

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東海)	◎	コンビニ（商品 企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の傾向がみられるものの、高齢者を主体としたワクチン接種の進捗により、来客数が増加傾向にある。気温上昇に伴い、飲料・酒類を主体に販売が好調である。
	○	一般小売店〔高級 精肉〕（常勤 監査役）	販売量の動き	・いろいろ問題がありそうな東京オリンピックであるが、今のところ順調に推移し、これが無事に終われば良くなっていきそうである。
	○	一般小売店〔土 産〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加は勢いが増し、第5波は間違いないが、この地域ではマイカー利用の観光客は日を追うごとに増えている。10～20代が中心で、関西や中部からの客が85%、他地域が15%である。公共交通機関を利用する客は家族連れがやや増加しており、観光バス利用の団体客は皆無である。前々年比では、30%くらいの回復状況である。
	○	一般小売店〔生 活用品〕（販売 担当）	来客数の動き	・少しずつ来客数が戻ってきている。
	○	百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・来客数はそれほど増えていないが、購買意欲のある客の来店が多くなった。旅行に行けないため、少し高いが妥協しないで気に入った物を買おうという客の来店が多くなり、売上が少し伸びてきている。
	○	百貨店（総務担 当）	お客様の様子	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除されたことから人出も多くなり、クリアランスセールとあいまって売上は増加した。引き続き富裕層を中心とした時計や宝飾などの高額品の動きが好調である。東京オリンピック開催による家ナカ需要で、総菜などの食料品を中心に好調である。
	○	百貨店（経理担 当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除を境に、若干ながら需要に回復がみられたが、本格的な回復には至っていない。
	○	百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・来客数が前年を上回るようになってきたが例年並みまでは戻っていない。
	○	百貨店（販売促 進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置も、人流を抑止する効果が薄れている。
	○	スーパー（販売 担当）	来客数の動き	・夏休みになり家族連れでの来店があるため、余分な物も購入してくれるので売上が上がる。
	○	コンビニ（企画 担当）	販売量の動き	・土日休日に売上が落ちる駅ナカ店舗において、7月は連休があったにもかかわらず6月より売上が伸びている。都市中心部はまだ回復していないが、それ以外の店舗は徐々に回復している。
	○	コンビニ（エリ ア担当）	お客様の様子	・来客数は新型コロナウイルスの影響により変わらず少ないが、東京オリンピック開幕の4連休前後は購入点数が増加している。特におにぎり、サンドイッチや飲料などは、夏物商材の販売数が中下旬にかけて伸長しており、客の動きが、少なくとも前年7月にはみられなかった例年の盛夏にみられる動きに近づいている。
	○	コンビニ（エリ ア担当）	販売量の動き	・前月と比較して売上前年比はプラス8%で、夏季に良く売れる冷麺、アイスクリーム、ソフトドリンクが20～30%先月より伸張し、改善ができた。
	○	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置も解除され、天候にも恵まれ来客数が僅かながら増加し、全体の売上も少し上向いた。
	○	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・前年と比較して1日当たり来客数が50人増加した。当店にとっては大変喜ばしいが、その第1の要因は、競合店の不振によると考えられる。客を隣の店から奪った結果であり、果たして全体的な景気が良くなったと判断して良いか不明である。
○	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・家族連れや旅行者と見受けられる客をよくみる。	

○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上の前年比は106%と好調である。東京オリンピックが始まったことによる特需、梅雨明けが早まったこと、新型コロナウイルスの影響が軽減されたことと、3か月前と比べプラスチック材料が多くあり、若干右肩上がりの状況である。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・気温が上がって水分を求める来客数が増えた。夏休みに入り子供も来店するようになった。
○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・購入商品単価が、僅かではあるが上がってきている。
○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・ボーナス後ということもあり来客数は増えた。7月25日時点で、今月は約半数の日が予算を上回っている。
○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年は巣籠り需要で売上が伸びたが、今年はそれを上回っている。予算も十分にある客が多いように感じる。
○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数はそれほど多くないが、東京オリンピックの影響もあってか50インチ以上の大型テレビや有機ELテレビがよく売れた。また、梅雨時に例年と比べ蒸し暑かったため、エアコンの動き出しも早かった。
○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス関連の影響か、来客数が基本的に減少している状況に変わりはない。しかし、少し回復している感じもある。
○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・やはり東京オリンピックの効果が間違いなくある。
○	バー（経営者）	競争相手の様子	・人が集まるような店には、たくさんの人がいる。
○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	来客数の動き	・徐々にワクチン接種が進み、ほんの少しずつ良くなってきている。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の4月は、緊急事態宣言発出やまん延防止等重点措置適用に伴う近隣都県からの来客数の減少、マスク等のネガティブな情報による出控えで非常に厳しかった。それに比べれば3か月たった7月は良くなっているという判断だが、元々がかなり低い数字のため、やや良くなっているが限定的である。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・少しずつ景気が回復していると実感している。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いている。夏休みに入ったことなどで宿泊客は増加している。ただし、単価を大きく下げた販売のため、売上は厳しい。宴会は、会議が若干ある。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・県の観光業界への振興政策が開始され、個人客の旅行需要が増えてきた。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・今年は大相撲名古屋場所も15日間あり、有り難かった。また、夜8時以降も客の数が少し増えて良くなっているため、このままでいけばいい。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・以前と比べ販売量が回復しつつある。
○	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・7月前半は、5～6月に延期となった学校団体の来場があった。前年より梅雨明けが早く4連休は例年並みの来場者数だったが、7月全体では平年の水準までは回復していない。
○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・前月に引き続き人気商品のキャンペーンで、たくさんの注文があった。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・ワクチンを打ったので徐々に来店したという客もいて、少しずつ来客数も増えてきている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの第5波がきそうなため、ずっと現状維持である。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、これまでのような外出や購買などが縮小して固まってしまっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・週末など人出は戻ってきた感じがする。食べ歩きの商品は売れるが土産の商品は売れない。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・東京オリンピックで大型テレビが売れると思ったが、客はそれほど大型の商品を望んでいない。

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	販売量の動き	・問合せや見積依頼は多少あるが、それらのほとんどが売上に結び付かない。特色のない小売店舗は厳しい。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	販売量の動き	・ずっと低迷が続いている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔結納品〕（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束するまでは大変である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・じっくり考えて品定めする客が増えた。衝動買いはせず、特に若い人は少量の花を部屋に飾って楽しむようだ。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、居酒屋など一部飲食店が再開した。少しだけが飲食店でアルコール販売が戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は続いているが、通常期の販売量は維持されている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・相変わらずコロナ禍の影響はあるが、自粛慣れしている様子もあり、大幅な落ち込みからは抜け出しつつあると感じる。ただし、まだ完全に回復する気配はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・5～6月は感染拡大に比例して売上が減少したが、7月に入り若干の改善の兆しがみえ、4月並みの水準に売上が戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・7月前半は新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着き、テナント館のセールや自店イベントもあり来客が増え、購入率も伸びた。やや回復の兆しもみえたが、7月後半に再度新型コロナウイルスの感染者数が増え始めると、徐々に客足は減少していった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・好天に恵まれたお陰で土用の丑の日のウナギが好調に売れ、すいかも順調で売上に貢献した。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・売上は前年比100%を切る見込みである。前年は新型コロナウイルス需要で売上が伸びたが、今年は例年どおりの売上推移で、前年の売上との差額を埋めることが難しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・コロナ禍が一巡し、来客数、客単価、買上点数共に前年並みになっているところから、コロナ禍の消費が安定化してきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	お客様の様子	・東京オリンピックで雰囲気が良くなっている気がするだけで、実際の現場は相変わらず消費が落ち込んでいるため、厳しい経営状況である。購買力は増えていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年比で5%ほど上向いているが、前々年と比べるとまだまだ10%以上マイナスである。来客数は前年に満たない状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	お客様の様子	・夜7時を過ぎると当地域全体の人出が少なくなる。その影響もあり、7時以降の来客数は回復を見せていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き	・来客は相変わらず少なく問合せも少ない。売上もずっと低いまま推移している。イベントもキャンペーンも大々的にはできないので、打つ手なしである。
<input type="checkbox"/>	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影響や半導体不足による生産遅延の影響もあるが、全体的に需要は上がっていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・県内でもかなり大きい店舗だが、新車を見に来る客はほとんどなく、商談までたどり着かない。受注の内訳も、新規客からの受注は5%前後である。
<input type="checkbox"/>	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拡大がまだ収まらず、客への積極的な営業活動を展開するのにちゅうちょを感じる。しかし、今月は新型車が発表され客にも関心を持たれているので、客が不快に感じないかを慎重に見極め、営業活動を展開している。客も以前ほど面談に対して抵抗感を抱いていないように思われる。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・全体的な動きとして、客の様子や活気など雰囲気は良くなっている。ただ、具体的にとても良いというわけではないため、やや良いとみる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・ここ数か月、良くもならなければ悪くもならない。東京オリンピックが始まって客との話題は明るいものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えて波がきているので、景気の良い話にはならない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が尾を引いており、商業施設では計画変更になったり延期になったりしている物件がある。住宅・マンションについては、改修工事は始めている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [雑貨] (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大がきっかけで実店舗での買物に意味がなくなり、ネット通販である家ナカショッピングが主流となる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [茶器] (店員)	販売量の動き	・販売量は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・コロナ禍であり営業時間の制限もあるため、ほとんどは町内の限られた客になってしまっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・年配層の行動範囲が広がっているとは感じるが、街中に余り人が出ていない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊者数は、連休や夏休みに入ったこともあり、悪いながらも前年を超え前々年の70%まできた。食堂は、前年を超えるのは難しいと思われるが、前々年の60%は超える見込みである。宴会については、言うまでもなく利用控えがまだまだ続いており、前年の120%であっても前々年の20%に過ぎず、全体を大きく押し下げている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	お客様の様子	・ワクチン接種のスピードが当地は大変遅く、ファミリー層の夏休みには間に合わなかった。東京オリンピック観戦も有観客開催中止の影響でホテルもキャンセルになり、この2年間、取消しの手間だけ増えた状況になった。新型コロナウイルスの感染が収まるまで旅行は様子を見たいと言われた。早く感染が落ち着いてほしい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	お客様の様子	・旅行需要の回復はまだ実感がない。依然として一部の旅行ファンが旅行会社を利用する程度と感じている。ワクチン接種を終えた人が続々と旅行の申込みを始めているとの報道もあったが、地方ではまだ積極的な動きは感じない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	お客様の様子	・依然としてコロナ禍に振り回されており、新規感染者数が減ると個人旅行の申込みが多少あり、新規感染者数が増えるとその予約が取消しになる繰り返しである。無駄働きの不要な業務が増える一方で、売上、収入には結び付かない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・前月とほとんど変わっていない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (サービス担当)	お客様の様子	・動画配信やライブ配信を見るために申込みをする客が増えている。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・提供不可エリアが提供可能になるとすぐ新規注文も入ってきているので、それほど景気は変わっていないと思う。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増加してきていて心配である。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (支配人)	来客数の動き	・今月の入場者数はほぼ予算どおりに推移しており、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた前年より大幅に増えている。3か月前と比べても景気は余り変わっていない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [鉄道会社] (職員)	来客数の動き	・コロナ禍での対策が継続中のため、景気は変わらないと判断した。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー [スポーツレジャー紙] (広告担当)	来客数の動き	・一般消費者も企業も、外出せずに物事を済ますことが、ある程度定着してきている。

□	その他サービス [介護サービス] (職員)	販売量の動き	・想定どおり夏季における解約件数の増加を埋める受注が獲得できていない。
□	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・今は期限の短い案件に忙殺されているが、それも来月初旬までである。忙しいときと暇なときははっきりとしている。この案件が終了すれば、また暇になる。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・コロナ禍の在宅勤務で家にいる時間が長くなり、分譲住宅は少し大きめの物件を求めている様子である。値段は少し高い物件が動いている。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売量は横ばい状態である。東京オリンピックの効果も余り感じられない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・グリーン住宅ポイント即時交換のリミットが7月上旬で、販売は好調であった。
□	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (営業)	販売量の動き	・県独自の非常事態宣言解除後は少しずつ販売量が増加してきたが、再び感染者数が増加してきているため難しい。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・来客数が悪いことと注文数の減少等で、販売量、売上高につながっていない現況である。
▲	一般小売店 [贈答品] (経営者)	お客様の様子	・7月は、ボーナスが出たり東京オリンピックが開催されたりということで、少し売上を期待したが、やはり世の中の動きが沈静化している。人との付き合いを極端に狭くして関わり合いを少なくしている状況では、ギフトの売上は、やや悪い状況が続いている。特にお中元の売上は少し悪い方向である。
▲	スーパー (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者が徐々に増え始めているが、以前ほどの危機感を感じられない。東京オリンピックが始まり夜間のテレビ観戦や週末の外出や外食の影響で、来客数が以前より3%ほど減少したことにより、売上も減りつつある。
▲	スーパー (店員)	来客数の動き	・天候が悪いこともあり、来客数が少なく買上単価も非常に低い状況である。
▲	スーパー (販売担当)	販売量の動き	・前年の異常事態を過ぎた後に、小売業では単籠り需要の獲得や、ばん回の仕掛けをしていたが、ここに来てそれらを上回る販促策が見いだせず、必需品以外の伸長ができていない。
▲	スーパー (販売担当)	販売量の動き	・暑さのため日中の来客数が激減した。朝夕には客は入るがそれほどでもない。鮮度管理のための見切り品が半額でも売れず、翌日廃棄になる。廃棄金額が増えている。
▲	スーパー (ブロック長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス関連需要の追い風が徐々に弱くなり、内食需要で好調であった総菜の伸びも鈍化してきている。酒とおつまみ商品はまだ好調であるが、その他の商品は前年を超えていない。
▲	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・なじみ客、一見客に限らずTシャツは売れるがボトムが売れない。重衣料メーカーも、追加はTシャツだけだとぼやいていた。品質にこだわって仕入れをしているため、古くからのなじみ客は、街中にはほとんど出掛けないので立ち寄ったと言ひ、世話になっている。これも新型コロナウイルスの影響だろう。
▲	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・夏物衣料の購入点数が前年と比べると少ない。夏物の必需品の販売は固いが、カジュアル衣料は売行きが鈍い。必要な物以外には財布のひもが固くなっている。
▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・半導体問題のピークを迎え、新車がほとんど入ってこず、展示車にも困るほどである。注文は前年並みに取れてはいるが、納車できないため非常に厳しい状況である。すぐ納車できる中古車市場は高騰しているが、在庫不足のため余り利益に寄与しない。休日には店舗の周りの幹線道路が他府県ナンバーの車で大渋滞になっているので、人の動きは元に戻ってきていると思うが、来客数をみても余り実感が湧かない。
▲	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、一瞬客足が戻ったが、しばらくして新規感染者数が増加に転じると、再び客足は宣言解除前以上に減少した。

	▲	その他専門店 〔書籍〕（店員）	来客数の動き	・夏休みの時期に入り東京オリンピックも始まったが、前年のような巣籠り需要は減ってしまい、特に週末は、東京オリンピックの影響もあり売上が落ち込んでいる。
	▲	高級レストラン （経営企画）	来客数の動き	・各地域で緊急事態宣言が発出されたり、まん延防止等重点措置が延長し、それによる時短、酒類販売停止の要請は、来客数に大きく影響する。解除の見通しも立たず、店舗の体制が作られない。
	▲	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・来客数は変わらないが1人当たりの客単価が下がっている。
	▲	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か自宅で東京オリンピック中継を観る家庭が多いのか分からないが、昼までは例年どおりの来客があるが、午後2時から急に来客数が減っている。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕 （経営企画担当）	販売量の動き	・飲食店を客にもつが、緊急事態宣言等による営業自粛の影響が大きく、注文数自体が例年の50%ほどになっている。
	▲	都市型ホテル （営業担当）	お客様の様子	・高齢者にワクチン接種が回って少しレストラン利用が増えてきた矢先に、新型コロナウイルス感染拡大を受けての自粛ムードがまん延している。子供連れのファミリー層も期待薄の状態である。
	▲	旅行代理店（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの第5波の影響によって消費を控えており、ターミナル駅前のコンビニでも陳列棚が空いている。飲食店も閉まったままの店など、集客に苦労しているところが多い。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約数は減少傾向、解約数は増加傾向である。新規契約では客からの引き合いが大幅に減少し、解約理由としても使わなくなったが増えるなど、節約傾向がうかがわれる。
	▲	テーマパーク （職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が増えている。
	▲	観光名所（案内係）	お客様の様子	・街中をみていると、若者は結構歩いているが年配層は全くいない。どういうわけかはよく分からないが、この状況は少し異常である。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・7月は段々と暑くなり忙しくなる時期であるが、余り客が来ない。
	▲	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公共交通機関の利用を避ける客が多くなり、景気は良くない。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客との会話で景気について良くなるような話は全く出ていない。
	▲	住宅販売会社 （従業員）	競争相手の様子	・ウッドショックで供給に不安が生じ、新築木造住宅の請負をセーブしていたようだが、価格高騰のバブルははじけたという話があっても木材を供給する会社は今のところ値下げをしないので、やはり価格高騰につながっている。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕 （経営者）	販売量の動き	・コロナ禍2年目の夏、前年同様、市のイベントも花火大会も神社の祭りも中止になり、想定していた受注は全てなくなりイベント作業はゼロになった。このままでは10月のイベントも心配である。
	×	スーパー（総務）	販売量の動き	・来客はあるが売行きは鈍っている。
	×	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と判断した。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・客層が高齢化しており、暑さと新型コロナウイルスで外出が怖いという理由からパーマを掛ける客が少ない。
	×	理容室（経営者）	お客様の様子	・まだ新型コロナウイルスの影響がなくならないようである。以前と何も変わらない。
企業 動向 関連  (東海)	◎	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け薬液需要が好調である。
	◎	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・ほとんどの製品の受注量が増えており、製品を焼成する炉の予定が一杯になっている。毎日残業をして、土日も出社してフル稼働しているが追い付かない。

◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工作機械、液晶関係、農業機械など次世代に向けた業界は忙しい状況である。材料やICチップなどが不足していて、忙しさに拍車を掛けている。
○	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・梅雨明け後は好天が続いており、出荷・販売とも好調に推移している。
○	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い、受注共に北米地域の自動車向け設備投資は急激に増えている。
○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・政府のGIGAスクール構想や高度無線環境整備推進事業などの予算投入により、地域のインターネット接続サービスの高速化に向けたインフラ整備が進んでいる。これに並行して加入者が増加し、各家庭に置くネットワーク機器の販売の拡大が見込まれる。
○	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・コロナ禍だが、東京オリンピックや夏の連休に向けて人流が増加し、購買力が向上している。
○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量自体は少しずつではあるものの回復してきているが、前々年の新型コロナウイルス感染拡大前の水準まで回復するのは、もう少し時間が掛かりそうである。
○	通信業（総務担当）	それ以外	・東京オリンピックの最中であり、国民のムードが高まりつつある。また、ワクチン接種も少しずつだが若年層にも対象者が増えており、感染リスクに対する安心感が出つつある。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車産業等の関連企業では、受注、生産などが比較的良好な数量にあることと、東京オリンピックの関係で上昇ムードのため、景気は若干良くなっていると判断した。
○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に雨の日が多いが、ワクチン接種が進み、徐々に外出する人が増加していると思われる。売上は前年を上回り、回復傾向になってきている。
○	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・以前のように程遠いが、現状にも慣れ、問合せ等の件数は増加傾向にある。
○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店に客が少しずつ戻ってきている。酒類の提供が再開されたからきたと話している客もいた。来店客の減少を、宅配業者などのデリバリーで補っている店もある。
○	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	・教育関連の新規受注が増えてきた。平均単価は低いものの数量があり、売上に貢献している。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックが開催されたが特需もなく、新型コロナウイルス感染症の影響も大きく、半導体不足で自動車関連も余り良くなく、景気は悪いまま横ばい状況である。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・開催が危ぶまれた東京オリンピックは日本のメダルラッシュだが、一方で新型コロナウイルスの新規感染者数は過去最多を更新する状況で、混とんとした微妙な景況を感じる。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注は比較的好調だが、人手不足や部品の納期遅れなどでさばき切れない状況である。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・国内外とも鋼材の値上げが進んでいるが、少量の生産のため価格引上げ等にも対応しながら、最低限度の仕事をしている。
□	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	・半導体不足で車が余り作れないと聞いている。もし普通の状況であれば、もっと売れていると思う。前々年の同期と比べて、売上としては同程度である。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小売店の物流はインバウンドに特化した店を除き、新型コロナウイルスの感染拡大前の水準で安定している。一方、建築関連の物量は前年並み、新型コロナウイルスの感染拡大前の8割程度にとどまっている。物量が安定していることで、利益が出しやすい。

	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の景気が上向いている状況から変わっていない。新型コロナウイルスの影響でぐっと下がった前年の同月比では荷物量は増えている。前々年同月比で考えると、今月の荷物量は少なくそれほど良くはないが、3か月前という観点では景気は上向きの状態が続いている。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・ワクチン接種の進展、まん延防止等重点措置の解除、東京オリンピックの開催があり、当地区は規制が緩和されてきてはいるものの、引き続き観光関連、飲食関連を中心に厳しい状況である。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス変異株の感染拡大がメインになってきているため、集客ベースのイベントが打てないので厳しい。
	□	行政書士	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上が減っても支出が減らない。
	□	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	取引先の様子	・今まで好調に推移してきたが、今月から予想どおり厳しくなってきた。取引先においても仕事量は減少気味で、やむを得ないと考える。当社としては、より一層の仕事の掘り起こしをする。
	▲	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量が前年同月と比べて大きく下がっている。今後も回復する条件が見当たらない。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・鉄鋼メーカーの自己都合による値上げが大幅に進行しており、このままでは当社の客層である中小ものづくり企業の存続に関わるような事態が進行している。今後のダメージが非常に心配である。
	▲	金属製品製造業 (従業員)	取引先の様子	・鉄材関連の原材料の価格高騰は止まらず、収益の悪化が懸念される。
	▲	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・公共の仕事は、現状では予算執行の見通しが立たずに延期、若しくは発注される部分が少ない。民間の方も、現時点ではまだ作業に取り掛かれない。前年か前々年に決めた業務だけが仕事として受けられる。単価的にも厳しく、なかなか実施に踏み出せないという声をよく聞く。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・ママ友とのランチ会で飲食店の経営事情を聞くに付け、飲食店や小売店の淘汰が進んでいると感じる。衛生面や新型コロナウイルス感染対策が不十分な店は当然で、加えて実力の味やコスパの悪い店から客が離れている。コロナ禍の自粛や緊張感が薄れて飲食店の景気は少し戻ったように感じられるのは表面上で、一部の実力店のみである。長引く先のみえない状況下で一般家庭の外食は減り、買い控えや貯蓄傾向は高まる。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が深刻である。飲食店等や中小企業は悪戦苦闘の状況である。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・3か月前と比べ、飲食店等は厳しい状況が続いていると感じる。まん延防止等重点措置は解除されているが、集客が難しい様子である。また、東京オリンピックは、開催されているものの無観客で、様々な面において需要が高まっていないように感じる。
	▲	新聞販売店 [広告] (店主)	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック効果もなく、チラシの受注が増えなかった。
	▲	公認会計士	それ以外	・客先の中堅・中小企業の業績が厳しい。
	×	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・県内のリゾートホテルの利用が多くなり、それに伴い依頼がきている。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニアの稼働率は、低水準ではあるものの3か月前よりは回復傾向にある。また、主要客からの派遣や受託の引き合いで契約に至った案件が出始めている。
	○	人材派遣会社 (企画統括)	求人数の動き	・新規求人数が前年同期比で増加に転じた。

○	アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き	・国内自動車販売や中国や欧米への輸出も好調で、自動車生産における採用者数増加の動きがあるが、コロナ禍で海外からの労働者の入国がストップしており、国内にいる労働者だけでは限界がある。
○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・ワクチン接種が進んでいることが影響してか、観光関連や集客を目的としたイベント関連の広告が戻りつつある。
○	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、新規求人件数は長期間にわたり前年同月を下回る状態が続いてきたが、4月から前年同月を上回る状態に転じた。その後は業種によって若干の違いはあるものの、増加傾向にシフトをしているように思われる。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比6%増加となり、製造業を中心に採用意欲が高まっている。
○	職業安定所（次長）	求人数の動き	・職種別有効求人数の前年同月比を3か月前と比較すると、前年同月を上回る職種が増加しており、全体でも2か月連続で増加している。前年同月は既にコロナ禍の影響を受けており、前々年同月との比較では全体として大きく減少しておりコロナ禍以前の水準には達していないものの、減少幅は改善傾向となっている。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・企業の中途採用発注数は伸長し続けている。業界や企業ごとに好不況の差はあるものの、採用決定数も前々年と同等水準に上がりつつある。
□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・開発現場は通常の稼働状況である。
□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響により、製造業を始め多くの業界の売上減少が目立っている。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べ全体では増加傾向にあり、前年同月比でも増加しているが、新型コロナウイルス関連需要を差し引くと横ばいである。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の緊迫状況に加えて、以前と同様に東京オリンピックでの経済活動の停滞があり、地元の経済状況は悪いままで変わらない。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・フルタイム希望の求職者が前年を下回る一方で、パートタイム希望の求職者が前年を18%上回っている。
▲	*	*	*
×	—	—	—