺社でさえも、観光客の来場者数が9割減と、本当に観光事業はひどい。物産屋やドライブイン等は休業のところも多い。こうした状況では、車を買換える気持ちに全くならないようで、修理は順調に入っているものの、販売が全くと言ってよいほど、良くない。特に、輸入車販売は厳しい。 |
|    | ×       | 住関連専門店（店長）           | それ以外   | ・観光業や飲食店、アパレル関連を中心に業績が悪化していて、早期退職やリストラを断行している。一部の小売業や業態以外は体力勝負になっている。  |

| 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  |
|-----------------------------|---------|---------------------------|------------|---|
|                             | ×       | 一般レストラン<br>〔居酒屋〕（経営者）     | 来客数の動き     | ・県独自の営業時短要請が出され、影響が過大である。   |
|                             | ×       | 観光型ホテル<br>（経営者）           | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス感染再拡大の影響で、多くの都道府県で感染者が増えてきている。また、首都圏を中心に、緊急事態宣言が再発出された影響も大きい。   |
|                             | ×       | 旅行代理店（従業員）                | お客様の様子     | ・依然として新型コロナウイルスの影響で悪くなっている。   |
|                             | ×       | タクシー（役員）                  | それ以外       | ・新型コロナウイルスの影響や国の意味のない政策で、今後の税金は全く払いたくない。  |
|                             | ×       | 通信会社（経営者）                 | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスが収束しない限り、当社のような末端企業に仕事は回ってこない。  |
|                             | ×       | テーマパーク<br>（職員）            | 来客数の動き     | ・大商圏である首都圏に、まん延防止等重点措置、東京都には3度目の緊急事態宣言が発出されたため、学生団体のキャンセルや延期が続発し、一般来園者も減少している。  |
|                             | ×       | 美容室（経営者）                  | 来客数の動き     | ・連日、テレビに映し出される都市部の新型コロナウイルス事情に、地方の高齢者はおじ気づいて引きこもっている。人と接触しない期間が2年間に及べば、それが日常になってしまう。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) |         | -                         | -          | -   |
|                             |         | 金属製品製造業<br>（経営者）          | 受注量や販売量の動き | ・4月の売上は思ったより改善しているものの、一昨年の7.5割くらいである。   |
|                             |         | 一般機械器具製造業<br>（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・前年度は新型コロナウイルス禍で、取引先の業績も不透明で自動車の開発案件も止まっていた。新年度に入り、急に開発案件が動き出して対応に苦慮している。   |
|                             |         | 輸送用機械器具製造業<br>（経営者）       | 受注量や販売量の動き | ・取引先が数社あるが、受注、販売量共にかなり多くなっている。  |
|                             |         | 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%を占める建設業を営んでいる。前与党政権誕生後、公共工事は順調に推移し、現政権誕生後も順調に推移している。公共工事は前年比14.6%増加と順調で、当社も前期比10%増の受注がある。新型コロナウイルスの対応も国民からは支持されていない、国民に依頼しておいて、政治家や公務員が反した行動をしているとは、信じられないし呆れている。 |
|                             |         | 司法書士                      | 受注量や販売量の動き | ・ほんのわずかが数%くらいずつ回復しているという状況である。大きな回復ではない。  |
|                             |         | 窯業・土石製品製造業<br>（総務担当）      | 受注量や販売量の動き | ・大きな変化もなく推移している。  |
|                             |         | 電気機械器具製造業<br>（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・受注量が減っているところに、部材が全然手に入らない。作りたくても部材がなく、発注を掛けても3か月後、半年後と言われている。そろそろ在庫の部材が切れるので、インターネットでいろいろ探して買うが、通常買っている価格の10~20倍である。部材が届いて作っても、赤字幅が大きくなるだけで大変な思いをしている。                         |
|                             |         | 電気機械器具製造業<br>（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、取引先からの受注減により生産量が減少し、当社の受注に陰りを与えている。  |
|                             |         | 輸送業（営業担当）                 | 取引先の様子     | ・現状の巣籠り需要により、通販向けのキャンプ用品、パーベキュー、家庭園芸用品等の物量が、前年の10%ほど増えている。また、白物家電、エアコン等の状況も良く、全体的に前年比15%増の輸送量を確保している。   |
|                             |         | 経営コンサルタント                 | 取引先の様子     | ・緊急事態宣言が再三の関心事になり、街なかの商店や飲食業、中小製造業等は、一気にモチベーションが下がっている。個人消費の足も引きずられているため、経済活動は委縮している。   |
|                             |         | 社会保険労務士                   | 取引先の様子     | ・いろいろな業界団体の新年度の集会等が、久しぶりにホテル等で開かれる予定だったが、再び中止や延期になっている。   |
|                             |         | その他サービス業〔情報サービス〕<br>（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍においても特段変化は見られない。IT化で業務改善しようとしている客も底堅い。   |

| 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   |
|---------------|---------|-----------------|------------|--|
|               | x       | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体不足による自動車の減産が続いている。来月以降も回復の見通しが、はっきりしていない。  |
|               |         | 不動産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き | ・例年なら入居や退去が増える時期だが、今年は出入りが少ない。   |
|               |         | 広告代理店（営業担当）     | それ以外       | ・新型コロナウイルスの感染状況が過去にないほどひどい。時短営業の飲食店はもちろん、観光関係やそれに準ずる会社等への影響が相当大きい。「資金繰りはもう限界」という話も多く聞かれるようになってきている。  |
|               |         | 不動産業（管理担当）      | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が悪化しているなかでも、法令定期保守管理業務は予定どおりある。清掃等の業務は延期や中止が増えてきている。また、今年度から契約の見直しで、その他の点検保守業務の回数が減る等、売上が減少している。  |
| 雇用関連<br>(北関東) |         | -               | -          | -  |
|               |         | 人材派遣会社（経営者）     | 求人数の動き     | ・工場関係では、電子、スマートフォン、自動車、電機、家電等の部品等の生産は、維持しているようである。一般消費は、生鮮食料品等の買いだめや、年度替わりの新入学や入園準備で資金調達したためか、購買が若干見られる。   |
|               |         | 人材派遣会社（管理担当）    | 採用者数の動き    | ・自動車部品製造関連が増産になり、派遣の採用数が増えているため、やや良くなっている。   |
|               |         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き     | ・求人数は、飲食、小売業以外の業種で前年より増加しており、回復傾向にある。  |
|               |         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き     | ・新規求人数は前年同月比3.4%増と2か月連続で増加している。産業別でみると建設業では前年同月比6.8%減、医療、福祉は、同比7.3%減、製造業は同比35.8%減と減少している。情報通信は、同比36.8%増、卸小売業は同比80.9%増、宿泊、飲食サービス業も同比266.7%増と大幅に増加している。生活関連サービス、娯楽業も同比81.8%増と増加しているため、全体として増加となっている。 |
|               |         | 学校〔専門学校〕（副校長）   | それ以外       | ・新型コロナウイルスの変異株の拡大により、首都圏を中心に再度、緊急事態宣言の発出となり、飲食業及び観光業を中心に厳しい状況となっている。しかし、動物（ペット）、情報関連産業は、上向きになっている。   |
|               |         | 人材派遣会社（経営者）     | 求職者数の動き    | ・今までは普通に仕事があったが、これから先は仕事がなくなくなり、派遣先から従業員を引き取るような話も出ている。  |
|               | x       | *               | *          | *  |

#### 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<br>関連<br>(南関東) |         | 都市型ホテル（スタッフ）    | 来客数の動き | ・2度目の緊急事態宣言が発出された1月と比べれば稼働は上がっている。   |
|                     |         | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・春休みになって人の動きが良くなり、来客数、販売量共に増えたので、売上につながっている。   |
|                     |         | 一般小売店〔茶〕（営業担当）  | 来客数の動き | ・前年比では売上が11%アップ、来客数は20%アップしている。ただし、新型コロナウイルス以前の売上には遠く及ばない。   |
|                     |         | 百貨店（総務担当）       | 来客数の動き | ・1月初めから2度目の緊急事態宣言が発出され、来客数が減少した。解除後、来客数は増加傾向にあったが、4月25日以降の3度目の緊急事態宣言発出を受け、営業フロアも食品中心となったため、来客数が大幅に減少している（東京都）。                 |
|                     |         | 百貨店（販売促進担当）     | 来客数の動き | ・景気は上向き傾向であったが、4月25日からの緊急事態宣言再発出に伴い、一部売場を除く臨時休業体制となり、売上が減少している（東京都）。   |
|                     |         | 百貨店（経営企画担当）     | 販売量の動き | ・前年は緊急事態宣言中の休業下ということもあり、実績上での単純比較は難しいが、客単価、口数共に2月に比べ増加している。店内を見渡しても、少しずつ客が戻りつつある。一方で、25日の緊急事態宣言再発出に伴う食料品以外の休業による影響が見通せない（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  |
|----|---------|---------------------------|---------|---|
|    |         | コンビニ（エリア担当）               | 販売量の動き  | ・前年同時期と比較すると販売量や来客数が改善しており、改善傾向になっていると感じる（東京都）。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）               | 販売量の動き  | ・外出着が売れ始め、スクール需要も前年の自粛と比べて前々年並みに戻っている。売上も5%アップしている。   |
|    |         | 衣料品専門店（統括）                | 来客数の動き  | ・リモートワークから出勤への切替えなどで、スーツや関連商材の需要が増えている。   |
|    |         | 家電量販店（経営企画担当）             | 来客数の動き  | ・4月に入り、3度目の緊急事態宣言発出までの間の売上動向は、同様に緊急事態宣言が出ていた前年を大きく超える結果となっている（東京都）。   |
|    |         | 乗用車販売店（店長代行）              | 来客数の動き  | ・緊急事態宣言が再発出されたが、当社の扱うメーカーでは新型車効果で来客数、販売台数が上向いてきているので、今後に期待ができそうである（東京都）。  |
|    |         | 都市型ホテル（経営者）               | 来客数の動き  | ・3か月前の緊急事態宣言の頃と比べると、4月初めは少し良くなってきていたが、新型コロナウイルス感染者数の増加により、陰りが見えてきている。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響があり、前年同月比では3000%と異常値になっている。2019年度比では160%と好調であるが、緊急事態宣言の再発出により急ブレーキが掛かっている（東京都）。  |
|    |         | 通信会社（管理担当）                | 販売量の動き  | ・企業向けのシステムソリューションは、客の異動や新入社員の入社などにより、設備の入替えや環境構築工事が増えている（東京都）。  |
|    |         | 競輪場（職員）                   | 競争相手の様子 | ・ここ最近は、入場者数も売上も目標を110%台で達成していると聞いている。緊急事態宣言が再発出されればまた大きく変わるだろうが、売上や活気は以前に戻りつつある。従業員、選手の新型コロナウイルス感染対策もマニュアル化され、各自で気を遣ってはいるが、一定の対応にも慣れてきたところである。想定よりインターネットでの売上も伸びており、高齢者もインターネットや携帯を手に入れた景色が増えている。 |
|    |         | その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（支配人） | お客様の様子  | ・学生を中心に活気が戻ってきている気がする（東京都）。   |
|    |         | その他レジャー施設 [ 総合 ]（広報担当）    | 来客数の動き  | ・入出が徐々に増えて、新型コロナウイルス感染予防をしながらも、にぎわいが出てきている（東京都）。  |
|    |         | 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の約69%で、景気がやや良くなっているという実感はない。3か月前と比べると販売量はやや良くなっているが、これは3か月前の景気が非常に悪かったためである。  |
|    |         | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き  | ・店の前を通行する消費者の年齢層をみると、最近では若い人がかなり多く、年配者が少なくなっている。若い人はウィンドウショッピングのような形での往来が多く、買物袋を下げている人は大分減ってきている。消費者はやはり家にいるのが我慢ならず、外へは出ているが買物は余りしないという状況である。   |
|    |         | 一般小売店 [ 家電 ]（経営者）         | 販売量の動き  | ・3か月前というが、新型コロナウイルスが発生してからこの1年半ずっと悪い状態が続いている。良くなる気配がまるでない（東京都）。   |
|    |         | 一般小売店 [ 家電 ]（経理担当）        | 販売量の動き  | ・日頃の販売のほか、何でもやる姿勢が実ったのか、工事関係や特殊な仕事が入っている。ただし、ふだんの仕事と違うので、調査や段取りには苦労している。  |
|    |         | 一般小売店 [ 印章 ]（経営者）         | 来客数の動き  | ・非常に厳しい。行政改革担当大臣発言のスタンプレス、はんこ不要論について、どこからどこまでが必要で、どこからどこまでが不要なのか、政府としても明確に表現してもらいたい。印鑑全部が不要というような認識を持つ人が非常に多く、迷惑している。   |
|    |         | 一般小売店 [ 傘 ]（店長）           | 来客数の動き  | ・商店街が静かで入客が戻らない。  |
|    |         | 一般小売店 [ 生花 ]（店員）          | 販売量の動き  | ・3か月前の1～2月は冬で花がもつこともあるが、いろいろな祝いごとがいまだにできないので、祝い花の需要が本当に少なくなっている（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  |
|----|---------|-------------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | 来客数の動き | ・景気が余り変わらないという理由だが、まず店頭に来客数は例年に比べると間違いなく増えている。客がリモートワークで東京に行かない分、来客数が多くなっているとみている。外部部の案件は、民間の大口案件が止まったままの状況が数か月続いている。   |
|    |         | 百貨店（総務担当）         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の対象区域から外れてはいるものの、消費動向は鈍く、特に、衣料品が大きく苦戦している。   |
|    |         | 百貨店（総務担当）         | お客様の様子 | ・前年4月は緊急事態宣言が発出され、十分な営業ができない状態であった。それと比較して、今月前半は過去の実績には回復しないまでも、通常に近い営業ができていた。しかし、緊急事態宣言の再発出により、日用品以外の販売休止も伴い、客の消費行動が止まっている。発出前も、紳士、婦人共にファッション関連商材の動きは目標を下回る厳しさであった（東京都）。 |
|    |         | 百貨店（営業担当）         | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されていたが、生活者の消費マインドは上昇傾向で、食品や家庭雑貨に加え、衣料品関連も動き出している。25日からの緊急事態宣言再発出を受け、休業店舗も発生しており、新型コロナウイルス感染状況の先行きが見えない（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）       | 来客数の動き | ・3度目の緊急事態宣言発出による営業自粛要請への対応で、都内の店舗は食品、化粧品以外は休業となっている（東京都）。   |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）       | それ以外   | ・前年4月は、最初の緊急事態宣言発出に伴い、4月8日以降は食品フロアのみでの営業とした月であるため、前々年と比較している。3か月前は2度目の緊急事態宣言中であったため、今月は数字上は3か月前よりもプラスであるが、まん延防止等重点措置適用地域となったこともあり、来客数の推移や客の様子からは景気が良くなったという意識は感じられない。     |
|    |         | 百貨店（副店長）          | 販売量の動き | ・年明けから一進一退の状況が続いている。3月に上向きかけたアパレルが一息つく一方で、食関連は引き続き堅調である（東京都）。   |
|    |         | スーパー（販売担当）        | 単価の動き  | ・競合との価格競争があり、主力商品の平均単価が下がる傾向にある。客は前年を上回る点数を買ってくれているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりの買上額合計がなかなか前年に達しない状況が続いている（東京都）。  |
|    |         | スーパー（店長）          | 単価の動き  | ・前年と比べると単価が大幅にダウンしている。単価ダウンを補うために安売りを行うが、点数も前年を大きく下回っている。単価、点数共に前年を下回る厳しい状況が続いている（東京都）。   |
|    |         | スーパー（店長）          | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用と、それに続く緊急事態宣言の再発出により、特に酒類の売行きが伸びている。また、日曜日は総菜を中心とした即食食材の売行きが良い。   |
|    |         | スーパー（店長）          | 単価の動き  | ・来客数や買上点数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。客は日々、買い得品を買い回っているように見受けられる（東京都）。   |
|    |         | スーパー（総務担当）        | お客様の様子 | ・今月は、単純に前年比1割ほど売上が伸びているが、前年4月は1度目の緊急事態宣言下ということで、営業時間の短縮や、衣類や住まいの品の大幅な落ち込みがあった時期である。前々年との比較ではまだまだ良くない状況で、食品中心に伸びてはいるものの、衣料、住まいの品は厳しい。                                      |
|    |         | スーパー（総務担当）        | お客様の様子 | ・出掛けることがなくなり、出費が少なくなったので、ストレス解消に美味しい物を家で食べる、というスタイルは変わっていない。  |
|    |         | スーパー（営業担当）        | 単価の動き  | ・前年のこの時期は買いだめ傾向で買上単価が非常に上がった時である。それと比較すると、現在は来客数が伸びてきて、客単価、買上単価の低下を若干上回る形で推移しており、売上、営業利益共に堅調を維持している（東京都）。   |
|    |         | コンビニ（経営者）         | 販売量の動き | ・販売量が増えたり減ったりで把握できない（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   |
|----|---------|----------------------------|--------|--|
|    |         | コンビニ（経営者）                  | 来客数の動き | ・昼間の来客数、売上共に変化はほとんどないが、夜間の来客数減少が止まらない。特に、深夜帯の来客数はほぼゼロで、この数か月厳しさが増している。   |
|    |         | 衣料品専門店（役員）                 | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で中高年の外出が減っており、衣料品の需要がない。  |
|    |         | 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。販売は、前月まで芳しくなかったが、今月はようやく台数的に良くなってきている。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）               | 販売量の動き | ・販売量はさほど変わらない。来客数は新型コロナウイルスの影響が懸念されたが、衰える様子がない。  |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）               | 来客数の動き | ・再び緊急事態宣言が発出され、人の移動ができなくなり、車の展示会、試乗会なども行えないため、新車の販売台数が相当落ち込んでいる。整備については、車に乗る乗らないは余り関係ないので、大きく売上は落ちていない。緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かないことには、良くない状態がまだまだ続く（東京都）。 |
|    |         | 住関連専門店（営業担当）               | お客様の様子 | ・時節柄、消費意欲の盛り上がりもみられるが、緊急事態宣言が再発出され、どのように影響が出てくるか不透明である（東京都）。   |
|    |         | その他専門店<br>[ドラッグストア]（経営者）   | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響が、販売量や商品の動きがやや少ないように感じる。  |
|    |         | その他専門店<br>[ガソリンスタンド]（団体役員） | 来客数の動き | ・長期的には減販しているものの、前年と比べると良化しており、2～3か月前と比べてもほぼ変わらない（東京都）。   |
|    |         | その他小売<br>[ショッピングセンター]（統括）  | お客様の様子 | ・必要最低限の消費にとどまっている感がある（東京都）。  |
|    |         | 高級レストラン（営業担当）              | 来客数の動き | ・20日現在で、売上は前々年比25.4%となっている。レストランに関しては若干回復傾向にあるが、売上の柱である宴会部門は、依然として厳しい状況である（東京都）。   |
|    |         | 高級レストラン（仕入担当）              | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍で3度目の緊急事態宣言が発出され、相変わらず来客数、販売量などが振るわず、厳しい状況が続いている（東京都）。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で時短営業をしているので、来客数が限られている。1月からほぼ動きがなく、売上は減る一方である。恐らくこのままでは無理かと思っている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・ランチは、リモートワークの影響で、一番忙しい12～13時の客足が途絶えている。夜は時短要請のため、店側、客側共にせわしく店仕舞になる（東京都）。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で3か月前と比べて良くはない。余り進展がないまま低い水準で推移している。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）               | 販売量の動き | ・3か月前の1月1～27日までは前年比で売上46.3%、来客数44.3%である。今月4月1～29日までの前年比は売上165.1%、来客数161.9%である。前年は5店舗中3店舗が休業していたからである（東京都）。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）               | 販売量の動き | ・年が明けてから、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置がずっと続いており、3月後半に一時解除になったものの、やはり時短営業となっている。前年に比べれば危機感も収まり、横ばいの状態である（東京都）。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）               | 販売量の動き | ・緊急事態宣言解除後、まん延防止等重点措置適用までの僅かな期間であったが、客室稼働が持ち直し、土曜日などは半分程度までに回復した。レストランも、昼のみではあるものの、ほぼ満席になるなど、久しぶりに販売量が拡大した。しかし、その後は急降下し、低調な状況が続いている。                             |
|    |         | 旅行代理店（経営者）                 | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍のなかで、緊急事態宣言が再発出され、客に足を運んでもらうことができず、電話をしても対応してもらえない。非常に残念だが、新型コロナウイルス禍ゆえに仕方ないと思っている。   |

| 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   |
|----|---------|-----------------------------|---------|--|
|    |         | 旅行代理店（従業員）                  | 販売量の動き  | ・稼ぎ時の春休みや卒業旅行の自粛、大型連休の緊急事態宣言再発出の影響が出ている。早く新型コロナウイルスのワクチン接種を徹底し、Go To Travelキャンペーンを再開してほしい（東京都）。  |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）                 | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言のため、ツアーの募集が思いどおりにできない（東京都）。  |
|    |         | 旅行代理店（販売促進担当）               | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、東京には緊急事態宣言も再発出されているため、客の旅行したいという気分がなかなか出てこない。団体旅行はもちろんだが、個人旅行に関しても、やはり周りの目などを気にして、旅行に行くことをためらうことが多く、増えるか分からない。また、ツアーのキャンセルも出ており、特に、春の修学旅行は秋に延期ということで、前年と同じ状態になっている（東京都）。 |
|    |         | タクシー運転手                     | 競争相手の様子 | ・12日から再び飲食店の営業は午後8時までとなった東京では、30分待ちで乗せられた繁華街周辺が、12日以降は1時間以上待つようになっている。夜9時までの営業と8時までとは全然違う（東京都）。  |
|    |         | 通信会社（経営者）                   | お客様の様子  | ・4月の客からの問合せ状況は、緊急事態宣言の影響で前年との比較はできないものの、例年よりは少ない印象である。前月比では、前月同様に繁忙期による増加がみられるが、ゴールデンウィークや緊急事態宣言再発出の影響を受けて、最終週に向けて減少傾向にある（東京都）。  |
|    |         | 通信会社（経営者）                   | 販売量の動き  | ・3度目の緊急事態宣言が発出されたため、営業活動も自粛気味になり、販売量が増加していない（東京都）。   |
|    |         | 通信会社（社員）                    | お客様の様子  | ・予定していない新規の客から、新番組提供の引き合いが入ってきている。経済が動いている実感がある（東京都）。  |
|    |         | 通信会社（社員）                    | お客様の様子  | ・引き続き他キャリアへの移行が進んでいる（東京都）。   |
|    |         | 通信会社（管理担当）                  | 販売量の動き  | ・いまだに上向き傾向はみられない。  |
|    |         | 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、必要最低限を意識したプラン選択が多い状況は変わらない。  |
|    |         | 通信会社（経営企画担当）                | お客様の様子  | ・案件の数は少しずつ増えてきているが、新型コロナウイルスの変異株の影響により、終了する案件も増えている（東京都）。  |
|    |         | 通信会社（経理担当）                  | 単価の動き   | ・顧客数及び売上は横ばいだが、インターネットサービスの利用が増え、通信設備の増強（支出増）が必要な状況である。収益確保のため、人件費が削減されている。  |
|    |         | 観光名所（職員）                    | 来客数の動き  | ・3か月前は正月の初詣等があった。4月に入って客が増えると思っていたが、新型コロナウイルスの影響で3か月前と変わらない状況が続いている（東京都）。  |
|    |         | ゴルフ場（経営者）                   | それ以外    | ・新型コロナウイルスワクチンの普及次第である。  |
|    |         | パチンコ店（経営者）                  | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス感染拡大第4波の影響で、引き続き客足は低い水準で推移している。  |
|    |         | その他サービス<br>[保険代理店]<br>(経営者) | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で客数並びに売上の減少を覚悟していたが、さほど感じられない。  |
|    |         | 設計事務所（経営者）                  | それ以外    | ・仕事量としては中程度だが、新型コロナウイルスの影響で大きな仕事が動いておらず、新しい仕事の物件が見当たらないことで悪い。ここ2～3か月の仕事量はずっと平たんになっており、大きなものは動いているが、小さなものは動いていないという感じもする。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）                  | お客様の様子  | ・新しい話は耳にするが、こちらには具体的に入ってきていない。   |
|    |         | 設計事務所（所長）                   | お客様の様子  | ・コンサルタント的な相談が増えてきたと感じていたが、ここへきてまた止まってしまっている（東京都）。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)             | 販売量の動き  | ・ほぼ予算どおり契約数が推移している。  |

| 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  |
|----|---------|------------------------|---------|---|
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)        | お客様の様子  | ・大きな変化はない。不動産の土地仕入れが困難で、どの業者も苦戦しているという情報が入っている。情報はたくさん入ってくるものの、なかなか地価が下がらず、採算の取れる事業計画が立てられない。   |
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)        | 販売量の動き  | ・受注量は新型コロナウイルス以前とほとんど変わっていない。建設業においては、新型コロナウイルス禍は余り影響がないように感じる。   |
|    |         | その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者) | 競争相手の様子 | ・このところ仕事がめっきり減っており、市内を歩いていても、現場が目につかなくなっている。  |
|    |         | 商店街(代表者)               | それ以外    | ・3か月前は緊急事態宣言中であったが、そろそろ宣言が明けるといった空気感と、まん延防止等重点措置や大阪のようなひどい状況などもなく、静かだが何となく飲食も含め回っている感があった。しかし、4月後半からは世の中の雰囲気は小売に対してかなり逆風となった。クレジットカードの取扱高も、新型コロナウイルス前の7割をキープしていたが、4月後半はかなり失速を感じる落ち込み具合である(東京都)。           |
|    |         | 一般小売店[米穀](経営者)         | 販売量の動き  | ・外食販売向けの米穀の量が落ちている(東京都)。  |
|    |         | 一般小売店[文房具](経営者)        | 来客数の動き  | ・学童用品の売上は好調だが、高単価な法人向けの業務商材の売上が低迷しているため、トータルではマイナスである(東京都)。   |
|    |         | 一般小売店[茶](営業担当)         | 販売量の動き  | ・再び緊急事態宣言が発出されて、品物の動きがなくなっている。それだけでなく交代で休んだりして、イベントなども交代でという状況である。もちろん人出は少なく、販売額も少ない。新型コロナウイルスが早く収束することを待つばかりである(東京都)。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)              | 来客数の動き  | ・今月に入り、新生活ギフトの受注相談などが増えており、緊急事態宣言の再発出前日は駆け込み需要で大きく伸ばしたが、発出後は担当フロア以外が休館となっているため、来客数が大幅に減っている(東京都)。   |
|    |         | 百貨店(営業担当)              | それ以外    | ・緊急事態宣言再発出における営業自粛要請の影響が大きい(東京都)。   |
|    |         | スーパー(経営者)              | 来客数の動き  | ・飲食店関係の客が激減している。  |
|    |         | スーパー(経営者)              | 販売量の動き  | ・前年の今頃は、新型コロナウイルスの影響で学校が休校になり、巣籠り需要も非常に高まっており、多くの客が来店し、売上も伸びた。それに比べて今年は、もう新型コロナウイルスに慣れたのか、全くそういう状況ではなくなっている。緊急事態宣言が再発出されたが、それでも客の生活は普通に戻っている。他にも、強力な競合店が近くにできたこと、青果の相場安など、前年とは違って悪い面がいろいろと重なり、数字が悪くなっている。 |
|    |         | スーパー(仕入担当)             | 販売量の動き  | ・前年は緊急事態宣言に伴う巣籠り需要があり、客単価が大幅に上がり、売上も20%ほど上昇した。今年も県内にまん延防止等重点措置が適用されているが、前年の反動で1割以上売上が低下している。  |
|    |         | コンビニ(経営者)              | 来客数の動き  | ・緊急事態宣言が再発出されたことにより、特にショッピングセンター内の来客数がかなり減っており、コンビニもかなり厳しい状況である。  |
|    |         | コンビニ(商品開発担当)           | 販売量の動き  | ・時短が緩和されつつあり、少し上向き傾向だったが、新型コロナウイルス感染者数の増加とともに、売上も買上点数が減ってきている(東京都)。   |
|    |         | 家電量販店(店長)              | 来客数の動き  | ・新生活需要が思ったよりも少なく、来客数が前年同月より10%程度少ない(東京都)。   |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)            | お客様の様子  | ・新車販売の来客数が前月より減少している。   |
|    |         | 乗用車販売店(店長)             | 販売量の動き  | ・前年同月と比べ増加傾向になっているが、3か月前と比較すると販売台数、来客数などが減少傾向になっているので、先行きに不安を感じる。   |
|    |         | 住関連専門店(統括)             | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用され、外出を自粛する人が増えてきて、来客数が減ってきている。  |
|    |         | その他専門店[ドラッグストア](経営者)   | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス禍の品不足は完全に解消されたため、前年に比べて来客数が激減している。  |

| 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<br>[貴金属] (統括) | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス感染拡大防止のためのまん延防止等重点措置の適用、緊急事態宣言の再発出と、段階的な対策とともに来客数も段階的に減少してきている(東京都)。  |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)     | 来客数の動き  | ・政府の新型コロナウイルス感染対策は読みが甘く、全く機能しておらず、1年たっても状況が改善されていない。途中には経済対策と称して、Go Toキャンペーンなどを行ったり、感染拡大防止のストーリーが描けておらず、対応が場当たりの過ぎる。そのために、倒産しなくてもいいはずの会社がたくさん倒産している。結果的に中小零細企業の従業員が一番新型コロナウイルス対策に伴う景気に左右されている(東京都)。 |
|    |         | その他飲食[給食・レストラン] (役員) | お客様の様子  | ・取引先が緊急事態宣言等を受けて出勤者数を削減するなど対応を強化しているため、社員食堂については喫食数が減少し、売上が減少している。外食部門は全く鳴かず飛ばずの状態である(東京都)。   |
|    |         | タクシー運転手              | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの影響で営業形態が大きく変わり、以前の売上に決して戻らない。まず、会社の客が激減しており、その後の回復の見込みが見当たらない。ワクチン待ちである(東京都)。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)           | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響により、訪問による営業活動を見直さざるを得ない状況になっている。客とのアポイント件数も前年を大幅に下回る状況が続いている。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)           | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、転出転居等の人の流れが滞っている。それに伴い、通信の契約数が伸び悩んでいる。  |
|    |         | 通信会社(局長)             | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの影響だけではないと考えるが、他社サービスへの乗換えと転居解約が増加しており、純増数の伸びが低調となっている(東京都)。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)           | 販売量の動き  | ・当社は対面営業を主としているが、新型コロナウイルス感染者数が増えている影響で対面営業をしにくくなっているので、販売量が減ってきている(東京都)。   |
|    |         | 通信会社(総務担当)           | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス感染再拡大の影響が強く、訪問営業機会の減少等から、新規契約獲得件数が伸び悩んでいる(東京都)。   |
|    |         | ゴルフ場(経理担当)           | 来客数の動き  | ・ゴルフメジャー大会において、日本人ゴルファーが初めて優勝するなどの明るいニュースに加え、新型コロナウイルス禍においてゴルフは感染を避けられるスポーツとして注目を受けており、比較的高稼働率で推移している。一方で、企業主催のゴルフコンペや法人接待需要は皆無に近く、まん延防止等重点措置の適用前から感染を警戒する高齢層がプレーを控える動きが継続している。                     |
|    |         | 美容室(経営者)             | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの関係か、客の来店頻度が鈍っている。  |
|    |         | その他サービス[福祉輸送] (経営者)  | 来客数の動き  | ・3度目の緊急事態宣言によって、全体的に人出が非常に少なくなっており、来客数の減少が顕著である(東京都)。   |
|    |         | 設計事務所(経営者)           | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、民間の設備投資が非常に弱い。官庁案件の入札結果に頼らざるを得ないが、最低制限価格での競争が予想される。  |
|    |         | 設計事務所(職員)            | それ以外    | ・公共工事の発注に大きな変化は見受けられないが、民間の建築の動きが停滞している(東京都)。   |
|    |         | その他住宅[住宅資材] (営業)     | 販売量の動き  | ・一時的な需要増は見込めるが、建材の動きは落ちてきている(東京都)。  |
|    | ×       | 一般小売店[家電] (経理担当)     | 来客数の動き  | ・緊急事態宣言の影響で来客数が少ない。   |
|    | ×       | 一般小売店[家具] (経営者)      | 来客数の動き  | ・現在の景気は、来客数が少なくなっており、悪い。やはり、新型コロナウイルスの影響で生活が苦しくなってきたようで、耐久消費財は非常に悪くなっている(東京都)。  |
|    | ×       | 一般小売店[祭用品] (経営者)     | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大、まん延防止等重点措置の適用によりイベント、行事が行われず、需要が滞っている。  |

| 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   |
|----|---------|-----------------------|--------|--|
|    | ×       | 百貨店（広報担当）             | 来客数の動き | ・3度目の緊急事態宣言により大半のショップが当面休業となり、来客数が激減している（東京都）。   |
|    | ×       | 百貨店（営業担当）             | それ以外   | ・新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言再発出で、経済活動そのものが制限されている（東京都）。   |
|    | ×       | 百貨店（販売促進担当）           | それ以外   | ・緊急事態宣言再発出を受けて休業をせざるを得ず、大ダメージを受けている（東京都）。  |
|    | ×       | 百貨店（予実算担当）            | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の再発出による影響が出ている（東京都）。  |
|    | ×       | 百貨店（財務担当）             | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染対策としての緊急事態宣言再発出に伴う臨時休業の影響がある（東京都）。   |
|    | ×       | 百貨店（企画宣伝担当）           | お客様の様子 | ・都内店舗のように休業していると思っている客が見られる。来客数が落ちている。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（店長）            | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染拡大第4波により、緊急事態宣言が再発出され、当社が出店している大型商業施設のうち35%が休業している。比較的好調なEC売上の伸長も売上減に追い付いていない（東京都）。                                  |
|    | ×       | 衣料品専門店（営業担当）          | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で年配者が外出をしないため、衣料品など売れるわけもなく、57年間続いた店も毎月100万円の赤字が1年間も続き、商売の継続は不可能となった。   |
|    | ×       | 乗用車販売店（総務担当）          | 販売量の動き | ・決算後の反動により売上が大きく減少している。また、半導体不足の影響により生産遅れが生じており、登録できない状況になっている。  |
|    | ×       | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）     | それ以外   | ・新型コロナウイルス感染拡大第4波による緊急事態宣言、福島原子力発電所の汚染水海洋投棄決定の影響で、水産業界はひどい有様である（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 | ・当社運営のショッピングモールは東京隣接県にあるが、都内商業施設が休業でも、人は流れてきていない。全体的に消費者が外出を控えている様子がうかがえる。リアルを売りにするショッピングセンターとしては厳しい環境である。                       |
|    | ×       | 高級レストラン（経営者）          | 来客数の動き | ・酒類の提供自粛、時短営業で、予約もウォークイン客も激減している。  |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）          | 来客数の動き | ・4月は異動等もあり、歓送迎会のシーズンで、本来なら夜に団体での予約があるのだが、今月は1件もない。世間では、外に飲みに行くという行為自体が悪のようで見られているので、飲食業としてはどう対応するのがいいのか、本当に分からなくなっている。           |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）          | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が再発出される前は、週末など天候も良く、来客数がかなり増え、アルコールもよく出たので良くなっていたが、再発出後はアルコールが飲めないために単価が上がらず、また悪い方向にいつている（東京都）。                           |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）          | お客様の様子 | ・前同月に比べると、今期は緊急事態宣言下になかった分は売上が良かったのだが、3度目の緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の適用により、急に雰囲気変わった。首都圏と他の対象地域ばかりでなく、当社も含め、その地域及び地域内に取引先を持つ業者の困窮は必至である。 |
|    | ×       | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）       | それ以外   | ・緊急事態宣言の再発出を受けて休業している（東京都）。  |
|    | ×       | 都市型ホテル（支配人）           | それ以外   | ・まん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の再発出等の影響で、宿泊、飲食共に客足が途絶えている。   |
|    | ×       | 旅行代理店（従業員）            | それ以外   | ・新型コロナウイルスの変異株拡大のため、直近の案件のみならず7月の案件までキャンセルとなっている。今後更に新たなキャンセルが増加すると予想される。前年の第2波と同じ動き方である。  |
|    | ×       | 旅行代理店（従業員）            | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の適用と、緊急事態宣言延長の兆しのため、申込みがない（東京都）。  |
|    | ×       | 旅行代理店（営業担当）           | お客様の様子 | ・3度目の緊急事態宣言発出により、旅行の需要はるか客の来店さえもびたりと止まってしまっている。2週間で解除予定と報道されているが、ゴールデンウィークの旅行需要は全く期待できない。  |

| 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  |
|-----------------------------|---------|------------------------------------|------------|---|
|                             | ×       | タクシー運転手                            | それ以外       | ・新型コロナウイルスの感染拡大で、12日からまん延防止等重点措置が適用され、飲食店の営業時間が午後9時までだったところ再び8時まで短縮され、夜の需要が激減し大打撃を受けた。その上、25日からは3度目の緊急事態宣言が発出され、今度こそ完全にタクシー需要がなくなっている（東京都）。                             |
|                             | ×       | タクシー運転手                            | お客様の様子     | ・2度目の緊急事態宣言が明けたときは、昼、夜と客の利用が戻りつつあったが、まん延防止等重点措置の適用でまた利用が減った。利用客が少なければ少ないほど、国の要請を守っていることになるので、暇になるのは当然のことである。耐えるしかない。  |
|                             | ×       | タクシー運転手                            | 来客数の動き     | ・月の前半は何とか客の動きが少し増えたが、まん延防止等重点措置並びに緊急事態宣言の発出で、やはり夜の人の動きが全くといっていいほどなくなってしまっている（東京都）。  |
|                             | ×       | タクシー（団体役員）                         | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス感染が県内に広がり、緊急事態宣言が東京と同じレベルで再発出されたら、タクシー業界は壊滅的な打撃を受ける。  |
|                             | ×       | ゴルフ場（従業員）                          | それ以外       | ・4都府県に緊急事態宣言が再発出され、これまで以上に営業の自粛が求められる。既に弱体化した企業には大打撃となる。国民の命が第1であるが、景気までは守れない。また、変異型の新型コロナウイルスは、なかなか封じ込めが困難である。早くワクチン接種を進めてもらいたい。今のままで東京オリンピック開催は恐ろしい。                  |
|                             | ×       | その他サービス<br>[フィットネス<br>クラブ]（マネージャー） | それ以外       | ・新型コロナウイルス感染拡大防止のための緊急事態宣言再発出の影響がある（東京都）。   |
|                             | ×       | 住宅販売会社<br>（経営者）                    | 来客数の動き     | ・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内数か所に保有している賃貸用ホテルは、観光客及びビジネス客が極端に減っているため、ホテル運営業者から約定している賃料がほとんど入って来ない。また、建設業では、公共工事以外は新規プロジェクトが少なく、民間からの受注もほとんどない。                         |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) |         | 金属製品製造業<br>（経営者）                   | 受注量や販売量の動き | ・当社の関連する建設機械業界は、ピーク時と同等の生産量であり、今後もこの傾向が続くと予想されている。  |
|                             |         | 通信業（広報担当）                          | 受注量や販売量の動き | ・前年同月の反動があるものの、絶対的な数値も悪くない（東京都）。  |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営者）               | 受注量や販売量の動き | ・3か月前と比べれば受注量は増えている。ただし、新型コロナウイルス以前よりは悪い（東京都）。  |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（営業担当）              | 受注量や販売量の動き | ・印鑑、ゴム印、名刺印刷などを行っている。今月は法人設立の動きが多く、会社設立関係の注文が12本あった。通常は月3～4本である。うち6本は1社からで、子会社を2つ作るの、1社ごとに3本の注文である。普通は1社1本ということが多く、せいぜい2本くらいである。問屋への支払も、通常月15万円のところ、今月は20万円となっている（東京都）。 |
|                             |         | 一般機械器具製造業<br>（経営者）                 | それ以外       | ・ゴールデンウィーク前に在庫を吐き出すという、例年どおりの取引先の発注の仕方のため、一時的に仕事量が多くなっており、残業時間なども増えている。   |
|                             |         | その他サービス<br>[ディスプレイ]（経営者）           | それ以外       | ・従来の案件は減っているが、業態転換により新規問合せが増えてきている（東京都）。  |
|                             |         | その他サービス<br>業[警備]（経営者）              | 受注量や販売量の動き | ・新規入札案件を受注し、売上げが見込める。   |
|                             |         | その他サービス<br>業[情報サービス]（従業員）          | 受注量や販売量の動き | ・新年度が始まり、新たな受注案件が増えてきている。   |
|                             |         | 食料品製造業<br>（経営者）                    | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量が3か月前に戻ってしまった感じがある。   |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営者）               | 受注量や販売量の動き | ・元請から仕事の話はあるが、なかなか成約には至らない。   |



| 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  |
|----|---------|-------------------------------------|----------------|---|
|    |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営<br>者）            | それ以外           | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響から、取引先の業績が悪化しており、受注も減少し続けている。良い方向にいくよう願うばかりである。  |
|    |         | 化学工業（総務<br>担当）                      | 受注量や販売量<br>の動き | ・3か月前と比べれば、主用途向け需要期のため、足元の仕事はある程度確保できているが、前々年と比べると下げ幅が大きく、回復の兆しが見えない。悪いままである。   |
|    |         | 金属製品製造業<br>（経営者）                    | 取引先の様子         | ・新型コロナウイルスの影響で得意先の仕事が少なく、新しい仕事が来ない。新年度計画が動き始めればと期待している。   |
|    |         | 精密機械器具製<br>造業（経営者）                  | 取引先の様子         | ・半導体関係、産業用輸送機などの取引先の状況は大きく改善されており、さばききれないほどの受注量がある。しかし、社内のキャパシティがなく、断らなければならない状態になっている。   |
|    |         | 建設業（従業<br>員）                        | 受注量や販売量<br>の動き | ・見積件数が減っている。  |
|    |         | 輸送業（経営<br>者）                        | 受注量や販売量<br>の動き | ・新年度になっても、特に現況が好転する要因も気運もなく、取扱量の低迷が続いており、厳しい状況にある（東京都）。   |
|    |         | 輸送業（経理担<br>当）                       | 受注量や販売量<br>の動き | ・繁忙期に入り物量が増えてきているが、燃料代や人件費が上がっているため、厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 輸送業（総務担<br>当）                       | 取引先の様子         | ・繁忙期の物量が増えなかった。また、新型コロナウイルスの影響は少ないものの、思った以上に物量が増えていない。  |
|    |         | 金融業（従業<br>員）                        | 取引先の様子         | ・新型コロナウイルスの感染拡大が収まらないので、取引先では外国人労働者を確保できず、人手不足に非常に悩んでいる。売上の増加に結び付いていない。   |
|    |         | 金融業（支店<br>長）                        | 取引先の様子         | ・新型コロナウイルス感染拡大が鎮静化しないため、企業も設備投資を控える動きがある。   |
|    |         | 不動産業（総務<br>担当）                      | 取引先の様子         | ・3度目の緊急事態宣言が発出されたが、3か月前と変わらずオフィステナントは出社率を下げたままなので、ビル内の就業人口が少ない。そのあおりで飲食テナントも売上が伸びない状況が続いているため、賃料の減額期間延長の要請が後を絶たない（東京都）。   |
|    |         | その他サービ<br>ス業〔ビルメン<br>テナンス〕（経営<br>者） | 受注量や販売量<br>の動き | ・新規契約の時間単価は、労働力不足の実勢を反映した適正価格で契約しているが、既存契約についてはデフレ下での単価のまま変わらず値上げできずにいる（東京都）。   |
|    |         | その他サービ<br>ス業〔映像制作<br>〕（経営者）         | 受注量や販売量<br>の動き | ・例年、新年度関係の研修の撮影や編集などの受注があるが、今年は会合自体がなくなったため、受注が減っている（東京都）。  |
|    |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（営業<br>担当）           | それ以外           | ・帰宅途中にある飲食店街では、閉店の知らせが更に増えている（東京都）。   |
|    |         | プラスチック製<br>品製造業（経営<br>者）            | 受注量や販売量<br>の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、化粧品容器、特に口紅容器の受注が一向に回復しない。それどころか、更に減少している。  |
|    |         | その他製造業<br>〔靴〕（経営<br>者）              | 取引先の様子         | ・東京方面の得意先とは前年4月に取引を止めて、京都の得意先とやっている。頑張ってもらって、何とかつなぎを作っている。  |
|    |         | 建設業（経営<br>者）                        | 競争相手の様子        | ・計画案件がほぼなくなってきている。設備投資もなくなってきている。   |
|    |         | 輸送業（経営<br>者）                        | 受注量や販売量<br>の動き | ・定期案件が増えたが、荷主都合で削減されている（東京都）。   |
|    |         | 金融業（総務担<br>当）                       | 取引先の様子         | ・取引先の様子は、まん延防止等重点措置が適用され、対応する飲食業やサービス業の売上が低迷している。不動産業は、リモートワークが増えたことで自宅を購入する客が増えているが、他社との競合で地価が上昇し、商品物件になる土地が手に入らないので、売上が減少傾向にある。ここにきての緊急事態宣言再発出も、関連業種にとっては打撃であり、景気減退要因になっている（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  |
|-------|---------|----------------------|--------------|---|
|       |         | 金融業（役員）              | 取引先の様子       | ・緊急事態宣言再発出の影響もあり、取引先全ての業種で業況が低下しており、特に、卸売業、建設業が大幅に低下している。卸売業では、2月下旬から仕入原価が値上げとなり、リピート品でも再見積りとなること等が多く、受注までの手続に時間が掛かり、売上予測が立てにくい。建設業では、仕事量は増加しているものの、利益率が低下しており、また人材不足が課題となっている。 |
|       |         | 不動産業（経営者）            | 競争相手の様子      | ・緊急事態宣言が前月21日に解除されたが、まん延防止等重点措置が適用され、特に飲食関係の人たちは苦勞しているようである。我々も一切行かないので寂しいものである。売買仲介業者は動きが順調のようだが、賃貸業務は低調である。加えて、3度目の緊急事態宣言が発出され、皆、更に苦しんでいる（東京都）。                               |
|       |         | 広告代理店（従業員）           | 受注価格や販売価格の動き | ・4月以降はイベント関連も開催に向けた準備で動き出していたが、新型コロナウイルス感染第4波の影響で、5～6月のイベントはほとんどが中止になっている。  |
|       |         | 広告代理店（営業担当）          | 受注価格や販売価格の動き | ・前年、前々年に比べると相談件数、宣伝予算共に少なくなっている（東京都）。   |
|       |         | 社会保険労務士              | 取引先の様子       | ・まだまだ休業をしている会社が多数見受けられる（東京都）。   |
|       |         | 経営コンサルタント            | 取引先の様子       | ・営業時間短縮などによる直接的な売上減少のほか、消費者の行動制限などが経営を圧迫している。   |
|       |         | 経営コンサルタント            | 取引先の様子       | ・金属加工の中小製造業では明暗が分かれてきている。電気自動車関連部品は急な増産傾向にある。また、電気自動車や5G関係と思われる半導体関連の部品についても大增産が始まっている。その他の製造分野は相当減少しており、雇用調整助成金などを頼りにしつつ、時短、休業をしている（東京都）。                                      |
|       |         | 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   | ・取引先工場等の稼働率が下がってきており、前年同様、受注量が新型コロナウイルス以前の2年前と比べて25%程度減っている。  |
|       |         | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・大型案件が減り、受注量も減少傾向にある（東京都）。  |
|       | ×       | 食料品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・酒屋なので、これまでも時短営業で非常に悪かったが、ここにきて酒を飲むこと自体を駄目とされているので、最悪である（東京都）。  |
|       | ×       | 出版・印刷・同関連産業（所長）      | それ以外         | ・ゴールデンウィークに向けたイベント等、集客案件が緊急事態宣言の再発出に伴い全てストップとなっている。   |
|       | ×       | プラスチック製品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・このところ動いているのは医療関係だけで、その他は全滅である。特に、当社の製品が使われるディスプレイ関係はほとんどない。交通、その他設備関係でも非常に動きが鈍くなっており、引き合いもほとんどない。  |
|       | ×       | 建設業（経営者）             | 受注価格や販売価格の動き | ・他業種の景気悪化が間接的に当業界にも及んできている。   |
|       | ×       | 建設業（経営者）             | それ以外         | ・新型コロナウイルスの影響で、個人も法人も大規模な出費を抑えている。  |
|       | ×       | 税理士                  | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルス感染拡大から1年が経過したにもかかわらず、ワクチン接種は思うように進まず、3度目の緊急事態宣言発出で衣料品、旅行などは打撃を受けたままである。東京オリンピックの開催も危ういなか、景気回復の兆しは見えない。  |
| 雇用関連  |         | 人材派遣会社（営業担当）         | 雇用形態の様子      | ・派遣契約の継続率が高い（東京都）。  |
| (南関東) |         | 人材派遣会社（社員）           | 求人数の動き       | ・求人数は増加傾向で人手不足感が強くなってきている。  |
|       |         | 人材派遣会社（社員）           | 周辺企業の様子      | ・ワクチン接種コールセンター、飲食店におけるまん延防止等重点措置の巡回チェック等、新型コロナウイルス関連の業務が活況を呈している。   |
|       |         | 人材派遣会社（営業担当）         | 周辺企業の様子      | ・エンジニアの派遣需要は、僅かではあるものの上向きになりつつある。   |

| 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   |
|----|---------|-----------------|---------|--|
|    |         | 求人情報誌制作会社（営業）   | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルス以前の2年前から比較すれば、決して良いとは言えないが、ここ数か月のなかではやや良くなっているという印象である。ただし、ここきて緊急事態宣言が再発出されたことから、再び景気が落ち込んでいく可能性は十分にある。短期間でどこまで感染者数を抑えられるかに掛かっている。 |
|    |         | 人材派遣会社（社員）      | それ以外    | ・自社の業績等に変化はないが、自身を含めた個人の消費状況は新型コロナウイルスの影響で長期的に停滞している（東京都）。   |
|    |         | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き  | ・求人数は落ち込んだままで復調の様子は無い。前年比7割までは戻ったが、それ以上にはならない（東京都）。  |
|    |         | 人材派遣会社（支店長）     | それ以外    | ・例年3月は派遣スタッフの入替えが多い時期だが、今年は例年と比較して辞めるスタッフがかなり少ない。他社も同様のようで、後任枠での受注が少ないため、大きく業績が下がることもないが上がることもない（東京都）。                                       |
|    |         | 人材派遣会社（経理担当）    | 採用者数の動き | ・新型コロナウイルスの影響により、派遣就業先各企業にて、年度末の3月での派遣契約終了があると想定し、契約件数が減少すると思っていたが、例年と同様の推移となっており、大きな変動はない（東京都）。   |
|    |         | 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ワクチン接種に関連した期間限定的な案件は継続的にあるものの、長期案件は少ない。  |
|    |         | 求人情報誌制作会社（広報担当） | 採用者数の動き | ・緊急事態宣言下にあるが、社内では転職する者も多く、中途採用をしている。新型コロナウイルス禍であることや景気には余り左右されずに採用活動が行われているように感じる（東京都）。  |
|    |         | 職業安定所（職員）       | 求職者数の動き | ・新規求人数は毎月2割以上減少する状態が続いていたが、直近の月は前年同月並みに戻っている。ただし、新規求職者数も増加割合が拡大している。一方、就職者数は前年度比2けたの減少が続いていたが、直近は大幅に圧縮され、前年同月水準に戻っている。                       |
|    |         | 民間職業紹介機関（経営者）   | 採用者数の動き | ・合同イベントに参加する企業は例年と変わらないように思われるが、個別に主催する会社は少なく、予算を掛けずに実施している企業が多い（東京都）。   |
|    |         | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き  | ・派遣における求人数は3か月前比70%強となっており、新型コロナウイルス以前の2019年同月比でも70%強の水準となっている。一方、2020年以降、希望退職制度や個別退職勧奨を実施している企業も多く、今後も要員の最適化が水面下で続いていくことが予想される（東京都）。        |
|    |         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、長期にわたって採用を抑制する企業が増えている。特に、生活関連、娯楽サービス、飲食、宿泊サービス業において顕著である（東京都）。   |
|    |         | 民間職業紹介機関（経営者）   | 採用者数の動き | ・先の見通しが立たないというか、良くないという不安があるので、ここで採用、従業員の増加など、新部署の増員はしにくい（東京都）。  |
|    | ×       | 求人情報誌制作会社（所長）   | 求人数の動き  | ・仕事がなくなったと話す客が増えてきている。   |
|    | ×       | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き  | ・状況は全然良くならない。募集自体が本当に限られており、最悪である。   |

#### 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<br>(甲信越) |         | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | お客様の様子 | ・今月も仏壇処分が多く、永代供養合葬墓に入れたいという依頼が多い。   |
|                 |         | 商店街（代表者）          | 販売量の動き | ・当店では学校指定の体育衣料を主に扱っている。4月初めの販売では、前年並みだと思っていたが、毎日のように、1着買ったが、もう1着クラブ活動等で欲しいといった追加注文を受けており、大変驚いている。思っていたよりも景気が良い。 |

| 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 | ・行楽等で遠出をしない人たちが、家で過ごすために買いためをしているようで、買上点数が多い。朝食から夜食までと思われる商材を一気に買っている人が多い。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）    | 来客数の動き | ・季節的なトレンドから、上昇している。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・新車、中古車共に販売は上向いてきている。  |
|    |         | 自動車備品販売店（従業員）  | 単価の動き  | ・ここ最近では前年比で来客数は10%以上増え、客単価も上がっているため、良くなっている。   |
|    |         | その他専門店〔酒〕（店長）  | 来客数の動き | ・緊急事態宣言発出前から、家飲みのお客がやや増えてきているようである。特に、首都圏で酒の提供ができないということで、県外客らしき人も見受けられる。また、非常に厳しい状況だが、今後も難しい局面になってくると考えている。現状は1月と比べて、少し良くなったかと思うが、この先、どこで変わるかわからない。   |
|    |         | 観光型旅館（経営者）     | 販売量の動き | ・1～2月は予約がほぼ全てキャンセルとなり、長期間休業に追い込まれる最悪の状況だった。それと比べれば、4月の休業は8日ほどなので、まだ良い状況である。とはいえ、1か月に8日も休業して平均客室稼働率が20%以下で、「まだ良い」と言っているとは、感覚が麻痺しているとは思えない。              |
|    |         | タクシー運転手        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス関連の情報次第で、どうなるか先行きは分からない状態である。  |
|    |         | 観光名所（職員）       | 来客数の動き | ・コース変更を強いられた修学旅行が、当地へ訪れている。新型コロナウイルス前と比較すれば、少ないながらも一般の観光客も動き始めている。   |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）    | 販売量の動き | ・中古別荘販売に動きが見られるようになってきている。   |
|    |         | 商店街（代表者）       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置、緊急事態宣言と立て続けに発出され、観光客が外出を自粛しており、厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス禍のなかでの生活も、安定している様子がうかがえる。ワクチン接種を始め、終息にまだ先が見えず、出費を控えているようで、商材の動きも緩やかである。  |
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・イベント等を開催しても、客の動きが少ない。   |
|    |         | スーパー（経営者）      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、周辺の居酒屋等は売上を落としている。当店は前年比で売上6%増、来客数同比1%減となっている。前年より少ないがイベントも行われているので売上は伸びているものの、2年前と比べて売上は17%減、来客数は25%減となっている。コロナの影響はまだしばらく続きそうで大変困っている。 |
|    |         | コンビニ（店長）       | お客様の様子 | ・当店近くに新しい道路が1本できて、影響があるかと思っていたが、特別なかった。客の流れも特別大きく変わってはいない。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）    | 来客数の動き | ・相変わらず人出がなく、売上もない。   |
|    |         | 家電量販店（店長）      | 来客数の動き | ・前年に比べ、集客が8割にとどまっている。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・車検、一般整備は3～4月と微増ではあるものの、目標値を超え、順調といえる。車両販売は、今月は低迷しており、特に、新社会人からの問合せ等が非常に少ないことに驚かされている。今月に入り、再び、東京都に緊急事態宣言が発出され、少なからず当県にも影響があるのではないかと懸念している。            |
|    |         | 一般レストラン（経営者）   | 来客数の動き | ・前年の今頃より悪い。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）   | お客様の様子 | ・低調気味なものの、新規の来客も見受けられる。行動範囲が自粛要請で規制され、これまで遠出していた客が来ているのかもしれない。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）   | 来客数の動き | ・3か月前の1月は大雪で客足が途絶えた。今月は来客数が10%程度は増えているものの、ここに来て首都圏での緊急事態宣言発出で、動きが鈍くなっている。最終的に1月の売上と変わらない。  |

| 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  |
|-----------------|---------|---------------------------|------------|---|
|                 |         | 旅行代理店（副支店長）               | 来客数の動き     | ・1月は緊急事態宣言発出で客の動きが止まり、解除されて少し動きが出てきたものの、再度「まん延防止等重点措置」や3度目の緊急事態宣言発出によって、県の新型コロナウイルス感染警戒レベルも上がってしまい、旅行者の動きが再び止まっている。 |
|                 |         | 通信会社（経営者）                 | お客様の様子     | ・地方でも新型コロナウイルス感染者数が増加しており、今後の不透明感が更に増大し、加入や解約の動きが止まっている。  |
|                 |         | 通信会社（社員）                  | 販売量の動き     | ・特段、強調材料はなく、良くも悪くもない。逆に言えば、自粛や新型コロナウイルスの影響も特に受けていない。  |
|                 |         | ゴルフ場（経営者）                 | 来客数の動き     | ・旅行に行けない、イベントはない、帰省できないと、移動が制限されるなか、密を避けられるゴルフ場には、追い風となっている。  |
|                 |         | 設計事務所（経営者）                | 来客数の動き     | ・手が回らない状況からは落ち着いてきている。  |
|                 |         | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き     | ・人口10万人当たりの新型コロナウイルス感染者数でも低位にある当地だが、他地域の緊急事態宣言の様子は報道などで入ってくるため、気分的に外出自粛となり、商店街への客足は途絶えている。                          |
|                 |         | スーパー（経営者）                 | 来客数の動き     | ・最初の緊急事態宣言から1年が経過し、新型コロナウイルスが感染拡大しても客に慣れがあるため、来客数、買上点数共に減っている。  |
|                 |         | コンビニ（経営者）                 | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの影響で、若干来客数が伸び悩んでいるため、客への販売量も伸び悩んでいる。  |
|                 |         | 高級レストラン（経営者）              | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス感染拡大第4波による影響で、予約キャンセル、外出自粛要請等で、経営が圧迫されている。  |
|                 |         | 都市型ホテル（支配人）               | お客様の様子     | ・3度目の緊急事態宣言が4都府県に発出されたため、予約のキャンセルが増えてきている。  |
|                 |         | 遊園地（職員）                   | 来客数の動き     | ・学生団体の受入れや家族連れの入園が増加傾向にあったものの、3度目の緊急事態宣言が発出されたことを受け、最終週の日曜日は集客減となっている。  |
|                 | ×       | 衣料品専門店（経営者）               | 来客数の動き     | ・一段と新型コロナウイルスの収束が見えず、前年以上に商店街にも人がいないので、売上が悪くなってきている。  |
|                 | ×       | スナック（経営者）                 | 来客数の動き     | ・あれだけ「会食するな」とテレビで報道されたら、客は減る。どうにもならない。  |
|                 | ×       | スナック（経営者）                 | 来客数の動き     | ・来客数の動きと回答したが、客の様子なども気になる。いずれにしても、新型コロナウイルスは怖い感染症で、本当にどうしてよいか分からない。   |
|                 | ×       | 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感染拡大やそれに伴う緊急事態宣言等で、非常に落ち込んでいる。人の動きが少なく、特に、夜の利用はほとんどない。   |
|                 | ×       | その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（経営者） | 来客数の動き     | ・開店時から夕方までは、シニア層を含めある程度の来客はあるものの、夜間の客の動きが全く感じられない。緊急事態宣言が再発出され、これから更に厳しくなるのではないかと。                                  |
|                 | ×       | その他サービス [ 貸切バス ]（経営者）     | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの感染拡大により、一般の貸切バスの仕事はもちろん、学生向けの仕事も全てキャンセルになっている。   |
| 企業動向関連<br>(甲信越) |         | 電気機械器具製造業（経営者）            | 受注量や販売量の動き | ・当社で量産案件が動き始めたため、やや良くなっている。   |
|                 |         | 金融業（調査担当）                 | 取引先の様子     | ・製造業は半導体需要の増加に伴い景況感が改善した一方、非製造業は新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い悪化し、2極化が拡大している。   |
|                 |         | 食料品製造業（総務担当）              | 受注量や販売量の動き | ・今月の売上は計画には何とか追いついているが、目標自体がやや低めの設定となっているので、そのままの評価はできない。   |
|                 |         | 窯業・土石製品製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き | ・地域の新型コロナウイルス感染警戒レベルの影響で、ワークショップの予約等は制限せざるを得ない状態である。  |
|                 |         | 建設業（経営者）                  | 受注量や販売量の動き | ・少しずつではあるが、受注量は回復している。  |

| 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  |
|----------|---------|-------------------------|------------|---|
|          |         | 金融業（経営企画担当）             | 取引先の様子     | ・3か月前と比べて富士山周辺地域への観光客は、徐々に増加し、新型コロナウイルス禍とはいえ、観光関連業を中心に、景気は上向いている。しかし、他業種の取引先の状況等を総合的に勘案すると、変わらないという回答が妥当と判断する。  |
|          |         | その他製造業<br>[宝石・貴金属]（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・月初、小売店は売上回復基調にあり、客単価も2割ほど上昇していた。街に人が出てくるようになり、ゴールデンウィークに向けてイベントも企画し、商材の調達にも前向きだった。しかし中旬からは、新型コロナウイルスの影響で、まん延防止等重点措置が実施され、催事に来場予定であった客から次々とキャンセルの連絡が入り、集客減、売上低迷につながった。更に25日からの緊急事態宣言の再発出で、百貨店は休業せざるを得ず、東京、大阪の百貨店を始め、催事は軒並み中止となっている。 |
|          |         | 新聞販売店[広告]（総務担当）         | 取引先の様子     | ・各種イベントや飲食、宿泊等、人の往来による売上が主体の企業からの厳しいとの声が大きくなっている。新型コロナウイルス禍で売上減となるなか、わずかな収入でもと工夫してつないできたが、出口の見えない状況に「限界に近い」、「体力がある企業は良いが、中小は新たな事業を始めるのも難しい」といった経営者からの話が多く聞かされている。   |
|          | ×       | 食料品製造業（製造担当）            | 取引先の様子     | ・スーパーでの販売点数が、日ごとに悪くなってきている。   |
|          | ×       | 食料品製造業（営業統括）            | 受注量や販売量の動き | ・インターネットによる販売はあるものの、近隣の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出による影響で、工場見学者はほとんど来ない。また、飲食店、宿泊施設からの注文も激減している。  |
| 雇用<br>関連 |         | -                       | -          | -   |
| (甲信越)    |         | 求人情報誌製作会社（経営者）          | 周辺企業の様子    | ・求人掲載件数は徐々に増えてきている。多店舗を運営する地域の飲食店では3月始めから正社員やアルバイトを募集しているが、応募者が極端に少なく、人手不足のために売上が減少している店もある。  |
|          |         | 職業安定所（職員）               | 求人数の動き     | ・前月、緊急事態宣言解除に伴い、サービス業、特に、宿泊業や飲食業からの求人が増加し活気が戻りつつあったが、都市圏の新型コロナウイルスの感染者数がリバウンドしたことで事態が悪化し、3か月前の状況に戻ってしまっている。   |
|          |         | 職業安定所（職員）               | 求人数の動き     | ・緊急事態宣言には強制力もなく形骸化しており、経済活動に良い影響を与えない。  |
|          |         | 民間職業紹介機関（経営者）           | 求人数の動き     | ・求人は増えてきているものの、正社員採用については慎重な姿勢が続いている。   |
|          |         | 人材派遣会社（営業担当）            | 雇用形態の様子    | ・採用条件等は更に厳しい状況の上、合否判定に時間が掛かりチャンスロスが発生している。そのため、就職活動がうまくいかず、収入がないので消費に回るわけがない。貧富の差が一層拡大している。   |
|          | ×       | -                       | -          | -   |

## 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<br>動向<br>関連<br><br>(東海) |         | 一般小売店[土産]（経営者） | 来客数の動き | ・当地の観光客の動向は、コロナ禍での自粛慣れと自粛疲れからの脱却の繰り返しで増加したり減少したりである。学生は授業なし、サラリーマンはリモートワークという名の出勤なしの状況で、10～30代のマイカーで来て食べ歩きをする客が主流となり、本来の観光客のような土産物の売上には結び付かない。平均客単価は半分である。観光バスによる団体客はゼロに近い。 |
|                            |         | スーパー（店長）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の影響もあり、2～3か月前と比較すると、平日を中心に夜間の来客数が増えており、売上はまたやや伸びてきている。   |
|                            |         | コンビニ（企画担当）     | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されたが、これまでの緊急事態宣言時と比較してそれほどの落ち込みは感じられない。3月よりも若干回復傾向にある。  |

| 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   |
|----|---------|-----------------|--------|--|
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・前年は緊急事態宣言中だったため、前年比では全てのカテゴリーが改善傾向で、前月と比較して来客数はプラス8%、エンターテインメント・お買い得キャンペーンの対象商品群のファーストフードや飲料はプラス5～8%改善している。   |
|    |         | コンビニ（店員）        | 来客数の動き | ・暖かくなり外出する人が増えた。新発売のビールが好評で即完売になったり、いろいろなセールがあり売上も好調である。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）     | 販売量の動き | ・半導体の不足から車の納期に時間が掛かるようになり、消費者も早めに発注する動きがある。  |
|    |         | その他飲食[仕出し]（経営者） | 販売量の動き | ・コロナ慣れで、緊急事態宣言が出ていようが余り変わらない状況になってきた。  |
|    |         | ゴルフ場（支配人）       | 来客数の動き | ・このところ入場者は順調に推移している。天候に恵まれていることもあるが、コロナ禍においても入場者数は好調である。1月が積雪等で不調だったため、今月は3か月前よりやや良くなったと判断する。  |
|    |         | 設計事務所（経営者）      | 来客数の動き | ・これ以上は悪くならないという意味で、やや良くなる。   |
|    |         | 商店街（代表者）        | お客様の様子 | ・大型ショッピングセンターや複合型商業施設等の店舗は多くの客でにぎわっているようだが、対照的に従来の商店街、小売店にはほとんど来客がない。  |
|    |         | 商店街（代表者）        | お客様の様子 | ・やはり新型コロナウイルスの影響で、客足が全くない状態である。  |
|    |         | 商店街（代表者）        | お客様の様子 | ・ほぼ集客に関しては変わらない。   |
|    |         | 一般小売店[生花]（経営者）  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染を心配して来店をためらっている高齢者が最近多いように感じている。しばらく顔を見ていない客も多く、回数を減らしているようにも見受けられる。   |
|    |         | 一般小売店[書店]（営業担当） | 販売量の動き | ・コロナ禍でも新年度用の受注量には余り変化がなく確保できている。   |
|    |         | 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き | ・来客数が減っている。平日の昼間は高齢の客が散歩がてらに入ってきて少し話をして帰る。土日は駅には人がたくさんいるが売場は結構閑散としており、平日の昼間よりも少し来客数はあるが厳しい。売場を散歩のように通り抜けていく客、販売員と話をするだけの客、試着だけの客、インターネット購入のためか商品情報を入手するだけの客が多く、売上は厳しい。 |
|    |         | 百貨店（営業担当）       | 来客数の動き | ・来客数は、前年を上回ってきているが前々年比だと7割の水準である。  |
|    |         | 百貨店（業績管理担当）     | 販売量の動き | ・3月までは徐々に来客数、店頭売上が回復してきたが、4月に入って周辺都県でのまん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の発出を受け、再度来客数・店頭売上の回復が鈍くなってきている。  |
|    |         | 百貨店（販売担当）       | お客様の様子 | ・徐々に戻りつつあった来客数も、まん延防止等重点措置が出てからは厳しい状況になってしまった。新作の投入により客の購入はあるが、目的買いがメインで回遊客は少ない。4都府県で緊急事態宣言が出てからは、東海地方でもまた発出されるかもしれないという不安もある。   |
|    |         | スーパー（販売担当）      | 販売量の動き | ・日配品の廃棄額が減っている。高額でも半額なら買う。収入減少でもおいしい物がお買い得なら買われているように感じる。  |
|    |         | スーパー（販売担当）      | 来客数の動き | ・平日の来客数は少ないが、土日は家族連れで来店がある。平日分を土日でカバーしており、売り売上は変わらない。  |
|    |         | スーパー（営業企画）      | お客様の様子 | ・コロナ禍での生活様式が安定してきており、感染状況による購買状況の上がり下がりの幅が小さくなってきている。ただし、全体的な消費は、客単価を中心に徐々に低下しているように感じる。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・前年比では回復傾向にみえるが、前々年比でみると余り変わっていない。   |
|    |         | コンビニ（店長）        | 来客数の動き | ・前年の数値はちょうど緊急事態宣言が発出されていた時期と重なるため良くなっているが、前々年と比べると5割減であり、まだまだ良くない。   |

| 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  |
|----|---------|----------------------|--------|---|
|    |         | コンビニ（本部管理担当）         | 来客数の動き | ・既存店は前年比110%であった。前年のコロナ禍の状況に鑑みれば当然の結果である。前月比で比較した場合は横ばいであった。結果的に身の回りの景気に大きな変化は感じない。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）          | 単価の動き  | ・4月中旬からなじみ客の来店が意外と多く、いつもは単品買いの客も複数買ってくれた。新型コロナウイルスで都心への外出がはばかれるため、個店の専門店であれば大丈夫だという理由で来店してくれた。  |
|    |         | 衣料品専門店（売場担当）         | お客様の様子 | ・客の買い控え等もなく、売上高に大きな影響を及ぼしていない。  |
|    |         | 衣料品専門店（販売企画担当）       | 来客数の動き | ・客の来店がほとんどないままである。売上も上がらない。   |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）         | 販売量の動き | ・例年4月は、決算セール後の反動で販売台数は少ないが、特に今年は販売台数も来客数自体も少ない。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）          | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの脅威はあるが、生活していくなかでの慣れもあり、来客数はやや少ないながらも必要な作業のためには訪れてくれる。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・前年は消費税増税の影響と新型コロナウイルス対策の自粛開始の影響もあったが、今年は前年を上回り、正常とはいえないまでもコロナ禍前に戻りつつあるのではと思う。ただし、半導体不足で今までに聞いたことがないような減産になっているので、需要に供給が追いついていない状況が心配である。 |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・新車効果もあり販売台数は前年並みで維持しているが、同系列ディーラー同士の販売競争も激しくなってきた。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染対策を考え、客との積極的な面談対応ができず、直接会う機会が極端に減っている状態が続いている。懇意にしている客であっても直接面談し会話する時間は限られ、客に不快感を与えないよう気を遣う。今の状況では新規客との商談機会がなかなか生まれず、苦勞している。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・問合せのアクセス数は多いが、だからといってよく売れるかというとそうでもなく、悪くはなく少し良いという状況である。この3か月をみても余り目立った動きはなく、まあまあ売れており悪くはない。   |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）         | 販売量の動き | ・年明けから3か月以上経過し年度も替わったが、一向に盛り上がる気配はない。しかし、大きく下がる気配もない。緊急事態宣言が出て解除されても、大きな変化がない。  |
|    |         | 住関連専門店（営業担当）         | 販売量の動き | ・住宅、その他建築物に関しては、新築物件は様子見で、リフォーム事業では細かい物件は始まった。ただし、商業施設・店舗などの改装・新築などは延期や一部中止の物件もある。新型コロナウイルスの影響が大きい。                                       |
|    |         | その他専門店〔書籍〕（店員）       | 来客数の動き | ・例年忙しい時期ではあるが、巣籠り需要もあり売上は全体的に伸びている。ただ前年が新型コロナウイルスの影響もあり今年よりもより巣籠り需要が大きかったため、前年よりは5%ほど売上は落ちている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）         | お客様の様子 | ・コロナ禍により全く来店しなくなった客も多く、来店するのは、ほぼ近所の客のみとなった。   |
|    |         | その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | 販売量の動き | ・個人消費は、予想していたよりは落ち込みが少ない。コロナ禍であっても消費意欲はある。一方で業務用の落ち込みは著しい。  |
|    |         | 観光型ホテル（支配人）          | 来客数の動き | ・宿泊者数は前年の100%超えであっても、予算・前々年比では40%といった具合で悪化状態に変わりはない。一般宴会は前年の400%ではあるが前々年の20%と一向に回復の兆しはない。食堂は新たに出された県独自の非常事態宣言により時短営業が課され、これもまた悪化したままである。  |



| 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  |
|----|---------|-----------------|--------|---|
|    |         | 旅行代理店（経営者）      | 販売量の動き | ・連休直前の一部都府県の緊急事態宣言、当地のまん延防止等重点措置などで前年同様の外出自粛が続くので、2か月前まではあった予約も全てキャンセルになり、絶望的な状況である。新型コロナウイルスのワクチン接種に望みをつないでいるが、一旦この感染拡大を食い止めて減らさないと、どうにも旅行どころではない雰囲気になっていて、6月のGo To Travelキャンペーン再開は難しそうである。これが夏休みまで食い込めば更に厳しいので、旅行業も中小を問わず何とか助けてほしい。 |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）     | お客様の様子 | ・3回目の緊急事態宣言が4都府県に発出され、また県独自の非常事態宣言やまん延防止等重点措置が出て旅行申込みは依然ないため、底辺をさまよっている状態に変わりはない。僅かに申込みのある旅行が取消しになったり人数が減少したり、ここ数か月前と変わらず悪い。  |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）     | お客様の様子 | ・団体旅行は依然皆無であり、キャンセルされる案件すらない状態である。会話のなかでも、旅行と付く言葉が全て悪のキーワードになりつつある印象を受けている。   |
|    |         | タクシー運転手         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのせいだけではなく、夜の繁華街の飲食店は非常に人が少ない。なかなか上を向いて歩けない。いつ元に戻るのか不安である。来客数や街の人出が少ないことが一番大きな原因だと考える。   |
|    |         | タクシー運転手         | お客様の様子 | ・当地でもまん延防止等重点措置が適用され、また緊急事態宣言時と同じ状態になった。非常に客の行動も敏感で、今回は行政を始め見回り隊などが夜の繁華街を回っており、今まで以上に夜8時にびたっと営業を終えてしっかりと対策を行っている様子である。  |
|    |         | 通信会社（企画担当）      | 販売量の動き | ・例年と比べて、新規契約者数は減少、解約件数は増加となっているが、景気が悪くなっているというほど顕著な変化でもない。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）      | 販売量の動き | ・今と同じ状態がずっと続いている。   |
|    |         | 通信会社（サービス担当）    | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で在宅勤務が増えたのが、企業からの光回線の注文が増加している。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）      | お客様の様子 | ・コロナ禍でも変わらず訪問営業をしている。Web会議用の有線インターネットの需要が以前より増えている。   |
|    |         | レジャーランド（職員）     | 来客数の動き | ・3か月前は新型コロナウイルス第3波の緊急事態宣言中で、4月も感染再拡大で同様の状況になっており、悪い状況に変わりが無い。4月としては、新型コロナウイルス発生以前の前々年と比較して来場者は6割程度にとどまる。まん延防止等重点措置の適用、緊急事態宣言の発出により、利用者の外出自粛ムードがみられる。関西圏からの来場割合が高いため、関西での感染再拡大の影響は大きい。   |
|    |         | 観光名所（案内係）       | お客様の様子 | ・当地の繁華街も人通りは少なく、居酒屋等の店でも客が少ない状態が続いている。  |
|    |         | 美顔美容室（経営者）      | 来客数の動き | ・当地でも新型コロナウイルスの感染者数が増えてきたため、来店をしばらく見合わせるという客がいる。  |
|    |         | 美容室（経営者）        | 来客数の動き | ・イベントや行事がないため髪を整える必要もなく、ぎりぎりまで我慢して来店する客が多い。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）     | お客様の様子 | ・3月は1年を通して販売量は一番良かった。4月は例年どおり落ち込む。予想の範囲内の動きだった。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）     | 販売量の動き | ・横ばい状態が続いている。長いスパンでみると下降傾向である。  |
|    |         | 一般小売店〔土産〕（経営者）  | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の影響で売上は激減している。   |
|    |         | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子 | ・4月は年度初めで多少の売上を期待していたが、客の様子は、新型コロナウイルスの感染状況が一段と厳しくなる方向にあるため付き合いの幅を狭めており、そのような状況下では贈答品店での売上は伸びず個数も減る。葬式、結婚式、入学、進学の内祝い・プレゼントも本当に少なくなってきた。したがって、4月は前年と比べて少し悪い状況であった。   |

| 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  |
|----|---------|-------------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔酒類〕（経営者）    | 販売量の動き | ・例年は正月明けから春先まで販売量が減り、3～4月と回復してくるのが、今年も新型コロナウイルスの影響で、飲食店でのアルコールなど飲料の販売が増えていない。前年よりも休業する店も多い。   |
|    |         | 百貨店（総務担当）         | お客様の様子 | ・4月上旬までは新型コロナウイルス感染者数も落ち着いた状況であったため、来客数や売上も好調であったが、4都府県への緊急事態宣言発出と感染者数増加により、来客数が大きく減少した。大雨のような天候もあり、来客数、売上共に大きく減少した。唯一の好材料は、海外ブランドや時計宝飾などの高額品需要が非常に高いことのみである。 |
|    |         | 百貨店（営業担当）         | 来客数の動き | ・一度増えたように見えた来客数がまた減少し、4都府県の緊急事態宣言の影響が当地の人たちにもあるように思う。   |
|    |         | 百貨店（計画担当）         | お客様の様子 | ・富裕層の買上動向は横ばいであるが、コロナ禍の状況が悪化してきており、一般来店客の動きが厳しくなっている。   |
|    |         | スーパー（店長）          | 来客数の動き | ・コロナ禍において来店頻度は変わらず減少傾向である。商品も棚にそろっている状態で、売上が伸びない。   |
|    |         | スーパー（店員）          | 販売量の動き | ・4月は外出制限や時短の要請がなく、飲食店の買い出しもあり、売上は横ばいであった。ただ、花見関連の飲食はほぼゼロであった。夕方以降、客足がガクッと落ちている。   |
|    |         | スーパー（ブロック長）       | お客様の様子 | ・前年の新型コロナウイルスによる売上高の追い風の裏年となり、客は冷静な買物行動をしており、前年を上回らない状況が続いている。また、新型コロナウイルスの感染状況の悪化により、一段と夕方から夜間の来客数が減少している。   |
|    |         | スーパー（販売担当）        | 販売量の動き | ・必需品の動きに変化はないようだが、前年のいわゆる巣籠り需要の商品は明らかに販売数量が落ちている。化粧品等の落ち込みは変わっていない。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響による年明けの緊急事態宣言発出で、人の動きが鈍化したことから来客数が下落したが、4月も新型コロナウイルスの感染が再拡大し、まん延防止等重点措置が出たことにより、大幅に来客数が減っている。  |
|    |         | コンビニ（店長）          | 販売量の動き | ・4月は例年より若干気温が低いようで、飲料水などの売上が減少している。また、家飲みといわれていてもアルコール類の売上も悪かった。  |
|    |         | 家電量販店（店員）         | 販売量の動き | ・前年はテレワークやオンライン授業の影響でPC関連の売上が伸びたが、一巡したため販売台数が落ちた。   |
|    |         | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | 来客数の動き | ・例年4月は、売上は多くないが人が動く月なので来客数はある程度ある。しかし、今年も新型コロナウイルスの影響で来客数が少ない。引越しや1人暮らし等のシングル需要も余りみられない。学生はリモートで動かず、高齢者は引き籠もっている。今まで新型コロナウイルスの影響が少なかった地方にも、いよいよ影響が出始めている。     |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）       | お客様の様子 | ・業種によって景気の良い悪いが極端に分かれる。総合的には、少し新型コロナウイルスの影響がまた強くなってきたため、景気は悪くなっている。   |
|    |         | その他専門店〔貴金属〕（経営者）  | 来客数の動き | ・緊急事態宣言発出後、著しく店前通行者数が減少すると同時に来客数も減少した。休業及び閉店する店も出現し、本格的にゴールデンウィークに突入すると、更に寂しい状況になりそうな気配である。   |
|    |         | 高級レストラン（経営企画）     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数の増加、営業時間の短縮により来客数が減少している。そのなかでもランチタイムは増加、ディナータイムは大きく減少している。テイクアウトが以前よりは若干減少傾向であったが、月後半より再度、増加に転じている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で来客数が例年より少ない。  |
|    |         | 一般レストラン（従業員）      | 来客数の動き | ・近隣府県で緊急警戒宣言の発出やまん延防止等重点措置が適用されて、当地でも状況は悪くなる一方である。  |

| 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  |
|----|---------|----------------------|--------|---|
|    |         | 観光型ホテル<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置などがあり、当地は対象地域ではないが、テレビやマスコミ等を通じて感染予防や感染症の恐ろしさを連日流されると、やはり外出が自粛されて、飲食や宿泊に対するの自制も行われているため、週末以外は客が余りいない状態が続いており、1月もそうであったが4月に入ってから更にそれが顕著な状況がみられる。      |
|    |         | 都市型ホテル<br>(総支配人)     | 来客数の動き | ・当地でのまん延防止等重点措置の適用、4都府県の緊急事態宣言の発出で、宿泊は減少した。レストランは、夕食はほぼ客がない。宴会も少人数の会議が週1件程度あるのみである。   |
|    |         | 旅行代理店(経営者)           | それ以外   | ・3回目の緊急事態宣言によって人流の抑制が始まり、飲食店街も駅ナカの店も閉店時間が早まることで売上が落ちているだけでなく、閉店や縮小する店が増えている。コインパーキングでも利用者が減っており、運営会社は逆ザヤになっているので地主との賃貸契約の見直しを行っても、テレワークの普及によって回復の見通しが立たない状況である。 |
|    |         | テーマパーク職員(総務担当)       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されたこともあり、若干入園者が減少している。  |
|    |         | 理美容室(経営者)            | 来客数の動き | ・客の話では、余り景気が良くないため出歩かないということであった。   |
|    |         | 美容室(経営者)             | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響である。   |
|    |         | その他サービス[介護サービス](職員)  | 単価の動き  | ・介護保険サービスの福祉用具貸与は、貸与価格の上限価格が改めて提示されたため価格改定を実施した。当然売上は下がるし、サービス料金が記載されているカタログ類の更新作業に数か月前から取り組み、大きな費用負担がのしかかった。   |
|    |         | 設計事務所(職員)            | お客様の様子 | ・客の話に景気の良くなる話は全くない。   |
|    |         | その他住宅[住宅管理](経営者)     | お客様の様子 | ・せんだい仕事だけが増え、定期メンテナンスのみでビル内や住居内での作業は減っている。業者をできるだけ中に入れてたくないだろう。このままでは先行きが見通せない状況である。  |
|    |         | その他住宅[不動産賃貸及び売買](営業) | 単価の動き  | ・県独自の非常事態宣言が出ていて、4月中旬から問合せがかなり減り、目標数値から大幅に減少してしまった。   |
|    | ×       | 商店街(代表者)             | 来客数の動き | ・今月に入り商店街の人通りも減ってきて同時に来客数も落ち込んできた。  |
|    | ×       | 一般小売店[高級精肉](常勤監査役)   | 販売量の動き | ・緊急事態宣言により景気は悪化する。  |
|    | ×       | 一般小売店[惣菜](店長)        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大のためである。  |
|    | ×       | 百貨店(経理担当)            | お客様の様子 | ・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置に伴う移動制限や出控えによって、個人消費が急激に減退している。   |
|    | ×       | 百貨店(販売促進担当)          | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス第4波に伴うまん延防止等重点措置により、来客数が激減している。   |
|    | ×       | スーパー(経営者)            | 来客数の動き | ・春分の日頃から回復しつつあったが、4月に入り新型コロナウイルス感染者数の増加に伴い、来客数は減少している。  |
|    | ×       | スーパー(経営者)            | お客様の様子 | ・4月に入り中小小売店や飲食店で急に来客数の減少が発生しているため、売上も悪くなっている。   |
|    | ×       | スーパー(商品開発担当)         | 販売量の動き | ・3か月前の売上は前年比100%以上で推移していたが、4月の売上は前年に対して98%と苦戦した。前月に引き続き前年の新型コロナウイルス需要の裏返しで、売上の苦戦が続いている。   |
|    | ×       | コンビニ(商品企画担当)         | それ以外   | ・新型コロナウイルスの感染拡大、特に変異株による感染者数増加により、都市部の店舗を中心に客足が鈍い。全体のなかでも好調であった米飯や調理パンなどの日配品でも、来客数の減少に歯止めが掛からないことから売上が低迷している。   |
|    | ×       | 乗用車販売店(経営者)          | 販売量の動き | ・4月に入って完全に動きが止まってしまった。新規客の来店もほとんどない。  |
|    | ×       | その他専門店[雑貨](店長)       | 来客数の動き | ・当地でのまん延防止等重点措置の適用、関東関西の緊急事態宣言発出の影響を受け、再び閑散とした母の日商戦となる。   |

| 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  |
|----------------------------|-----------|---------------------|--|---|
|                            | ×         | 一般レストラン（従業員）        | 来客数の動き   | ・現在来店してくれる客は、一部の常連客のみである。   |
|                            | ×         | 都市型ホテル（経営者）         | 販売量の動き   | ・予約が入ってもすぐにキャンセルが続いている。   |
|                            | ×         | 旅行代理店（経営者）          | それ以外   | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い旅行の需要が全くない。   |
|                            | ×         | タクシー運転手             | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルスのためである。   |
|                            | ×         | テーマパーク（職員）          | お客様の様子   | ・3度目の緊急事態宣言が発出されたためである。   |
|                            | ×         | パチンコ店（経営者）          | 販売量の動き   | ・来客数の動きから景気は悪くなっている。  |
|                            | ×         | 美容室（経営者）            | 来客数の動き   | ・この1年間新型コロナウイルスのため、客も外出を怖がってパーマを掛けることもセーブしているため、やはり暇である。  |
|                            | ×         | 理容室（経営者）            | お客様の様子   | ・相変わらず客足は安い店に流れている。   |
|                            | ×         | 住宅販売会社（経営者）         | 販売量の動き   | ・販売量が毎月下がっているのが不安であり、今後が心配である。  |
|                            | ×         | 住宅販売会社（従業員）         | 競争相手の様子  | ・以前からではあるが、住宅を新築したいというニーズが更に減っていると感じる。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東海) | -         | -                   | -  | -   |
|                            |           | 化学工業（営業担当）          | 受注価格や販売価格の動き   | ・半導体向け需要が引き続き好調である。   |
|                            |           | 一般機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・価格競争は非常に厳しいが、北米、アジアでの自動車向け設備で受注につながる引き合いが増えてきた。  |
|                            |           | 輸送業（エリア担当）          | それ以外   | ・当社が全国に保有する土地や建物に対して、3月頃から不動産会社から遊休地を売ってほしいという問合せが3～4件あった。当社はそのような物件は保有していないが、不動産業界ではない運送会社である当社にそのような問合せがあるということは、土地の動きで先行きが検討されるような社会の動きが何かあるのかもしれない。 |
|                            |           | 不動産業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・積極的な買い注文、買換え、借換えが多くなっている。  |
|                            |           | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き   | ・折込広告の受注は安定的に入ってきている。   |
|                            |           | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍でイベントが開催されない状況が続いているものの、このタイミングでメンテナンスの受注が増えてきている。   |
|                            |           | 食料品製造業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・受注数は前年以下で、3か月も同様であった。  |
|                            |           | 化学工業（総務秘書）          | それ以外   | ・3回目の緊急事態宣言が出され景気は低調なままで推移している印象を受ける。3月期決算は意外に上方修正の報道が散見されるが、業種により明暗が分かれ全体として景気は変わらず低調である。新卒の採用が抑えられているという結果もしかりである。                                    |
|                            |           | 鉄鋼業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・大手企業のライン生産だけは復活しつつあるが、モノづくりの中小案件では、いまだ厳しい状況が続いている。コロナ禍での先送りやキャンセルが続いている。   |
|                            |           | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響は少ないが、良いこともない。   |
|                            |           | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）  | 取引先の様子   | ・相変わらず当地の航空機業界はずっと底のままで、良くなる材料も全くない。  |
|                            |           | 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   | ・中国向けが堅調であると聞いている。半導体不足のために生産予定台数を減らしたが、減らしても景気はまずまず堅調に推移している。  |
|                            |           | 輸送用機械器具製造業（管理担当）    | それ以外   | ・コロナ禍での外出控えて購買意欲が落ちている。   |
|                            |           | 建設業（役員）             | 受注量や販売量の動き   | ・年度初めの4月は毎年契約者数が年度末の反動で激減するが、今年は減少せず通常の契約者数が確保できた。  |
|                            | 建設業（営業担当） | 取引先の様子              | ・業種によって、巣籠り需要という形で家庭やメンテナンスに携わる仕事は多いが、公共の仕事は、受注からの実行に移っている仕事の規模がまだ小さい。 |   |

| 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（経営者）                    | 受注量や販売量の動き   | ・輸出入貨物はコンテナ船の混乱もあり不安定で対応コストが増えているが、国内の荷量は安定しているため、輸送能力を調整しやすく利益が出しやすい状態が続いている。  |
|    |         | 輸送業（従業員）                    | 受注量や販売量の動き   | ・当社の客のうち、機械及び設備投資関係からの受注は減っている。反面、自動車関係や鉄関係は、新型コロナウイルス発生以前と比べてもそれほど変わっておらず、今後の予定にも大きな変化はなさそうである。  |
|    |         | 輸送業（従業員）                    | 受注量や販売量の動き   | ・個人消費で宅配は伸びるものの、企業間の物流が低調である。全体の底上げにはつながっていない。  |
|    |         | 輸送業（エリア担当）                  | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍の影響がしばらく継続するため、航空貨物はしばらく好景気と見込む。   |
|    |         | 金融業（従業員）                    | 取引先の様子       | ・飲食店などはやはり新型コロナウイルスの影響のため、営業自体が時間短縮等もあり景気としては最悪の状況が続いている。反面、自動車産業などでは巻き返しが発生しており、業種によって大きな差が出ている。   |
|    |         | 金融業（企画担当）                   | 取引先の様子       | ・コロナ禍における3度目の緊急事態宣言もあり、飲食関連や観光関連業界は非常に厳しい状況が続いている。特に体力のない企業や個人事業主は、壊滅的な状況にある。   |
|    |         | 不動産業（経営者）                   | それ以外         | ・例年同様に晴れの日が多いが、新型コロナウイルスの影響により出費を控える傾向は継続しており、売上は前年同期を下回っている。   |
|    |         | 不動産業（開発担当）                  | 受注価格や販売価格の動き | ・住宅不動産価格の上昇はみられない。不動産売買も積極的に取引されているとは感じない。  |
|    |         | 広告代理店（制作担当）                 | 取引先の様子       | ・当地でも再び新型コロナウイルスの感染者数が増えてきたため、取引先としても広告に対しての足踏み状態が続いている。  |
|    |         | 会計事務所（職員）                   | それ以外         | ・利用しているスポーツジムの会費が6月分から値上げされる。新しい飲食店やドラッグストアも近くにできた。しかし、新型コロナウイルスの感染防止のため自粛を求められていることから、活発に消費行動を起こす気にはなれない。  |
|    |         | その他非製造業<br>[ソフト開発]<br>(経営者) | 受注量や販売量の動き   | ・4月は、好調とはいえないがまずまずの状態を終えることができた。ただ世の中は不況で、好調といえるところの話は聞かない。身を縮めて前向きにするしか方法はない。  |
|    |         | パルプ・紙・紙加工品製造業<br>(顧問)       | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルス感染症についてはまん延防止等重点措置が適用され、また、第4波の影響もあり受注量・販売量が減少して景気はやや悪くなっている。   |
|    |         | 窯業・土石製品製造業<br>(社員)          | 受注量や販売量の動き   | ・年度が替わった頃から受注量が若干減ってきた。半導体の供給不足による車の減産が影響して、車に関連する工場の稼働率が下がっている。  |
|    |         | 金属製品製造業<br>(従業員)            | それ以外         | ・鉄やステンレスといった主材料の価格高騰が収益の圧迫要因になっている。物件の動きも足元は活発ではない。   |
|    |         | 電気機械器具製造業<br>(総務担当)         | それ以外         | ・通信インフラ設備への投資状況は悪くないが、半導体部品の需給問題が少しずつ出始めている。特に通信機器の部品、製品の供給が遅れ、納品先からも懸念の声が上がっている。この先の売上、利益の確保が心配である。  |
|    |         | 通信業<br>(法人営業担当)             | それ以外         | ・コロナ禍での光回線に伴う開通準備業務の減少が大きい。過去これほど業務量が減ることはなかった。特に3～4月は30%以上の大きな減少だった。街中では、パート従業員、特に女性の解雇や飲食店閉店による雇止め話題をよく聞く。スーパーの半額セールタイムに客が多く集まっている。一番下層の人にしわ寄せがきているようだ。 |
|    |         | 通信業<br>(法人営業担当)             | 競争相手の様子      | ・民間企業のIT投資が抑えられている影響か、行政入札で競合する企業が増えている。これまでこのエリアで見掛けることがなかった他社の参入により、当地のシステムベンダー勢力図にも変化の兆しがある。   |
|    |         | 通信業<br>(総務担当)               | それ以外         | ・新型コロナウイルスによるまん延防止等重点措置や緊急事態宣言により主要都市の経済活動が制限されているため、景気が良くなる要因がなくなってしまった。人の動きを制限されている。  |
|    | x       | 金属製品製造業<br>(経営者)            | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が減少している。  |

| 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  |
|-----------|---------|--|---------|---|
|           | x       | 公認会計士  | それ以外    | ・新型コロナウイルス感染症による経済活動の低下が中堅・中小企業の操業にマイナスの影響を与えている。中堅・中小企業のテレワーク等により、従業員の残業代が減少している。  |
| (東海)      |         | 新聞社〔求人広告〕(営業担当)  | 求人数の動き  | ・コロナ慣れもあってか、全て一律に自粛ということではなくなり、提供できるものについては稼働してきているようになってきた。  |
|           |         | アウトソーシング企業(エリア担当)  | 採用者数の動き | ・自動車メーカー関連の受注は引き続き増加傾向で前年を上回る勢いのため、雇用者数増加の動きがあるが、大手半導体メーカーの火災の影響が、今後懸念される。  |
|           |         | 職業安定所(次長)  | 求人数の動き  | ・有効求人数の前年同月比を3か月前と比較すると、全体として依然減少傾向が続いているものの、一部で増加に転じる業種が見え始める等、徐々に求人数が改善し始めている。  |
|           |         | 民間職業紹介機関(営業担当)   | 採用者数の動き | ・今の環境下でも採用をする仕組み・フローを確立できている企業は、採用決定数の上昇につながっている。   |
|           |         | 人材派遣業(営業担当)  | 周辺企業の様子 | ・引き続きコロナ禍による自粛が影響しており、どの業種も先行きが不安ななかで日々耐えている。   |
|           |         | 人材派遣会社(社員)   | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響でホテル業界の求人は全くない。  |
|           |         | 人材派遣会社(企画統括)   | 求職者数の動き | ・新年度に入っても求人数が低調である。   |
|           |         | 人材派遣会社(営業担当)   | 求人数の動き  | ・派遣求人数は前年比でほぼ同水準となり回復傾向にあるが、前々年比では60%と厳しい状況である。   |
|           |         | 職業安定所(職員)  | 求人数の動き  | ・景気に直結するかどうかは定かではないが、緊急事態宣言が解除されて以降、駅にはキャリアバッグを持った人が多くみられるようになってきた。また、街中の人出も多くなっている。  |
|           |         | 職業安定所(職員)  | 求職者数の動き | ・特に求人、求職とも動きが変わっていない。   |
|           |         | 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の請負取引は、3月末での取引終了や4月からの予算減少の影響で拠点エンジニアの稼働率がここ数か月では最も低下している。ただし、一部の部署からは派遣の引き合いが増えている傾向もあり、景気が悪いとも言い切れない状況なので、やや悪くなっていると考える。                      |
|           |         | 新聞社〔求人広告〕(営業担当)  | 周辺企業の様子 | ・4月に入り関西、関東の新型コロナウイルスの感染状況が悪化し、緊急事態宣言が発出されるに至り、3か月前より悪くなっていると感じる。特に、ゴールデンウィークに期待していた観光関連には大打撃である。   |
|           |         | 職業安定所(職員)  | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、求人数の減少、求職者数の増加が前年同月比で2年以上連続しており、新規求人倍率、有効求人倍率も前年同月比では2年連続で下回っている。業種によってはばらつきはあるものの大変厳しい状態が続いており、新型コロナウイルスのワクチン接種の進捗にもよるが、今より更に景気は悪くなっていく。 |
| 職業安定所(次長) | 求職者数の動き | ・求職者の動向で、1～2月はまだ新型コロナウイルスの影響の少なかつた前年を下回っていたが、3月は、前年比15%増加となった。 |         |   |
|           | x       | *  | *       | *   |

## 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   |
|------|---------|------------|--------|--|
| (北陸) |         | コンビニ(店舗管理) | 来客数の動き | ・3か月前は第3波に加え大雪であったため、相対的に良いというだけである。上旬はますますの状況だったが、中旬以降の来客数は激減している。駅前や幹線道路に立地する店舗は特に顕著である。 |
|      |         | 商店街(代表者)   | お客様の様子 | ・比較的天候に恵まれ、入込客が多い。新型コロナウイルスの感染が気になる状況が続き、飲食関係の見通しが立たない。大手デパートの物産展は相変わらず盛況である。              |

| 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   |
|----|---------|-----------------------|--------|--|
|    |         | コンビニ(店長)              | 来客数の動き | ・売上は数か月前から下げ止まっており、徐々に戻ってきている。前年比の88～92%で推移しており、前年から30%減少していた3か月前に比べると回復してきている。しかし、ここ1か月で回復は足踏み状態になっているようにも感じている。家賃や社員給与などの固定費を支払うと単月で赤字が続いており、経営的には非常に厳しい状況である。 |
|    |         | コンビニ(営業)              | 来客数の動き | ・週末や夕方、夜間の客の動きが良くなってきているように感じる。  |
|    |         | 家電量販店(本部)             | 単価の動き  | ・洗濯機、冷蔵庫、エアコンなど単価の高い商品群が比較的好調である。来客数は厳しいが、それを補っている。  |
|    |         | 自動車備品販売店(役員)          | 来客数の動き | ・来客数は前年から10%回復しており、明らかに上がってきている。それに伴い売上も回復しており、コロナ禍前に近い状況で、店内回遊時間も延びている。   |
|    |         | 高級レストラン(スタッフ)         | 来客数の動き | ・1週目までは例年並みの集客だったが、緊急事態宣言の発出や県内の新型コロナウイルス感染者数が増えるにつれ来客数が減り、例年の50～60%ほどの来客数となっている。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)            | 販売量の動き | ・前月に引き続き、3G回線からの乗換えに対し割引額が増えているため、来客数、販売量共に伸びている。  |
|    |         | 通信会社(役員)              | 販売量の動き | ・通信、放送共に契約者数が前年同期比を上回っている。特に放送において新メニューが好評で、契約者数の増加につながっている。   |
|    |         | 一般小売店[事務用品](店員)       | 販売量の動き | ・営業案件がなく、店頭への来客数が少ないために売上は低調なままである。  |
|    |         | スーパー(仕入担当)            | 販売量の動き | ・販売量に大きな変化はみられない。生鮮食品や総菜が好調で、加工食品が不調で推移している。   |
|    |         | コンビニ(経営者)             | 単価の動き  | ・単価も販売量も変わらない。   |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)           | お客様の様子 | ・都市部で新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、来客数にむらがある。   |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)           | お客様の様子 | ・前月からせっかく上向いてきた売上が、新型コロナウイルス第4波の影響で悪化してしまっている。   |
|    |         | 家電量販店(店長)             | 販売量の動き | ・目立つ商品などはないが、平年並みの販売量である。  |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)           | 販売量の動き | ・前年のコロナ禍よりは販売量が増えているが、3か月前と比べれば余り変わらず、良くなったとはいえない。   |
|    |         | 乗用車販売店(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影響を受けている業種もみられるが、自動車の販売に関しては比較的順調に推移している。  |
|    |         | 住関連専門店(役員)            | 販売量の動き | ・厳しい環境が続くなか、耐久消費財全般やステイホームに関連する商材に動きが見られるものの、市場全体を見渡すと決して動きが良いとはいえない。  |
|    |         | その他専門店[酒](経営者)        | 販売量の動き | ・とにかく暇の一言である。もしかしたら、どん底になりつつあるのかもしれない。   |
|    |         | その他小売[ショッピングセンター](統括) | 販売量の動き | ・月初めは県内外の新型コロナウイルス感染者数が抑えられていたため来客数は回復傾向であり、新生活実需品などの動きも良かった。しかし、下旬頃には県外での緊急事態宣言の発出、県独自の警戒レベルの引上げ、隣県でのまん延防止等重点措置などが出て、感染者数が増加傾向になるにつれて来客数が減少し、販売量も低調になりつつある。     |
|    |         | スナック(経営者)             | 来客数の動き | ・3か月前の1月が大雪であったことと18日から月末まで休業していたので比較はできないが、連日の新型コロナウイルスの感染状況で、常連客も遠のいて四苦八苦しており、事業の継続を願っている状況である。  |
|    |         | 観光型旅館(経営者)            | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言などコロナ禍のなか、売上は一昨年から約75%減少している。  |
|    |         | 観光型旅館(スタッフ)           | 来客数の動き | ・前年同期比で総売上は114%と上回っているが、一昨年比では48%の水準である。   |
|    |         | 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まん延防止等重点措置が発出され、会食によって感染が広がっていると再三報道があるため自粛する客が多く、最低な売上が続いている。厳しい状況である。  |

| 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   |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
|    |         | 通信会社（店舗統括）               | 販売量の動き | ・来客数が大幅に減っているというわけではないが、販売に結び付いていない。   |
|    |         | 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 | ・新型コロナウイルスの感染再拡大の予兆があり、客も当社も様子見しているところがある。体験利用者や新入会の会員、1日の利用者数に伸びがない。  |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）              | 販売量の動き | ・今月も目標どおりの仕事ができている。イベントの集客はコロナ禍でありながら、予定以上の来場があった。自粛も疲れたようで、積極的な活動が必要と感じている。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）              | 販売量の動き | ・業種によって景気の好不調に差がある。厳しい経済状況ではあるが、客は確かに動いている。体力のある客を獲得しようと、ますます競争が激しくなっている。  |
|    |         | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き | ・デパートのリニューアルから1か月がたち、その効果も収束気味なのか、街の人出は少なくなっている。遅れてリニューアルした食堂街も、新型コロナウイルス感染者数の増加で、今一つ集客に勢いが無い。   |
|    |         | 一般小売店【精肉】（店長）            | 来客数の動き | ・食品売場は客がそこそこ来ているが、服飾売場などの客が見込めない分、来客数は少ないように感じる。   |
|    |         | 一般小売店【書籍】（従業員）           | 来客数の動き | ・今月中旬以降、来客数は激減し、販売量も大きく落ち込んでいる。  |
|    |         | 百貨店（売場主任）                | 来客数の動き | ・4月中旬に県が感染拡大警報を発生して以降、外出を控える動きが顕著になり、来客数が減って売上も低迷している。4月上旬までは一昨年の売上実績を連日超えていたが、中旬以降失速し、月全体では前々年比では9%減少の見込みである。   |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）              | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大が地方でも深刻になり、外出自粛の傾向が強い。今まで食品や日用品などの必需品は影響を受けにくかったが、連休を前にして影響が出始めている。   |
|    |         | 百貨店（販売担当）                | お客様の様子 | ・ビジネス関連商品の動向が非常に悪い。特にメンズでは、3～4月に大きく発生するスーツ、シャツ、ネクタイなどの需要が、この春はほとんど動きがない。リモート化に加え、出張数の大幅減少で新調する必要性がなく、客の要望が低価格化に進んでいることも更に悪化させている要因と考える。新型コロナウイルスの影響で旅行が減り、バッグやジャケットなどの旅行関連商品の動きも非常に少ない。生活必需品やアウトドア商品は、弱いながらも需要がある。 |
|    |         | スーパー（総務担当）               | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの終息が見えない状況では、良くなるとは考えられない。   |
|    |         | スーパー（店舗管理）               | 来客数の動き | ・販促強化日だけでなく、平日の流動客が減少している。そのため買上点数も落ち込み、単価も上がらない状態が続いている。追い打ちを掛けるように緊急事態宣言が発出されたため、更に来客数は減少するとみている。  |
|    |         | タクシー運転手                  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が収まらず、上昇傾向にある。当県では飲食店を中心に営業時間の短縮の要請が始まるようである。外出を始めとして、夜の繁華街に行かない傾向になっており、売上は減少している。   |
|    |         | 通信会社（職員）                 | 来客数の動き | ・緊急事態宣言によって、一部営業活動にも制限が出てきている。   |
|    |         | 美容室（経営者）                 | お客様の様子 | ・期待していたワクチン接種がなかなか始まらず、今後の接種スケジュールもはっきりしないことから、高齢者を中心に来店を控える傾向である。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）              | 来客数の動き | ・外出を自粛する傾向があるため、客の動きが鈍いと感じる。   |
|    |         | 住宅販売会社（営業）               | 来客数の動き | ・3月に戻りかけていた客足が、4月に入り鈍ってきている。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き | ・今年は桜の開花が早かったことと、4月4日は雨だったため、4月3日で花見シーズンが終了した。その後は新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、来客数の減少が続いている。休業していた前年から比べると良いのは当然だが、一昨年から比べると相変わらず売上は半分以下である。  |



| 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  |
|----------------|---------|-------------------|------------|---|
|                | ×       | 一般小売店〔鮮魚〕（役員）     | 販売量の動き     | ・前年と比較すればさすがに良くなっているが、一昨年からみれば半分以下である。特に4月に入ってから売上は顕著に落ちてきている。緊急事態宣言が原因である。都市部で発出されれば、地方にも当然その影響が出る。  |
|                | ×       | 一般レストラン（店長）       | 来客数の動き     | ・当県も飲食店への営業時間短縮の要請が出ている。このところ夜の売上はかなり少ない。   |
|                | ×       | 一般レストラン（統括）       | お客様の様子     | ・関西や首都圏において新型コロナウイルスの感染が拡大し、ゴールデンウィーク直前で各自治体からの自粛要請などが出たことで、消費者の外出や外食をしたというマインドが急激に低下している。この状態はゴールデンウィーク明けまで続き、新型コロナウイルスの感染が収束しない場合は、長期化すると考える。                                 |
|                | ×       | 旅行代理店（従業員）        | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの感染状況の悪化に伴い、出張などのキャンセルが出てきている。ゴールデンウィークの予約状況もほぼゼロである。   |
|                | ×       | タクシー運転手           | 来客数の動き     | ・相変わらず出張する人の出入りが少なく、ホテルからの仕事も非常に少ない。駅からの乗車も少ない。   |
|                | ×       | テーマパーク（役員）        | 来客数の動き     | ・国の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などにより客の移動や人流が減少している。キャンセルなども発生しており、3か月前と比べて大きく客が減ってきている。その影響で休業日が増えている。   |
| 企業動向関連<br>(北陸) |         | *                 | *          | *   |
|                |         | 食料品製造業（経営企画）      | 受注量や販売量の動き | ・家庭消費向け中心の市販用分野は引き続き堅調である。外食向けを始めとして苦戦してきた業務用分野だが、テイクアウト需要にはまるなどプラス材料も目立ち始め、業務用分野全体でも前年を上回りそうな勢いである。  |
|                |         | 精密機械器具製造業（役員）     | 受注量や販売量の動き | ・ここ2～3か月の売上状況は、季節要因を除いても増加傾向にある。また、前年同時期と比べても伸びている状況である。しかし、ちょうど発出された緊急事態宣言により、この後どうなるか不安は大きい。  |
|                |         | 通信業（営業）           | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除された3月以降は、各業種において設備更改等が活発な動きになっており、景気が上向いていると考える。また、新型コロナウイルスの影響により経営が厳しい飲食業も徐々に復興しつつあり、受注増加の傾向である。  |
|                |         | 広告代理店（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・Webに関わる業界においては、オンライン化の必要性などにより、案件数が増えていると感じる。しかし、県や国単位での動きによっては大きな売上減少につながるため、予断を許さない状況である。  |
|                |         | 税理士（所長）           | 取引先の様子     | ・建設業は非常に好調な業績が続いている。受注残が多く、労働者の人日単価、1日当たりの売値が上がってきており、建設工事の利益率が非常に改善してきている。設備工事も含めて、建設業全般が好調ではないかと考える。製造業も徐々に回復してきている。依然として厳しいのは、飲食業や観光業だが、製造業も動き始め、全般として明るいところが出ているのではないかと考える。 |
|                |         | 化学工業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き | ・売上高は変わらずに推移している。   |
|                |         | 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 | ・新型コロナウイルスの感染及び自動車業界の半導体不足の影響が継続しており、回復に足踏みの状態が続いている。   |
|                |         | 建設業（経営者）          | それ以外       | ・当社のメイン事業の公共工事はそれなりに発注されており、受注もしているが、歓楽街は相変わらずひっそりしている。全体としては景気は下げ止まりしている。  |
|                |         | 輸送業（役員）           | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスによる影響がある。   |
|                |         | 不動産業（経営者）         | 受注量や販売量の動き | ・同業者の話では少しいるいるな動きが出ているということで、悪いということではなく、変わらないと考える。   |
|                |         | 金融業（融資担当）         | 取引先の様子     | ・緊急事態宣言により、小売業者は更なる減収が予想され、卸売業を始めとする様々な取引先への影響が大きくなる。行政の支援策に手詰まり感もあり、融資支援メニューも少ない。これまで1年しのいできたが、先が見通せない取引先が増加している。  |

| 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   |
|----------|---------|--------------------|---------|--|
|          |         | 司法書士               | 取引先の様子  | ・定時株主総会の議事録作成の依頼では、役員報酬を前年度より減額している会社が多い。しかし、役員報酬は一応支払われている。   |
|          | x       | -                  | -       | -  |
| 雇用<br>関連 |         | -                  | -       | -  |
| (北陸)     |         | 人材派遣会社<br>(社員)     | 求人数の動き  | ・新規求人が微増している。  |
|          |         | 職業安定所(職<br>員)      | 求職者数の動き | ・街中に人出が増えてハローワークの利用者も増えたが、今後、街中への外出制限が進めば、また減ると考える。            |
|          |         | 人材派遣会社<br>(役員)     | 求職者数の動き | ・年度初めだが、新規求人がほとんどみられない。  |
|          |         | 新聞社[求人広<br>告](営業)  | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルスの動向に左右されるところが多い。感染者数が増えてきた今、催事やイベントの中止があり、良くない状況である。 |
|          |         | 新聞社[求人広<br>告](担当者) | 求人数の動き  | ・今月も求人広告の出稿は介護、清掃など一部業種に限られており、メーカーやサービス業などの出稿の動きは鈍い。          |
|          |         | 民間職業紹介機<br>関(経営者)  | 求人数の動き  | ・前年より求人数が30～40%減少しており、まだ復活の兆しがない。                              |
|          |         | 求人情報誌製作<br>会社(編集者) | 求人数の動き  | ・求人数が伸びない。   |
|          | 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<br>動向<br>関連 |         | スーパー(経営<br>者)   | お客様の様子 | ・一時、家飲みや家庭内飲食は落ち着いていたが、新型コロナウイルスの感染急拡大に伴い、顕著に増えている。ただし、前年のようなパニック買いの動きは見られない。  |
| (近畿)           |         | 通信会社(社<br>員)    | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、個人客、法人客共に、契約数は順調に伸びている。   |
|                |         | 観光名所(経<br>理担当)  | 来客数の動き | ・3か月前は、大阪では外出の自粛が要請されていたため、全体的に来客が減少していた。今回は、まだ緊急事態宣言の発出による影響は分からないが、発出前日の24日と発出日の25日で、人出の変化は発生していない。冬はそもそも外出が減少気味で、春は気候条件が良くなるため、自粛の効果に差があると感じる。また、3か月前は主要店舗のリニューアル工事をしていたため、来街を避ける動きもあったはずである。 |
|                |         | 百貨店(マネ<br>ージャー) | お客様の様子 | ・全体的に慎重な購買動向であるが、新社会人や入学関連の需要に加え、婦人靴といった身の回り品の動きは良くなっている。特に、特選商材は好調を維持している。新年度になり、心機一転での購入が目立っており、2年前との比較では75%前後まで回復している。  |
|                |         | 百貨店(サー<br>ビス担当) | お客様の様子 | ・前年は緊急事態宣言により営業を自粛していたが、今年は25日まで営業していた関係で、一定の売上は確保できた。月末になって営業を自粛してからは低迷したが、全体的には良い傾向となっている。   |
|                |         | スーパー(店<br>長)    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が始まって1年が過ぎ、スーパーの利用は落ち着きかけていたが、緊急事態宣言の発出によって再び増えている。   |
|                |         | スーパー(店<br>員)    | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染が気にならないのかと感じるほど、家族で来店する客が多く、春休みに入った影響が、商品もよく売れている。24時間営業のため、朝には商品がほとんどなくなる日も多い。   |
|                |         | スーパー(企<br>画担当)  | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が発出され、備蓄関連商材のほか、家庭での調理や食事関連の需要が増え、客単価のアップにつながっている。例年は行楽やバーベキュー需要で売上が伸びるが、今年は外出や外食の自粛などによる、家庭内での需要の増加が大きく寄与している。   |
|                |         | ゴルフ場(支<br>配人)   | 来客数の動き | ・オンシーズンになって来客数が増えているのが、新型コロナウイルスの影響でほかに行く所がないのか分からないが、客は多くなっている。   |
|                |         | 住宅販売会<br>社(経営者) | お客様の様子 | ・客の不動産購入意欲の高まりが感じられ、建売業者の販売量も好調となっている。   |

| 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  |
|----|---------|------------------------|--------|---|
|    |         | その他住宅[展示場](従業員)        | 来客数の動き | ・今月の住宅展示場の来場者数は、緊急事態宣言が発出されるまでであったが、少し上向きとなっている。  |
|    |         | 一般小売店[時計](経営者)         | 来客数の動き | ・2月末に緊急事態宣言が解除され、客足が少し戻ってほっとしたかと思うと、すぐにまん延防止等重点措置が適用され、緊急事態宣言の発出へと逆戻りしてしまった。客のなかで新型コロナウイルスの感染者が出たという話は聞いていないが、客の雰囲気はかなり冷え込んでおり、来客数も減少した。そういったなか、マスクをせずに来店する客もみられるなど、感染への意識の低さがわかりすることもある。   |
|    |         | 一般小売店[呉服](店員)          | お客様の様子 | ・落ち着いてきたと感じていた、新型コロナウイルスの感染が再び悪化し、客に来店を誘っても、断られることが多くなっている。   |
|    |         | 百貨店(外商担当)              | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けている人と、気にしない人との間で、購買動向が分かれている。  |
|    |         | 百貨店(商品担当)              | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの変異株の感染が再拡大し、まん延防止等重点措置、緊急事態宣言が連続で適用、発出されている。前年以降、来客数は規制の解除の都度復調しかけるものの、規制の適用のたびに悪化している。今月は、前年が感染拡大による時短や休業の影響で売上が大きく落ちたため、前半は売上の前年比が大きく伸びたものの、その後は急激に悪化している。消費意欲にも大きなダメージとなっている。 |
|    |         | 百貨店(販促担当)              | 来客数の動き | ・今月は食品やモチベーション需要が堅調で、まん延防止等重点措置が適用されても来店客は多かったが、緊急事態宣言の発出により、大きく落ち込む見通しである。   |
|    |         | スーパー(店長)               | お客様の様子 | ・今月は売上が上向きであったが、新型コロナウイルスの感染第4波による緊急事態宣言の発出で、食品以外、特にアパレルや化粧品などの売上は逆戻りとなっている。前年の1回目の緊急事態宣言時に比べると、人の流れはあるものの、購買につながらない状況となっている。   |
|    |         | スーパー(企画担当)             | 販売量の動き | ・売上、数量共に、前年の水準を確保できている。   |
|    |         | スーパー(経理担当)             | 販売量の動き | ・3度目の緊急事態宣言が発出され、飲食店や百貨店の営業が制限されたことで、内食需要が増え、スーパーへの需要が高まっている。   |
|    |         | スーパー(販売促進担当)           | 販売量の動き | ・外食需要が中食に移行する傾向が続いている。ただし、緊急事態宣言の発出で多少は拍車が掛かると予想されるが、前年ほどの影響はない。  |
|    |         | コンビニ(経営者)              | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数の増加が止まらず、各企業が出勤者数に制限を掛けている影響か、来客数が低いレベルで安定している。  |
|    |         | コンビニ(店員)               | 来客数の動き | ・いつもの客が、いつものように買物に来ている。   |
|    |         | コンビニ(店員)               | 来客数の動き | ・県内で新型コロナウイルスの感染者が急増し、外出の自粛ムードが高まっているように感じられる。  |
|    |         | その他専門店[宝石](経営者)        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、 unnecessaryな物は購入せず、必需品や食料品のみを購入している。  |
|    |         | その他専門店[ガソリンスタンド](経理担当) | 販売量の動き | ・3回目の緊急事態宣言の発出で、再び販売量の減少が予想される。   |
|    |         | その他専門店[宝飾品](販売担当)      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染第4波の兆しから、来客数が増えることはない。緊急事態宣言直前の催事への来場者数は、前年とは比べにくいものの、購買力の高い年齢層のなじみ客は来場を控え、ローンによるスポット購入の若年層もほぼいない。その一方、来場客による売上単価や商談の決定率は、例年よりもやや良い結果となっている。                                   |

| 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  |
|----|---------|-------------------------------|--------|---|
|    |         | 一般レストラン（経営者）                  | 来客数の動き | ・21時までの時短要請の頃の方が、来客数や売上が増えていた。飲食店への規制を強めても、一般的な社員の勤務時間は余り変わっておらず、19時以降に退社する人が多い。酒類の提供が19時までであれば、近所のコンビニなどで酒を買い、周辺や公園などで飲みながら歓談しているようである。ただし、だからといって、おつまみや料理のテイクアウトは売れていない。  |
|    |         | 観光型旅館（経営者）                    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数の増減に応じて、予約数が増減する。  |
|    |         | 都市型ホテル（販売促進担当）                | 来客数の動き | ・4月の客室稼働率は、初旬は45%前後で推移していたが、新型コロナウイルスの感染者数が増加するにつれて、徐々に低下した。特に、関西での感染者数に反比例するように、中旬には25%前後に、下旬には10%台にまで低下した。レストランも来店見込みが少ないため、まん延防止等重点措置によってディナーを4月5日から休業し、緊急事態宣言が発出された月末にはランチの休業が決まった。客室、レストラン共に、予約数や問合せが少なくなっている。 |
|    |         | 都市型ホテル（フロント）                  | 来客数の動き | ・4月中旬までは一定の回復傾向となったが、緊急事態宣言の発出が要請された途端、予約のキャンセルが増え、受注が極端に減少している。中旬までの貯金があるものの、後半は振るわない状況であるため、月全体では非常に厳しい着地となる。   |
|    |         | タクシー運転手                       | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が発出され、しばらく低調な状態が続いている。今もホテルなどへの人の出入りは少なく、病院といった必ず行かなければならない場所しか、動きが見られない。  |
|    |         | 通信会社（社員）                      | 来客数の動き | ・緊急事態宣言によるテナントショップの休業に加え、店舗スタッフの新型コロナウイルスへの感染で臨時休業も行っている。   |
|    |         | 通信会社（企画担当）                    | それ以外   | ・大阪での新型コロナウイルスの感染状況が悪化している。緊急事態宣言により、飲食だけでなく、各種施設やイベントも休止となり、経営が厳しくなるといった声が多くなっている。営業もしにくくなっている。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                   | 販売量の動き | ・販売量は増加しているが、新たな物件が少ない。   |
|    |         | その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者） | 単価の動き  | ・不動産価格に変化はみられない。  |
|    |         | その他住宅〔情報誌〕（編集者）               | お客様の様子 | ・在宅ワークの拡大により、住み替えニーズの発生が継続している。株価の方向感のみえにくい、富裕層によるマンション購入の検討の動きは底堅く、戸建て住宅も品薄のため、販売はおおむね好調である。ただし、先行きについては不透明感がある。   |
|    |         | 一般小売店〔花〕（経営者）                 | 販売量の動き | ・前年と同様に、緊急事態宣言や取引先の休業などの影響で、販売量が減少している。先が見通せないほか、1年を通して景気が悪いなど、前年よりも更に悪くなっている。  |
|    |         | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）               | それ以外   | ・売上は3か月前と比べて20%増えているが、今月のまん延防止等重点措置や緊急事態宣言により、急激に消費が落ち込んでいる。  |
|    |         | 百貨店（店長）                       | 販売量の動き | ・高額品の購入は相変わらず好調であるが、百貨店やアパレルなどの、すぐに必要がなく、買物欲求を満たされない商品には興味が向かっていない。逆に、買物をしていると世間体が悪いという意識になるようである。百貨店の利益を支えていた商材が全く動かず、食品や高額品が動くという、商品のバランスが悪い状況である。  |
|    |         | 百貨店（外商担当）                     | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数が減少している。高額の時計や宝石、海外ブランド品は売れているが、その他は非常に低調である。さらに、緊急事態宣言による休業要請で、25日からは臨時休業となる。  |
|    |         | スーパー（店長）                      | お客様の様子 | ・1人当たりの買上点数が減少している。   |

| 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   |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
|    |         | スーパー（社員）                 | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスによる内食需要の高まりを受け、食品部門を中心としたスーパーを運営している当社は、駅ナカ店舗などを除いて、全般に堅調な売上が続いている。ただし、前年の緊急事態宣言の頃に比べると、客の買物の様子は落ち着いており、売上は前年よりもやや減少している店舗が多い。 |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の発出で、売上が8%ほど減少しつつある。周辺の企業で、テレワークが増えていると感じる。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 販売量の動き | ・一時的な衝動買いや、年度替わりに伴う、準備での購入はあるものの、それ以外は無駄遣いを極力控える傾向にある。   |
|    |         | コンビニ（店長）                 | お客様の様子 | ・必要な物以外の購入がみられない。  |
|    |         | コンビニ（店長）                 | 来客数の動き | ・昼間の動きはそれほど変わらないと感じるが、夜の10時以降は、人の動きがかなり少なくなっている。   |
|    |         | コンビニ（店員）                 | 来客数の動き | ・客が少し減っているように感じるが、昼の時間帯には、いつも来店のある社員の列ができており、周囲では在宅勤務がそれほど進んでいない様子である。一方、以前は現場仕事の客が多かったが、かなり減っている印象を受ける。                                 |
|    |         | 衣料品専門店（店長）               | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の発出に伴い、来客数が激減している。前月と同様に、売上の前年比は悪くないが、2年前と比べると半分にも満たない。宣言が解除されれば、少し上向きになるかもしれないが、客の様子を見ると、まだまだ厳しい状態が続く。                           |
|    |         | 家電量販店（経営者）               | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着く様子がなく、先行きへの不安から、消費が抑制されている。  |
|    |         | 家電量販店（店員）                | それ以外   | ・大阪、兵庫を中心とした新型コロナウイルスの感染者数の増加により、来客数が減少したほか、緊急事態宣言による休業で売上が減っている。  |
|    |         | 家電量販店（店員）                | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が発出され、家電量販店にも休業要請が出ている。客の様子にも微妙に変化があり、モールやテナントへの来店も自粛傾向となっている。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）              | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が再び発出され、客の消費マインドが冷え込んできたことが分かる。将来が見通せないため、不安が先走っていると感じる。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）             | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言もあり、人の動きが制限された影響が出ている。   |
|    |         | 住関連専門店（店員）               | お客様の様子 | ・自粛疲れや先が見通せない状況から、購買意欲が低下しているように感じる。   |
|    |         | その他専門店【ドラッグストア】（店員）      | 来客数の動き | ・緊急事態宣言による大型施設の休業で、来客数が2割減となり、売上も減少気味である。ただし、日用品関連や食品の売行きはとても良い。   |
|    |         | その他専門店【医薬品】（管理担当）        | お客様の様子 | ・大阪や兵庫では、3度目の緊急事態宣言の発出で各施設や大型ショッピングセンターが休業となり、外出を控える環境となっている。  |
|    |         | その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）     | 販売量の動き | ・飲食店や大型商業施設への休業要請で、経済は上向く機会を再度失ったと感じる。   |
|    |         | その他小売【インターネット通販】（経営者）    | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の発出で、商店街も閑古鳥が鳴いている。   |
|    |         | その他小売【インターネット通販】（オペレーター） | 販売量の動き | ・例年のようなゴールデンウィーク前の駆け込み購入もなく、問合せも含めた受電数が少ない。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）            | 来客数の動き | ・緊急事態宣言下で営業を続けているものの、ディナーの予約がほぼないため、かなりつらい状況である。   |
|    |         | その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）   | 販売量の動き | ・市内の取引先が多いため、大型ビルの休業によって、売上が減少している。  |
|    |         | 都市型ホテル（管理担当）             | 来客数の動き | ・宿泊、宴会、レストラン共に、緊急事態宣言の影響もあって受注が低迷している。   |

| 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   |
|----|---------|------------------------|--------|--|
|    |         | 旅行代理店（支店長）             | お客様の様子 | ・3度目の緊急事態宣言が発出され、ゴールデンウィークの申込みがほぼ消滅している。先の期待材料も見えないなかで、客も旅行に行きたいという気持ちはあるものの、実際の行動にはなかなか結び付かない。                        |
|    |         | 通信会社（経営者）              | お客様の様子 | ・飲食業界を中心に、緊急事態宣言の影響が出ている。  |
|    |         | 観光名所（企画担当）             | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染再拡大による影響が大きい。   |
|    |         | その他レジャー施設【イベントホール】（職員） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、制限を受けながらコンサートを実施しているが、チケットが売れない。変異株の感染拡大に伴い、先行きへの不安感が高まっている。  |
|    |         | 美容室（店員）                | 来客数の動き | ・単価自体は下がっていないが、緊急事態宣言などの新型コロナウイルスの影響で、来店周期が伸びている客が目立つ。   |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）            | 単価の動き  | ・住宅ローンの利用については、前年度の所得が減った客が増え、銀行の審査が厳しくなっている。  |
|    |         | 住宅販売会社（総務担当）           | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で受注活動が制限され、新規客の獲得数が減少している。  |
|    | ×       | 一般小売店【衣服】（経営者）         | 来客数の動き | ・4月前半は来客数が前年の6割程度と少なかったが、後半に差し掛かると徐々に客足が戻り、売上も上向いてきた。ただし、今回の緊急事態宣言の発出により、1日の来客数が1～2人の日もあるほど、壊滅的な状況となっている。              |
|    | ×       | 一般小売店【衣服】（経営者）         | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の適用以降、来客数がこれまで以上に減った。催事を実施したものの、来客数はひどい状態に終わっている。売上はかなり厳しく、景気が上向いているとは全く思えない。                               |
|    | ×       | 一般小売店【野菜】（店長）          | お客様の様子 | ・また緊急事態宣言が発出され、当社の飲食関係の取引先は休業となっている。今後も厳しい状態が続く。   |
|    | ×       | 百貨店（売場主任）              | 来客数の動き | ・4月24日までは、関西全店で来客数が前年比で150%、売上が185%と順調な回復をみせていたものの、4月25日から緊急事態宣言が発出されると、一気に来店客が減少した。前回よりも購買意欲が低く、生活防衛の意識が強まっている印象を受ける。 |
|    | ×       | 百貨店（売場主任）              | 来客数の動き | ・休業要請によって来店客は6割程度に減り、ビジネスとしては厳しい。  |
|    | ×       | 百貨店（売場主任）              | それ以外   | ・今月は新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、月前半は来客数が前月よりも落ち込んだ。さらに、緊急事態宣言の発出によって、大阪市内の店舗は休業要請に従わざるを得ず、売上にはかなりの影響が出ている。                       |
|    | ×       | 百貨店（企画担当）              | お客様の様子 | ・4月25日から地域に3度目の緊急事態宣言が発出された。店舗の休業に入ったため、当然のように来客数は大きく減少している。前年ほどではないにしても、通常とは異なる営業体制のため、売上の減少は避けられない。                  |
|    | ×       | 百貨店（企画担当）              | それ以外   | ・緊急事態宣言による休業要請のため、25日以降は食品と化粧品のための営業となっている。  |
|    | ×       | 百貨店（特選品担当）             | それ以外   | ・緊急事態宣言により、臨時休業を行っている。前回の緊急事態宣言時は営業を継続していたため、可能な範囲で売場を強化できたが、今回は営業していないため、オンラインや電話注文といった限られた対応しかできない。                  |
|    | ×       | 百貨店（マネージャー）            | それ以外   | ・緊急事態宣言が発出され、4月25日から食品と一部の売場を除いて休業となり、営業できなくなっている。   |
|    | ×       | 百貨店（マネージャー）            | 来客数の動き | ・府内の緊急事態宣言の発出に伴い、4月25日から食料品フロア以外は臨時休業となっている。オンラインストアや電話注文などで休業中の販路は確保しているが、先行き不安の影響が、買い控えの傾向は強く、売上の基盤にはなっていない。         |

| 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  |
|----|---------|------------------------|--------|---|
|    | ×       | 百貨店（服飾品担当）             | それ以外   | ・今月の初旬はやや回復の兆しがみられたものの、新型コロナウイルスの感染者数の増加により、客足が大きく落ち込んだ。その後、東京及び大阪、京都、兵庫に緊急事態宣言が出されることが決まると、一気に直前の買物が増えたものの、発出後は食品以外の休業を行ったため、大きく売上が落ちることになった。また、百貨店各社で対応の差が出ており、化粧品を展開する店舗としない店舗とで、足並みがそろわない形になっている。 |
|    | ×       | 百貨店（売場マネージャー）          | それ以外   | ・新型コロナウイルスの影響で来街者が減り、来客数も大きく減少している。富裕層による購入が活発化している一方、新生活関連の売上は厳しい状況であるなど、一般客の購買意欲からは景気の回復はみられない。   |
|    | ×       | 百貨店（宣伝担当）              | それ以外   | ・休業要請に伴う営業の自粛により、売上がゼロになるだけでなく、ゴールデンウィークから母の日に掛けて積上げていた、商材の在庫リスクも高まっている。さらに、当社だけでなく、取引先の雇用にも影響が出ている。  |
|    | ×       | 百貨店（販売推進担当）            | お客様の様子 | ・中旬までは堅調な売上であったが、緊急事態宣言の発出に伴い、休業を余儀なくされている。休業しても街の人出は減っていないため、非常にやるせない。   |
|    | ×       | 百貨店（営業推進担当）            | それ以外   | ・3度目の緊急事態宣言の発出に伴う、外出の自粛や休業の影響が出ている。   |
|    | ×       | 百貨店（売場マネージャー）          | 来客数の動き | ・3月後半から4月初旬に掛けて、来客数は前年比で15%減にとどまっていたが、中旬から新型コロナウイルスの感染拡大と、それに伴う自粛ムードの高まりで、20%の減少に拡大している。  |
|    | ×       | スーパー（店長）               | お客様の様子 | ・大阪府での緊急事態宣言の発出や、新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数が大幅に落ちてきている。  |
|    | ×       | スーパー（店員）               | それ以外   | ・今月は新型コロナウイルスの影響で厳しい。   |
|    | ×       | コンビニ（経営者）              | 販売量の動き | ・今回の緊急事態宣言は、酒類を提供している店にはかなり厳しいと感じる。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（経営者）            | 来客数の動き | ・日々の報道で、家から出るな、買物に行くなといわれている以上、客は来ないため、売上が上がるはずもない。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（経営者）            | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置に続いて、緊急事態宣言が発出された。客は外出の自粛要請に基づき、きちんと自粛しているため、この1か月は来店客がほとんどない。飲食店だけに注目が集まっているが、外出着を扱っているアパレル店舗は、壊滅的な打撃を受けている。  |
|    | ×       | 家電量販店（店員）              | 来客数の動き | ・休業要請があり、閉めざるを得ない状況になったため、月後半の売上が低調となっている。  |
|    | ×       | 家電量販店（店員）              | それ以外   | ・緊急事態宣言による影響が大きく、店を閉めることで営業活動ができなかった。電話での問合せはあったため、販売する手段があれば、ここまで低迷することはなかった。ただし、インターネット販売によって店舗がなくても対応もできる体制があったことは、良かったと痛感している。  |
|    | ×       | 家電量販店（企画担当）            | 来客数の動き | ・新生活関連の買物が落ち着きをみせるなど、新型コロナウイルスによる買い控えの動きが感じられる。雇用調整などによる収入減や、所得を将来への貯蓄に回す動きなどで、家電やリフォームなどの消費につなげていないと感じる。   |
|    | ×       | 乗用車販売店（営業企画）           | お客様の様子 | ・良くなる兆しがない。緊急事態宣言がいつまで続くのか分からず、企業の体力もどんどん弱まっていく。  |
|    | ×       | 住関連専門店（店長）             | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響が始まってから、来客数は常に減少傾向であったが、年明け以降の緊急事態宣言などで、更に来客数が減っている。これほど悪い状況が、長期間続いたことはかつてない。  |
|    | ×       | その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言により、再び客の動きが止まった。来客数の減少に加え、来店客の買上もなかなか増えない。   |

| 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  |
|------------------------|---------|------------------------------|------------|---|
|                        | ×       | 一般レストラン<br>(経営者)             | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの変異株による感染者数が増えた頃から、来客数が大きく激減した。以前は昼間からお酒を飲む客がみられたが、今はアルコールを提供できないため、売上も伸びない。知らない間に大阪府の感染対策でアクリル板の設置が決まり、買い直したが、来客数の増加にはつなげていない。 |
|                        | ×       | 一般レストラン<br>(企画)              | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置から緊急事態宣言の再発出につながり、前月比でも売上は10%以上減少し、非常に厳しくなっている。ゴールデンウィーク期間はもちろん、緊急事態宣言が5月11日に解除されるとは思えないため、5月は更に厳しくなると予想している。                  |
|                        | ×       | 観光型ホテル<br>(経営者)              | それ以外       | ・当地域では4月5日にまん延防止等重点措置が発出され、その後4月25日から緊急事態宣言が発出されたため、臨時休館となっている。   |
|                        | ×       | 観光型旅館(経営者)                   | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの影響で、ゴールデンウィークの予約のほとんどがキャンセルとなっている。   |
|                        | ×       | 都市型ホテル<br>(管理担当)             | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染者数の増加、まん延防止等重点措置の適用、緊急事態宣言の発出と、事態は刻々と悪化している。それに伴い、宿泊や宴会などのキャンセルが相次ぎ、新規予約は少なくなっている。婚礼に関しても、一部でキャンセルが発生している。                   |
|                        | ×       | 都市型ホテル<br>(総務担当)             | 来客数の動き     | ・大阪では4月5日にまん延防止等重点措置が出されて以降、レストランの利用客の減少や宴会のキャンセルが多くなり、宿泊の稼働率が下がってきた。さらに、4月25日の緊急事態宣言の発出により、利用客が更に減少している。                                 |
|                        | ×       | 旅行代理店(店長)                    | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置から再度の緊急事態宣言の発出となり、店舗は休業し、新規受注もない。現状はキャンセルが新規受注を上回っている。   |
|                        | ×       | 旅行代理店(役員)                    | それ以外       | ・まん延防止等重点措置から、緊急事態宣言の発出へとつながった。マイクロツーリズムの推進で、県内での旅行を推進していたが、ほとんどキャンセルとなっている。  |
|                        | ×       | タクシー運転手                      | お客様の様子     | ・当社の平均では、1台当たりの1日の収入が3万7000円と、前年の緊急事態宣言中の2万7000円は上回っているものの、2年前に比べると1万円は下がっている。乗客が自粛ムードによって確実に減少している。                                      |
|                        | ×       | テーマパーク<br>(職員)               | 来客数の動き     | ・緊急事態宣言が人の流れを止め、経済の流れを止めている。  |
|                        | ×       | 遊園地(経営者)                     | それ以外       | ・新型コロナウイルスの感染者数の急増と、緊急事態宣言の再発出の影響で悪化している。   |
|                        | ×       | 競輪場(職員)                      | 単価の動き      | ・今月の客単価は8237円で、3か月前の1万265円よりも低下している。  |
|                        | ×       | その他レジャー施設[複合商業施設](職員)        | お客様の様子     | ・大阪、兵庫を中心に、新型コロナウイルスの変異株の急激な感染拡大や、緊急事態宣言の発出により、食料品売場を除いて休業中である。   |
|                        | ×       | 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     | ・緊急事態宣言の発出により、ゴールデンウィークの売上が見込めない。   |
|                        | ×       | 美容室(店長)                      | 来客数の動き     | ・緊急事態宣言の発出後は、予約が全てキャンセルとなっている。5月12日以降にしか期待できない。   |
|                        | ×       | その他住宅[住宅設備](営業担当)            | お客様の様子     | ・3度目の緊急事態宣言が発出され、客の訪問キャンセルが顕著に目立ち始めた。キャンセルされると、その日やその時間の売上がゼロになってしまう。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(近畿) |         | 化学工業(管理担当)                   | 受注量や販売量の動き | ・国内の車載用、建設用の材料のほか、海外子会社である中国、マレーシア向けの出荷が好調である。  |
|                        |         | 金属製品製造業(営業担当)                | 受注量や販売量の動き | ・国際的な物流網が混乱し、納期の遅延が発生している影響で、流通在庫を積み増す動きが見られる。それに伴い、売上が増えているように感じる。   |
|                        |         | 石油製品・石炭製品製造業(生産管理)           | 受注量や販売量の動き | ・新商品が出たため、今後2～3か月は売上が増加する。  |



| 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   |
|----|---------|---------------------|--------------|--|
|    |         | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響で海外への渡航もできず、営業活動が窮屈となり、景気はかなり悪い。ただし、マスコミが報じているように、半導体市場は活況となっている。その恩恵が、当社の取引は部分的に活発で、トータルでは成果が上がっている。基盤はもろいものの、半導体のお陰で助かっている。 |
|    |         | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・前年から仕込んできた案件が、ここへきて成約できている。新型コロナウイルスの影響もあり、少し時間は掛かったものの、徐々に動き出している。   |
|    |         | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。   |
|    |         | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・人の動きが抑制されている影響が、取引先によっては、受注量が減少している。  |
|    |         | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当） | 受注量や販売量の動き   | ・緊急事態宣言の再発出による影響もあり、受注量の減少が続いている。  |
|    |         | 窯業・土石製品製造業（管理担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・現状は、受注量や販売量に大きな影響はみられない。業績面でみても、3か月前と比べて大きな変化はない。   |
|    |         | 金属製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・大きな変化もなく、相変わらず荷動きは活発である。  |
|    |         | 一般機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・この1年は売上が激減しており、この数か月も同じ状況である。   |
|    |         | 電気機械器具製造業（宣伝担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・緊急事態宣言下で販売が落ちていた前年との比較だけでなく、2年前と比べても、やや好調な荷動きといえる。ただし、25日からの4都府県での緊急事態宣言で営業を自粛している家電量販店もあるため、今後は影響が出てくる。                                  |
|    |         | 建設業（経営者）            | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響で設備投資の延期や縮小、凍結が続いている。年度末の工事も終わり、価格競争はより厳しくなっている。  |
|    |         | 建設業（営業担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響で設備投資を控えている企業もあるが、業種別、あるいは同業種でも個社別にみると、積極的な設備投資の計画がみられる。  |
|    |         | 輸送業（営業担当）           | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響により、商品が予定どおりに入らず、納期が7月になる商品も出てきている。   |
|    |         | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響で、どの取引先も生き延びるために必死である。また、感染収束後を見据えた準備や計画など、真剣な努力が続いている。身の回りをみると、予断を許さない危機的な状況となっている。  |
|    |         | 経営コンサルタント           | 受注量や販売量の動き   | ・相変わらず当社の客は、この新型コロナウイルスの危機に活路を見出そうとしている。何とか生き残って営業を続けるために、当面必要な取引先は確保できている。  |
|    |         | 食料品製造業（営業担当）        | 取引先の様子       | ・今月はまん延防止等重点措置の適用や、下旬には緊急事態宣言の発出により、飲食店の時短営業が進み、取引先の売上が悪化している。   |
|    |         | 繊維工業（団体職員）          | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響が続いており、感染の拡大、縮小に業況が左右されている。   |
|    |         | プラスチック製品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・取引先は、一括発注と分納の組み合わせで、価格を抑えようとしている。それに伴い、当社の生産計画は立てやすくなるが、売上は減る見通しである。  |
|    |         | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・新規の受注が少ない。  |
|    |         | 輸送用機械器具製造業（役員）      | 取引先の様子       | ・4月の予定案件の受注が、少しずつずれてきている。取引先からは、この傾向が6月まで続くという通知が多い。   |
|    |         | 建設業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・見学会などの開催も来場者を限定するなど、新型コロナウイルス対策で縮小せざるを得ない。このままでは見込客が減る可能性が高い。   |
|    |         | 金融業（営業担当）           | それ以外         | ・緊急事態宣言が出たことで、業況の悪化が進む見込みである。商店街への人の流れも変わっている。   |
|    |         | 金融業（副支店長）           | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、飲食店を中心に、経済の動きは鈍くなっている。   |

| 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   |
|------|---------|---------------------|--------------|--|
|      |         | 金融業〔投資運用業〕（代表）      | それ以外         | ・3度目の緊急事態宣言の発出で、深刻なダメージを被る企業や店舗が増え、倒産や廃業のケースも増えると予想される。  |
|      |         | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き   | ・3度目の緊急事態宣言の発出で、折込広告の減少や、不景気による購読停止につながっている。   |
|      |         | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・主力の交通関連の広告については、新年度に入って中止がかなり増えている。   |
|      |         | 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   | ・駅ナカでは、生活必需品を扱う店舗とそれ以外の店舗で売上が二極化している。平均すると、前者は今年1～2月と変わらず、後者は2～3割の減少となっている。  |
|      |         | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・見積りや受注量が減少してきたほか、現実的に数字が上がってこなくなるなど、状況は悪くなっている。   |
|      |         | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・地方の流通問屋向けの通常商品は、リピートの注文がほとんど止まっている。その一方、売れ筋ブランドやキャラクター商品などには集中的な注文があるほか、チェーンストアなどの量販店では、タオルの販売が好調でリピート注文が増えるなど、消費のばらつきが顕著にみられる。月間の合計では、少し注文が減っているのが現状である。 |
|      | ×       | 食料品製造業（従業員）         | 受注量や販売量の動き   | ・緊急事態宣言の発出以降、全般的に出荷が少なくなってきた。一部の量販店向けの製品はゴールデンウィーク前の受注が増えているが、業務店向けなどの商品が動かなくなってきた。そのため、トータルではマイナスとなっている。  |
|      | ×       | 繊維工業（総務担当）          | 取引先の様子       | ・緊急事態宣言の発出で、イベントや催事が縮小や延期、中止となり、販売のチャンスが減っている。売上は前年比で3割以上の減少となりそうである。  |
|      | ×       | 不動産業（営業担当）          | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響で、一般店舗や飲食店の空きが増えている。  |
|      | ×       | その他非製造業〔民間放送〕（従業員）  | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの感染第4波の拡大で、イベントの実施に急ブレーキが掛かっている。   |
|      | ×       | その他非製造業〔電気業〕（営業担当）  | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響が大きく、回復が見通せない。   |
| 雇用関連 |         | *                   | *            | *  |
| (近畿) |         | -                   | -            | -  |
|      |         | 人材派遣会社（経営者）         | 求人数の動き       | ・新年度に入っても一向に活気がみられない。当分はこのような動きが続くと予想され、最終的には新型コロナウイルスの感染状況次第となる。大半の企業は3月決算であるが、派遣業界は淘汰の時代を迎えており、免許の更新ができない企業も出てきている。                                      |
|      |         | 人材派遣会社（役員）          | 求人数の動き       | ・新型コロナウイルスの影響で大きく落ち込んだ前年と比べれば、大きく改善しているが、2年前との比較では戻りきっておらず、力強さを感じられない。   |
|      |         | 人材派遣会社（支店長）         | 求人数の動き       | ・年度末の大きな動きもなく、落ち着いている。   |
|      |         | 人材派遣会社（営業担当）        | 周辺企業の様子      | ・3月以降は人の移動が活発になっており、その傾向は今月も続いている。   |
|      |         | 人材派遣会社（営業担当）        | 周辺企業の様子      | ・3度目の緊急事態宣言の発出もあるが、飲食業やアパレル業などの廃業の通知を、目にすることが増えている。  |
|      |         | 新聞社〔求人広告〕（管理担当）     | 求人数の動き       | ・新聞での求人は中小企業が主体であるが、2月末に2回目の緊急事態宣言が解除されたものの、求人数に景気の方向性を左右するような動きは見られない。飲食や旅行、観光業は、依然として苦しい状況が続いている。  |
|      |         | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）     | 周辺企業の様子      | ・業種によっては厳しい企業もあるが、全体的には新型コロナウイルスへの対応に慣れてきたように感じるため、これ以上悪くなることはない。  |
|      |         | 職業安定所（職員）           | 求職者数の動き      | ・直近の大阪の有効求人倍率は、1.14倍と前月から0.02ポイント低下した。有効求職者数が3か月ぶりに増加したことが主な要因である。また、新規求職者数は前年比で17.1%増と、前年の1度目の緊急事態宣言が解除された6月以来となる、2けたの増加となった。                             |

| 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   |
|----|---------|----------------|---------|--|
|    |         | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・景気は上向き傾向にあったが、新型コロナウイルスの感染第4波の影響で、落ち込んでいる企業が多い。   |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・前年は新型コロナウイルスの影響で求人数が落ち込んだため、前年比では12%の増加となったが、2年前との比較では約6%の減少となった。その一方、求職者は前年比で10%の増加、2年前比でも9%増えているため、求職者は増加傾向にある。   |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き | ・前年からの新規求職者数の動きを見ると、緊急事態宣言の発出中は減少し、解除されると増加するという連動性がみられる。今回も発出以降、少しずつ減少している。その影響で、求職者数だけをみると景気が上向いているようにみえるが、ゴールデンウィーク明けに解除されれば、再び大幅に増加することが予想される。現時点では、景気は良いとも悪いともいえない。 |
|    |         | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き  | ・緊急事態宣言の影響で、事務や受付、販売等の求人が見合わせとなっているが、新型コロナウイルス関連の求人は増えているため、相殺すると変化がないように感じる。  |
|    |         | 民間職業紹介機関（営業担当） | 採用者数の動き | ・新卒採用の内定率は前年と同じような水準であり、新型コロナウイルスの影響は特にみられない。  |
|    |         | 民間職業紹介機関（営業担当） | それ以外    | ・本来は新卒採用市場で選考試験が進む時期であるが、大学に話を聞くと、偏差値の上位校の学生でも選考試験に落ちている話をよく聞く。採用人数などの量よりも、学生の質を優先する、厳選採用が進んでいることが予想される。   |
|    |         | アウトソーシング企業（社員） | 採用者数の動き | ・人手不足であるが、新たな採用の予定はない。   |
|    |         | 学校〔大学〕（就職担当）   | それ以外    | ・緊急事態宣言の発出に伴い、人や物の動きが停滞している。今後は不安で一杯であり、先が見通せない。   |
|    | ×       | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外    | ・緊急事態宣言の再発出で、関西の地元企業による広告やプロモーションの動きが見られない。  |
|    | ×       | 学校〔大学〕（就職担当）   | 採用者数の動き | ・4月下旬に差し掛かっても、内定の報告がそれほど伸びていない。  |

## 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<br>動向<br>関連<br><br>(中国) |         | 競艇場（企画営業担当）     | 販売量の動き | ・4月の初旬にG1競走を開催し、売上が確保できている。   |
|                            |         | 百貨店（営業企画担当）     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響が大きかった前年と比べると、来客数はかなり戻ってきており、売上も回復傾向に向かっている。                                   |
|                            |         | スーパー（店長）        | 来客数の動き | ・客単価は低下しているが、ここ1～2か月で来客数が回復してきている。  |
|                            |         | スーパー（総務担当）      | 単価の動き  | ・単価、数量共に前年超えで推移している。  |
|                            |         | 衣料品専門店（代表）      | 販売量の動き | ・自粛期間であった3か月前よりも売上は持ち直してきたが、新型コロナウイルス発生以前の売上に戻るにはまだ時間が掛かる。                                  |
|                            |         | 乗用車販売店（統括）      | 販売量の動き | ・4月の販売量は前年比128%と良くなっている。  |
|                            |         | 乗用車販売店（営業担当）    | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響もあるが、3月決算で出し尽くした後の納車業務に追われて十分な販売活動ができていない。                                     |
|                            |         | 乗用車販売店（店長）      | 販売量の動き | ・前月と比べて来客数が増加している。  |
|                            |         | その他専門店〔時計〕（経営者） | 単価の動き  | ・高品質の眼鏡の需要が出ている。  |
|                            |         | 一般レストラン（店長）     | 来客数の動き | ・1月頃に比べると時短営業も解除されたので、来客数は増加傾向にある。企業のグループでの来店も少しずつだが増えてきている。ただ、ここ1週間の感染拡大に伴い、また逆戻りするかもしれない。 |
|                            |         | タクシー運転手         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス発生以前の平常時と比べると乗客数は3～4割減少しているが、3か月前と比べるとやや良くなっている。                                  |

| 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  |
|----|---------|--------------------------|--------|---|
|    |         | 設計事務所（経営者）               | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス禍でも来場意欲の高い客が多い。   |
|    |         | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き | ・来客数が減少しているだけでなく、販売額も前年割れとなっている。1人当たりの購入単価が下がり続けている。  |
|    |         | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き | ・結婚式、葬式、パーティー、お茶会も開催されないため、呉服業界は需要が全くない。  |
|    |         | 一般小売店〔茶〕（経営者）            | 販売量の動き | ・当県も新型コロナウイルス感染者が今までよりも出てくるようになり、消費者が外出しなくなっている。  |
|    |         | 一般小売店〔印章〕（経営者）           | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響もあるのか例年と比べ連休前の来客数が少ない。   |
|    |         | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）           | 来客数の動き | ・前年と比べると来客数が増加しているが、高齢者の割合は低下している。  |
|    |         | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）        | 単価の動き  | ・新型コロナウイルスの影響が続いており、来客数も少ないままである。   |
|    |         | 百貨店（経理担当）                | 販売量の動き | ・売上は前年の2倍くらいであるが、前々年と比べると8割くらいであり、厳しい状況である。   |
|    |         | 百貨店（売場担当）                | お客様の様子 | ・客のマインドが少し上向きかしてきたが、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言の影響で、再度、客の行動が慎重になってきている。   |
|    |         | 百貨店（外商担当）                | 販売量の動き | ・1～2か月前と比べると、販売量の前年比の伸びが若干鈍化している。緊急事態宣言が出ているが、地域の特性からすると、現状のままなら、極端な増減はみられない。   |
|    |         | 百貨店（売場担当）                | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの第4波が懸念されるが、高額な美術品やぜいたく品などが売れている。   |
|    |         | スーパー（店長）                 | 販売量の動き | ・販売量は前年割れとなっているが、3か月前と比べると変わらない。  |
|    |         | スーパー（店長）                 | 販売量の動き | ・来客数はほぼ前年並みに戻ってきているが、客の買いだめ傾向が弱まってきたこともあり、買上点数が前年割れとなっている。  |
|    |         | スーパー（店長）                 | 来客数の動き | ・客が割引セール時に集中する傾向が更になり、通常日が落ち込むことから、通期の来客数が多少マイナスとなっている。来客だけでなく販売についても同様で、まとめ買いの傾向が強くなってきている。  |
|    |         | スーパー（営業システム担当）           | 販売量の動き | ・全体の売上は前年を上回っているが、前年のこの時期に好調だった加工食品や米は前年割れとなっている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）              | 来客数の動き | ・前月末～今月に掛けて、新型コロナウイルスの集団クラスターが発生したため、来客数や売上が前年を1割以上下回っている。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）              | 来客数の動き | ・2019年度と比べるとまだまだ回復していない。  |
|    |         | コンビニ（副地域ブロック長）           | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染再拡大により、観光やイベント目的の訪問客が減少しているため、夕方以降の来客数が大幅に減少している。  |
|    |         | 家電量販店（店長）                | 来客数の動き | ・前年と比べ、来客数が3割減少している。  |
|    |         | 家電量販店（企画担当）              | 来客数の動き | ・来客数も売上もほとんど変化していない。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）             | 来客数の動き | ・4月初めに来客数が増加したが、それ以降は減少傾向にある。   |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）            | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、相変わらず低迷している。売上は、前年よりは良くなっているが、新型コロナウイルス発生以前の水準には戻っていない。  |
|    |         | 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 | ・新型コロナウイルスに対する危機感が強まってきているが、客も新型コロナウイルスの影響が長く続くことに慣れてきている。ただ、第4波も現実味を帯びてきていることから、景気は3か月前と変わらない厳しい状況にある。新型コロナウイルスのワクチンの普及や医療現場の改善による安心がないと景気の回復は難しい。 |
|    |         | その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わっていない。   |

| 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  |
|----|---------|------------------|---------|---|
|    |         | 都市型ホテル<br>(企画担当) | 来客数の動き  | ・この1か月でGo To Travelキャンペーンが再開することを期待していたにもかかわらず、変異ウイルスのまん延から緊急事態宣言の再発出になったことで、非常に困惑している。宿泊稼働もビジネス需要を取り込みながら上向きになっていたが、また下降傾向にある。宴会やレストランでは団体予約がキャンセルになり、個人の予約受注も伸びなくなっている。 |
|    |         | 都市型ホテル<br>(総支配人) | 来客数の動き  | ・4都府県の緊急事態宣言によりビジネス客、観光客共に予約のキャンセルや新規予約の伸び悩みが継続している。  |
|    |         | 旅行代理店(経営者)       | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスがなかなか終息しない状況で、客が旅行どころではなく、全く動けない。   |
|    |         | 旅行代理店(支店長)       | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの感染者数が増加するなか、4月25日からの4都府県への緊急事態宣言を受け、地方から4都府県への旅行キャンセルが相次ぎ、地方への来客も減少が見込まれるなど、景気は更に厳しい状況になってきている。  |
|    |         | タクシー運転手          | 来客数の動き  | ・夜の乗車率が悪く、なかなか以前の状況に戻らない。   |
|    |         | 通信会社(営業担当)       | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス禍でも特に購買動向に変化はないが、先行き不透明のため、景気が好転する気配もない。  |
|    |         | 通信会社(企画担当)       | お客様の様子  | ・新入学や新生活の時期だが、新型コロナウイルス禍で制限があるため、客に停滞感が感じられる。購買にも様子見の姿勢がはっきり残っている。  |
|    |         | 通信会社(経理担当)       | お客様の様子  | ・リモートやオンラインの需要があるため、サービスに関しては状況は悪くなっていない。   |
|    |         | ゴルフ場(営業担当)       | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染が拡大し、県内や近県でも感染者数が増加しているため、予約のキャンセルも増えている。  |
|    |         | 美容室(経営者)         | 来客数の動き  | ・3か月前と比べても、来客数は変わらない。   |
|    |         | 設計事務所(経営者)       | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で、引き合いが1年以上低迷している。   |
|    |         | 住宅販売会社(従業員)      | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスとの関わりも1年が経過し、オンラインでのイベントや商談にも慣れてはきたが、メインはやはり対面である。  |
|    |         | 住宅販売会社(営業所長)     | 競争相手の様子 | ・経済活動は新型コロナウイルスの影響で動き、単価に変化は感じられるが、慣れの様相もあり、この数か月の動きに大きな変化は感じられない。ただ、雇用不安等で支払や購入単価の改善は実感できない。   |
|    |         | 商店街(代表者)         | 単価の動き   | ・客が買物に慎重で、本当に必要な商品しか購入してもらえない。  |
|    |         | 一般小売店[食品](経営者)   | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で、前年は保存食品を中心に食品の売上が好調であった。今年は巣籠り需要があるものの、客の緊張感が薄れ、節約志向が高まっていることから、来客数や客単価が前年を下回っている。   |
|    |         | 一般小売店[靴](経営者)    | 来客数の動き  | ・来客数が減少し、客単価も減少している。  |
|    |         | 百貨店(営業担当)        | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの感染者数の増加で来客数が減少している。婦人服は売上の確保が厳しい状況である。   |
|    |         | 百貨店(営業担当)        | 来客数の動き  | ・3月下旬頃から4月上旬は回復傾向に向かっていたが、中旬以降、県内も新型コロナウイルスの感染者数が急増し、年配者の来店が目に見えて少なくなっている。  |
|    |         | 百貨店(営業担当)        | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスが再び感染拡大局面を迎えており、来客数は減少傾向にある。また、ゴールデンウィークのトラベル関連の需要が少ないことが、売上に対して大きなマイナスとなっている。  |
|    |         | 百貨店(外商担当)        | お客様の様子  | ・4月に入り全国的に新型コロナウイルスの感染者数が急激に増加しており、戻りかけていた来客数や客の購買意欲に悪影響を与えている。   |
|    |         | スーパー(店長)         | 来客数の動き  | ・来客数の減少が顕著になっており、売上も下降線をたどっている。   |

| 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  |
|----|---------|------------------------|--------|---|
|    |         | スーパー（店長）               | 来客数の動き | ・来客数や売上が前年割れで推移している。  |
|    |         | スーパー（業務開発担当）           | 来客数の動き | ・来客数は戻りつつあるものの、野菜の単価安や精肉の外国産へのシフトなどがあり客単価が低い。   |
|    |         | スーパー（販売担当）             | 来客数の動き | ・前半は、これまで控えていたチラシの配布やイベントの開催を実施したため、売上や来客数が好調に推移していたが、新型コロナウイルスの感染再拡大の影響から来客数が落ち込んできている。            |
|    |         | スーパー（販売担当）             | 来客数の動き | ・客単価が上昇せず苦戦している。  |
|    |         | スーパー（財務担当）             | 来客数の動き | ・初回の緊急事態宣言発出後1年が経過し、外食が増加、巣籠り需要が減少していることから、来客数、客単価共に減少している。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | 販売量の動き | ・前年は新型コロナウイルス禍で、パン製品が好調だったが、その反動で4～5月と大変厳しい状況にある。   |
|    |         | コンビニ（支店長）              | 来客数の動き | ・週末の来客数は改善傾向だが、依然として来客数の前年割れが続いている。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）            | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、来客数が減少している。  |
|    |         | 家電量販店（店長）              | 来客数の動き | ・来客数が少なく、客単価も下振れ傾向にある。客の購買意欲も高くない。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）           | 販売量の動き | ・新規の客がほとんどなく、来客数がかかり減少しており、景気はやや悪くなっている。  |
|    |         | 住関連専門店（営業担当）           | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークに大きなイベントを予定しているが、新型コロナウイルスの影響で、集客が不安である。  |
|    |         | その他専門店【和菓子】（経営者）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発出の影響で、景気はやや悪くなっている。   |
|    |         | その他専門店【布地】（経営者）        | お客様の様子 | ・地方も都会と同様、新型コロナウイルスの影響で、街に出る人が減少している。   |
|    |         | その他専門店【土産物】（経営者）       | 来客数の動き | ・観光客はなく、地元客も減少、日ごとに来客数が減少しており、新型コロナウイルスの感染対策に手間も費用もかさんでいる。  |
|    |         | その他小売【ショッピングセンター】（支配人） | 来客数の動き | ・2～3月に掛け、新型コロナウイルスの感染者数も落ち着き、改善傾向にあったが、4月に入り、第4波が到来し、再び客の動きも鈍くなり、売上にも影響が出始めている。                     |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き | ・3月に回復していた売上が、4月に入り、減少傾向にある。ゴールデンウィーク直前の4都府県を対象とした緊急事態宣言の発出は対象地域外にも大きな影響を与えており、家族や夫婦の利用の減少につながっている。 |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き | ・ディナータイムの来客数が相当減っている。グループ1組当たりの人数も減少傾向にある。  |
|    |         | 観光型ホテル（副支配人）           | 販売量の動き | ・4月の前半は宿泊の予約も少し良くなっていたが、中旬からの予約はなく、以前より悪くなっている。   |
|    |         | タクシー運転手                | お客様の様子 | ・4月に入り、暖かくなり、本来なら外出者も増加するところであるが、新型コロナウイルスの影響で、乗車率はかなり低下しており、特に夜の乗車はほとんどない。                         |
|    |         | タクシー運転手                | 販売量の動き | ・夜の街は相変わらず静かである。  |
|    |         | 放送通信サービス（総務経理担当）       | お客様の様子 | ・利用料支払の延滞件数が2月以降増加している。ただ、督促による回収率も上昇している。  |
|    |         | 通信会社（工事担当）             | お客様の様子 | ・客の様子を見る限り、景気はやや悪くなっている。  |
|    |         | テーマパーク（管理担当）           | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、景気はやや悪くなっている。  |
|    |         | 観光名所（館長）               | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの変異株が拡大しており、一部のエリアで緊急事態宣言の発出、その他の地域でも外出自粛要請があり、来館者が減少している。                                |
|    |         | 美容室（経営者）               | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスを警戒し、客が外出を控えたり、来店を先延ばししたりしているため、来客数も売上も激減している。  |

| 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  |
|----------------------------|---------|--------------------|--------------|---|
|                            |         | 設計事務所（経営者）         | 販売量の動き       | ・官の仕事は全体的に少なく、あっても小規模で、まとまった大規模の仕事の動きが見られない。民間は新型コロナウイルス禍では設計契約までに至るのが難しい状況である。 |
|                            | ×       | 商店街（理事）            | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスの影響で、客の消費行動が制限されている。  |
|                            | ×       | 自動車備品販売店（経営者）      | 販売量の動き       | ・新型コロナウイルスの影響で、景気は悪くなっている。  |
|                            | ×       | 高級レストラン（事業戦略担当）    | 来客数の動き       | ・関西を中心とする新型コロナウイルス感染者数の急増により、客足が伸び悩んでいる。  |
|                            | ×       | 一般レストラン（経営者）       | 来客数の動き       | ・テレビで野球中継が始まったため、客が街に出てこなくなり、来客数が減少している。  |
|                            | ×       | 観光型ホテル（営業担当）       | 来客数の動き       | ・3回目の緊急事態宣言が発出し、キャンセルが増え、来客数が激減している。  |
|                            | ×       | 都市型ホテル（企画担当）       | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスの変異株の拡大で、旅行や飲食の自粛傾向が強まっている。   |
|                            | ×       | 通信会社（広報担当）         | 来客数の動き       | ・購入客が減少してきている。  |
|                            | ×       | テーマパーク（業務担当）       | それ以外         | ・客の給料が減り、飲食店などでの消費も減少している。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(中国) |         | -                  | -            | -   |
|                            |         | 繊維工業（監査担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・全国的に前売りが前期比プラスで推移している。ネット受注が浸透し始め、価格改定も順調に受け入れられている。                           |
|                            |         | 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   | ・大型連休対策もあり生産量が増加したため、時間外労働での対応を行っている。   |
|                            |         | 鉄鋼業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・受注の回復傾向が続いている。   |
|                            |         | 輸送用機械器具製造業（総務担当）   | 取引先の様子       | ・自動車関係は景気が良くなりつつある。   |
|                            |         | 通信業（営業担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・4月期の受注量が前年同月比で130%、ほぼ前々年の数量に近づきつつある。   |
|                            |         | 会計事務所（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・マーケティング関連の営業支援業務が徐々に動き出している。4月の運送事業者の高速道路料金の支払額も、前年割れの状況から前々年並みに回復している。        |
|                            |         | 食料品製造業（総務担当）       | 受注価格や販売価格の動き | ・新型コロナウイルス禍で、現時点では景気は変化する様子はない。   |
|                            |         | 木材木製品製造業（経理担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの拡大により、不確定な要素はあるが、住宅関連事業は思ったほど景気が悪化していない。ニューノーマルを見据えた販売方法が定着しつつある。    |
|                            |         | 化学工業（総務担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・生産状態等に大きな変化はないが、営業部門の活動制限が売上に与える影響が定かでないため、見通しが難しい。                            |
|                            |         | 鉄鋼業（総務担当）          | 取引先の様子       | ・景気は今年に入って横ばいが続いている。  |
|                            |         | 非鉄金属製造業（業務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・電子材料関連の受注が堅調に推移している。   |
|                            |         | 金属製品製造業（総務担当）      | 取引先の様子       | ・客が増産を見込んでいるが、当社に関連する機種の生産は横ばいと報告があったため、現状の受注量で推移しそうである。                        |
|                            |         | 建設業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・発注時期が遅れるケースはあるものの、予定物件は受注につなげることができている。  |
|                            |         | 輸送業（総務・人事担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・海外向けの受注数量が堅調に推移しているが、業種によりばらつきがあり、全体では受注数量に変化はない。                              |
|                            |         | 輸送業（支店長）           | 受注量や販売量の動き   | ・電子商取引の発送が好調で、新たな需要も出ている。企業からの受注量は微減であるが、個人市場は好調である。                            |
|                            |         | 輸送業（総務担当）          | 取引先の様子       | ・取引先からの受注量は3か月前とほぼ変わっていない。  |
|                            |         | 通信業（営業企画担当）        | 取引先の様子       | ・新年度における新たな需要は、年度末の駆け込み需要とほぼ同等になっている。   |

| 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  |
|--------------|---------|--------------------|------------|---|
|              |         | 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が、新型車の伸び悩みを主因に依然として計画を下回っている。このため、系列の地元部品メーカーの受注は、ピーク時の8～9割程度で推移している。ただ、部品単価の上昇もあり、月次採算は堅調なメーカーが多い。  |
|              |         | 広告代理店（営業担当）        | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、イベントが中止、延期、縮小となり、受注量の減少が継続している。  |
|              |         | 農林水産業（従業員）         | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスの影響が再び出始めたことで、飲食関係などが悪くなっている。   |
|              |         | 食料品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・受注量や販売量が減少している。  |
|              |         | 電気機械器具製造業（総務担当）    | 取引先の様子     | ・部品等の仕入先である取引先においてクラスターが発生したことで生産中止等により部品調達が遅延している。また、代替先の選定も困難な状況にあり、社内の生産に影響を及ぼしている。  |
|              |         | 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 | ・主要客からの受注量は内示に対して減少している。  |
|              |         | 金融業（貸付担当）          | 取引先の様子     | ・ヒト、カネ、モノの動きからも、飲食店、観光業等多くの業種で、景気は停滞若しくは後退している。   |
|              |         | 不動産業（総務担当）         | それ以外       | ・来客数や成約件数が2～3か月前と比べると落ち込んでいる。   |
|              | x       | -                  | -          | -   |
| 雇用関連<br>(中国) |         | -                  | -          | -   |
|              |         | 人材派遣会社（支社長）        | 求人数の動き     | ・求人数、求職者数共に、新型コロナウイルス発生以前の数値を超えてきている。業種に大きな偏りもなく、雇用市場全体の回復を感じる。   |
|              |         | 人材派遣会社（経営戦略担当）     | 求人数の動き     | ・3月の新規求人数は前年を超える水準であったが、4月の新型コロナウイルス第4波の影響により減速傾向となる。   |
|              |         | 学校〔大学〕（就職担当）       | 採用者数の動き    | ・学内合同企業説明会の案内を送ったところ、すぐに募集枠が埋まるなど企業の採用意欲を感じる。   |
|              |         | 求人情報誌製作会社（経営者）     | 周辺企業の様子    | ・季節要因で、求人数が増加しているが、景気は良くなっていない。   |
|              |         | 求人情報誌製作会社（営業担当）    | 求人数の動き     | ・接客サービス業では一部、採用縮小、採用中止する企業も散見されるが、中堅中小企業の採用ニーズは依然として強い。   |
|              |         | 求人情報誌製作会社（広告担当）    | 雇用形態の様子    | ・新卒採用の動きについては、採用予定人数が、前年に続き、若干減少傾向にある。プレ期間の広報活動の一環でもあるインターンシップについては、前年の同時期と比べ、少人数の対面で実施する予定の企業が増加している。大手企業は前年同様、Webによるインターンシップを実施予定である。学生の満足度は実際の現場での仕事体験ができる対面での実施の方がWebよりも断然高い。 |
|              |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）     | 周辺企業の様子    | ・新型コロナウイルスの第4波に対して懸念はあるものの、周辺企業の様子を見ると、企業活動自体は観光、レジャー、飲食関係を除けば、通常に戻っており、雇用創出の動きもある。   |
|              |         | 職業安定所（雇用関連担当）      | 求職者数の動き    | ・新規求人数は前年と比べ増加、有効求職者数も増加している。   |
|              |         | 民間職業紹介機関（職員）       | 採用者数の動き    | ・前年に新型コロナウイルスの影響で内定取消しを行った飲食関連企業が、当時採用を検討していたポジションで求人を再開している。   |
|              |         | 学校〔短期大学〕（進路指導担当）   | 求人数の動き     | ・求人数は前年の同時期と余り変わりなく、景気は回復していない。   |
|              |         | 人材派遣会社（支店長）        | 求職者数の動き    | ・新年度を迎えて求職者の動きが鈍くなっており、新規の応募数も減少している。   |
|              |         | 職業安定所（所長）          | 求職者数の動き    | ・自己都合離職者が増加傾向にあり、新規求職者数が前年を上回っている。特に介護施設や医療関係事業所の退職者が目立ち、長引く新型コロナウイルスの影響が少なからずある。   |



| 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  |
|----|---------|---------------------|---------|---|
|    |         | 職業安定所（事業所担当）        | 求人数の動き  | ・3月の新規求人数を前年と比べると23.7%の減少、有効求人数も前年から25.9%減少している。一方、新規求職者数を前年と比べると19.2%の増加、有効求職者数も前年から20.4%増加している。有効求人倍率は2月の1.57倍から3月は1.43倍に低下している。産業別では、新型コロナウイルスの影響で、卸売・小売業や宿泊業・飲食サービス業などの雇用環境が悪化している。 |
|    |         | 民間職業紹介機関（求人・人材採用担当） | 周辺企業の様子 | ・例年であれば求人ニーズが高まる時期ではあるが、新型コロナウイルスの再拡大に伴い、予定していた採用が取り消しになったり、採用の見通しが立てられなくなったりする企業が増加してきている。   |
|    |         | その他雇用の動向を把握できる者     | 求人数の動き  | ・緊急事態宣言の発出を受けて、地方でも外出をためらう人が増加しており、景気は飲食業やサービス業を中心に停滞している。  |
|    | 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<br>(四国) |         | -               | -      | -  |
|                |         | 一般小売店〔書籍〕（営業担当） | 販売量の動き | ・例年4月は外商売上が年度末の駆け込み需要の反動で低迷するが、今年は件数、売上共に前年を上回った。  |
|                |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染再拡大により、巣籠り需要が再拡大しており、その恩恵を受けている状況である。   |
|                |         | コンビニ（店長）        | 来客数の動き | ・来客数は3か月前と比較すると増加しているが、一昨年と比較すると減少しており、経営状況が悪いというのは変わっていない。しかし、直近の自粛要請による影響は、前年と比べると小さくなっている。    |
|                |         | 家電量販店（店員）       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染再拡大による外出自粛の影響で、家電製品全般の売上が伸びている。   |
|                |         | 通信会社（営業部長）      | 販売量の動き | ・通信業界に限って言えば、値下げ競争の影響で市場は活性化している。  |
|                |         | 設計事務所（所長）       | それ以外   | ・古い建物が取り壊され、整地されている土地が増加している。新しい建物の建築準備に入っているものと思われ、景気回復の兆しを感じる。                                 |
|                |         | 商店街（事務局長）       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染が変異株の拡大に伴い第4波として猛威を振るい、4都府県では緊急事態宣言が発出された。全国的にワクチン接種も進んでおらず、消費回復は今秋以降へずれ込むことが予想される。 |
|                |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響による小売への需要拡大が依然として継続している。  |
|                |         | スーパー（企画担当）      | 来客数の動き | ・外食の自粛はいまだに継続傾向にある。前年より来客数は減少しているが、客単価は高く推移しており、結果として売上高は前年と同等か、それを上回る水準で推移している。                 |
|                |         | コンビニ（総務）        | 来客数の動き | ・売上高は前年と比較すると増加しているが、一昨年と比較すると減少している。来客数の減少傾向は変わっていない。   |
|                |         | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き | ・当地域でも新型コロナウイルスの影響がかなり出ている。状況は3か月前と余り変わらないが、まん延防止等重点措置の影響で、客は全くおらず、先行きは不透明である。                   |
|                |         | 乗用車販売店（役員）      | 来客数の動き | ・直近の来客数に大きな変化はみられない。都市部での緊急事態宣言の発出によって、景気がどのような動きになるのか予測が難しい。                                    |
|                |         | その他専門店〔酒〕（経営者）  | 来客数の動き | ・来客数は依然として減少傾向にあり、状況は悪化したままである。  |

| 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   |
|----|---------|-----------------|--------|--|
|    |         | 都市型ホテル<br>(経営者) | 来客数の動き | ・依然として新型コロナウイルスの影響が大きいと感じる。政府の施策は、新型コロナウイルスの完全な収束を優先するのか、東京オリンピックの開催を優先するのか分からないため、多くの人は現在の状況にへき易していると感じる。今後、しばらくは旅行や飲食における需要回復は見込めないという点で、先行きも余り良くない。 |
|    |         | タクシー運転手         | お客様の様子 | ・現在は昼夜問わず人の動きが少ない状況である。特に夜間は、若者が友達同士で飲み食いするくらいで、サラリーマンや中高年の姿は見なくなっている。また、観光客が少なく、ホテルの利用状況も悪いため、前年と比べると人出は半分以下である。                                      |
|    |         | 競輪競馬(マネージャー)    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、営業自粛や入場制限等が継続しており、利用者数は減少傾向にある。   |
|    |         | 商店街(代表者)        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの第4波が襲来しており、近県においても感染者数が増加している。商店街では、特に夜間の飲食店に客がおらず、人々が自粛している状態が続いている。   |
|    |         | 一般小売店[生花](経営者)  | それ以外   | ・当地域でも新型コロナウイルスのクラスターが発生し、まん延防止等重点措置が適用されたため、繁華街の店舗は閉まっており人通りも全くない状況である。   |
|    |         | 百貨店(営業管理担当)     | 来客数の動き | ・1月は都市部における2度目の緊急事態宣言の発出もあり来客数が落ち込んだが、月末に向け回復傾向にあった。しかし、4月は県内の警戒レベルの引上げや全国的な新規感染者数急増の影響を受け、再び来客数が減少するなか、3度目の緊急事態宣言の発出で更に客の自粛傾向が強まっている。                 |
|    |         | 百貨店(販売促進)       | 来客数の動き | ・当社は現在改装工事中のため来客数は前年と比べ減少している。加えて、当地域におけるまん延防止等重点措置の適用に伴い更に厳しくなっている。   |
|    |         | スーパー(財務担当)      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの特需から1年が経過し、来客数の減少が継続している。客単価の伸びもなくなってきている。  |
|    |         | コンビニ(商品担当)      | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークもまん延防止等重点措置の適用で、繁華街やレジャー等に需要がない状況である。  |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)     | 販売量の動き | ・当地域でも新型コロナウイルスの感染者が日々増加傾向にあり、厳しい状況が続いている。   |
|    |         | 衣料品専門店(営業責任者)   | 販売量の動き | ・売上は前年比で増加しているが、新型コロナウイルス発生前の前々年の水準と比較すると30%以上減少している。感染者数の増加に伴い、来客数が減少している。  |
|    |         | 家電量販店(副店長)      | 来客数の動き | ・全国で新型コロナウイルス新規感染者数が増加しているという報道が多くなり、買物の必要がある客が来店するのみであり、全体の来客数は減少している。  |
|    |         | 乗用車販売業(営業担当)    | 販売量の動き | ・例年4月は売上が落ち込むが、今年は前年と比べて減少幅が大きい。   |
|    |         | 乗用車販売店(従業員)     | 販売量の動き | ・新車の受注状況は、新型コロナウイルスの影響で減少した前年並みの低い水準で推移している。   |
|    |         | 一般レストラン(経営者)    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの終息はまだ遠く、新規感染者数の増加に比例して客足が遠のいている。  |
|    |         | 旅行代理店(営業担当)     | お客様の様子 | ・観光業界においては、Go To Travelキャンペーン再開のめどが全く立たず、観光支援事業においても先行きが見通せない状況である。都市部での緊急事態宣言の発出により、店頭への来店及びオンラインによる予約も減少し、更にキャンセルが続出している。                            |
|    |         | 通信会社(社員)        | お客様の様子 | ・以前よりも人出が鈍くなっていると感じる。  |
|    |         | 美容室(経営者)        | お客様の様子 | ・例年4月の売上水準には程遠い状況である。新型コロナウイルスの報道の影響を受け、客が減っている状況である。  |
|    |         | 美容室(経営者)        | お客様の様子 | ・当地域でも新型コロナウイルスの感染者数が増加しており、客の行動も慎重になってきている。   |
|    | x       | 商店街(代表者)        | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用で時短営業を強いられており、売上高は前年より少し増加しているが、前々年の同時期の30~40%程度の水準であり、厳しい状況が続いている。  |

| 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   |
|----------------------------|---------|-----------------------------|--------------|--|
|                            | ×       | 商店街（代表者）                    | お客様の様子       | ・ワクチン接種の遅れもあり、全国的にコロナ禍の影響は止まらず、巣籠り需要関連や一部の業種を除けば、景気は更に落ち込む可能性が高い。同時に、消費者行動もますますネット利用のウエイトが増しており、時代が変化するなかで、既存の発想で売上が回復できるとは到底考えられない。 |
|                            | ×       | 一般小売店<br>〔酒〕（販売担当）          | 販売量の動き       | ・新型コロナウイルス感染者数の急激な増加で、外食需要が激減したことにより飲食店への納品が減少し、今後も事業を継続することができるか毎日不安である。  |
|                            | ×       | コンビニ（店長）                    | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスの新規感染者に関する報道があるたびに、人々の警戒感や自粛傾向が強まっている。特に当地域では、まん延防止等重点措置の適用後は、20時以降の来客数の減少が際立っている。   |
|                            | ×       | その他小売<br>〔ショッピングセンター〕（副支配人） | 来客数の動き       | ・最近の新型コロナウイルス感染者数の急増を受けて、人出が急激に落ち込んでいる。  |
|                            | ×       | 一般レストラン（経営者）                | 来客数の動き       | ・当地域では、新型コロナウイルスの感染者数が減少し、規制も徐々に緩和されつつあったところにクラスターが発生し、前年と同じ状況が繰り返されている。引き続き我慢が必要であると感じる。  |
|                            | ×       | 観光型旅館（経営者）                  | 来客数の動き       | ・当地域では、まん延防止等重点措置が適用されるほど新型コロナウイルスの感染が再拡大している。都市部でも緊急事態宣言が再度発出される等、改善の端緒が全くみえない状況である。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(四国) |         | -                           | -            | -  |
|                            |         | 電気機械器具製造業（経理）               | 受注量や販売量の動き   | ・一過性の特需に近いものであるが、新型コロナウイルスのワクチンを保管する保冷庫の需要が伸びており、一部の事業体で受注量や販売量が改善している。  |
|                            |         | 輸送業（経理）                     | 受注量や販売量の動き   | ・海外向け、特に中国向けの原料の輸出が好調である。国内向けの出荷量については横ばいの状態である。   |
|                            |         | 農林水産業（職員）                   | 受注価格や販売価格の動き | ・卸売価格は前年並みで推移している。前年はコロナ禍で業務野菜やメロン、花きなどが例年の60～80%で推移していたことを踏まえると、新型コロナウイルスの第4波の影響は大きい。   |
|                            |         | 木材木製品製造業（営業部長）              | 受注量や販売量の動き   | ・受注数は回復傾向にあるが、緊急事態宣言が発出された影響がまだみえてこない。受注状況に必ず悪い影響を与えることが予想されるため、今後の推移を注視している。  |
|                            |         | 化学工業（所長）                    | 受注量や販売量の動き   | ・前年同時期と比較すると取扱物量は減少している。   |
|                            |         | 一般機械器具製造業（経理担当）             | 受注量や販売量の動き   | ・本格的な需要回復時期は不透明な状況が続いている。  |
|                            |         | 電気機械器具製造業（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍で、最先端技術を扱う企業を含め、LED関連企業の利益が落ち込んでいる。新型コロナウイルスによる影響を受けていない企業はなく、各企業の努力により現状を維持している状況であると考えている。                                    |
|                            |         | 建設業（経営者）                    | 取引先の様子       | ・新年度が始まったが、手持ちの仕事量は例年どおり少ない状況である。前年は、業界全般の受注状況や売上が堅調であったため、現在はやや余裕を持った経営ができている。しかしながら、コロナ禍が収束傾向にないことから、特に状況は変わらないと判断している。            |
|                            |         | 建設業（経営者）                    | 受注量や販売量の動き   | ・依然として民間工事や公共事業の受注量が減少している。  |
|                            |         | 通信業（企画・売上管理）                | 受注量や販売量の動き   | ・都市部で緊急事態宣言が発出されたことを受け、映画やレジャー関係の客はCMを控えたり、期間を変更する影響があったが、3か月前からそのスタンスは変わっていない。  |
|                            |         | 金融業（副支店長）                   | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴う、まん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の発出により、足元の消費動向は鈍っている。  |
|                            |         | 税理士事務所                      | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの感染が再拡大傾向にあるものの、まだ業務に影響は出しておらず、売上の変化はみられていない。  |

| 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   |
|------------------|---------|----------------|------------|--|
|                  |         | 繊維工業（経営者）      | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用と緊急事態宣言の発出によって、受注量が急速に減少している。特に都市部の小売店とショッピングモール内の小売店は時短営業や休業する店が増加している。   |
|                  |         | 鉄鋼業（総務部長）      | 受注量や販売量の動き | ・仕事の受注量が減少しており、また受注残も少ない状況であるため、臨時休業による生産調整を行っている状況である。  |
|                  |         | 輸送業（経営者）       | それ以外       | ・緊急事態宣言の発出は必要な措置であったが、景気は必ず悪化する。   |
|                  |         | 輸送業（営業）        | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス変異株の流行を受け、まん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言が発出され、それが消費者の行動自粛や消費の低迷につながっている。一旦は増加に転じ回復の兆しが見え始めた取扱物量についても、ここに来て再び低調に推移しており、企業向けの商業物流分野においては、前年実績を下回る厳しい状況が続いている。それに反して、ネット通販等の非対面型ビジネスの需要は堅調であり、個人向け宅配便需要は非常に好調である。 |
|                  | x       | -              | -          | -  |
| 雇用<br>関連<br>(四国) |         | -              | -          | -  |
|                  |         | 職業安定所（求人開発）    | 周辺企業の様子    | ・繁華街で新型コロナウイルスのクラスターが発生し、その影響で人の動きが止まり、年度末の需要がさほど伸びなかった。   |
|                  |         | 人材派遣会社（営業担当）   | 周辺企業の様子    | ・紹介予定派遣の件数が減少しており、企業が雇用のリスクを避けている。   |
|                  |         | 人材派遣会社（営業）     | 周辺企業の様子    | ・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、公共施設の閉館や飲食店の時短営業などの影響で、人の動きが鈍くなっている。集客施設だけでなく、関連した取引業者にも影響が出ており、業種による景気の格差が出ている。   |
|                  |         | 人材派遣会社（営業担当）   | 求職者数の動き    | ・一部の業種で改善はみられるものの、サービス業関係の仕事の求人が全くない状況で、全体では悪化傾向にある。   |
|                  |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外       | ・広告業界全般が新型コロナウイルスの影響を受けており、年間予算が絞られてきていることから、今年度の業績は下方予測をしている。   |
|                  |         | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き    | ・窓口での相談件数が前年同月と比較して増加している。   |
|                  |         | 学校〔大学〕（就職担当）   | それ以外       | ・緊急事態宣言の発出による学生の就職活動への影響が懸念される。  |
|                  | x       | 求人情報誌（営業）      | 周辺企業の様子    | ・当地域では、まん延防止等重点措置の適用で、飲食店や観光サービス関連業界が時短や休業を余儀なくされ、周辺業界を含め売上が大幅に下がっており、やむなく人員削減を行っている企業も出ている。地域外からの人の流れも減少しており、当地域全体で経済的ダメージを受けている状況である。  |

### 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<br>動向<br>関連<br>(九州) |         | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 来客数の動き  | ・例年3月は忙しく、4月には一段落するが、今年の4月は繁華街で閉店した飲食店が郊外に移転するなど、新規や移転オープン祝い等があり、今月も忙しい月となっている。5月は母の日もあり、まだまだ繁忙期が継続する。 |
|                        |         | 百貨店（売場担当）      | 競争相手の様子 | ・全店の売上前年比は、3か月前は62%であったが、今月の見通しは、180%となり上昇しているが、一昨年と比較すると全体でもまだ80%である。衣料品や身の回り関係の売上が伸びているのが要因である。      |
|                        |         | 競馬場（職員）        | 来客数の動き  | ・提供サービスを徐々に拡大している。   |
|                        |         | 商店街（代表者）       | お客様の様子  | ・今月中旬より一昨年前の売上、来客共に持ち直したかにみえたが、商店街近辺にて新型コロナウイルス感染の情報が流れると、極端に来街者が減少し売上が伸びない。                           |
|                        |         | 商店街（代表者）       | 来客数の動き  | ・年度末、年度初月は来客数が伸びるが、4月最終週は落ち着く傾向にある。  |

| 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   |
|----|---------|---------------------------------|--------|--|
|    |         | 商店街（代表者）                        | 販売量の動き | ・季候が良くなり、また、新型コロナウイルスの実態も分かり始めている。そのため、人の動きも出ており、購買も増加している。  |
|    |         | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き | ・3月の終わりから4月に掛け、若干来街来客数が増加し、期待が持てると考えていた。しかし、ここ2～3日で新規感染者の増加があり、都市部での緊急事態宣言の発出により、状況が厳しくなると予想されるので、政府には対策を望んでいる。  |
|    |         | 一般小売店〔青果〕（店長）                   | それ以外   | ・当地の市場相場は、3か月前と比較すると右肩上がりである。したがって、販売では客単価は上がり、客の様子にも変化があり、良くなっている。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）                       | お客様の様子 | ・会場の見直しや感染防止、また、3密防止対策を行い催事を開催した。2年ぶりの物産催事は検温、消毒、会場の分散、人数制限等の安全策を行ったことで、午前の客の来店が増えてはいるが、高齢者を含め滞留時間短縮は継続しており、午後の落ち込みも大きく、来客数は一昨年に戻っていない。一方、サテライトショップやギフトショップへの遠出は避け、地元での買物が増加し、オンラインでの物販、物産催事での受注も客の支持を得ている。周辺商店街の散策、県外旅行者を含め人通りは増えている。 |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                     | 販売量の動き | ・気温が高い影響もあり、ソフトドリンク類が伸びている。玩具や子供用カードの動きも好調である。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                     | 販売量の動き | ・3月と比べると4月は販売数が半減している。   |
|    |         | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）              | それ以外   | ・来客数は前月及び前年と比較すると減少傾向であるが、相変わらず巣籠り需要で1度の来店で購入する客単価は、増加している。店頭とは別に地震後の復旧に伴い、開業した事業所関係の客が新規に増加し、景気は若干良くなっている。  |
|    |         | 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 | ・景気は、新型コロナウイルスの感染状況に連動して上下しているだけで、根本的に良くなっていない。ワクチン接種やPCR検査での早期発見や消毒活動、対策品の供給等、早期対応や飲食店へもワクチンの優先接種を望んでいる。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）                    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況は収束していないが、来客数は増加している。   |
|    |         | 通信会社（統括者）                       | 販売量の動き | ・携帯電話の販売見込み台数は、前年は時短営業実施もあり、一昨年と比べ半減しているが、今年4月は一昨年に戻りつつある。   |
|    |         | 通信会社（企画担当）                      | 販売量の動き | ・光回線の訪問営業やWeb営業に対する客の反応が向上している。  |
|    |         | ゴルフ場（従業員）                       | 来客数の動き | ・ゴルフは、3密を避けられ、また、日本人のマスターズ優勝の影響でブームになっており、入場者も増加傾向である。   |
|    |         | 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） | 来客数の動き | ・季節要因の入院による客の減少が4月に入り落ち着いており、新型コロナウイルス第3波の影響も減少して、来客数が増加傾向にある。   |
|    |         | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が拡大しており、外出自粛で来店客がない。加えて、近隣にスーパーマーケットやコンビニエンスストアが増え、商店街に来る客が非常に減少している。   |
|    |         | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み始めたことは好材料であるが、第4波の報道があり景気が落ち込んでおり、総体的には余り変わらない。  |
|    |         | スーパー（店長）                        | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除されてはいるが、来客数動向は減少傾向である。コロナ禍で来店頻度が低下し、感染リスクを下げていると考えられる。   |
|    |         | スーパー（店長）                        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染の状況に大きな変化がなく、商品の販売量や客の来客数も前月と同じ推移である。  |

| 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（企画担当）                       | 来客数の動き | ・コロナ禍が1年経過し、前年不振部門は前年実績こそ上回るものの、本格的な回復には至っておらず、巣籠り消費により好調だった部門は、前年上乘せ分を消化できない状況にある。第4波は感染力が上がっており、景気がどちらに向かうのか分かりづらい状況にある。 |
|    |         | コンビニ（経営者）                        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染が拡大しており、街中の人の動きが鈍っている。来客数も伸びず、滞在時間も短く、買上点数も思うようには伸びていない。売上が新型コロナウイルス発生以前に戻るのには、まだまだ先のことである。                   |
|    |         | コンビニ（経営者）                        | それ以外   | ・消費購買力は増加も減少もしていないが、新型コロナウイルスの感染拡大と飲食店の時短営業の有無により人の動きが変化し、来客数と売上は日々変動しているのが実態である。ただし、月の合計で検証すると景気は横ばいである。                  |
|    |         | コンビニ（エリア担当・店長）                   | お客様の様子 | ・最初の緊急事態宣言から1年が経過したが、そのときは飲食店の時短営業でコンビニエンスストアの売上が伸びたが、1年を通じて、売上は伸び悩んでいる。   |
|    |         | 衣料品専門店（店長）                       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス第4波の影響で、来街者や来店客共にない。   |
|    |         | 衣料品専門店（店員）                       | 来客数の動き | ・感染拡大の影響で、客であるシニア層の外出は減少している。  |
|    |         | 衣料品専門店（取締役）                      | お客様の様子 | ・1月は年末年始及びセール月で多少人の出入りがあり、利益率は低い何か乗り切った。しかし、新年度である今月は、来店客のまとめ買いに助けられてはいるものの、物の動きに期待をしていたが、人の動きが余りない状態である。                  |
|    |         | 家電量販店（広報・IR担当）                   | 販売量の動き | ・前年の緊急事態宣言の休業や時短営業の影響もあり、今年は、単純に前年との比較ができないが、消費者意識が上向いている傾向は感じられない。巣籠り需要も一段落し、景気に大きな変化はない。                                 |
|    |         | 乗用車販売店（総務担当）                     | 販売量の動き | ・コロナ禍であるが、新車や中古車の販売は堅調に推移している。   |
|    |         | 住関連専門店（経営者）                      | お客様の様子 | ・今月は1年半ぶりに産業祭りが開催され、それなりの売上がある。しかし、都市部でのキャンペーンは、前月に続き陰りがみられる。  |
|    |         | 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） | 来客数の動き | ・コロナ禍の影響で、大きく来場者数が落ちている。観光客やインパウンドの回復は時間を要する。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）                     | 来客数の動き | ・今月の売上は、新型コロナウイルスの影響で、前年同様に非常に悪い実績で、計画の3割減で推移している。客層が中高年齢がほとんどのため、外出を控えている傾向にある。今後の新型コロナウイルスの感染状況次第で先行きが変わる。               |
|    |         | 観光型ホテル（総務）                       | 販売量の動き | ・運営するホテルの宿泊やレストランの売上が新型コロナウイルスの第4波の影響を受け、伸び悩んでいる。第3波の影響を受けた3か月前と同じ傾向である。   |
|    |         | 観光型ホテル（専務）                       | 来客数の動き | ・コロナ禍が続いており、客数は以前のまま低迷している。  |
|    |         | タクシー運転手                          | 来客数の動き | ・変異株の急激な増加による第4波の影響で、飲食店の時短営業の要請があり、昼は一定の業務はあるものの、22時以降のタクシー利用客は極端に減少している。   |
|    |         | タクシー運転手                          | お客様の様子 | ・緊急事態宣言で、県外からの客が徐々に減少している。   |
|    |         | 通信会社（企画担当）                       | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響は、業種によって違うが、影響を踏まえた上で事業計画されており、総合的に景況は変わらない。  |
|    |         | 美容室（経営者）                         | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、自粛生活が多くなり、購買意欲が落ち売上が上がらない。新型コロナウイルス対策により早く収束しない限り、景気が回復する傾向にない。   |
|    |         | 美容室（店長）                          | お客様の様子 | ・3か月前と比較すると、新型コロナウイルスの恐怖感が薄くなっていたが、最近感染者が急増し、客足も増えない。  |

| 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   |
|----|---------|----------------------------------|--------|--|
|    |         | 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 | ・客の受注状況の好転が見受けられない。  |
|    |         | 設計事務所（所長）                        | それ以外   | ・以前より景気は悪かったが、再度全国的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けており、この地域でも月末にクラスターが発生し、各種活動の自粛に伴う経済の停滞が発生している。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）                      | お客様の様子 | ・マンション販売に当たり、新型コロナウイルスの感染対策を採っているが、客は慎重でモデルハウスの来場を敬遠している。販売促進に苦労しているが、場所が良ければ販売は好調である。したがって、購入熱が冷めているわけではなく、景気は若干上向きである。   |
|    |         | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き | ・当地でも連日新型コロナウイルスの感染者が出ている。商店街への人出も少ないが、更に飲食店の状況も良くないようである。   |
|    |         | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き | ・コロナ禍の収まりがないなかで、商店街への客足が伸びていない。それに加えて、駅の大型ショッピングセンターのオープンもあり、しばらくは商店街の売上は悪くなると予想される。   |
|    |         | 一般小売店〔茶〕（販売・事務）                  | 販売量の動き | ・前年の4月も緊急事態宣言で外出自粛になり、売上も諦め状態であったが、今年も追い込まれている。新型コロナウイルス感染者が急増しており、当地でも緊急事態宣言が発出されると予想している。新茶時期で販売量が増えるときだけに非常に残念で、売上も減少している。  |
|    |         | 百貨店（企画担当）                        | お客様の様子 | ・一部地域に3度目の緊急事態宣言が発出され、当地でも先行き不透明である。ここ数日間で感染者が急増しており、必需品購入を済ませてすぐに帰宅する客が多く見受けられる。  |
|    |         | 百貨店（企画担当）                        | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が一部地域で発出され、県内でも複数のクラスターが発生していることから、高齢者を中心に来客数が減少傾向である。  |
|    |         | 百貨店（業務担当）                        | お客様の様子 | ・前年ほどではないが、外出自粛している客が多い。変異株の流行で緊急事態宣言が発出された都市があるが、いずれ地方にも感染拡大するとの意識から、少し新しい生活に慣れてきていた客の意識が、緊張状態に戻っているのを感じる。  |
|    |         | スーパー（経理担当）                       | 販売量の動き | ・スーパーマーケット業界では、前年の内需で大幅売上増になっているのに対し、今年は売上減になっている。一昨年と比較すると大幅減である。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染が収束しかけ、客が戻り始めていた矢先、新型コロナウイルス第4波に突入し、感染者数が最多数になるような状況になり、また逆戻りになっている。フランチャイズでは、親会社の経営自体が危うくなっている。  |
|    |         | 衣料品専門店（総務担当）                     | 来客数の動き | ・3か月前と比較して、新型コロナウイルスの影響で悪化しており、商店街の来街来客数が減少し、それに伴い当店への来客数も減少している。  |
|    |         | 家電量販店（店長）                        | お客様の様子 | ・前年に特別定額給付金の給付のタイミングで購入された客が多いため、生活家電の動きが非常に鈍い。  |
|    |         | 家電量販店（総務担当）                      | 来客数の動き | ・4月に入り来客数が大きく前年を下回る日が増えている。空気清浄器の需要も一段落し、夏商戦までの1～2か月は、今の状態が続く。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                      | 販売量の動き | ・新型車がまだ出ておらず、来客数の減少に伴い、より一層販売量は減少している。   |
|    |         | 住関連専門店（従業員）                      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況や近隣の学校での学級閉鎖等かなり敏感になっており、高齢者を中心に出歩く人も減少している。本来であれば、季候が良くなり、外出が多くなるが、来客数及び人通りが少なくなっている。  |
|    |         | 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） | 来客数の動き | ・4月の売上は、2020年が新型コロナウイルスの影響で厳しかったこともあり、前年比125%で伸長している。しかし、一昨年との比較では92%程度であり、完全に回復しているとは言えない。また、都心部を中心に新型コロナウイルス第4波が広がっている状況を考えれば、景気動向としては楽観視できる状況にない。業種別に売上を分析するとファッションや雑貨、飲食、サービスと全カテゴリーで回復傾向にあるが、唯一旅行業種のみ厳しい状況が続いている。 |

| 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  |
|----------------------------|---------|----------------|------------|---|
|                            |         | 一般レストラン（スタッフ）  | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染が拡大しているが、変異株となっており、今後が心配である。   |
|                            |         | 美容室（経営者）       | 来客数の動き     | ・12月はコロナ禍でも若干良かったが、今月は景気が悪い。  |
|                            |         | 住宅販売会社（従業員）    | 来客数の動き     | ・4月後半に掛けて新型コロナウイルスが感染拡大するにつれ、来場者数も減少傾向になりつつある。  |
|                            | ×       | 商店街（代表者）       | 来客数の動き     | ・来客数減少が止まらず、1年が経過している。  |
|                            | ×       | 一般小売店〔精肉〕（店員）  | 販売量の動き     | ・営業時間短縮要請が当市にも発出され、飲食店向けの販売量が下旬より激減し、大きく影響が出ている。  |
|                            | ×       | 百貨店（営業担当）      | お客様の様子     | ・今月は、変異株のまん延で緊急事態宣言が発出され、客の動きが止まっている。百貨店は不要不急の商材を多く取り扱っており、大変厳しい状況に陥っている。   |
|                            | ×       | スーパー（総務担当）     | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染拡大の懸念は続いているが、2月までのようなまとめ買いの傾向がなくなり、来客数も減少し始め、ディスカウントストアに客の流れが向かっているのではないかと推測される。   |
|                            | ×       | スーパー（統括者）      | 販売量の動き     | ・前年の緊急事態宣言での増加と比較すると来客数減少の推移は変わらないが、1人当たりの買上点数減少による客単価の減少が、大きく売上低下につながっている。   |
|                            | ×       | コンビニ（経営者）      | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらず、テレワークが主流になりつつある。   |
|                            | ×       | コンビニ（店長）       | お客様の様子     | ・都市部で新型コロナウイルスの感染が拡大し、また、当地でも感染者数が増加し始めている。ゴールデンウィークに人が動けば、急増すると予測している。   |
|                            | ×       | 衣料品専門店（店長）     | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの影響が長引いている。客の慎重な心理は、まだ継続している。   |
|                            | ×       | 家電量販店（店員）      | 販売量の動き     | ・12～2月の売上は、悪くない状況であったが、4月に入るとこの売上が一気に落ちている。また、前年のコロナ禍と比較しても、更に売上が落ちている。   |
|                            | ×       | 乗用車販売店（代表）     | それ以外       | ・新型コロナウイルスの影響が出始めている。   |
|                            | ×       | 高級レストラン（経営者）   | 来客数の動き     | ・都心部に緊急事態宣言が発出されたことから、次第に人の流れが減少し、県外の客の動きも止まっている。来客数はますます減少し、最悪の状態になっている。   |
|                            | ×       | 高級レストラン（経営者）   | 来客数の動き     | ・3月の下旬には、客が戻り始めていたが、4月に入り、新型コロナウイルス感染が拡大するにつれて、客の予約の電話が少なくなり、また、せっかくの予約が延期やキャンセルになっている。4月は段々と悪い状況に進んでいる。  |
|                            | ×       | 高級レストラン（従業員）   | お客様の様子     | ・新型コロナウイルスの影響で、常連客の来店状況が悪くなっている。  |
|                            | ×       | スナック（経営者）      | 来客数の動き     | ・緊急事態宣言は解除されたが、夜の街は人の流れが少ない。しかし、若年層の外出は多くなり、懸念される。  |
|                            | ×       | 都市型ホテル（販売担当）   | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染拡大による宿泊者数減少が止まらない。   |
|                            | ×       | タクシー運転手        | それ以外       | ・新型コロナウイルスの影響をもろに受けている状況で、今月後半の感染拡大で、全く先が見通せない。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |         | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・主要取引先からの受注が3か月前と比較して、増えている。  |
|                            |         | 農林水産業（経営者）     | 受注量や販売量の動き | ・3月は年度末ということもあり、2月よりかなり多くの注文があり、売上が上がっている。4月は、コロナ禍のなかではあるが、量販店中心に伸びている。冷凍食品メーカー向けも関東中心に鳥インフルエンザ等の影響で、原料となる鶏の調達不足で納品できないこともあり、活発な注文数になっている。また、外食向けも昨年ほどではないが、前年を上回る注文数になっており、4月は、対計画で久しぶりに100%を上回る状況である。 |
|                            |         | 金属製品製造業（事業統括）  | 取引先の様子     | ・客の設備投資意欲が増しており、案件の引き合い数は確実に増加傾向にある。  |
|                            |         | 電気機械器具製造業（取締役） | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍の懸念はあるものの、売上の前年比は伸びている。  |



| 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   |
|----|---------|--------------------------|--------------|--|
|    |         | 電気機械器具製造業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・半導体関連の受注が増加している。  |
|    |         | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕         | 取引先の様子       | ・生産も徐々に回復し、自動車関連をメインに好調となっている。   |
|    |         | 農林水産業（従業者）               | 受注価格や販売価格の動き | ・だいこんやキャベツの4月市況は、非常に悪くなっている。   |
|    |         | 食料品製造業（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・特別な需要はないが、現状では、新型コロナウイルスの影響が小さく助かっている。  |
|    |         | 窯業・土石製品製造業（経営者）          | 受注価格や販売価格の動き | ・4月は前年と比較して、通常の状態から2割程度の生産である。前年も陶器市が中止され売上が落ちているが、需給関係は徐々に良くなっている。価格が変わらない状態で、業績は前年より良くなっているが、まだまだ元に戻る状況ではない。   |
|    |         | 一般機械器具製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・従来と比較すると受注量が大幅に減少している。新型コロナウイルスの影響と貿易問題で稼働率が低下している。   |
|    |         | 建設業（社員）                  | 受注量や販売量の動き   | ・官公庁の発注が平準化され、ゼロ債等の工事発注に期待をしているが、市役所では発注予定は発表されているものの、県は予定の発表さえない。早めの発表を期待している。  |
|    |         | 輸送業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き   | ・緊急事態宣言も解除となり、徐々に回復傾向にあったが、新型コロナウイルス第4波により都心部で緊急事態宣言が発出されたことや、自粛ムードも重なり、一部の業界を除いて低調である。  |
|    |         | 輸送業（総務担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・外食系の物量は相変わらず少なく、大きな変化はない。新型コロナウイルスに対して徐々に慣れたため、人は動いており大きなダメージはない。   |
|    |         | 通信業（経理担当）                | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスに対する有効的な具体策が示されないまま時間のみが経過しているため、状況は変わらない。   |
|    |         | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子       | ・半導体関連や電子部品等の製造業で、一部持ち直しの動きもみられる。一方、緊急事態宣言解除後も宿泊や飲食店等のサービス業の需要回復は鈍く、依然として低水準での推移が続いている。業界によって景況感に温度差はあるものの、全体としては3か月前と同様に景気は悪い状況である。                             |
|    |         | 金融業（営業）                  | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスは、一部の業種を除いて、大きくマイナスに影響している。グローバルに需要が縮小しており、内需と共に停滞が続いている。  |
|    |         | 新聞社〔広告〕（担当者）             | 受注量や販売量の動き   | ・東京からの広告申込み等少し上向いているが、地元の景気は良くない。  |
|    |         | 経営コンサルタント（代表取締役）         | 取引先の様子       | ・取引先の業況には、大きな変化がない。  |
|    |         | 経営コンサルタント（社員）            | 競争相手の様子      | ・研究会で集まるのが難しいためメールのやり取りをしているが、委員に新しい取組がみられない。  |
|    |         | その他サービス業〔物品リース〕（職員）      | 取引先の様子       | ・取引先の状況を見る限り、大きく変動はないように感じる。今後も停滞した状況が続くことが予想される。  |
|    |         | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | 取引先の様子       | ・市町村からの調査や計画策定等の委託業務は、コンサルタントに対して4月から発注が行われているが、当初予算に計上されている業務が少なく、新型コロナウイルス感染防止のため、プロポーザルが減り、一般競争入札で郵便による入札が増えている。このため、見通しが立たず、入札結果をみると予算額の4割程度の金額で落札する業者も出ている。 |
|    |         | 一般機械器具製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・前月は予定していた目標の受注があり、このまま上向くかと予想していたが、今月は一転し、また受注が減少している。例年4月は落ち込みがあるが、それを更に下回っている。  |
|    |         | 金融業（従業員）                 | 取引先の様子       | ・百貨店やスーパーマーケット等の売上は緩やかながら持ち直しの動きがみられるが、住宅販売の動きは弱い。また、新型コロナウイルス感染者数が再び大幅に増加し始めたことから企業の求人減少しており、労働需給や雇用者所得とも弱い動きとなっている。  |

| 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  |
|------|---------------|----------------|---|---|
|      |               | 金融業（営業担当）      | 取引先の様子  | ・最近の感染者数の増加により、警戒感や設備投資及び新規事業進出等の経営者のマインドは、下がりつつある。変異株の増加もその要因になっているため、当面は若干悪くなる。                                       |
|      |               | 金融業（調査担当）      | 取引先の様子  | ・新型コロナウイルスの感染者数が増加に転じており、回復の兆しを見せていた飲食店街の客足の伸びは、再び鈍化している。物流貨物の取扱量は、コロナ禍の影響を受けた前年比よりプラスとなっているところもあるが、一昨年水準には戻っていない。      |
|      |               | 経営コンサルタント（社員）  | 取引先の様子  | ・緊急事態宣言により、売上が低下している。   |
|      | x             | 繊維工業（営業担当）     | 競争相手の様子   | ・休業しながらも、何とか営業をしており、販売できる服を作れる状態ではない。同業者も十分な仕事がなく、非常に深刻である。   |
| 雇用関連 |               | -              | -   | -   |
| (九州) |               | 人材派遣会社（社員）     | 採用者数の動き   | ・受注に対して成約者の人数が倍になっている。求職者数も増えている。   |
|      |               | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き  | ・婚礼司会の請負を行っているが、5月の受注が一昨年90%まで回復している。   |
|      |               | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外  | ・いまだにコロナ禍による制約のある生活をせざるを得ないが、駅ビルのオープンや倉庫型小売店舗のオープン、ランドマーク施設の復旧等明るい話題も多く、消費行動が活発になっている。                                  |
|      |               | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人数が、12か月以上前年を下回っていたが、3月は前月を10%以上、上回っている。  |
|      |               | 民間職業紹介機関（職員）   | それ以外  | ・インバウンド系の業種は依然として厳しいが、その他の業界では、厳選採用ではあるが求人は回復している。現時点での4年生の内定状況は前年より良い状況であるが、厳選採用ということで2極化しており、今後の状況を注視しなければならない。       |
|      |               | 人材派遣会社（社員）     | 雇用形態の様子   | ・企業からの派遣依頼が、期間限定やフルタイムではなく短時間での依頼が増加傾向にあり、求職者の企業に対する就業条件とマッチしないことが多くなっている。短時間の依頼理由としては、新型コロナウイルスによる業績悪化のためという回答が目立っている。 |
|      |               | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外  | ・新型コロナウイルス感染拡大による自粛に加え、飲食店への時短営業要請の影響で、国や自治体の支援金を活用している人も多く、そうした対策が支えていると感じている。   |
|      |               | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子   | ・新型コロナウイルスの影響で、日々事業を続けるのがやっとの企業もあり、これ以上の感染拡大や緊急事態宣言等が出れば、客足に一層影響が出て、運転資金が底を突くことが懸念される。                                  |
|      |               | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き  | ・2022年卒業の求人は、例年どおりに動いているが、企業の採用活動も活発に動いている。学生のなかには、既に内定を得ている学生も前月より増えているように見受けられる。                                      |
|      |               | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き  | ・前回の緊急事態宣言解除後、やや上向きの傾向であったが、当地では県をまたぐ移動の自粛、飲食店への時短営業要請を5月19日まで行っため、景気回復の見込みは後退している。企業の求人意欲に歯止めが掛かった状態である。               |
|      | 新聞社〔求人広告〕（社員） | 周辺企業の様子        | ・当地は、緊急事態宣言は発出されていないが、3月に復活していた旅行会社の新聞広告が再び止まっている。宿泊施設や観光施設の広告は止まっていないものの減少傾向で、求人広告も、雇用悪化により、復活の兆しが無い。景気の実感として、緊急事態宣言下では悪くなり、解除後は回復したが、感染拡大で再び悪い状況になっている。 |   |
|      | x             | *              | *   | *   |

## 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 |         | 観光型ホテル（企画担当） | 販売量の動き | ・ホテルの1月の販売室数が、月後半の休館の影響もあり前年比84%減であったのに対し、4月の販売室数は、前年が月半ばから休館していたこともあり、前年比413%増とプラスに転じている。 |

| 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  |   |
|----------------|---------|-----------------|------------|---|---|
| (沖縄)           |         | 百貨店(店舗企画)       | 販売量の動き     | ・3月から回復の兆しが見え、ギフトの動き、新生活の動向等で売上は上向きになっている。ただし、4月下旬から当地はまん延防止等重点措置の対象地区となり、若干集客にブレーキが掛かっている感がある。   |   |
|                |         | コンビニ(経営者)       | 販売量の動き     | ・弁当類の販売量が増えている。   |   |
|                |         | 乗用車販売店(経理担当)    | 販売量の動き     | ・夏場の需要に向けたレンタカー会社からの受注が、例年ほどではないが入ってきている。   |   |
|                |         | 通信会社(営業担当)      | 販売量の動き     | ・3月からの好調が続いている。新型コロナウイルスの影響が大きかった前年とは比較にならないが、販売数が前々年比で110%と伸びている。特に他キャリアからの乗換えが多く、好調の要因となっている。   |   |
|                |         | 衣料品専門店(経営者)     | 来客数の動き     | ・これだけ新型コロナウイルス感染者が増えれば、来客数は伸びないのが現状である。   |   |
|                |         | 旅行代理店(マネージャー)   | 販売量の動き     | ・予約を受けたり取り消したりを1年以上繰り返している。空仕事ばかりで経費ばかり掛かり利益も出ない。   |   |
|                |         | 住宅販売会社(代表取締役)   | 販売量の動き     | ・戸建て住宅や投資案件の建築契約がおおむね順調に推移している。   |   |
|                |         | 住宅販売会社(役員)      | 販売量の動き     | ・新年度に入り、賃貸物件の移動時期でもあるので3~4月の売上は新型コロナウイルス発生以前の例年どおりに見込めるが、売買物件は良いともいえない。   |   |
|                |         | 一般小売店[酒](店長)    | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの勢いが止まらないため、営業自粛の期間が伸び観光客が来ない。  |   |
|                |         | スーパー(企画担当)      | 販売量の動き     | ・3か月前と比較すると買上点数の減少が大きい。清明祭の影響で来客数は前年並みになるも苦戦する。   |   |
|                |         | スーパー(販売企画)      | 販売量の動き     | ・前年は巣籠り需要により景気が良かったので、その反動が今月は大きく出た感がある。販売量と来客数も減少している。   |   |
|                |         | コンビニ(経営者)       | 来客数の動き     | ・4月のスタートには来客数が増加、1日当たり来客数が1000名を超えるなど期待感もみられていたが、新型コロナウイルス変異株の感染者増加傾向により、来客数は減数の一途をたどる状況となり、1日当たり700~900名弱の来客数に落ち込む。  |   |
|                |         | ×               | 商店街(代表者)   | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスのまん延で来客数も減り、店舗も閉まって、大変苦戦をしている。  |
|                |         | ×               | コンビニ(副店長)  | 来客数の動き  | ・今月上旬は県独自の時短要請、12日からはまん延防止等重点措置、25日から主要都市の緊急事態宣言発出と、目まぐるしい1か月で、来客数、客単価の減少幅が大きい。 |
|                | ×       | その他飲食[居酒屋](経営者) | 来客数の動き     | ・4月12日からのまん延防止等重点措置により、20時閉店のなかで19時までしか酒類提供ができず、戻りつつあった入客が、特に官庁ビジネス街の店舗では一昨年の10分の1まで減少している。少しでも売上を上げるため、15時から店を開けたり、ランチ営業や弁当販売をして100食以上売上を上げているが、売価500円で原価50%以上では採算が取れていない。 |   |
|                | ×       | 観光型ホテル(代表取締役)   | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス発生以前と比べて悪いのは変わらない。3か月前と比べても悪くなっている。まん延防止等重点措置や大都市の緊急事態宣言の影響で宿泊客数が減少している。また、飲食部門は会議昼食が僅か、夜の宴会は0件である。   |   |
| 企業<br>動向<br>関連 |         | 食料品製造業(役員)      | 受注量や販売量の動き | ・前月に引き続き売上は順調に増加している。   |   |
|                |         | 窯業土石業(取締役)      | 受注量や販売量の動き | ・3か月前と比較し、見積依頼が公共、民間工事共に若干増加傾向にある。  |   |
| (沖縄)           |         | 建設業(経営者)        | 受注量や販売量の動き | ・新規の客の相談が、パタッと止まった。   |   |
|                |         | 会計事務所(所長)       | 取引先の様子     | ・コロナ禍の状況が1年続き、経営上は低位の状況で継続しており、今より下がりようもないが、逆に好況となる要因もない。   |   |
|                |         | ×               | *          | *   | *   |
| 雇用<br>関連       |         | -               | -          | -   |   |
|                |         | -               | -          | -   |   |
| (沖縄)           |         | 学校[専門学校](就職担当)  | 求人数の動き     | ・IT業界に関しては求人の多い状況が続いている。企業からの情報では、県外からのニアショア開発が増加しているとのことである。   |   |

| 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   |
|----|---------|--------------------|---------|--|
|    |         | 人材派遣会社<br>(経営者)    | 周辺企業の様子 | ・当社自体は好調な数字になってきたが、新型コロナウイルスで売上、利益が伸びている会社と、逆に以前より厳しくなっている会社と企業環境の2極化を感じる。             |
|    |         | 人材派遣会社<br>(総務担当)   | 求職者数の動き | ・求人案件はあるが、求職者からの問合せが少ない。   |
|    |         | 求人情報誌製作<br>会社(営業)  | 求人数の動き  | ・コロナ禍以前であれば、採用求人数のピークとして1月、3～4月が同程度の増加数であったが、3か月前と比較し約1割減少している。同様に前月と比較しても約1割の減少傾向にある。 |
|    |         | 学校[大学]<br>(就職支援担当) | 周辺企業の様子 | ・新年度を迎えたが、再度新型コロナウイルスの影響がある。企業はまん延防止等重点措置など社会動向の様子をみているようである。                          |
|    | x       | -                  | -       | -  |