

## 1. 景気の現状に対する判断理由等

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者が増加しているなかにも、商店街への来街者が日を過ごすごとに増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・7月の売上は前年比134%、前々年比19.4%である。ワクチン接種への期待と夏休み、東京オリンピックが重なったことで、連休中の人出が増えており、その分だけ売上が増えた。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・月末に東京オリンピック開催に伴う連休が入ったことなどから、来客数及び買上客数が増加傾向にある。また、気温の上昇に伴って夏物衣料を中心に動きが活発化しており、こうした状況はしばらくの間続くと思われる。
		百貨店（役員）	お客様の様子	・東京オリンピックの開催に伴い客の動きが明らかに消費に傾いている。ただ、こうした動きが一時的なものかどうか分からない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除、ワクチン接種の進展、気温の上昇など、様々な要素が重なり、7月は売上がやや持ち直した。来客数も新型コロナウイルス発生以前の2019年と同程度の水準まで回復している。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・4連休は観光客の入込が多くみられた。また、地域の夏祭りも一部開催されるようになったことで、街に活気が戻ってきた。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・天候がとても良いことから、景気はやや良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・以前と比べて漁業の活気が出てきている。好天の影響が大きいかもしれないが、早朝と夕方の来客数が増加しており、産業が活発になってきていることがうかがえる。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されたことで、景気はやや回復している。ただ、新型コロナウイルスの感染者数が再び増えてきていることから、先行きがどうなるかは分からない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・7月は気温が高いことから、来客数が増加している。8月以降はどうなるか分からないが、7月については景気が良い。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・夏物家電の売行きが前年よりも良い。テレビや関連商材の販売量も微増している。
		自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用期間もあったが、コロナ禍が2年目に入ったこともあり、客足が前年より10%程度増加している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除により、来客数が伸びつつある。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ビジネス目的、観光目的、ゴルフ目的などでWebを経由した予約が入り始めている。イベントの開催もプラス要因となっている。近隣の観光施設も営業を再開している。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・北海道の緊急事態宣言が解除されたことにより、ビジネス、観光需要が戻りつつある。しかし、東京都などの緊急事態宣言が継続していることから、大幅な回復には至らない状況が続いている。東京オリンピックも無観客開催や事前合宿の中止などにより、盛り上がり欠けており、需要回復にはつながっていない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ワクチン接種が進んでいることで購買意欲に変化が出てきている。
	タクシー運転手	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況について、当地域では小康状態が続いている。緊急事態宣言の解除もあって、経済活動は活発になってきている。	

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
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などの対策が解除されたことで、ワクチン接種済みの客や感染対策を講じた客の利用が増加してきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・シルバー世代のワクチン接種が進んでいる影響で、以前よりも客の動きが活性化してきている。来店周期も以前と同じような状況になっており、その分だけ売上が増加している。
		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	・首都圏において緊急事態宣言の発出やまん延防止等重点措置の適用がみられるものの、前年と比べて輸送量が増加している。
		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新規感染者数が減ってこないものの、東京オリンピックの開会と猛暑の影響で客のムードが少しずつ上向いてきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・当地では7月中に高齢者のワクチン接種がほぼ終了する予定となっているが、平日の区域内駐車場やバス停の状況を確認しても、地元住民による来街の増加傾向がみられない。高校生を中心とする学生の来街は幾分戻ってきているが、各業種の売上アップにはつながっていない。明るい材料としては、道内外からの観光客、ビジネス客とみられる車両が増加していることが挙げられるが、当地に滞在や宿泊をしているかどうかを見極められないため、売上アップにつながっているかが判断できない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、週末や連休になると、旅行者などの空港利用客の姿がみられるようになってきているが、団体客が相変わらず少ない。2～3人の家族や親しい友人とみられる小グループ客が目立つ。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・感染拡大の第4～5波を迎えるなか、このところの売上は多少の増減はあるものの、コロナ禍1年目の前年とほとんど変化のない状況で推移している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・6月の緊急事態宣言の解除後、しばらくは来客数が減少傾向にあったが、7月に入り好天に恵まれる日が続いていることから、来客数が回復傾向に転じている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の投入によって受注量が増加することを期待したが、全体的には期待したほど伸びていない。新型コロナウイルスの影響がいまだに大きいことに加えて、半導体不足の影響もみられることから、需給バランスが崩れており、売上に結び付かない状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・本来であれば、北海道は夏枯れの時期となっているはずだが、新車種が好評ということもあって、2～3か月前と比べて客の来場が増えており、売行きも伸びている。全体的な販売量は前年を上回っており、前々年に近い水準まで回復している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が上向きつつあることから、景気はやや良くなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上は前々年の3割とやや悪い。夜は一向に客が入らないが、まん延防止等重点措置が解除されたことでランチは低価格帯のメニューを中心に回復傾向にある。一方、50代以上の客はまだ回復してこない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置などが繰り返し適用されていることから、観光需要喚起策も実施できない状況にある。観光、飲食、エンターテインメント産業に対する経済対策が何一つなく、人流抑制策などにより需要が激減しているため、打つ手がない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されても来客数は変わっておらず、1日1けたにとどまっている。新規予約があっても、新型コロナウイルスの感染者数が増えると取消しになることが多い。道内外関係なく、旅行へ出掛けることに対する客の警戒心が弱まらない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東京オリンピック・パラリンピックが開催されたが、ワクチン接種が進まない現状から、新型コロナウイルスの感染に不安を感じている客が多い。ワクチン接種率が上がってこない限り、旅行需要が上向くことはない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が適用されていた7月11日までの期間は人の移動が制限されていたこともあり、タクシーの利用も減った。12日に解除された後も大きな変化はなく、新型コロナウイルス発生以前の前々年との比較では40%の売上減少であった。前年との比較でも15%の売上減少であり、相当厳しい状況が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・1年で一番の稼ぎ時を迎えているが、大変厳しい状況にある。前年からのコロナ禍のなかで、どうい状況がベストなのかも分からない。ここに来て、再びまん延防止等重点措置が適用されることになれば、道内各地にも影響が生じることになる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後、やや人の動きが出てきているものの、前々年と比べると30%の落ち込みとなっている。東京オリンピックが開催されたが、新型コロナウイルスの感染者が増えていることがマイナスとなっている。65歳未満のワクチン接種の見通しが立っていないこともマイナスである。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・たばこを紙巻きのものから葉巻きに変える客がみられるなど、客がより単価の低い商材を求める傾向がみられる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・7月は果物の収穫期までの端境期に当たることから、景気はやや悪くなっている。
		一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・4～5月と比べると売上は回復傾向にあるが、3月並みの水準までには回復していない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・7月中旬までは来客数が増えてきていたが、下旬に入り、新型コロナウイルスの感染者が全国的に増加傾向に転じていること、東京オリンピックの開催が始まったことなどから、来客数が減ってきている。
		スーパー（従業員）	お客様の様子	・前年はコロナ禍の影響で客の来店頻度が低下し、来客数が大きく減少したものの、客単価の上昇により、売上を確保できた。今年は来客数が前年並みにとどまっている一方で、客単価が低下しており、売上確保が困難な状況となっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスがいまだに終息に至らないことから、販売も滞っている状況にある。
		その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・客の動向から、家庭での静穏な生活に慣れてきていることがうかがえる。ワクチン接種の遅れもあり、客が余計な行動をしないようになっており、店舗販売を行うには厳しい状況にある。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光シーズンに入ったこともあり、来客数が増えている。東京オリンピック開催に伴う連休の際は、多くの観光客がみられ、売上も良かった。ただ、今後、段々と新型コロナウイルスの感染者が増えていくとみられるため、再び景気が悪くなっていくのではないかと懸念している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東京オリンピック開催によって北海道でも競技が行われるため、人の往来が増えることを期待していたが、東京都における緊急事態宣言の発出、札幌市における新型コロナウイルスの感染拡大などによって、競技の無観客開催が決定したことから、観光客の入込が限定的になり、週末以外は思っていたほどの集客がみられない状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が急速にぶり返しており、第5波が始まったとみられる。またかという思いが全国に広がっており、サービス業への逆風がより強くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・一時は夜間の人出もみられるようになっていたが、新型コロナウイルスの感染再拡大によって、以前の状況に逆戻りしている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・大型店舗で実施している通信端末の出張販売について、都市圏でも徐々に来客数が増えてきているが、商材や価格での他社との競合が激しくなっている。また、客が販売ブースに慣れてきており、ブースへの集客や客の反応が半年前と比べると悪くなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・様々な面で客の消費行動が縮小していることがうかがえる。当店の場合、店販品の買い控え、来店頻度の低下がみられており、そのことが気掛かりである。

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
		美容室（経営者）	お客様の様子	・例年であれば繁忙期に当たる時期だが、東京オリンピック後の感染拡大を心配している客が多いことから、景気はやや悪くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者が再拡大しているため、積極的な営業活動をできない状況にあり、景気はやや悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除されたことで、飲食店の予約が少しずつ回復に向かっていたが、感染者が再び増加傾向となったことで減少に転じている。また、今年の北海道は猛暑であることから、外出を控えている客も多いとみられ、中心市街地は閑散としている。東京オリンピックの開催が経済回復に寄与すると期待していたが、無観客となったことで崩壊した。北海道の場合、観光なくして経済の復活は見込めないため、早期の対策を期待したい。
	×	百貨店（営業販売担当）	来客数の動き	・3か月前は来客数の回復傾向がみられたが、5～6月にかけての緊急事態宣言の発出以降、来客数が前年を下回っており、いまだに前年を上回ってこない状況にある。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・7月前半は流れが戻ってきたようにみられたが、東京オリンピック開催前後から全てが売れない状況となっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・北海道の緊急事態宣言は7月11日で解除されたため、12日から営業を再開しているが、客足の回復には程遠い状況にある。以前の2割の来客があれば良い方もかもしれない。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・7月に入り、観光客とみられる北海道外からの車両やレンタカーが増えてきており、宿泊や一部飲食店への客入りは良くなっている。ただし、タクシー事業には何も恩恵が生じていないのが現実である。地元住民の消費行動は相変わらず低迷していることから、当分は景気回復が望めない。
企業動向関連 (北海道)				
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・7月の販売量は前年比マイナス39%だったが、3か月前の4月の販売量は前年比マイナス48%だったことから、景気はやや良くなっている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・通信・IT企業の状況を見ると、新型コロナウイルスの終息を見据えた新たな社会基盤や事業の枠組みなどに関する案件が増えてきており、総じて景況感が上向いている。
		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	・売上の前年比をみると、伸び率がやや縮小傾向にあるものの、依然として5%近い伸びを示している。こうした傾向はしばらく続くと思われる。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年と比べると受注量がやや増えているものの、コロナ禍前の水準には程遠い状況にある。
		建設業（従業員）	取引先の様子	・受注量が減少傾向にあることから、受注金額を下げる傾向が強まっている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・厳しい暑さながらも好天が続いており、新型コロナウイルスの直接的な影響も出ていないことから、順調に工事が進んでいる。出来高が積み上がっている状況に変わりはない。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州での生乳生産が順調な上、全体での需要に伸びがみられないことから、北海道からの送り出しが大きく減っている。古紙も在庫が積み上がってきていることで輸送量が減少している。飲料関連は好調だが、全体としては例年並みの輸送量となっている。
		輸送業（支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染者について、減少と増加の波が繰り返されていることから、いまだに正常な経済活動に戻っていない。取引先の景気も良くなっているとはいえない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・コロナ慣れによって人の動きが増えているものの、サービス消費については依然として低水準で推移している。一方、マインドの改善により、民間投資は持ち直しの動きがみられる。業種、業態によって、足元の業況のばらつきが大きい状況に変化はなく、道内景気は3か月前と変わらない状況にある。

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
		司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらず、依然として自粛が要請されるなど、人との接触が制限される状況にある。不動産取引の営業はリモートでは難しく、成約に進むまでに時間が掛かるようになってきていることから、景気回復には相当の時間が必要な状況にある。
		司法書士	取引先の様子	・不動産業や建築業の取引先において、新型コロナウイルスの影響が良い面と悪い面の両方に現れている。悪い面としては、人と人の接触を回避せざるを得ないことから、営業活動に制限が生じていること、公務員を中心にテレワークが行われていることで手続きに時間が掛かってしまうことなどが挙げられる。一方、良い面としては、行楽などの遊興費が抑えられている分、家の修繕や小型の新築住宅の購入などが徐々に増えてきていることなどが挙げられる。
		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	・公共工事、整備新幹線延伸工事、再生可能エネルギー関連工事、民間プロジェクト工事などが切れることなく動いている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕(支店長)	取引先の様子	・取引先の設備投資意欲は変わらないが、木材や半導体などの不足に伴って納期遅れが生じることなどが懸念される。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・数か月前の売上予測を上回る実績が続いている。コロナ禍の影響でベース商材の動きは鈍っているが、物件の受注が思いの外順調であり、ベース商材の落ち込みをカバーしている。
		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の感染再拡大や東京オリンピックの異例な開催状況を受けて、これまで不透明だった市況が停滞気味になってきている。
	x	-	-	-
雇用関連 (北海道)		-	-	-
		求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	・当地では観測史上初の猛暑が続いていることから、エアコン、飲物、アイスなど、暑さ対策関連の商材を取り扱っている業界が活況である。また、4連休の際は、新型コロナウイルスの発生以前ほどではないが、道内のみならず道外からの観光客も多数みられた。
		人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・今年に入ってから求人数が増加傾向にあり、特に営業、IT系の求人が目立つ。一方、飲食店、ホテル、アパレルなどからの求人はほとんどみられない状況にあり、コロナ禍の影響を受けていることが分かる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	それ以外	・畑作、畜産などの基幹産業に支えられている面もあるが、地域中核都市として第三次産業が大きな雇用の受け皿となっているため、コロナ禍の影響が大きく、全体としては踊り場で足踏み状態にある。
		求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・建設や運輸、介護など、人手不足の業界における採用意欲は高いものの、新型コロナウイルスの影響を受けている飲食、小売、宿泊は先が見通せないため、混乱している。ただ、悪い状態が長く続いているため、底を打ったようにも見える。
		求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	・当地では、相変わらず飲食店に対する営業時間短縮などが要請されている。一部では集客につなげている飲食店もあるようだが、残念ながら目立って景気が回復しているような話は聞こえてこない。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・最近の情勢として、経営環境が一層悪くなっているという話は余り聞かないが、改善していないという話をよく聞く。雇用調整助成金を申請する事業所数もまだまだ減っていないことから、当分景気は変わらないとみている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・当地における6月の有効求人倍率は0.84倍であり、3か月前との比較では0.03ポイント下回っている。
		職業安定所(職員)	それ以外	・6月の新規求人数が前年を上回ったことで、有効求人倍率は1.33倍となったが、大手企業の事業撤退に伴う工場閉鎖が予定されているため、地域経済への影響が懸念される。

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
		学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・相変わらず業種によるばらつきがみられる。新卒の採用活動を6月で終了したとみられた企業が再度動き出したりしている一方で、業績立て直しの出口がみえない業種は学生たちも敬遠しており、上向きになる要素が見当たらない。全体的にみると、企業側の採用意欲も学生の内定獲得意欲もいまだに低調なままである。
		*	*	*
	x	-	-	-

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東北)		-	-	-
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・ワクチン接種が進むにつれて、シルバー層や県外客の来店が増え、高額商品を中心に好調に推移している。ただし、百貨店の中心領域だったアパレルについては、セールスタート後も苦戦している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東京オリンピックにおける連休の影響から、現在非常に売上が良い状況である。前年は夏休みの期間が短かったが、今年は夏休みの昼食需要も増えてきているようである。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売金額共に微増しているものの極端な変化はみられない。例年は販売のピークを迎える月でもあるが、動きはかなり鈍い。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年比が100%を超える日が出てきている。気温上昇も後押しし、客単価は102%程度で推移している。1日の売上は前年比100%を安定的に超えてきている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍2年目、梅雨明けも2週間早く、盛夏に向かい高気温に押され、来客数の増加がみられる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東京オリンピックの影響と気温上昇に伴い、人の動きが出始めている。まだまだ前々年と比べると立地別にみても売上は悪い状況にあり、観光系、飲食系の立地店舗は東京の緊急事態宣言もあり売上不振が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・市内はワクチンの接種も進んできて、地域的には少し前向きな状況になってきているが、首都圏などの感染拡大で旅行などもできない状態で需要にブレーキが掛かる。また、暑い日が続く、外出もしづらい日も多くなっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東京オリンピック開催など消費者のマインドが明るく前向きになるような要素が出てきているため、以前よりも消費が戻ってきている反面、全国的に新型コロナウイルスの感染状況が悪化してきていることから、消費に慎重な客も多い。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数が前年より増加したなかで、猛暑による夏物商材の買上点数が伸びたが、前年を3%上回っただけであり、景気が回復しているとはいえない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・AV商品、特にテレビなどは東京オリンピック需要などもあり好調に動いている。特に有機ELなどの販売比率が増えてきていることから、単価アップにつながっている。エアコンは前半暑さがなかったために前年よりもやや売上が低かったが、中盤以降暑くなり、梅雨も明けたために売上が上がっている。白物家電全般で好調である。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型車の発表や投入効果もあり、来客数や受注が増加傾向にある。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・どちらかという高齢者を対象に商いをしている当店としては、高齢者のワクチン接種が2回目まで進み、動きが活発になってきて、販売量の動きが少し増えてきている。お盆が近いということもある。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの懸念があるものの、夏のセールも始まり、客の消費マインドは上向きになっているとみられる。

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
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ワクチン接種や景気刺激策により少しずつではあるが動きが出てきている。しかし、警戒感からか前年よりも動きが鈍い。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・東京と沖縄に緊急事態宣言が発出されているにもかかわらず、当該地からの来客もあり、コロナ禍前の前々年並みの来客数に戻ってきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行業につき、感染者数やワクチン接種動向が数値に直接的に影響する。そのため、4度目の緊急事態宣言発出までは順調に数値が回復基調に進むも、発出により足止めとなっている。昨今の需要傾向として、例年にはないほどの超間際の申込み傾向があり、現在は年間の最大商戦である夏季需要の取組に向けて鋭意対応中である。とはいえ、自社による各種販促よりも、地域観光支援事業を元とした県民割の自治体施策が重要である。現状、東北6県においては、宮城、福島を除く4県で県民割を実施中である。最大マーケットである宮城、福島の施策展開を強く期待したい所である。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東京オリンピックと緊急事態宣言で来客などに影響が出るかと考えていたが、影響はなかった。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・依然新型コロナウイルスの影響が大きいものの、イベントを実施したオリンピック4連休が好天に恵まれて、前年を上回り、単月ながらコロナ禍以前のレベルとなった。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来店客はリピーターだが、前年比10～15%減であった来客数が、約10%減と若干減少幅が狭まってきている。しかし、予断を許さない状況である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・暑くなってくると髪の手入れをしなくなる客が多いようなので良くなっている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件の引き合いは順調に推移し受注へつながっていることから、客の運営状況は良いとみられる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・今年に入って来客数は鈍化傾向にあり、前年を割っている。前々年比で10%ほど落ちている。来客の減少が売上にも響いているのが現状である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・他県と比較しても感染者数が少なかったことに加えて、県民限定の飲食、宿泊キャンペーンがようやく浸透しつつあり、利用が増えてきている。それに伴い、客の旅館、飲食店からの受注が前月と比べれば上向き傾向にある。ただ、お中元ギフトの出だしは前年と比べても鈍く、今年はお中元を見送る法人も出てきている。景気自体に大きな変化はない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は前年同月より少なくなっているが、月間の総売上高は横ばいとなっている。客は外出をできるだけ控えるためにまとめ買いをしているとみられる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず商品の動きは鈍く、猛暑であるのに季節商材の動きもない。仕立てはほとんどなく、例年にない厳しさである。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・前々年比でみて3か月前と同水準で推移しており、改善傾向にあるとはいえない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は比較的落ち着いた、購入量も前年並みに戻りつつあるものの、来客数の回復はまだまだ鈍い状況であり、身の回りの景気に進展はみられない。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・東京オリンピックが始まり、買物の傾向が変化してくるのではないかとみている。夕方からのテレビ視聴が増え、買物は午前中に集中の傾向がある。夕方の客単価が伸びず、結果トータルでの売上が前年を割る状態となっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・再度時短要請が出たり、4連休の影響で来客数が落ち込んでいる。例年連休だと何かしら催物があって人が出るが、今年は何も開催されず、その分来客数が落ちている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加によって、天候の良さによる集客の機会が妨げられている状態が続いている。梅雨明けも早かったのでそれなりにはなったが、そのため客の動きが今一つ鈍い。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夕方から夜に掛けての、客単価が高くなる時間帯の来客数が落ちており、売上が思うようには上がらない。

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
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響がまだまだあるので余り変わっていない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前々年と同じくらいに戻っている。前年と比べると回復してきたといえる。
		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影響で店舗では来店客が減少している。お中元品も売上が落ち込み電話等での売り込みに懸命である。当地の大きな夏の祭りも中止になり観光客が皆無で土産品の売上がほぼゼロの状態である。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・当店の来客数、近隣の大型ショッピングモールの来客数共に、前年比で変わらない。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・買上点数の増加がみられない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中古車で我慢している客が増えているので、新車の販売よりも中古車の販売が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・一部の車両と部品の供給が間に合わず納期に影響は出たが、受注台数は例年どおりで推移している。
		その他専門店【食品】（経営者）	来客数の動き	・ワクチンの接種が進んでいるが、まだまだ安心材料とはいえない。首都圏の感染拡大もあり、県内への流入人口は増えていない。年内はこのように感じて進むとみている。
		その他専門店【靴】（従業員）	販売量の動き	・客単価は上がっているが来客数の減少が大きく、依然として厳しい状況である。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・まだまだ新型コロナウイルスの影響は大きく、うまくいっていない。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・宴会、食事が月間で数回しかない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ここ半年、低調な状況が変わらないまま推移している。時短営業していることもあり、ディナータイムは客がほとんどいない状態で、依然として厳しい状態が続いている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年よりファミリー層の客足が伸びている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ワクチン接種が進み、来客数の増加を期待したが、感染者数が増えているのでそこまで来客数が増えてこない印象を受ける。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスは第5波が到来し、東京オリンピックも無観客となっている。悪い状況から抜け出せる要素が全くない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・買物帰りのタクシー利用者の荷物が少ない。聞いてみると、買物は楽しいから、必ずしも必要な商品ではないが、欲しい商品の中から選んで購入していると話す。この状況は春先から変わっていない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前月同様、良くも悪くも変化がない。東京オリンピック需要もなく消費動向も控えめなため、小売業界の値引き合戦が目立っている。この状況が続くと売上は伸びるが利益が少なくなる。よって、消費動向は伸びているが利益は横ばいのため変わらず、小売業界の低迷は続く。
		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。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍の状況下、長らく取引先の状況に変化はみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・休業中の飲食店などが多い一方で、これまで止まっていた人流が増加している。店舗での通信利用者は解約が増えてきているが、個人利用者は徐々に回復してきている。自宅でのWi-Fi利用者が増加傾向にあるが、まだ4月の契約者数と同じくらいである。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・周りの状況もいろいろと変わりすぎて、景気は悪い方には向かっていないが、良い方向に向かっているとも言いきれない状況である。2回目のワクチン接種後2週間がたったから出歩いているという客が結構増えている。ただ、関東方面ではまだ緊急事態宣言が発出中というところもあり、また、東京オリンピックもあり、団体がこちらまで回ってこない。振りの2～3人の客は少しずつ増えているが、まだまだ景気が良い方向に向かうとは言い切れない状況である。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		競艇場（職員）	来客数の動き	・前月と比較しても全く来客数が変わらない。ほぼなじみ客の来場だけになっている。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、外出の懸念から客足は増えず、売上も低迷している。前年と比べ新型コロナウイルス関連の支援策もない。
		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、コンロ、給湯器の販売が減っている。リフォームは増改築と屋根外壁塗装などの工事が増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、夏～秋にかけての祭り、イベントが軒並み中止若しくは規模縮小となり、景気はやや悪化している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも東京オリンピックも遠くの出来事なのに、休みは増えるし売上も減る。
		百貨店（買付担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の微増が続いたほか、高温や悪天候が重なった影響か、外出を控える傾向が強くなった。一時期高まった購買意欲も鈍化している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・平均1品単価は前月と同水準である。来客数は依然前年割れが続いている。買上点数も来客数と同じ推移である。厳しい暑さに加え、東京オリンピックも始まり、ステイホーム消費に期待したが、全体として消費の推移、傾向は変わらなかった。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・購買動向が低単価商品に集中している様子で、買上点数はここ1～2か月、下落傾向が続いている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・曜日ごとに来客数の変化が出ており、土曜日は伸長するも日曜日は減少している。週間では前年比98.2%と来客数が減少傾向にあり厳しい。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・売上は前年比では戻ってきているが、そのために相当の商品を仕入れてかなりの廃棄を出している。売上は上がるが利益は減っている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・クリアランスセールがスタートしたが、購買客数が伸びず苦戦している。来客数も日々減少している状況である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・当県においては新型コロナウイルスの感染者数がそれほど増加しなかったため、緊急事態宣言が一旦解除された際には、首都圏への出張といった動きがあった。しかし、ここに来て首都圏の感染者数が過去最大になっているため出張がなくなっている。それにより来客数が減ってきている状況である。
		乗用車販売店（店長）	それ以外	・半導体不足の影響がじわじわと業績を圧迫している。受注台数自体は一定数獲得できているものの、納車までの期間が長すぎるため車両キャンセルも発生してきている。
		自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・県外への移動が規制されているので、夏真っ盛りのなか、交流人口を対象にしている観光業などは相当にダメージを受けている様子である。県内を県民で回しているが、それにも限界がある。また、東京オリンピックは引き籠り需要を生んでいるようであり、あるスナックバーでは開催以降客足が3分の1に減ったそうである。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産なので、受注量の減少により販売量も減少している。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	販売量の動き	・夏場の売上がとにかく少ない。イベントや祭りの中止に伴い、Tシャツやクリーニングといった関連する商材の売上がほとんどない。また、飲食店の夏場の制服の切替えなども一切ないので非常に厳しい。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、前年並みの実績のまま推移している。東京オリンピック競技会場エリアについても、無観客により販売増加にはなっていない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・巣籠り需要で特に食品販売のスーパー関連は好調である。しかし、大型百貨店や宿泊業、飲食業はかなり厳しい状況が続いていて、全体的な景気は下向きの傾向にある。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染が広まり、ますます客との接触機会が減っている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・来客数が少ない。また、木材調達の時期及び価格が不透明なため、着工予定が組めない。

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
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・前年の同月、3か月前、前月のいずれと比較しても、来場組数は低水準での推移となっている。
	×	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者が出た店があるショッピングセンター内の店舗に限って集客力が低い。新型コロナウイルスの影響は大きいようである。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・時間短縮営業が解除されてぼつぼつと繁華街にも人出が戻ってきたので、このまま良い状態になると思っていたが、21日から再び市内全域で時間短縮になり、ゴースタウンに戻ってしまった。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・可処分所得が伸びないなか、完全に買い控えが発生している。また、川上はインフレでも川下はデフレが進んでおり、価格競争の様相を呈している。そのため客は買い回りをしている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・地元を含め、県外、都市部の飲食店需要がなくなっている。一般店頭販売は量販の薄利商材がほとんどで、一部のブランドが強い商材以外は全減状態である。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックが当地会場で開催されているため、時間短縮要請が再度出されて午後9時までの営業となっている。来客数はかなり少ない状態である。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除になり、客がようやく戻り始めたと思った矢先の緊急事態宣言で、再び客がぱったり来なくなった。このような状態だと営業をしてもランニングコストばかり掛かって、まともな営業ができない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・連休のタイミングで県外からの客が何組か入っていたが、他所からの来客がいると地元の客が不安になって足が少し遠のくパターンが多くなっている。実際にその期間の後には新型コロナウイルス感染者数の数字が一気に増加しているの、心中察すれば致し方ないかなとは思いますが、これでは本来の来客数に戻れない。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行においては夏休みの予約取消しが増加傾向にあり、秋シーズンの予約も減少傾向にある。直近での新型コロナウイルス感染者数の増加により、取消しと新規予約を控える動きに逆戻りしてしまっている。団体旅行では小中高校の修学旅行や遠足など教育旅行団体のみではあるが9～11月に集中しての出発を迎える予定がある。しかし、今後中止が相次ぐと危機的状況に陥る。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・年配者の動きは良くなりつつあるように見えるが、ワクチンの接種が進んでいない世代は行動意欲が見受けられない。
企業 動向 関連  (東北)		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・今のところ新型コロナウイルス感染症を理由としたキャンセルは確認されていない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・週末のイベント開催やワクチン接種が進んできたせいとか人の動きが良くなってきており、販売店等の売上は前年より好調に推移している。しかし新型コロナウイルス発生以前から比べれば7割程度である。お中元の動きも好調で前年比ではプラスになっている。しかし、東京で感染が再拡大しており不安である。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・観光需要についてはほとんど変わらないが、近隣でイベント等の開催がある日はある程度は集客ができています。また、ギフトシーズンということもあり、産地直送の発送も伸びている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・向こう半年くらいの受注予測が明るくなっている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックが始まったことが一般消費に良い影響を与えている。巣籠りになるので家の中での食生活が多くなり、物量関係も伸びている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・東京オリンピックが開会し、また、当県で開催される競技が観客であることから、人の動きへの影響がみられる。近くの温泉街への来客が多くなっており、しかも滞留時間が少し前と比べ長くなっている。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・春の遅霜と部分的なひょうの被害があり、果物農家でもいろいろな作物に影響が出ている。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・一大産地の不作により、さくらんぼの価格が例年にならない高値となっている。

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
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比95%程度で停滞しており、3か月前と変わらない。
		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	・引き続き、景気はコロナ禍の世界情勢の影響を大きく受けているが、ここ数か月は大きな動きがなく、混とんとしている状況である。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・公共工事の設計変更による受注が一定数あった。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック開催前から新型コロナウイルス感染者数が増えていること、燃油費が高止まっていること、東京オリンピックによる都内の交通規制等により物の動きが悪くなっていることから、景況感は良くない。7月の売上予想は前年比2%増となるものの、前々年比ではいまだに17%も減っており、まだまだ厳しい状況である。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・少しずつであるがこれまで耐えてきたかいがあったと感じる客の反応がみえてきた。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の対象地域ではないが、自粛ムードはまだまだ強い。依然、飲食業、ホテル業は厳しい状況が続いている。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・例年季節要因として増加する観光人口の動きが鈍いため、観光宿泊関連事業者の業況が例年と比べ上向いていない。また、飲食など関連業種の伸び代も多くない。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・娯楽施設の広告出稿はやや戻りつつあるが、イベントの中止が前年同様相次いでいるので、広告市場の活況にはまだ乏しい状態である。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックが始まるうとも、大型の観光キャンペーンが開催されていようとも、東北では経済に大きな影響はないようである。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック関連の業務が中止になるなど、コロナ禍によって引き続き先行きが見えない状況である。
		経営コンサルタント	それ以外	・景気の底は打っている印象だが、その状態から脱し切れていない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・広告受注関係で、飲食店の反応が悪くなってきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官公庁はじめ民間大手からの受注が一向に回復していない。イベント開催や特需に結びつくような受注がない。
		窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・出荷量の減少が続いており、回復の見通しが立たない。
		公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、飲食業、サービス業関係は相変わらず低空飛行である。ここに来て建設業関係の業績が悪化傾向にあり、全体としての景気はやや悪くなっているとみられる。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・半導体の品薄状態が解決しておらず、メイン商品であるIT関連商品の入荷の改善がみえていない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・首都圏での緊急事態宣言発出、飲食店での酒類提供停止など外食を取り巻く環境が厳しい。県内においても飲食店の営業時間短縮要請が出されている。
	x	*	*	*
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ワクチン接種関連の派遣業務が3県で増員かつ延長になっている。そして、単独取引の外資系生保事務センターの定期増員プロジェクトも開始し安定しつつある。現時点で悪化要因は見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数の増加が採用者数の増加にもつながってきている。企業側の採用活動も積極的になってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・ワクチン接種の停滞感と東京オリンピック無観客開催や首都圏の再度の緊急事態宣言などの影響もあり、七夕祭りも実質開催されないなど現時点で少し動きが止まっているが、接種の済んだ高齢者の旅行需要、旅館予約は改善している。個室のある飲食店でも予約が回復している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大量の求人が見込める大手製造業の工場や大型商業施設の進出が決まっている。

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
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売・サービス業のパート求人は減少しており、一部の業種は厳しい状況が続いているものの、全体の求人数は増加しており、企業の採用意欲はアフターコロナを見据えて高いものとなっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・コロナ禍のビジネスの仕組みに慣れてきた企業において、景気が上向いて求人を出す企業が増えてきた。しかし、東京オリンピック開催や4連休が明けてから先行き不透明な状況になったことで、採用を見合わせる企業がちらほら出てきており、中旬以降は若干失速気味になっている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、求職者自体の動きは様子見といった感じがあり、ここ数か月大きな変化はみられない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人の件数は直近2～3か月でほぼ横ばいである。
		アウトソーシング企業（社員）	求職者数の動き	・前月から求人を出しているが、応募者数が例年にならぬほど多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・県内夏祭りやイベントの中止により、地元経済が疲弊している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響でイベントの中止が相次ぎ、広告の動きが鈍くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は上昇したが、有効求職者数がやや減少したためであり、有効求人数はほぼ横ばいである。
		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、有効求人数共にほぼ同数となっている。
		学校〔専門学校〕	それ以外	・新型コロナウイルス感染予防のため、夏に行われるイベントや行事が軒並み規模縮小や中止となっている。そのため、見込んでいた客や収益が得られずにいる。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・政府の新型コロナウイルス対策の影響からか、飲食系は人の採用について戦略的に進めることができず、都度採用、終了を繰り返している状況である。そのためか、採用コストもかなり軽減され、結果として閉店している店も更に増えてきている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・コロナ禍以前の前々年と比較すると直近3か月の求職者数が20%程度落ちている。
	x	-	-	-

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北関東)		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は3か月前よりは良いが、予断を許す状態ではない。新型コロナウイルスの感染拡大が進めば、人流を抑制しなくては行けないので、なるべくこれ以上感染が拡大しないように、社会全体で気を付けることが大切である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍以前の2019年と比較した売上達成率は、3か月前に当たる4月は28%だったのに対し、今月は45%で、売上が増えているので上向きと感ぜられる。今月前半は修学旅行や遠足等、学生関連の団体客が多くみられた。また、東京オリンピックの開会式に合わせた4連休に、多くの個人観光客が来店し、ゴールデンウィーク以来の売上の多さである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチンを2回接種した客が戻りつつあり、衣料品の動きが回復傾向にある。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・徐々にではあるが、日々の来店客数がプラス傾向にある。特に、週末はその傾向が顕著となっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・前年7月よりも10日ほど早く梅雨が明けたため、アイスクリーム、ドリンク、冷たい麺等が売れている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温の上昇とともに、ドリンク等の売上や来客数も増えている。また、東京オリンピック効果で、在宅でテレビ鑑賞するためのまとめ買いも増えている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比、売上はプラス2万8000円で105%、来客数は20人増で103%、客単価は21円プラスの103%となっている。6月より回復傾向がみられる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種も始まり、人の動きがやや活発になり始めてきている。

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
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	販売量の動き	・当社のメインである社員食堂を始めとした事業所給食は、受注を回復しているメーカーも多く、提供食数全体では、増加傾向が続いている。一方、飲食部門は、少人数グループの取り込みができていない所ではばん回できているものの、総じて低調に推移している。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・夏休みや東京オリンピックも始まり、また、新型コロナウイルスによる自粛の反動もあり、県外客の動きが出てきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・法人や団体の動きのみならず、個人客にも動きが出てきている。ゼロから比べて進歩だと感じている。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・来客数は横ばいで推移しているが、客の購買意欲は良くなってきていると感じている。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・Withコロナに慣れて、ワクチン接種が進むことも踏まえてか、客が動き出している。新型コロナウイルス後の生活を想定できるようになってきたのではないかと。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・当県独自の規制により、来街者数が前月より激減している。東京オリンピックのテレビ観戦や猛暑による巣籠りなのか、高齢者の来店がなくなっている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、毎月同じような状態が続いている。地域の七夕祭りもできなかった。梅雨が明けたら毎日が猛暑で、人の動きは余りない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・当県は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加は抑制できているものの、不要不急の外出には依然として慎重な傾向が見受けられ、来店客数は少ないままである。引き続き、食料品や中元ギフトなどは堅調なもの、衣料品は厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食品は変わらず堅調だが、衣料品を中心とした非食品群の不振が続いている。夏物クリアランスも盛況とはいえ、苦しい状況に変わりはない。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・本来なら、夏祭りがこれから始まる時期だが、新型コロナウイルスの感染拡大もあり、なかなか祭りが開催できない。客もほとんど動きがない。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・このところ、ずっと来客数が激減していたが、今月上旬に若干、新型コロナウイルスのワクチン接種をした高齢の客たちが、足を運んでくれた。それもつかの間で、首都圏の緊急事態宣言発出と東京オリンピックが始まった途端、人出はかなり悪くなっている。それこそ、毎日ゼロ更新を続けている状況である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・梅雨が明けても、前年より夏物商材の動きが鈍感である。テレビの動きも東京オリンピック需要は少ない。
		家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍での東京オリンピック開催で、映像商材の動きに期待していたが、来店客を増やすことができず、売上は前年比87%となっている。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当社は観光地を控えた立地のため、顧客であるホテル、旅館業、ドライブイン関係に新型コロナウイルス禍で客が来ないので、新型コロナウイルスが落ち着くまでは難しいと思っている。ワクチン接種が多少浸透してきたことで、良くなっていると思うが、それでも来店客は少なく、3か月前と全く変わっていない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・何か小さなイベントがあれば、来客数がどっと増える一方、ふだんは少ない。来客数が日によって極端である。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・急に暑くなり、夕方には雷雨等が多くなったり、新型コロナウイルスの感染者数も非常に増えてきたことが要因でやや悪くなっている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・今月の4連休は、宿泊が大分にぎわったものの、それ以外は依然として低調である。料飲部門は、連休効果もほとんどなく、厳しい状況に変わりはない。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・東京都に緊急事態宣言が発出されているため、夏休み中の申込みが10件ほどしかない。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・7月は新型コロナウイルスのワクチン接種会場までのタクシー無料券が出たことや昼の動きが少し良かったので、前年同月比38%の増収である。ただし、タクシー無料券分の売上を差し引くと、前年同月比16%の減収である。

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（総務担当）	販売量の動き	・需要は安定している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東京オリンピック関連の4連休は特需となり、来園者数が増えたものの、依然として平日は厳しい状況が続いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・内閣は「国民の安心安全を守る」と耳にタコができるくらい同じことを唱えるばかりで、何も伝わってこない。質問に正面から答えられない首相では支持は得られない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・飲食店に客が徐々に戻ってきたものの、まだ新型コロナウイルスのワクチンの未接種者が多く、宴会等は開催できない状況である。建設もウッドショックによる資材高騰で、低迷している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近になって、貸店舗、貸事務所の引き合いや問合せがちらほら増えてきている。特に、飲食店や塾関係の引き合いが大変増えているような感じがする。ただし、いまだに夜の商売が悪いので、相変わらず停滞している。
		スーパー（商品部担当）	単価の動き	・人の動きが大分目立つようになってきているものの、客単価の落ち込みが大きく、売上の伸び悩む状況が続いている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・景気の力は弱まっている。季節指数の高いエアコンは伸びたものの、他の白物家電や映像商材等が前年を下回っている。売上は前月比では122%だが、前年比では97%となっており、前年は超えられていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・6月下旬から新車、中古車の販売が落ち始めてきている。ただし、受注残があるので、まだひっ迫感を感じていないが、先が思いやられる。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量や来客数等が、過去3か月間と比較して、段々落ち込んでいる。人の動きが少なくなっていることが原因である。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・梅雨が明け、気温の上昇とともに夏物の動きは良くなってきたものの、来客数が増えない。アウトドアレジャー関連は活況だが、生活品やその他のマイナス分を埋め切れていない。
		その他専門店 〔燃料〕（従業員）	販売量の動き	・受注と受注残が減少している。
		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感染者数がまた増えてきたせいか、人の動きが鈍い。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の急増により、今後、人流や外出減少のあおりを受けて消費も低下する可能性が高い。
		ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・周辺が夜の繁華街のため、客足が依然として少なくなっている。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・夏場になり、暑さと首都圏の新型コロナウイルス感染者数が増加傾向にあることから、来場者自体が少し減少傾向にある。
		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次第である。なるべく外出しないという客が増え、来店数は前年比60%となっている。不要不急の整備依頼のうち、予防整備提案は50%減、見た目美観上の板金塗装は70%減となっており、僅かに好調なのは時間貸し格安レンタカーのみである。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・国内の材木不足（ウッドショック）による住宅建築材高騰の影響で、不動産の動きがかなり鈍くなりほとんど動いていない。回復が見通せず、どんどん悪くなっていくことが予想される。
	×	住関連専門店（店長）	それ以外	・東京オリンピック開催と緊急事態宣言中で、個人の販売動向が読めない状況である。新型コロナウイルス禍も1年以上が経過し、特別な需要は見込めない。
	×	その他専門店 〔靴小売業〕（経営者）	お客様の様子	・前年の今頃は各地でプレミアム付商品券等の地域活性化策があり、新型コロナウイルスも鎮静化してきた場面だったため、売上も良かった。しかし、今年は活性化策も何もなく、今も新型コロナウイルスの状況は読めず、巣籠り需要を取り込めていないため、大変悪い。
	×	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・飲食店の営業時短要請や酒類販売自粛要請等で、外食産業が衰退している。

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（所長）	来客数の動き	・東京都の緊急事態宣言発出に加えて、首都圏3県も宣言の追加となる。さらに、当県の新型コロナウイルス感染者数も大きく増え、まん延防止等重点措置の適用申請を行うほどの状況である。首都圏からの教育旅行のほとんどがキャンセルとなり、個人旅行も手控えとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・4回目の緊急事態宣言が発出されて、地方ではますます人通りがなく、昼夜問わずひっそりとしている。営業車を3分の1に減らしても、1台あたりの営業収入は2万円程度である。雇用調整助成金が12月末まで延長になったようで、どうにか助かる。
	×	タクシー（役員）	それ以外	・国の新型コロナウイルス対策が全く駄目過ぎて、あきれている。
企業 動向 関連  (北関東)		-	-	-
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は徐々に増えつつあるが、IC等との部品関係が入らない。取引先から、発注している部品が来ないために製品を組めないのでもっと待ってほしいという話などあり、発注数が落ちてきたりしている。IC、端子、コネクター、何から何まで全ての部品が入荷してこない。部品が入ってくれば上向くが、そうでなければ、かなりひどい状況になる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子や受注量等が、大分良くなっている。
		金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先のヒアリングをしていると、「まん延防止等重点措置や緊急事態宣言等に大きく左右されることなく、売上は乱高下しなくなっている」という話をよく聞くようになってきている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、この時期は落ち込む傾向にあるが、顕著な落ち込みもなく、ほっとしている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・季節的要因も受けず、稼働している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月の売上は前年同月比13.6%減となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注が好調で、フル生産を続けている。その他の分野も増産の話はあっても減産の話はなく、対応に苦慮している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、半導体不足の影響で自動車の減産が続いている。回復の見通しは立っていない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・東京オリンピック需要により、大型テレビやBDレコーダー等の物量が増えている。また、猛暑により夏物家電のエアコン、サーキュレーター、扇風機等の物量も増え、前年並みの実績を確保している。
		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一服したため、延期になっていた管理、清掃業務を実施し、売上は確保できている。ただし、先方の経済的余裕がないため、その他の業務は受注できずにいる。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿件数、金額共に変わらない。
		経営コンサルタント	それ以外	・人出や人の流れはほとんど止まった感がある。季節や時期なりの年中行事やイベント等が、相次いで縮小や中止になっている。人の流れや関連した物の流れや取引が盛り上がりを見せていないなかで、地域経済は沈んだままである。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・淡々と進んでいくというか、ほとんど毎月同じくらいの売上である。
		社会保険労務士	取引先の様子	・相変わらず、厳しい状況が続いている業界がある。人出は増えてきているものの、すぐには個人消費回復とはいかなさそうである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が影響している。

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
	×	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%を占める建設業を管んでいる。新年度がスタートして3か月たったが、今期の公共工事関係は、県で前年比65%、市町村で同比83%と大幅減である。前期は大雨による災害復旧工事発注があったが、それが終了した結果である。建設業者も、近年は廃業する会社が増えている。災害時には重要な業種であり公共性があるが、新卒学生の希望業種ではないので、今後じり貧になってくる。当社の今期決算は赤字が心配である。
雇用 関連  (北関東)		-	-	-
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・住宅関連は、外壁改修や塗装、塗り直し等が目立ち、建築関係の営業や、ガス、水道関係のメーター機器の改善等で営業が出始めている。家電は、サーキュレーター等の循環用器具が出てきている。製造関係は自動車部品等の一部、電子関連、スマートフォン関連で、根強い動きがある。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・自動車関連と食品関連の派遣求人が増えているため、やや良くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造関係の求人や派遣求人が増加しており、製造業の回復が見られる。それに伴って、運輸業も増加となっている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	それ以外	・東京オリンピックが開催され、イベント実施への抵抗感が薄れている。人や物の動きが活発になり、経済が動き出した感がある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響による巣籠り生活で、ゲーム機器やカメラ等の趣向品の需要があるため、光学部品やカメラ部品の組立て、カメラレンズコーティング等の求人や、自動運転、電動化に伴う自動車部品製造の求人が増加している。一方で、雇用調整助成金の申請は依然として一定件数続いているため、変わらない。
		*	*	*
	×	*	*	*

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (南関東)		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックが無観客ながら開催され、関係者の宿泊が増えているため、良くなっている。ただし、依然としてまん延防止等重点措置が適用されており、酒の提供が制限されているため、その他の宴会関係の動きはほとんどない。
		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113%となり、やや良い。3か月前と比べても163%とアップしている。来場者数、資料請求やホームページからの反響も増加している。請負だけではなく、分譲物件への問合せも増えている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・3か月前と比べると、今月はエアコンなどの夏物商材が売れたので売上が伸びている。ただし、全体で見ると例年より売上が減っている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・持ち帰りの進物需要が多くあり、売上は前年に比べて伸びているものの、正常に戻っているわけではない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出されているが、新型コロナウイルスのワクチン接種率の上昇や自粛疲れの影響か、来客数が伸長し、週末は家族連れや若年層の来店客が増加している（東京都）。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・東京都では緊急事態宣言が再発出されているが、百貨店への休業要請がなかったこともあり、来客数は前月よりも伸びている（東京都）。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・4月の緊急事態宣言による休業要請時に比べれば、足元において消費者に購買意欲が戻ってきていると感じている（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
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・販売量は前年の8割程度で推移しており、3か月間ほぼ変わらない状況が続いている。通常営業ができていない状態も続いている。客は子育て世代中心に戻ってきているが、継続して高齢者の来店は少ない。売上は、食品と高額品を除き戻っていない。お中元ギフトも、前年より会期を長く設定したものの、前年を下回っている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・3か月前も緊急事態宣言下であり、百貨店を含む商業施設は閉店又は時短営業であった。それと比較すると、現在は同じ緊急事態宣言下ではあっても、施設は通常どおり営業している。ただし、通常営業をしている割には、来客数はまだ戻ってきていない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置適用が継続されているが、新型コロナウイルスワクチン接種の進捗や自粛疲れによる外出や消費への意識変化により、来客数や単価など3か月前と比べて数値は上向いており、景気が良くなっている。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出が繰り返されるなか、客の行動にも変化がみられ、以前のように外出を控える人は、近隣では減少している。ただし、外食や旅行の自粛は継続しており、その分、一部の客は高額品の購入に動いている。衣料品はセール品の動きが悪く、依然として厳しい一方である。化粧品や紫外線対策等の服飾小物関連は動きが出てきている（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のワクチン接種率の上昇に伴い、消費動向も一定程度改善している（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客は身の回りのことにお金を使おうとしている。お金の使い道を探している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夏場でソフトドリンク、アイスクリームの売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言中とはいえ、東京オリンピックが始まり、夜まで客が結構来ていることを考えると、景気自体は良くなっている。ただし、これで良いのかと思っ
		衣料品専門店（店長）	それ以外	・着物の展示会の集客が、3か月前より増えており、来場予定数も上回っている（東京都）。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年度の新型コロナウイルスの影響下では、来客数が多く実績にもつながったことを覚えている。今年は来客数が衰えると予想していたのだが、大きくは衰えていない。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・東京オリンピック需要がある。
		住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・高齢者を中心に新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、前年から自粛傾向にあった大型リフォーム工事の相談が増加している。特に、外壁塗装、浴室、キッチンリフォーム等、100万円以上の成約件数が増加している（東京都）。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・梅雨明けが例年より早かったこともあり、燃料油、燃料油以外共に販売の業況は上向きとなっている（東京都）。
		その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言下ではあるが、街中の人通りは新型コロナウイルス発生以前に戻りつつあり、予約の問合せも増えている（東京都）。
		その他飲食 [カフェ]（経営者）	それ以外	・当社は東京と軽井沢に店舗がある。東京はこの4連休も客が少なく、決して良いとは言えない（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・夏休み期間に入り、人の動きが出ている。県独自の緊急事態宣言下ではあるが、人流にはさほど影響がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東京オリンピック開催に伴い、警備関係者の団体宿泊を受け入れたため、稼働の底上げにつながっており、稼働率が最終で85%に戻ってきている。ただし、依然として客単価は以前より低い（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
		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ワクチン接種が進み、60代以上の客から個人旅行の問合せを受けるようになっていいる。東京都に緊急事態宣言が再発出されているので、実際に行くかどうかは分からないが、そうした動きがある。また、東京オリンピックが開催されている影響で、旅行への関心なり要望が高まってきているので、少しずつではあるが良くなりつつある（東京都）。
		タクシー運転手	来客数の動き	・以前に比べればまだまだだが、緊急事態宣言下においても、人の流れが少しは出てきている。そのお陰で多少上景気も向いて、やや良くなっている（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・夏の暑さで、スーパーの買物帰りの送迎や、病院等への高齢者の送迎などといった近距離客の仕事は例年のように増えている（東京都）。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・東京オリンピック開催により気分的に明るくなる（東京都）。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増え、緊急事態宣言が再発出されているなか、前月並みの受注を維持できている（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・アパート用地を徐々に仕入れられるようになってきているが、どの業者も在庫不足のため、競合して価格が上昇してしまう傾向がまだ続いている。販売に関しては、富裕層の動きは活発だが、投資家へはまだ金融機関が厳しい判断をしている。
		商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は、物販を中心に8～9割をキープしている。ただし、飲食は相当ひどい状況である。東京オリンピック開催の前後から明らかに若い世代の人流が増えてきて、この世代をターゲットにしているところは堅調だが、価格帯が低いのか、人流と売上は比例していない（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暑さや東京オリンピックの影響もあり、商材はそこそこ動いているが、エアコンの品不足が心配である。電話機やインターホンなども品薄となっている。パッケージエアコンなどが期待される。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・最近の客は物に対するこだわりが昔に比べて少なくなっている。要は、彫刻してあって、通用すればよいという、値段だけで、伝統技能とかそういうことは一切関知していないようである。業界内の技術低下が著しい。
		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影響で、今年も祭り、イベントが中止になっている。東京オリンピックも盛り上がり、静かな夏である。
		一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・一定の需要はあるが、客は余計な出費をしない。
		一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・花屋は行事に左右される。3か月前は、例年であれば入学式や春の花の需要、お彼岸以降の仏花需要の延長などがあったが、前年、今年に限っては余り良くない（東京都）。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言下で、どの会社も人が少なく、今までのように注文がない。国もテレワークを推進している。我々のような商売は人が動かないことには品物が売れない。一番の効果は通常に戻ることである。今はひたすら我慢のときである（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が再発出されているため活発ではないものの、買物に対する客の行動に大きな変化は感じられない。食品を中心とする生活必需品に関しては、前年と比較しても大きな落ち込みはない。しかし、旅行など外出に対する需要は少なく、ファッション衣料関連商材の動きは鈍い。また、本来であれば、東京オリンピックによるインバウンド需要等も期待できたが、それは全くない状態である（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・売上自体は若干増えてはいるが、前回の緊急事態宣言時より営業範囲が拡大されたことによる影響が大きく、回復の兆しはまだ見えない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合店との価格競争によって重点商品などの単価を下げる傾向にある。客の買上点数は前年並み、あるいはそれ以上買ってきているが、平均単価が落ちているので、客1人当たりのトータルの買上額がなかなか前年に達しない状況が続いている（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
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年が良過ぎたので、今年は前年に比べると非常に悪いが、これが普通ではないかと思っている。そのなかで、競合店が出てきた影響も受けている。今月は、前半は良くなかったが、後半の4連休、東京オリンピック開催により大分良くなってきている。これから先も土用の丑の日があるので、良くなっていく。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・売上予算はクリアしているが、利益率がなかなか予算に達しない。やはり、安い物を買うのと、必要な物しか買ってもらえないということが顕著に出ている。売上はそれなりにあるものの、粗利率が予算未達という状況である（東京都）。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・気温上昇に伴い、飲料やアイス等の盛夏商材の購入頻度が上がっている。特に、飲料については、地域的な要因もあるかもしれないが、ケース購入客が増えている。前年に比べ、新型コロナウイルス禍による売上や来客数の影響はない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、買上点数は前年並みを維持しているものの、客単価の上昇がみられない。客の様子をみると、日々、必要最低限の食材しか購入していない（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・7月は、来客数が前年を若干上回っているが、買上単価が若干下回っているため、ほぼ前年並みの状況である。特に売上不振なのが、衣料品のなかでもビジネス関係商材などである。逆に、家で過ごすための食料品や、梅雨明けが早かったことによる肌着関係の売上は伸びている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・売上は前年比で2%ほど落ちているが、来客数が伸びている。また、季節商材の伸びも顕著になってきている（東京都）。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進まず、外出もできないため、飲食店の業況に上昇がない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し増えている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数、客単価共に大きな変化はなく、ほぼ新型コロナウイルス発生以前の水準に戻りつつあり、落ち着きを取り戻している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増え、近隣の行楽としての動きが少ない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数としては変化していないと感じる。ただし、今月は天候が悪かったこともあり、売上は前年割れとなっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年と比べれば上向いているが、トレンドが大きく変わるまでには至っていない（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・東京オリンピックが始まり、自宅観戦に向けて買物需要が高まっているように思えたが、新型コロナウイルスの急激な感染拡大により、消費全体が停滞し始めている（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、人出は大分増えたものの、購入単価が相変わらず低い。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数だけの判断は難しいが、競合店の値引き幅が増えているので、購入金額にシビアな客が増えているように感じる（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるが、なかなか契約に結び付いていない。
		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影響で来客数が減少しているものの、売上は前年並みになっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・全体的に低迷している。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・車のディーラーについては、新車需要が落ちてきているが、整備関係はそれほど大きく落ちてはいない。車検は定期的にやらざるを得ないが、やはり距離を走らないために一般入庫点検やオイル交換などが減少しており、全体的な売上も下がっている（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・整備等に関しては順調に推移しているが、新車販売は減少傾向にある。半導体不足の影響で納期遅延が発生していることも要因の1つかもしれない。
		乗用車販売店（総務担当）	それ以外	・半導体不足の影響により、生産に遅れが生じている。

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
		乗用車販売店 (店長代行)	来客数の動き	・半導体不足の影響で、生産が落ち着くまでは変わらない(東京都)。
		乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・ここ数か月、特に変化はない(東京都)。
		その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	来客数の動き	・前年に比べて来客数が非常に悪い。前年が新型コロナウイルスの影響で、いわゆるコロナバブルだったことも要因だが、前々年と比べても落ちている。
		その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	販売量の動き	・販売量の動きは前月と同じで、余り忙しいという感じはしない。
		その他専門店 [貴金属](統括)	販売量の動き	・販売量が前年比8割程度で推移する状態が続いている。状況は3か月間ほぼ変わらない(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	・ショッピングセンター内では販売品目によって大きな好不調の差が生じている。
		高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で緊急事態宣言が再発出されていることもあり、相変わらず来客数が伸びずに苦戦している状況は変わらない(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東京オリンピックも、業種によっては好況をもたらしているようだが、外食に関しては新型コロナウイルス感染に対する忌避感があり、客足が遠のいている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の4月1～29日までの前年比は、売上165.1%、来客数161.9%である。今月7月1～29日までの前年比は、売上81.0%、来客数84.0%である。前々年の4月は5店舗中3店舗が休業中であった(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・高齢者はおおむね新型コロナウイルスワクチンの接種を2回目まで終えているが、40～50代、特に30代あたりはワクチン接種の予約すら取れない状況である。やはり、これだけ感染者数が増えてくると、皆用心して外に出なくなってきた(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ワクチン接種に期待していたが、東京オリンピック開催までに間に合わず、感染者数が増え続けており、今後の景気回復にも影響が出る(東京都)。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・自粛疲れからか、レストランについては個人利用を中心に、平日の昼及び土日祝日の昼夜共に満席になる日が多くみられるようになっているが、平日夜は企業が動いていない関係で閑散としている。宿泊も連休を中心に高稼働であったが、平日は動きがないため、何も変わっていない。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・この新型コロナウイルス禍のなかで不要不急の外出を避けていることと、時短営業のところが多いため、営業のしようもないし、来店客も少ない。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・緊急事態宣言が続いている(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種により感染が落ち着くと思ったが、ワクチン供給が不足するなか、第5波が到来している。緊急事態宣言の影響も出ている(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言中のため、ツアー造成ができない(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・首都圏における新型コロナウイルスの感染拡大は止まりそうにないが、一方で高齢者を中心にワクチン接種が進んでおり、非常に不安定でどっちつかずの状況である。旅行需要に関しては、前年同時期比で増加しているが、前々年の同時期には及ばない、低調な進捗である。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・7月の客からの問合せ件数は、前年同月比では減少しているが、前月との比較ではほぼ同じ結果となっている。緊急事態宣言、まん延防止等重点措置の影響を受けてはいるものの、訪問拒否やキャンセルは目立たなくなってきた(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
		通信会社（社員）	お客様の様子	・今月、番組打切りの客が出てきた一方で、CMの引き合いが増えてきている。景気は上向きとまではなっていないが、広告宣伝費の予算が出てきているようである（東京都）。
		通信会社（社員）	単価の動き	・契約者数が増える一方、解約率も依然として高い。原因については分析中だが、端末目当ての新規契約が増えているとみている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出に伴い、営業自粛の影響が出ているため、契約数が伸び悩んでいる。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍において、通信事業は伸長しているものの、訪問営業のボリュームを縮小せざるを得ないため、結果的に過去の実績と余り変わらない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に、必要最低限の内容を選択する意識が相変わらず強い。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・3か月前と比較して、案件商談数に余り変化がない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・現在の新型コロナウイルス感染者数増加の影響か、客の動きは完全に鈍くなっており、自ら動こうとはしない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・他社に乗換えることで累計加入者数が減っていく状況に変化はない。機種変更に割引制限があるが、その他で割引するように変わったので、乗換えに費用を充て、乗換えをする人が得をする仕組みは変わっていない。
		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、当社の訪問を避ける世帯も多いなど、営業機会の減少から新規契約獲得件数が伸び悩んでいる（東京都）。
		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防止のためのまん延防止等重点措置の延長で、引き続き人流が抑制されている。一方、東京オリンピック開催や、全体的に危機感が薄れて20～30代の感染者が増え続けていることから、景況は踊り場にある。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・インターネットの購買客は新型コロナウイルス禍でも一定の伸びを見せているが、来場客数は減るため、一定の水準で止まっている。
		その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（支配人）	お客様の様子	・客の反応が良くも悪くもない（東京都）。
		その他レジャー施設 [ 複合文化施設 ]（財務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で来場者数は横ばいである（東京都）。
		その他サービス [ 保険代理店 ]（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比で余り変わらず、来客数の増減もさほどない状況ながら売上が伸びないのは、客1人当たりの販売量、販売額が増えていないからである。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、約半年間、一般設計受注を伴う営業ができなくなっている。東京オリンピックが開催されているが、そういうなかでも新しい営業に対する動きが半年間滞っているのが現状である。積極的に客へのアプローチを掛けているが、時期が時期だけに、営業展開が非常に難しくなっている。行政の指名参加においても、指名はあるものの、全般的に仕事がないなかで全企業が争って取っているような状況なので、全く先が見えない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しい契約の話はあり、それ自体は進んでいるが、実際の入金等はまだない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・設計が増えたわけではなく、今までの計画が中断し、その対価として多少入金があったのみで、良くなっているとはいえない（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・民間の動きが停滞していると感じるが、悪くなっているとまでは言えない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量は3か月前から好調が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大によるまん延防止等重点措置に対しても慣れが出てきているようで、客の動きに自粛は感じられない。

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
		商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、新型コロナウイルスの感染拡大が顕著になってきていることもあり、客の来店比率が下がってきている。来客数が減れば当然売上も減ることにつながるので、大変心配している。早く感染が収束してほしい。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・東京都では7月12日にまん延防止等重点措置から緊急事態宣言に移行し、明らかに来客数が減少している。週末の若年層の来街者は増加傾向にあるが、その反面、地域住民は新型コロナウイルス感染を恐れて外出を控える傾向にある。したがって、当店が主とする客層の購買につながりにくい状況である（東京都）。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・酒の小売店なので飲食店の客もいるが、この新型コロナウイルス禍において、営業ができなかったり営業時間を短縮したりして、大変苦労している。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・ショッピングセンターに出店しているが、特に平日は閑散としている。今年1月の緊急事態宣言以降、週末も来客数が少なくなっている。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、県独自の緊急事態宣言が発出されたことにより、当社も店頭部の営業時間短縮を始めているため、来客数が減っている。感染状況が悪いと、昼間は高齢者がなかなか出てこないこともあり、厳しい。店頭部がこのような状況のため、外商部が健闘しているが、それを上回るマイナス幅になっている。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・東京オリンピックが開会し、新型コロナウイルス感染者数が増加するなか、来客数の減少が顕著となり、売上についても衣料品の落ち込みに歯止めが掛からず、厳しい結果となっている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中及び東京オリンピック開催中のため、来客数が減少傾向にある（東京都）。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる。富裕層カテゴリー商材の動きは堅調だが、服飾関連の厳しさが続いており、セールも盛り上がらない。そもそも取引先が商材の絞り込みをしていて、在庫も減少している。新型コロナウイルスの影響で取引先メンバー数も減少し、店頭体制にも変化が生じていることを実感する（東京都）。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・当社としては、テナントの入替え等により来客数は前々年比で120%と好調に見えるが、直近3か月と比べると、7月の著しい新型コロナウイルス感染拡大により、来客数は減少傾向である。
		百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の拡大や、当県においても緊急事態宣言再発出の動きになっていることが、消費マインドの低下につながっている。
		スーパー（仕入担当）	単価の動き	・首都圏は新型コロナウイルス感染第5波に入ろうとしており、買物頻度が減っている。
		スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・相次ぐ競合の出店に加え、以前に比べて販売点数が減少傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・相変わらず来客数は良いが、単価の良い外出着やバッグ等が非常に悪い。客は県をまたぐ外出制限により外出を控えている。バーゲンセールも良くない。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再延長され、リモートワークの推進によりスーツ、ビジネス用品の販売需要が低迷し、来客数の減少につながっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年夏の特別定額給付金による需要の先食いが、今年の夏商戦に影響している（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・7月に入っても新型コロナウイルスの感染拡大に歯止めが掛からない。東京都は緊急事態宣言下であり、来客数が前年比で大きく落ちており、売上に大きな影響を与えている（東京都）。
		住関連専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により外出する人が減っている。したがって、来客数も大幅に減っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・客の動きは活発だが、消費にはつながらない（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
		高級レストラン（役員）	単価の動き	・緊急事態宣言下の時短営業と、特にアルコール販売禁止により、高価格帯のレストラン業態ではワインなどの販売ができず、客単価が大幅ダウンしている。酒を主販売とする居酒屋業態は、来客数が大幅ダウンしており、主力商品でない弁当販売などでのいではいるが、客単価も低く、総売上が激減している（東京都）。
		タクシー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数に反比例して売上が下がる傾向が強いが、今回の緊急事態宣言等の場合は売上の下がり方が鈍い。日中は暑いので売上が伸びるが、夜は全く駄目である。
		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拡大防止のための人流抑制が効いている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の増加に伴い、積極的な営業活動は客から敬遠される状態になっており、契約獲得も鈍化傾向にある。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・客と接点がある従業員の一部に新型コロナウイルス陽性者が発生しており、周囲の濃厚接触者及び不安な従業員に対して、業務停止などの対応を慎重に取っているため、計画どおりの実績に及ばない状態が続いている。
		ゴルフ場（経理担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大懸念から、東京オリンピック開催中止を求める世論が多かったにもかかわらず、強行開催を決定したことで、多くの国民には「東京オリンピック開催のために国民生活が犠牲になるのは耐えられない」という意識があり、新型コロナウイルス封じ込めの足かせになっている。相変わらずまん延防止等重点措置と緊急事態宣言の発出、解除を繰り返すのみで、飲食店の時短営業要請などの規制により、巨額の経済損失発生を続ける一方で、東京オリンピック開催中の緊急事態宣言再発出には感染抑制効果がなく、無駄に経済損失を発生させるだけの政策になっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が大分進んでいるようだが、中高年の来店頻度はまだ鈍っているような気がする。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・民間の設備投資は厳しい状況が続いているため、官庁案件に頼らざるを得ないが、応札業者が多く、制限価格ギリギリの落札が続き、苦戦している。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・現状は仕事量がかかなり減っており、先の見通しも厳しい。新型コロナウイルスの影響で計画等も延び延びになっている。先行きも厳しくなる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・東京オリンピックが始まり、建築現場に一服感が出てきている。本来の需要期は下期だが、回復の見通しは良くない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・毎回悪い状態がずっと続いている。新型コロナウイルスの影響で、前月同様に、廃業する取引先がまた出てきている。飲食店などからクーラー交換の話もあったが、店が全然営業していないので、そうした仕事も立ち消えになっている（東京都）。
	×	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・梅雨末期の大雨と、梅雨明け後の猛暑続きで来客数が減少している。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの影響で、まず客が来ないし、来てもなかなか販売に結び付かない（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・夜の買物客が減少している。
	×	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・業者向けの販売量が全然上がってこない（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・暑さと東京オリンピックの影響が大きい（東京都）。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックが始まったタイミングで東京、神奈川の新型コロナウイルス感染者数も増え始め、その頃から昼も夜も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
	×	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置、更には酒類提供自粛が大きく影響している。売上は令和元年比18.0%、令和2年比49.2%となっている(東京都)。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・相変わらず新型コロナウイルスの影響で時短営業をしているため、売上は前々年度の半分以上にない。ケータリングもなく、酒類提供もできないので、厳しい日が続いている。あと数か月くらいしか持たないかもしれない。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で本当に客が来ないし、来たとしても感染等を気にしている。もちろんアルコールは飲めないで、その分の売上が減少している。また、休業している店舗もあるので、売上は本当に悲惨な状況である。政府の対策は効果が出ていない気がする。一般の消費者は多分貯蓄に回しているの、新型コロナウイルス明けの状態が楽しみだが、まだ当分掛かる。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・またもや酒類の自粛要請が出され、自分が生きているうちにこんなことが起きるとは思っていなかったが、飲食店にとっては非常に痛手である。夜の客はほぼ取れず、ランチ営業のみで現状の家賃を支払い、人件費と諸経費を引いたら大赤字である。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食店では、緊急事態宣言中は酒を出せない。酒が出せない限り、売上は全く上がらず、厳しい状態が続いている(東京都)。
	×	旅行代理店(従業員)	それ以外	・新型コロナウイルスの重症者数は減少しているにもかかわらず、連日感染者数が報道されるため、ますます旅行需要が減少している。
	×	タクシー運転手	それ以外	・東京オリンピック開幕で、交通規制による渋滞が多発している。首都高速では一般車に午前6時～午後10時まで1000円値上げなどの規制が掛かり、一般道路に影響が出ているため、どこも混雑して仕事にならない。一方、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置により再び酒類の提供自粛となったので、タクシー利用者は増えない。最悪の日々が続いている(東京都)。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方までは病院や、新型コロナウイルスのワクチン接種で保健センターまでの送り迎えをしている。会社からのオーダーはほとんどない。暑い日が続いているので、一般家庭からは、涼しいタクシーで駅まで、という需要が少しある。夜7時頃からはほとんど無線が鳴らず、駅出しで1日の仕事が終わっていく。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・無観客での東京オリンピック開催はやむを得ないと思うが、これによる損失、経済への影響が懸念される。また、新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況なので、更なる景気への影響が心配である。
	×	住宅販売会社 (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のホテルでは、東京オリンピックが開催されたにもかかわらず、観光客及びビジネス客がほとんどいないため、ホテル運営事業者から約定している賃料がほとんど入らない。また、建設業の方では、公共工事以外の新規プロジェクトが少なく、民間からの受注がほとんどない状態が続いている。
	×	その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者)	競争相手の様子	・やはり新型コロナウイルスの影響が非常に大きい。客と接する時間が多く、内容的に時間の掛かる仕事なので、客となかなか会うことができないため、今月も変わらず厳しい。
	企業 動向 関連 (南関東)		*	*
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が顕著になったのは前年4月以降であったが、前年に比べれば回復基調にある。しかし、前々年には遠く及ばない。インバウンド需要がないのが厳しい。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・得意先から発行される先行きの見通しが分かる内示情報が増産傾向になっている。
		精密機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・2年前の売上水準となり、過去最高の月間売上になっている。
	輸送用機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・自動車の売行きは前年比で大幅に増加しており、部品製造も大幅に増加している。	



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
		通信業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍への対応にITを活用する企業、教育機関が多くなってきている（東京都）。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・東京オリンピック等のイベント警備が入っている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1社だが既存物件の契約金額の値上げが決まっている（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・前年の文部科学省による施策の関連業務で、要望されている仕事がある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事の引き合いが増えてきている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来客数がまだ戻ってきていない。少しずつ注文は入ってきているものの、例年の半分以下である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックが始まり、休みが多くなったせいか、仕事がびたっと止まった感じがする。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響でイベント等の中止が多く、受注が減少している。今後、どのような動き方をしていくべきか試行錯誤していかないとけない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注が伸びていない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず化粧品容器の受注が壊滅状態で、頼みの医療品容器の受注も新型コロナウイルスの影響で取引先の工場稼働率が悪く、厳しい状況に変化はない。
		金属製品製造業（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まだまだ回復しておらず、仕事量がない。設備投資関係の仕事もなく、あっても納期が短いため、仕事が取れない状態が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年、前々年からみると、現時点で今期は2～3%の売上増になるが、新型コロナウイルス禍以前の数字と比べると5～6%の減収である（東京都）。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・材料屋や同業者は依然として悪い状況が続いているようだが、当社はここへきて1年ぶりくらいにやや良くなってきている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年度の受注は非常に悪かったが、今年度は順調である。ただし、鉄や鉄筋価格が高騰しているため、受注価格も上がっている。
		輸送業（経理担当）	それ以外	・前年と比較して収益が減少している状況は変わらない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期のため物量、収益が伸びない。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・東京都はまだ緊急事態宣言中でもあり、景気は回復していない。特に、飲食業、運送業、小売業で倒産件数が増加しており、売上減や燃料高騰が響いている。建設業では、海外からの輸入材が高騰して仕入れに苦慮し、売上が伸びない。不動産業では、土地仕入値が高止まりしていて、なかなか仕入れができず、売上が減少している（東京都）。
		金融業（役員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により、顧客マインドはまだまだ良好とは言えない状況である。
		不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響は一進一退である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸業が主業務であるが、新型コロナウイルス禍が1年半続くなかで、身の回りの景気は3か月前と表面上はほとんど変わらない。ただし、取引先でもある商業テナントの状況は、デリバリーを扱う店舗以外は確実に経営状態が悪くなっていると感じる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・10月頃までのイベント、催事が中止になってきている。

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
		税理士	それ以外	・夜に商店街を通ると、飲食店に全然客が入っていない。持ち帰りの店が多いが、20時過ぎでもたくさん客が入っている飲み屋や、マスクをせずに客が入っている店もある。全般的には客が入っている店は少ない（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要な助成金を活用したいという会社が多く見受けられる（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	・新型コロナウイルス影響前の同月と比較して、ほぼ80%の数字で推移している。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年行われる学校関係のイベントの開催が決まらず、売上が立たない状態で、大変厳しい（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・東京オリンピック効果による景気浮揚を考えていたが、無観客となったことで効果は限定的となるので、分からない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック開催期間と緊急事態宣言の再発出により、8月は販促関連の案件がほぼ停滞状態となっている。前年よりも悪い。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷をしている。今月は、定番のゴム印は少額での注文があったが、印鑑受注は店頭並びにインターネット共に6日間ゼロという珍しい状況であった。その後は元に戻っているものの、やや悪いと感じている（東京都）。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量が低迷するなか、東京オリンピック開催に伴う休日の増加で、売上の更なる減少が生じており、厳しい状況である（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・7月12日から4回目の緊急事態宣言が発出されたものの、23日から東京オリンピックが開催されたことにより、新型コロナウイルスがどんどんと広がっている。前年とは対応が違うので仕方ない。当社が営業する複合商業施設も、前年は映画館、パチンコ店、地下の店舗は閉店していたが、今年は時短とはいえ平常営業をしている。当社も18時までの時短営業である。東京オリンピックの自動車ロードレースを観戦する人で、周辺がにぎわっており、感染が心配である（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・忙しく働いているが、会社全体として売上の積み上げには至っていない（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種は、高齢者へはほぼ行き渡ったが、それ以下の世代への接種が遅れているので、今年も夏季休暇に旅行できない状況である。預金残高は過去最高でも、市中への流通は止まっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工の中小企業では、自動車関連の半導体不足による減産の影響で、大変な状況になっている。その他の加工業では、通信関係の部品受注などが増加している。新型コロナウイルス禍で対面営業ができないことで、受注減の傾向は続いている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・単純に仕事がない（東京都）。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格や家賃が下がっている。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ウッドショックと、長引く新型コロナウイルスの影響がある。
	×	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・今月はこれまでと比べて明らかに悪化している（東京都）。
	×	金融業（従業員）	競争相手の様子	・飲食店は特に打撃を受けている。もうできないと嘆いている人も多い。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・2019年比で派遣の契約開始数が70%程度まで回復している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で80%となっているが、前年同月比水準では100%となっている。求人数は年計トレンドでは120%となってきていることから、回復傾向は緩やかに続く（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスのワクチンの接種受付コールセンター業務、電気自動車関連の見込み需要増や生産が堅調なことから、パーツメーカーの求人が増加中で、年内は需要が続く見込みである。
		人材派遣会社 (経理担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で求人数が減少傾向にあるため、派遣社員の自己都合による契約終了数が減少している。企業側からの派遣契約終了も余り発生していないため、派遣労働者数全体は減少しておらず、微増傾向となっている(東京都)。
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業でのエンジニアニーズが少しずつ増加傾向になっている。
		求人情報誌製作 会社(広報担 当)	採用者数の動き	・全体的に採用数が多い案件が増えている感じがする。新型コロナウイルス禍で減っていた採用数も復活してきているように感じられる(東京都)。
		職業安定所(職 員)	採用者数の動き	・新規求職者の動向は新型コロナウイルス以前の数値に近いが、有効求職者数は高止まりの状況が続いている。人数は前年度を若干上回る数値で低調な状態が続くものの、紹介件数は43%、就職者数は38%増加しており、雇用情勢は回復しつつある。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が前年比で増えてきており、採用が追い付いていない。人の動きも早くなっている。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績等は新型コロナウイルスの影響を受けていないが、自身を含めた周囲の消費動向等は低調である(東京都)。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣の依頼は、前年比7割で打ち止めとなっている。需要そのものが本格的に回復した感じはない(東京都)。
		人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材派遣、アウトソーシングのニーズが増えつつあるが、人材紹介は新型コロナウイルス前と比較して2割程度の受注減で推移しており、利益面ではまだまだ景気が上向きとは感じられない(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のワクチン接種等の国策もあり、短期稼働の派遣スタッフ依頼は引き続き多いものの、通常の派遣案件については前年より少ない状況が続いている。
		求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・ここ数か月で景気の変動はそこまでないと感じるが、新型コロナウイルス感染者数が増えて、緊急事態宣言や制限などが多くなってくると、景気も良くなっていかない。当然、求人数も増えてこない。
		民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・新型コロナウイルス疲れから、就職戦線の動きは停滞気味である。学生も、より良い就職をという意識は低く、現状で仕方ないか、という感じなので動きが鈍い(東京都)。
		民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・多方面での購買力が低く、企業の生産量も低いいため、なかなか活気のある回復は期待できない。やはり、新型コロナウイルス禍の影響が大きい(東京都)。
		学校[大学] (就職担当)	それ以外	・緊急事態宣言の再発出により、経済が低迷している(東京都)。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は一時持ち直していたが、特に飲食、宿泊、小売業において再度減少傾向にある。求職者数も減少に転じており、採用数も伸びていない。新型コロナウイルス感染拡大の影響で、求人、求職共に縮小している(東京都)。
	×	求人情報誌製作 会社(所長)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大している。

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
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ほぼ壊滅状態で、言葉にならない。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・テイクアウトを中心に、会食の機会も増えてきている。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・東京都に緊急事態宣言が再発出されているが、新型コロナウイルスのワクチン接種を終えた高齢者や若いカップル、家族連れの動きがみられる。春頃は売上が25%程度しかなかったが、今月は50%程度まで回復してきている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・今月も3か月前も緊急事態宣言下ではあるものの、新型コロナウイルスのワクチン接種者の増加や、夏休み期間であることが好影響となり、来客増となっている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・1人暮らしの弟が亡くなり、嫁いだ姉2人が送る場合、「お骨」は持って帰れないため、49日で永代供養墓に入れるというような葬儀が増えている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・猛暑と東京オリンピック効果なのか、エアコン、冷蔵庫、テレビ等の動きが良い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・4月以降、来客数は前年同月と比べて、毎月上向いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスがやや収束してきたのか、暑くなり冷たい物が売れてきたので、悪い状態ではないと思っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東京オリンピックを自宅観戦するためか、飲物を中心に、買上点数が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏ということもあり、売上は増えている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・梅雨明けが前年よりも早かったため、やや良くなっている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・首都圏の緊急事態宣言再発出にもかかわらず、連休中は満室が続き、8月の予約も好調である。
		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ワクチン接種状況や当県の感染者数の減少により、徐々に客足が戻ってきている。また、こうした状況なので、Go To Eatキャンペーンの再販売、県民向けの宿泊割引が実施され、更に客数が増加傾向にある。1か月を通してみると回復傾向にあるが、徐々に感染者数が増加してきたことで、少しずつ客足が鈍ってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・7月の4連休1～3日目の宿泊稼働率は、前年11月以来の80%超えである。やはり連休が大きく影響している。今月からビアガーデンを開始したが、前年同月より来客数が20%増加している。3か月前に比べて、やや良くなっている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・自粛疲れなのか、梅雨明けと同時に観光客が増え、客足が戻りつつある。今月の連休は、入場規制するほどの混雑である。売上も新型コロナウイルス以前の水準には達していないものの、春と比較すれば大幅に回復している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、夏休みには観光客が多少増えるのではないかと淡い期待をしていたが、見事に外れている。今年も夏シーズンは駄目だろう。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・東京オリンピック効果を期待した部分もあったが、効果は全くない。梅雨明け後の猛暑で多少、季節商材の動きがみられる。新型コロナウイルス禍の生活に慣れたのか、都会とは違って人や商材の動きは静かである。	
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・梅雨明けが早く、夏物商材は好調である。新型コロナウイルス禍の東京オリンピック開催で、巣籠り需要も前年同様で、追い風となっている。	

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
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックも始まり、選手の試合を観戦して、勇気と希望をもらいながら日々の生活をしている。先日、新型コロナウイルスのワクチン接種券が届いたが、実際に打てるのは、11月頃かもしれない。地区の盆踊りや秋祭りも中止になっている。令和4年春頃からマスクのない生活ができるのではないかと希望を抱いている。売上は前年比6%減、来客数は同2%減となっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・今月は比較的気温が高めに推移したお陰で、水物や冷たい商材が良かったものの、その分固形物が余り伸びず、プラスマイナスでは変わっていない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・梅雨明け時期が前年と異なり早いため、季節商材の動きも早い。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍による自粛ムードから、新車販売は回復傾向にある。来場者、商談数は共に増えており、新車受注も順調に伸びている。ただし、半導体不足の影響で新車供給が滞っており、売上が伴っていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が全国的に増加傾向にあるなか、自動車を利用した旅行等に出かける方が多いこともあり、車検、一般整備は順調に推移している一方、車両販売は低迷している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・首都圏の新型コロナウイルス感染拡大に伴い、他県との往来自粛が求められている。当店では県内ナンバー車以外は店内飲食提供不可と案内を出し、ホームページでも告知しているため、それなりに影響は出ている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・客の様子と回答したが、来客の動きなどいろんな原因が重なっており、本当に良くなる傾向がない。どうしたらよいか迷っている。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・旅行業界は一時回復傾向がみられたものの、再度の緊急事態宣言発出により、客の動きが止まって受注も減少している。企業の出張は回復がみられず、団体旅行受注に関しては皆無である。夏休み期間の予約も減少している。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・東京オリンピックも開幕したが、オリンピック効果はほとんどなく、新規加入は低調である。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・通信サービスは比較的安定した加入があるものの、放送サービスは依然として低調である。東京オリンピック関連の問合せも、特別多くはない。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・大きな変動はない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・街のいろいろな売出しも、ほとんど中止になっている。試しに街で売出しをしてみても、ほとんど客の出がない。今後どうなるか少し心配である。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増えていることもあり、来店客数もやや減っている。ただし、それ以上に客単価の落ち込みが大きく、やや悪くなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東京オリンピックの中継を見ているせいか、夜の動きが悪い。前月は前年比105%くらい行ったが、今月はやや悪く、同比100%ぎりぎりである。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新規の依頼は非常に少なくなってきた。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・東京オリンピックの効果は7月の祝日が増えただけである。その祝日も新型コロナウイルスと猛暑で、来街者は全くない上に、通勤者も少ないため、小売店も休業する店が多く、街が死んだようになっている。
	×	その他専門店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・東京オリンピックが始まって盛り上がっているのとは真逆に、この週末、さらにオリンピックが終わる頃も、非常に景気が悪くなる予感がする。新型コロナウイルスの東京都の感染者数も3865人ということで、県外客も減るだろうし、今後1～2週間で、感染者数が過去最大のピークがくるといった感覚と、この1年間のコロナ疲れ、酒に対する非常に厳しい目が、いよいよ小売にもきたと実感している。

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	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進めば、人が街に出るようになると信じて耐えてきたが、ここに来て、がくっと人が出なくなり、ちょっと心が折れそうになっている。酒を飲みに行くなど会社から通達が出ているところは、会社からの指示が解除されるまでは戻らない。ワクチン接種が終了したら解除するように国から言ってもらいたい。
	×	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が収まりを見せるどころか拡大している状況で、ワクチン接種もなかなか進まず、経済状況が良い方向へ向かうとは考えられない。夏休みに入ったが、客の動きは悪く、団体の利用もない状況が続いている。緊急事態宣言の延長や対象地域の拡大等、外出自粛傾向が更に強くなれば、一層厳しくなる。
企業 動向 関連  (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・半導体業界は好調である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・4～6月期の景況調査は、製造業の大幅な改善により全体を押し上げている。製造業は海外の半導体需要の増加を受け、電子部品デバイス等を中心に好調を維持している。一方、新型コロナウイルスの影響で、非製造業の改善幅は小さく、業種間格差が更に拡大している。
		食料品製造業（製造担当）	取引先の様子	・夏の時期になっても、スーパーの販売点数はそれほど変わらない。
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・首都圏の新型コロナウイルス患者が日増しに増加し、緊急事態宣言が再延長される状況のなかで、酒類関係の消費は大変厳しい。また、出荷数、工場見学者数も減少し、苦戦している。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・全国的に気温が上昇し、市場の動きも良くない。当社の売上も前年と比べて減少傾向にある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏休み期間に入り、旅行者の体験ワークショップ予約が幾らか増えているが、製品受注はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・活発な生産案件はあるものの、電子部品の納入が悪く、調整が必要な状態である。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・3か月前と比べても、多くの取引先で売上状況等は横ばいである。回復し、売上増加に向かうには、新型コロナウイルスの収束が前提条件だと考えている。ゼロゼロ融資等による資金注入の効果が薄ければ、景気回復は見込めない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も緊急事態宣言が発出され、催事はどれも集客不振である。新型コロナウイルスのワクチン接種を終えた客が、徐々に店舗に顔を出してくれるようになってきているが、依然として売上は戻らない。9月初めに、秋冬に向けた大規模な宝飾展示会が企画されているが、各社とも在庫がさばけておらず、新作をためらっている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響が長期化し、自宅から出る人が少ない。木材も不足しており、建築工事の延期が増え、低迷している。
	×	*	*	*
雇用 関連  (甲信越)			-	-
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体的に新規求人は増加してきており、宿泊や飲食サービス業からも求人が出てきている。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・行政主導の短期的な入力等業務に、市内だけでも数百名が採用されている。秋で期間終了するため、求職者は時給が高いところへ異動している。おかしな現象であり今後を注視している。
		求人情報誌制作会社（経営者）	求人数の動き	・7月は、周辺企業の求人募集広告掲載件数が増加している。業種はスーパー、医療、介護、サービス業等である。1～2か月前と比べると、製造業も微増している。
		*	*	*

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	-	-	-

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、人流を抑制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などが増加している。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。

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	・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が、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。
		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。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・ずっと低迷が続いている。



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。
		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。
		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。少しだけだが飲食店でアルコール販売が戻ってきている。
		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。
		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。
		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見え、4月並みの水準に売上が戻ってきている。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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は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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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ぼなく、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。
		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。
		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。
		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。
		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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔雑貨〕(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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。早く感染が落ちてい てほしい。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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がはっきり 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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・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状である。
		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、小売業では巣籠り需要の獲得や、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い、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が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。

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）	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	・新規契約者数は減少傾向、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。	

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（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い数量にあることと、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。

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
		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、一部の主力店のみである。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。

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）	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。
		*	*	*
	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
家計 動向 関連  (北陸)		-	-	-
		商店街（代表者）	来客数の動き	・6月13日に県独自の緊急事態宣言が解除され、人通りの増加を期待したが、梅雨ということもあり、全く変わらずである。7月22日からの4連休は、最初の2日間だけコロナ禍を感じさせないくらい数多くの人出でにぎわったが、東京オリンピックの開幕とともに人通りが激減している。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・販売量は微増である。良くなったり悪くなったりを繰り返している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ブランドジュエリー、高級時計、絵画など、商品は限定的だが、好調に推移するものが出てきている。上位顧客が新型コロナウイルスの影響で旅行やイベントなどを敬遠し、これらの消費ヘシフトしているとみている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・1品単価の上昇が若干みられる。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・東京オリンピック、新型コロナウイルスの影響による在宅率の上昇に伴い、家庭内消費が拡大している。気温の高い日が続く、夏物商材の販売量が伸びている。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・例年にはない4連休があり、予想以上に盛況である。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・7月下旬から、新型コロナウイルスの感染者数が過去最高値で推移している。7月26日から市内の飲食店は21時までの営業となり、集客に与える影響はかなり大きい。特に和食部門は散々な日が続いている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・昼の人出が少し多くなってきている。ただ、夜の客は戻らない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍のなか、夏休みに入った客が新型コロナウイルスの感染状況を見ながら、直近の予約を少しずつ入れているようである。また、25日からはインターハイが開催され、来客数は伸びている。
		美容室（経営者）	それ以外	・売上、来客数共に前年比で7%ほどアップしており、好調である。また、店独自のキャンペーン商品もよく売れている。
		住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・新規の来場者数は低調ながら、商談数が急に増加してきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東京オリンピックによる4連休で、駐車場には県外ナンバーの車も多数駐車していたが、街中の活気は今一つである。客は若者中心で、50代以上の姿は少なかった。買物というよりは、時間潰しの人出である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により最悪だった前年の状況から見れば少し落ち着いてきたが、前々年の新型コロナウイルス発生前の状況まではまだ遠い気がする。やはりワクチン接種のスピード感が鈍い。一方だけの努力にも限界があるとみられ、行政の対応が遅くて口だけの感じがする。商店街は、人との接触が大切な商売であり、イベントの中止が一番の痛手である。
	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・ギフト関係の商材の動きは良いが、デリーの売上が少し芳しくない。どちらともいえない感じである。	
	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は少なくなってきたとみているが、首都圏で緊急事態宣言等も出ており、地方都市もまだまだ予断を許さない状況にあると考える。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・ここ数か月における客の動向は、必需品に限った購入の上、吟味して購入する行動が続いている。また、旅行や出張などといった外出需要の減少や、テレワークの増加によるビジネス関連商材の減少で、これらに関連する部門が大苦戦である。特に紳士物にはほとんど需要がない状況である。大幅に減少したものの、ワクチン接種の完了からか、7月に入り徐々に高齢客の購買が増加しており、小さな光もみえてきている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていても、横ばいのようなものである。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・単価も来客数も変化はない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月の売上、来客数共に数か月前と比べて完全に横ばいとなっている。東京オリンピックの開催から少し売上が上がるものと見込んでいたが、予想に反した結果である。勤務先や友人に新型コロナウイルスの感染者が出て、自身も濃厚接触に当たるので判断待ちといった話を客から数件聞き、全体的に自粛が進んでいる感じがする。また、東京オリンピックの放送がある影響で、夜以降の売上が伸びている。7月前半は景気が悪く、後半は夜限定で東京オリンピックの影響が少しあるものの、昼間は売上減少という状況である。
		コンビニ（営業）	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルス感染者は一定の人数で推移しており、ほとんど影響はないとみているが、東京の感染者数による影響が大きい。関東圏の感染者の数が収まらないと終息しない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東京オリンピックが開催されているが、新型コロナウイルスの感染拡大は収まらず、買物や飲食に否定的な雰囲気があり、なかなか厳しい。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・前年はエアコンが悪かったため良くみえるが、冷蔵庫や洗濯機など他の商品が苦戦している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前に比べると来客数は少し増えてきているが、販売量は余り増えていない。コロナ禍で購入には慎重な様子である。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車販売において、半導体不足などの影響による生産の遅れは今後の不安材料ではあるが、春先からの受注残を相当量抱えており、販売台数は引き続き好調に推移している。
		その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・とにかく暇である。お中元も大したことがない。個人的な話だが、夫婦ともども2回目のワクチン接種を終え、一安心という感じである。
		その他小売【ショッピングセンター】（統括）	お客様の様子	・全体として来客数と販売量が伸びていない。県内の感染状況が落ち着いたこともあり、7月上旬から中旬にかけては来客数と販売量が伸びたものの、4連休とそれ以降は鈍化しつつある。県内と隣接県の新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあり、影響が始めてきている。東京オリンピック効果でスポーツ用品やアウトドア関連等に良い影響が出ており、販売量が増加している。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・コロナ禍の状況がいまだに続いており、規制が緩むと外食する客が多くなるが、その後新型コロナウイルスの感染が急拡大し、また規制がかかるということも今年も4月から何度も繰り返している。7月は4連休まで地元客、観光客共に動いていたが、7月26日から全国的に感染が拡大し、旅行者のキャンセル等が続出している。人の動きが止まり、来月は景気が大幅に下がるとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・6月13日にまん延防止等重点措置の適用が終わっても客の戻りを感じられない。県民宿泊割引や、Go To Travelキャンペーンが実施されないと厳しい。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・県内割引キャンペーンが復活し、客は少し戻ったが、前年の売上とほぼ変わらない状態である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・月初めは順調であったが、月半ば以降は新型コロナウイルスの感染者数が増加し、7月26日からは飲食店を中心に営業時間の短縮要請が始まっている。また、東京オリンピックのテレビ観戦の影響もあって人出はなく、まだまだ厳しい状態が続くとみている。



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
		タクシー運転手	来客数の動き	・暑い季節にもかかわらず、病院や買物に出掛けるタクシー需要が伸びない。連休中は観光で登山の予約が多く入っていたが、新型コロナウイルスの影響で予定する人数が欠けたという理由で、前日になってのキャンセルが結構多い。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・2～3か月前は新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言やまん延防止等重点措置で、全国的に人の動きが制限されていた。現在は一旦解除されて人がようやく動き出したところで再び感染が拡大しており、全体としては変わらない状況が続いている。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	お客様の様子	・梅雨明けからの酷暑日と、東京オリンピックの開始で来館者が少ない。夏休みの特別教室も予定どおりの集客ができていない。ワクチン接種は停滞している。新型コロナウイルスの感染拡大で、前向きにフィットネスクラブに行こうとはなっていない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年販売量が若干少なくなる時期だが、今年も同様の感じである。しかし、1件当たりの金額は若干高くなっており、今後も住宅の付加価値を高めることも含め、販売金額を上げていくことが重要になってくると考える。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注は目標をクリアしているが、次に契約まで持ち込める候補となる客の数が少ない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに加え、木材高騰によるウッドショックで先行きが不透明なため、客の動きが鈍くなる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者急増と東京オリンピック開催による外出を控える行動、大型商業施設開業による客の流出というトリプルパンチで、厳しい状況が続いている。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・新規出店が相次ぎ、固定客の奪い合いとなっている。コロナ禍の影響もあるかと思うが、固定客が流動客化している。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・現在は、ただただ新型コロナウイルスの感染拡大に左右されている状況である。
		自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・集客面では大きな変化はみられないが、マイカーでの遠出自粛の影響なのか、メンテナンス関連の動きがこの数か月落ちてきている。好調だったドライブコーダーも下がってきている。依然として車両販売も厳しい状況が続いている。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・販売量の動きからステイホームは一段落して落ち着いてきたようである。消費が外向きへと変わっている様子が見受けられる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・最悪だった前年の同時期よりは良かったが、赤字幅が少なくなったというだけである。また、東京オリンピックの開催、新型コロナウイルスの感染拡大、ワクチン接種の進捗を考えると、積極的に客を呼べない状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる感染拡大の影響があるのかもしれないが、来客数自体が減っていて、なおかつ新機種への反応も薄く、販売が伴わない。
		通信会社（店舗統括）	販売量の動き	・来客数はそこそこあるが、販売につながる客が少なくなっている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送共に新規契約者数が前年同期比で10%程度落ちている。
	×	一般小売店 [鮮魚]（役員）	販売量の動き	・4連休はさすがに観光客でにぎわった。例年の連休と同じくらいの人出である。しかし、その後東京や県内でも新型コロナウイルスの感染者数が急増し、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により、ムードは一変している。
	×	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大で先行き不透明なかでは、消費への慎重さが更に増し、単価が下がっていると考える。
	×	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の感染が広がり始めて1年半経過したが、ワクチン接種が始まったことで徐々に感染拡大が落ち着くと思っていた。しかし、感染拡大は更に広がり、宿泊における県民割引の運用停止やまん延防止等重点措置の要請決定など、日々目まぐるしく状況が変わっている。今入っている予約のキャンセルへの懸念などもあり、景気は一気に落ち込んでいる。

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
企業 動向 関連  (北陸)		-	-	-
		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・国内のファッション衣料は依然として厳しいものの、自動車用途やアウトドア関連は受注が回復している。海外ファッション衣料についても回復の兆しが出てきている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入り、右肩上がり受注が増え続けている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事が順調に受注できている。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注件数が伸びており、単価も少しずつ回復傾向にある。
		税理士（所長）	取引先の様子	・7月は建設業関係の決算申告が比較的多かった。新型コロナウイルスの影響で前年は厳しい状態であったが、今年は売上も受注も堅調な様子が見られる。5月決算の法人では、6～7月も仕事は順調だという話が多かったことから、全体としてはそれほどマイナスにはなっていないような実感がある。
		食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・家庭消費向けの市販用商品、主にテイクアウト需要向けの業務用商品共に引き続き好調をキープしているが、突発的な要因で海外向けの受注に対応できず、トータルでは若干の前年割れで推移している。
		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及び自動車業界の半導体不足の影響が継続しており、今一つ回復に力強さが欠ける状況が続いている。
		輸送業（役員）	取引先の様子	・コロナ禍ではあるが、エッセンシャルワーカーであるため、影響を受けにくい。
		輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・前年と比べれば改善傾向にあるが、新型コロナウイルスによる影響がなかった前々年と比べると十分な回復までには至っていない。
		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・今年3月は販売量がかなり上向きになったものの、4月以降は頭打ち感が否めない。県の補助金施策も前年実施されたものより補助金額が減額されていることや、業種にもよるが業績の伸び率も春先に比べて鈍化傾向にあることから、先行き不透明である。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・少しずつ動きが出てきたり、情報提供をしたりしているという話を同業者から多く聞いている。
		司法書士	取引先の様子	・会社の設立、目的及び役員の追加による変更登記の依頼が続いている。しかし、依頼者の話では服飾関係や飲食店関係、デパートの状況の悪さなどで、景気が良くなっているという感触はない。
		精密機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・東京オリンピックは開催されたものの、やはり今月に入ってから緊急事態宣言が発出され、感染者数の増加率も今までにないもので、更にスピードアップしている。2～3か月前に期待していた取引先での来客数は思うほど伸びていないようである。
	×	金融業（融資担当）	取引先の様子	・一部取引先から前年に近い金融支援要請が来ている。緊急事態宣言が続き、取引先では売上確保ができない状態が続いている。東京オリンピックが開幕したとはいえ、無観客状態であり、経済への影響は限定的である。
雇用 関連  (北陸)		-	-	-
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業が伸びている。また、飲食、宿泊サービス、卸小売業なども若干ながら伸びてきている。
		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採用を控えている企業が多く、求人数も減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・今度も求人広告の出稿状況に大きな動きは見られない。業態によっては慢性的な人手不足感が見受けられるものの、積極的な採用にはつながらない印象を受ける。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・今年度の新入社員が職場に落ち着いたためか、その後の新規の求人は少ないようにみえる。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数が減っている。	

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	-	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (近畿)		観光名所（経理担当）	来客数の動き	・4月とは異なり、緊急事態宣言が解除されているため、外出する人が多い。また、外出を隠す必要もなくなったため、土産の購入量が増えている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は1万1128円で、3か月前の客単価は8237円よりも上昇している。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月も来客数が非常に少なかったが、少し前の修理代金の入金があったため、売上としては若干良かった。ただし、それ以外は良い材料が全くなく、人流の抑制や東京オリンピックの自宅での観戦、暑さによる出控えといった悪い条件がそろったため、営業を続けるのが厳しい状況である。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・緊急事態宣言の解除により店舗の営業が再開となるなど、売上は伸びている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月に入っても、来客数は前年比で3.3%の減少と人流は抑えられているが、食料品の店頭売上は、27日までで3.0%の増加と好調である。特に、総菜は3.5%の増加と伸びている。やはり、新型コロナウイルスの影響で、自宅で良い物を食べる傾向が続いている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・東京オリンピックをテレビで観戦する動きや、新型コロナウイルスの感染拡大により、4連休以降はそれ以前と比較して悪化傾向にある。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後、来客数は前年比で2けたの増加となっている。そのなかで、特選ブランドは富裕層を中心に、10%の増加と好調を維持している。また、暑さも影響し、ボリューム層のファッション関連がセールに入って好調に動いている。また、食品も総菜、生鮮品共に、自宅での消費メニューを中心に堅調であるなど、自粛疲れの反動や、ワクチン効果による消費が活発となっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も前年の売上実績を上回っている。客もこれまでの自粛ムードから、積極的に外出する傾向に変化しており、来客数は順調に回復している。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置などが解除となり、新型コロナウイルスの感染者数は増加傾向ながら、重症者数が落ち着いていることもあり、入出は明らかに多くなっている。夏休みを迎えて、気候も本格的に暑くなっており、自粛ムードも薄れている。ただし、自粛の反動で爆発したような動きではなく、必要な物や欲しい物を吟味して購入する傾向は変わらず、バーゲンセールでの価格訴求だけでは厳しい。
		百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・東京オリンピックの開幕前は、来客数が回復傾向となっている。
		百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・今月は1か月間、久しぶりに通常に近い形で営業することができ、前年を超える来客数となっている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除となり、来客数も前々年比で40%台の減少から、30%の減少に戻ってきた。ただし、まだまだ回復したとはいえない。
		百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・7月に入って店舗の営業再開から1か月が過ぎ、来客数が前年並みに戻ってきたため、来店客の買上率は高く、前年を上回る売上となっている。高額商材を中心に購買意欲は高く、コロナ禍による旅行などの制限により、モノへの消費に回っている。時計やバッグ、宝飾品などの売上は、新型コロナウイルス発生前の水準で推移している。郊外店舗でも落ち着きを取り戻し、フードやコスメ関連は順調に回復している。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・ワクチンの効果が、年配客の動きが良くなっている。ただし、大阪地区での新型コロナウイルスの感染者数の増加もあり、劇的に増加しているわけではなく、飽くまでも前年の7月との比較である。
	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・来客数は確実に増加傾向にある。	

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
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・5月は緊急事態宣言の発出により、当社が休業をさせていただきだけでなく、周辺施設も同様であったため、街には人通りがなかった。現在は、まん延防止等重点措置は適用されているものの、入店状況は堅調である。梅雨明け後の気温の上昇に伴い、季節商材も動いている。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数を2年前と比較すると、4月がマイナス24.0%、5月がマイナス18.2%、6月がマイナス14.0%、7月がマイナス12.4%となっており、改善傾向が進んでいる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・現在もコロナ禍が続いているが、ワクチン接種が増え、以前に比べて自由に活動する人が増えている。また、前年よりも水着などのリゾート関連の動きが活発である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ワクチン接種の開始や、新型コロナウイルスへの慣れにより、人の動きが活発化している。近場での行楽も増えており、少しずつではあるが景気は回復基調となっている。来客数も前年を上回ってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に変わったことで、ビジネス街の人は1割ほど増え、1人当たりの単価も7%ほど上がっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍の下で東京オリンピックが開催されていることもあり、いろいろな制限や矛盾はあるが、外出や旅行といった娯楽を、少しずつ楽しむようになってきたと感じる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されて人の動きが増え、暑さの影響もあるため、冷たい物が売れている。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・ランチタイムの来客数が多いほか、休日の朝は飲料や食料品を大量に購入する客が多い。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・梅雨が長引いたため、エアコンの販売量は余り増加していないが、東京オリンピック需要ともいえる、大型テレビや大容量BDレコーダーなどの販売増加でカバーしている。猛暑日が増える今後に期待している。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・ワクチン接種が進み、人の流れが増えている。特に、東京オリンピックに伴う連休では、前年を上回るガソリンの出荷となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・店舗、客共に、お互いにルールを守り、節度を持って食事を楽しんでいるため、客足が落ち込むことはなくなっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・動きは良くなっているが、新型コロナウイルス発生前の2019年と比べると、まだ7割程度の回復である。
		都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・週末のターミナル駅近辺の人は、回復傾向にある。7月3～4日は、野外イベントのお陰で高稼働であった。22日からの連休についても、単価は回復しなかったが、高稼働となっている。
		都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増えた4月の宿泊稼働率は28%であったが、7月は38%程度と少し上向き傾向にある。ただし、再び感染者数が増えており、先ことは全く読めない状況である。一方、客がウイルス慣れしてきた感覚はあり、特にレストランではランチのリピーターが増えている。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・ワクチン接種も進み、近場でのマイクロツーリズムが浸透しつつある。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・2～3か月前と比べると、多少は上向きになっている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・コロナ禍も少し和らいでおり、以前よりもテレワーク関連の問合せは減少している。ただし、今年の夏休みの旅行需要などがまだ回復していないため、テレビの買換えが増えている。東京オリンピック関連の問合せや、ケーブルテレビの多チャンネル化、定額制の動画配信サービスなどの加入申込みが増えている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が長引くことで、デジタルトランスフォーメーションに取り組む企業が増えている。そのため相談案件が増加し、売上がアップしている。デジタル関連はどの企業も販売量が増えていると聞くため、業界的には景気が上向いている印象を受ける。

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
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・夏休みに入るなど、行楽シーズンではあるものの、例年どおりとはいかない。ただし、東京オリンピックも始まり、何となく世の中の空気が明るくなり始めているため、その雰囲気とうまく乗りたい。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	来客数の動き	・観客動員数の制限はあるものの、緊急事態宣言の解除などにより、継続的にイベントの開催ができています。以前と比べて入場者数も増えている。
		その他レジャー施設 [ 複合商業施設 ] (職員)	来客数の動き	・直近の連休頃から、来客数の増加が顕著になっている。
		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	・夏休みに入り、客足が戻りつつある。
		その他住宅 [ 展示場 ] (従業員)	販売量の動き	・住宅展示場の来場者数は前年よりも増え、契約件数は過去最高となっている。
		商店街 (代表者)	販売量の動き	・商店街全体で人出は増加しているが、物販店は売上が厳しい。落ち込んだ前年と比べても、良くなっていない。
		一般小売店 [ 花 ] (経営者)	お客様の様子	・飲食店の取引先が営業を再開したが、今までのような注文はない。通常の動きに戻るまでには、時間がもう少し掛かる。
		一般小売店 [ 事務用品 ] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着かないなかで、ワクチン接種の遅れの問題が出てきている。感染対策での消費も一段落しており、商品の動く要因が見当たらない。
		一般小売店 [ 野菜 ] (店長)	お客様の様子	・当店は飲食店への納品が多いが、コロナ禍で飲食店は相変わらず苦しい状況が続いているため、当店もかなり苦しい。
		一般小売店 [ 呉服 ] (店員)	お客様の様子	・呉服の販売を行っているが、今年はいろいろなイベントが中止になり、浴衣も売れない。客も外出を自粛している。
		一般小売店 [ 菓子 ] (営業担当)	販売量の動き	・前年と比べれば、ましであるが、良い状況ではないと感じる。
		百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染の沈静化が図られていないため、客の来店や商品の購入に関する姿勢は、積極的とはいえない。今月の中旬から後半にかけて暑さが増し、一部の猛暑関連商品は需要が増えたものの、客は高齢者を中心に、不要不急の外出や購買を避けている。
		百貨店 (外商担当)	販売量の動き	・ここへきて新型コロナウイルスの感染が再び拡大しており、来客数、売上共に落ち込んでいる。ただし、富裕層を中心とした外商客は、高額の時計や海外のブランド品を購入しており、売上の落ち込みはそれほどではない。
		百貨店 (売場マネージャー)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は収束傾向になく、むしろ拡大傾向にある。ワクチンの接種も進んでいるが、景況感に大きな変化はない。客自身の購買意欲にも具体的な変化はみられない。
		百貨店 (特選品担当)	それ以外	・変わらないというよりも、全く分からないという表現が正しい。せっかく良くなってきたなかで、8月2日から再び緊急事態宣言が発出されるなど、今後の新型コロナウイルスの影響が全く予想できない。業況が良くなり始めたら、緊急事態宣言が発出されるという繰り返しであり、ワクチン接種が進んでも、変異株が新たに出現して猛威を振るう。小売業という視点からは、正直なところ将来が全くみえない。
		スーパー (店長)	お客様の様子	・職業によってコロナ禍や東京オリンピックの影響が異なる。当店の時間帯別売上は変化が大きく、影響が読みにくい。
		スーパー (店員)	来客数の動き	・梅雨で雨が続いた際は、客が少なかったが、梅雨が明けてからは客も戻り、果物類がよく売れている。

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（企画担当）	お客様の様子	・大阪ではまん延防止等重点措置の適用が続くなか、東京オリンピックも始まった。自宅での観戦で食品の需要も増えると予想されたが、暑さの影響もあり、来客数に影響が出ている。ただし、7月28日の土用のウナギは、前年を上回る売上が確保できている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が続いた後、緊急事態宣言への移行が進むなか、東京オリンピックもあって内食需要は増加が続き、売上は高止まり状態にある。好調であった前年と比べても、ほぼ同じ水準となっている。
		スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛の動きが減りつつあるなか、来客数が戻りつつあるが、客単価は予想したほど落ち込んでおらず、業界では各社の売上は伸びている。外食の落ち込み分が中食、内食に流れる傾向が続いているため、少なくとも全世代でのワクチン接種のめどがつかずまでは、今の動きが続くと予想される。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・時短営業の影響がまだ続いている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・在宅勤務の定着化により、近隣の企業の出勤者が減少したままとっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・昼間の客の動きは変わらないが、緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置の影響で、夜10時以降の来客数が戻ってこない。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・東京オリンピックが開催されて、人の動きが活発になっている。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・以前と比べて少しずつ周りの変化を感じる時もあるが、まだまだ以前の状況には戻っていない。観光目的の出張かは分からないが、スーツケースを引きながら来店する客は増えている。以前は皆無であったため、その点では変化を感じる。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・猛暑が続き、アイス類や飲料などの冷たい商品の売上が好調であるが、全体的には大きな伸びではない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・月初は売上や入店が少し増えたが、2週目以降は大きく減り、3か月前と同じように苦戦している。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・自粛期間が長引いているため、来客数が目標に届いていない。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・ここへきて、新型コロナウイルスの感染が拡大している。景気は回復基調にあると感じていたが、明らかに鈍化している。
		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感染拡大で、環境としては非常に悪いが、東京オリンピックの開始でムードは良い。
		その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言などで、酒類の販売が禁止されている頃に比べると、外食の動きはましであるが、新型コロナウイルスの発生前と比べると、やはり状況は悪いままである。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出が決まってから、客が午前中に集中している。午後からは客足も減り、ボーナス時期であるにもかかわらず、購入意欲が余り感じられない。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・完全な自粛モードではないが、客足は少なく、必要な買物が優先されるなかで、購入客が増える兆しはない。
		その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・東京オリンピックが無観客となったことで、入場料収入の減少が経済に及ぼす影響は軽微だとしても、観光業への影響は、設備投資などへの波及を考えると、景気の悪化要因となりそうである。
		その他専門店【医薬品】（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言の再発出も見込まれ、外出を控える状況に戻ると予想される。ただし、生活必需品の購入状況に大きな変化はない。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・4月以降は、2年前と比べて売上は80%前後と悪い状況が続いている。営業時間の短縮やアルコール類の販売制限などで、厳しい状況は当分続くと予想している。
		その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	販売量の動き	・7月になり、売上は少し戻ってきたと感じる。自動販売機の設置先が増えた影響かもしれない。

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
		観光型ホテル（経営者）	それ以外	・当地域では7月31日まで時短要請が続いていたため、7月の4連休を除いて来客数が落ち込んでいる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況と、宿泊の予約数は比例しており、感染者数が増えると予約が減る。感染の少ない和歌山県では県内向けの旅行補助があり、何とか生き延びている状況である。Go To Travelキャンペーンが再開されないなか、補助がなくなれば非常に厳しい。経費の削減や生産性の向上といった自助努力では、経営が続けられない状況となっている。
		都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・需要が増えていないため、競合各社が値下げを強いられ、低価格での販売が続いている。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、まん延防止等重点措置は続いているため、営業面での制限が残っている。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・レストランに関しては、アルコール類の提供ができるようになったほか、4連休の影響もあり、にぎわいを取り戻しつつある。一方、宿泊は相変わらず直近の予約のみで、様子見の状態が続いている。また、婚礼も少人数での挙式が続いている。
		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言がようやく解除され、今から需要が若干戻ってくるかと期待したところであったが、4度目の緊急事態宣言の発出となり、今後も景気回復の期待は薄い。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・東京オリンピックが無観客となり、東京では緊急事態宣言も発出されたことで、客の旅行マインドは低く、申込みの動きにもつながらない状況が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業では、コロナ禍による乗客の減少傾向が常態化し、前年比で30～40%の減収が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・連日厳しい暑さとなり、電車の駅から出てきた人が、そのままタクシーを利用するケースが以前よりも増えている。ただし、外出の自粛は続いているため、最悪の時期よりもやや良い程度である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東京オリンピックを強行した影響で、今まで自粛していた消費者が外出を始めている。その影響が新型コロナウイルスの感染者数の推移に反映されている。景気の現状も良くない。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況に大きな変化はない。
		美容室（店員）	来客数の動き	・トリートメントやパーマのオーダーなどで単価は伸びているが、来店周期が延びているため、売上は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・分譲マンションの販売は引き続き好調に推移し、在庫は順調に減っている。一方、事業用地の価格は上昇傾向にあり、入手が困難な状況にある。
		住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・契約自体は微減であるが、年齢別に見ると40代以上が少し増えている一方、40代未満が減少している。ワクチン接種の影響で、人の動きが少し変化してきた可能性がある。
		その他住宅[情報誌]（編集者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、経済活動の回復にはまだ時間が掛かることから、全体的にはマイナスの影響が続いている。実需購入層の動きにも多少の鈍さが感じられる。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・7月半ば以降、来客数はやや上向きかけたが、新型コロナウイルスの感染者数が増加してきた月末には、減少が始まっている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ここ数か月は、高所得層を中心に特選ブランドの動きが好調であるが、中間層向けの婦人服や紳士服の夏物需要は多くない。6月末からスタートしたクリアランスセールの上上も伸びておらず、ファッションへの消費意欲が余りみられない傾向が続いている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再延長に続き、前月末からはまん延防止等重点措置が適用されるなど、なかなか完全な営業体制が整わなかったが、来客数は月後半の梅雨明け以降、前年の実績とほぼ同じ水準となっている。ただし、客の動きは全般的に鈍く、一部の高級品や食料品を除いて活況とはいえない。一方、お中元はオンライン受注が店頭受注を上回り、全体でも好調に推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・月前半は雨が多く、後半は新型コロナウイルスの感染拡大などで来客数が減っている。東京オリンピックが始まり、総菜や酒類の購入が増えるなど、家での観戦需要は高まっているが、鮮魚や精肉、米といった調理を伴う食材の動きが悪い。調理素材のウエイトが高い業態では、東京オリンピックの恩恵がなかなか感じられない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客の買上点数が増えてこない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・広域からの来客数の前年割れが続いている。また、滞在時間も短く、必要な商品を買物カゴに入れるとすぐにレジに向かうなど、ゆっくりと買い回りをする客が減っている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・近隣店舗への対抗策として、いろいろと実施しているものの、思ったほどの成果がみられない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による自家需要も落ち着いてきており、売上は前年の90%となっている。
		スーパー（社員）	単価の動き	・コロナ禍が続くなか、客は来店回数を減らし、1回の来店で多くの数量を購入する傾向が続いた。その結果、客単価が大きく上昇し、売上の増加にもつながった。ただし、前月頃からは客単価の低下がみられ、売上も減少している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・自粛ムードが続いている。関東で新型コロナウイルスの感染者数が増えていることも影響し、いろいろな会合がいまだに開催されていない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・長引くコロナ禍の影響で、一般客の消費意欲の低下がみられるほか、半導体不足による商品の欠品が長引き、販売量が減少している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・梅雨が明け、本来ならばエアコン需要が高まる時期であるが、販売台数の伸び悩みが続いている。前年は市からの助成金などの後押しもあり、空気清浄機やエアコンがかなり売れたこともあり、前年比ではかなり悪化している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・前年に比べて、来客数は減少傾向にある。東京オリンピックの開催で在宅率が上がっており、季節商材の動きも厳しい状況である。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響もあり、来客数が減少している。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染予防に客や店舗が疲れ、購入や販売の意欲が低下している。また、ボーナスなどの収入の減少による先行き不安もあり、当分の間、対面販売の売上は減少する。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響もあり、来客数が回復していない。消費が低迷するなか、海外のブランド品の売上は好調に推移している。
		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	・送料無料のキャンペーンが終わり、受注量が減少している。全体的に、必要最小限しか購入しない客が多い。
		美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数の減少が続いている。
		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、対面での相談などが減っているため、新規の案件が減少している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅の購入に興味を持つ人が減少しているように感じる。社会全体のライフスタイルが変わってきている。
		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）	それ以外	・景気の動きに余り変化はない。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・ワクチン接種後の訪問を希望する客が多いが、接種が進んでおらず、先延ばしになっている物件が多い。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客の来ない状況が続いているため、どうしたらよいか分からない。



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
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍の影響で来客数が激減している。消費者も収入の減少で、買い控えに入ったと考えられる。また、前年は特別定額給付金の影響があったほか、テレワーク関連での購入も増えたため、その反動も影響していると感じる。
	×	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・営業への規制が一旦終わり、客足が戻りかけたが、豪雨や猛暑、東京オリンピック、新型コロナウイルスの感染拡大など、ブレーキの掛かる要素が重なり、再び悪い状況に逆戻りした。近年の実績からすると、猛暑や豪雨などの影響は災害並みとなる。毎年起きることを前提に計画を立てなければ、事業がより困難となる。
	×	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響でボーナスが減少しているため、家具などの買換えを控える動きが多く、来客数が減少している。
	×	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影響が依然として大きい。時短営業や酒類提供の自粛要請で、販売にも限界がみられ、営業努力だけでは非常に厳しい。協力金の支払も遅れており、真面目に要請に従っても経営が持たないため、要請に従わないで自力で乗り越えようとする店舗も増えてきた。この状況では、景気の回復には到底つながらない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・府にはゴールドステッカーを申請中であり、酒類も提供できるようになった。提供が認められた翌日の昼から高齢者が来店し、酒類や食事を頼んでくれたため、客単価は上がっている。夜の営業も時短であるが、やはり酒類が提供できれば売上は伸びる。ただし、新型コロナウイルスの感染者数が増えるにつれて、来客数は激減している。今後も用心の意識が強まるため、外食する回数は少なくなる。
	×	観光型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染収束が見通せない。
企業 動向 関連  (近畿)	-	-	-	-
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置に切り替わったことで、市場にやや動きが出始めている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここへきて例年並みの販売額に戻ってきている。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・若年層を中心に新型コロナウイルスの感染者数が増えており、予断を許さない。ただし、ワクチンの接種も徐々に進んでいるため、感染収束に向けての期待も少し出てきている。
		輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・小型搬送設備の受注量が増えている。
		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	・梅雨明けと共に、ターミナル駅の乗降客数が回復してきた。ある駅では週末を中心に、キャリーカートを持った家族連れがみられる。
		食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・7月の4連休は人出が多く、飲食店にも客が流れていたが、月全体で見ると売上はまだ厳しい。全体としては、余り変わらない様子である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響や、半導体不足の影響により、取引先からの受注が減少している。
		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	・相変わらず受注量は減少気味である。数か月前と比べても余り変わらない。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・家電用や車載用の製品のほか、工業用の接着材でも、好調な販売が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多少の在庫調整はあるものの、大きな変化もなく、受注は旺盛である。
		金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料の鋼材価格の値上がりだが、販売価格になかなか転嫁できない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この1年と同じように最悪の状況である。取引先も最悪の状態を脱しておらず、今後もこの嵐をしのぐしかない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・異なる2種類のビジネス環境が存在している。1つめはコロナ禍による海外の取引先との交流の減少で、2つめは半導体関連市場の活況である。当社は半導体関連の取引が多いため、今のところは前年よりも景気は良くなっているが、3か月前と比べるとやや良い程度である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・気温の上昇に伴い、エアコンは好調な荷動きとなるが、前年は特別定額給付金による需要の増加があったため、ほとんどが実売台数ベースで前年割れとなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・再び大阪でも緊急事態宣言が発出されることから、先行きが不透明である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数が少なく、受注が増えない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件が増えておらず、相談はあるが、成約までには至らない。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・度重なる緊急事態宣言の発出、まん延防止等重点措置の適用により、取引先にも影響が出てきている。新型コロナウイルスの影響は取引先ごとに様々となっており、設備投資が凍結や延期となるケースも出てきている。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・ワクチンの接種率が上がっており、客の状況も落ち着きを取り戻してきている。3か月前と比べて、大きな変化はないと感じる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスによる悪影響に尽きる。緊急事態宣言が完全に解除され、感染者数が激減するという状況にならない限り、窒息死寸前の企業は減らない。とても景気が上向くような局面ではない。
		金融業（営業担当）	それ以外	・コロナ禍のなか、業況が改善している業種もあれば、営業をやめる業種もある。東京オリンピックの開催中に新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあり、先行きが不安である。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上は2年前と変わらない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が6月後半まで続いたため、交通関連など、夏に期待していた広告出稿が先送りになっている。
		経営コンサルタント	それ以外	・コロナ禍が長く続き、今後は4回目の緊急事態宣言も発出されるなか、経営の状況は一進一退となっている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品価格を7～12%ほど上げるなど、値上げ傾向が進んでいるが、商品の動きは悪い。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ある程度の動きは出てきたが、景気が上向くとまではいえない。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックの観戦で自宅での需要が増えると期待していたが、連日の猛暑が響いたのか、当社の商品は売上がマイナスとなっている。
		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・催事での集客が少ないため、売上が減っている。新型コロナウイルスの感染が沈静化していないなか、やはり消費者は集まりにくい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少が目立つようになってきた。2～3か月前は、それを補う新規の試作案件があったが、現在はほとんど伸びていない。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件の単価が下がっていると感じる。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・来客数が少なくなっているため、配達件数が減っている。
	×	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、ビルの1階に入居している物販や飲食店舗がかなり空いてきている。アパレル関連にも出店意欲がなく、賃料も下がっており、景気は悪くなっている。
	×	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収束が見通せない。
雇用		-	-	-

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (近畿)		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は、新型コロナウイルス発生前の水準にまで戻ってきている。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・受注件数が増え始めており、今後は回復に向かうと予想される。
		新聞社[求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・ワクチン接種や、東京オリンピックの開催を受けて、世の中の雰囲気为上向いていると感じる。それに伴い、人や企業の動きも増えてきている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・ワクチン接種が進めば、景気もやや良くなるという声が多い。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・求人数が前年と同じ水準にまで回復している。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・下期からの官庁関係の入札が佳境を迎えつつあるが、ボリューム、価格共に前年度を上回る可能性がある。また、テレワークでの仕事が増えているため、地域限定のスタッフを募集する必要がなく、良い人材が集めやすいなど、人材派遣会社には追い風が吹いている。
		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・コロナ禍のなか、対症療法的な対策の繰り返しであるため、先が見通せない。
		アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・仕事の依頼は多少あるが、採算の合わない物ばかりである。
		新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・求人数に伸びがみられず、景気が上向いた実感はない。東京で再び緊急事態宣言が発出され、大阪などの大都市でもまん延防止等重点措置が出されている。さらに、ワクチン不足で接種のスピードが落ちることへの懸念が、経済全体に影響している。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求人は底堅く推移しており、一部の電気機械や生産機械、ハードウェア関連などでは求人が改善傾向にある。製造業の業況が改善すれば、製造業派遣や貨物輸送などの求人が改善される。一方、飲食業ではフルタイム求人がほとんどみられず、宿泊業なども低迷している。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・大阪の有効求人倍率は1.17倍と5か月ぶりに上昇した。有効求職者数が前月から4.8%と大きく減少したことが要因である。会社都合の離職者も前年比で2か月連続の減少となった。また、業種別の求人では、建設業、製造業が底堅い動きとなっている。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・今年度の新卒採用試験において、第一次のピークは過ぎた。業界によって多少の差はあるものの、求人数はほぼ新型コロナウイルス発生前の水準で推移している。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルス関連の特需も終わりそうであったが、また緊急事態宣言が発出され、コロナ禍関連の需要が増えそうなため、現状維持が続くと予想される。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・4～5月と比べて、求人数の伸びが鈍化している。前年の水準は上回っているものの、2年前の水準に近づくような力強さはなくなっている。
		職業安定所(職員)	採用者数の動き	・6月上旬には前年の反動増もあり、売上は前年比で約50%の増加となっていたが、2年前と比較した場合は、まだマイナス15%程度という状況であった。さらに、月末に近づくにつれて前年比の増加幅も小さくなり、7月に入るとマイナスに転じている。企業の採用動向も頭打ちになっており、今後の新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、更に悪化する懸念がある。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・7月に入って採用活動を終える企業が増え、内定の出ていない学生は、今後の活動が難しくなっている。	
	×	新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の出稿状況を見ても、各企業の業績が芳しくないため、プロモーション予算が激減している。

### 9. 中国(地域別調査機関:公益財団法人中国地域創造研究センター)

(- : 回答が存在しない、\* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連		バー(経営者)	来客数の動き	・時短営業の解消で景気は良くなっている。
		一般小売店 [靴](経営者)	来客数の動き	・4月末からの連休以降、新規来客数が減少し、6月は少し元に戻ったが、7月に入り、また、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
(中国)		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・6月のプレクリアランスで、来客数や販売量が増加したが、7月のクリアランスでは客の動きが悪く、販売量は前年並みか前年をやや下回る状況である。
		百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、来客数や売上が増加している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いていたが、今月は、今年初めて、来客数が前年を上回っている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでおり、近隣の外出者が増加している。3か月前と比べ、来客数はほぼ横ばいであるが、買上点数は徐々に増加している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・徐々にではあるが、来客数に回復の兆しが見え始めている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数や単価が上向きに推移している。
		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発生以前ほどではないが、経済活動や各種イベントの再開に伴い、朝、夕の来客数が回復している。
		コンビニ（支店長）	お客様の様子	・週末を中心に来客数が回復しており、土用の丑の日など催事商品の予約が好調である。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売にも少し動きが出てきている。
		その他専門店 【時計】（経営者）	単価の動き	・来客数は増加していないが、高額品を購入する客がいるため、客単価が上昇している。
		その他専門店 【土産物】（経営者）	来客数の動き	・地域共通クーポンによる割引が開始し、来客数が増加している。また、クーポンを利用して、少し高額なフルーツギフトなどを購入する客も出てきている。
		その他小売 【ショッピングセンター】（支配人）	来客数の動き	・梅雨明けが例年より早く、新型コロナウイルスの感染者数も落ち着いており、感染者数が上向き傾向であった3か月前と比べると、客の動きは活発化している。ただ、県外や遠方からの客は見受けられず、土産品の販売増加等にはつながっていない。
		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	・自粛慣れなのか、客の新型コロナウイルス感染に対する危機感が低下しており、緊急事態宣言の解除以降、来客数が増加している。ただ、外に出て遊びたいため、自粛を意識しながらも外出してしまうという傾向が出ているだけで、財布のひもが緩んでいる感じはなく、客の購買意欲は高まっていない。
		高級レストラン （事業戦略担当）	来客数の動き	・夏休みに入り、多少なりとも動きが出てきている。
		都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・首都圏や関西圏の利用者は依然として低迷しているが、自治体による地元県民を対象とした宿泊助成金制度により、マイクロツーリズムの利用者が増加している。
		タクシー運転手 タクシー運転手	販売量の動き お客様の様子	・3か月前と比べると、かなり良くなっている。 ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染者数が減少しているため、多少なりとも人出が増加しつつある。
		テーマパーク （業務担当）	お客様の様子	・夏休みに入り、天候も夏らしくなっており、子供連れの客が増加している。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・電話投票の売上が若干増加している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が薄れてきているが、消費には結び付いていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、新型コロナウイルスのクラスターが発生し、駅前の飲食店が時短営業になったため、余計に人の流れが悪くなっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・前月までは人通りも元に戻りつつあったが、今月に入り、人通りが減っている。	
	一般小売店 【茶】（経営者）	販売量の動き	・輸出は少し伸びているが、国内の売上が悪く、全体では売上は前年を下回っている。	
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・7月前半は豪雨の影響で売上が低迷した。美術品や貴金属など高額品は順調に売れているが、衣料品は低調である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・旅行や外出の予定がない客が多く、衣料品や雑貨類の販売に結び付かない。来客数も回復には至っていない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいることもあり、3か月前と比べ、来客数は増加しているが、売上にはつながっていない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円の美術品や数十万円のラグジュアリーブランドの商品が売れたりしている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が改善しつつあり、週末を中心に若年層の来客数がやや増加しているが、高齢者の来客数は回復せず、依然として、全体では来客数は減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は横ばい状況が続いている。新型コロナウイルス禍で、客の来店頻度が減少、まとめ買いをする傾向にあり、買上点数は微減となっている。客が割引デーに買物する傾向が強まっており、時間帯別では午前中に買物する傾向が強いため、夕方以降の来客数の伸び悩みが続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・7月は豪雨などもあり、悪天候の日の来客数が大幅に減少したため、来客数は前年比90%で推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量は3か月前と変わらず、前年を若干下回っている。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売数量が増加したものの、客単価が低下したため、売上は前年並みとなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数や売上が伸び悩んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、来客数や売上に変化はない。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・東京オリンピックの開催が景気に与える影響もなく、新型コロナウイルスの感染者数も増加する状況で、客の動きが止まっている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数が増加せず、単価も変化していない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・数か月前から不景気が続いている。新型コロナウイルスの影響で、来客数や販売量の前年割れが続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されても、来客数が増加していない。
		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の影響で景気は変わっていない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言発出やまん延防止等重点措置の適用があったものの、来客数や売上は3か月前とほぼ変わらない。平日の若年層や、休日前日、休日のディナータイムの家族連れの利用が元に戻りつつあるが、会社関係の飲み会利用が全くない状態で、21時以降の利用は激減している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの話題が出るたびに、特にディナータイムの来客数が減少する。県内の感染者数が2けたに達してからは、特に自粛が目立っている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・7月11日までは時短営業の影響もあり、来客数が少ない状況で、前々年と比べると約50%の減少であった。12日以降、時短は解除されたが、来客数が元に戻ってきている様子はない。利用は常連客がほとんどで、以前のような会社関係の集まりや仕事の後の利用が少ない。
		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。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、休館日を設けることが多く、来客数が減少している。
		観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んできていることから、宿泊の問合せが若干増加しているようだが、新型コロナウイルス発生以前と比べると程遠い。

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 (企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除を受け、県の需要喚起施策に伴う宿泊需要が増加し、4連休には県内の旅行者で宿泊の稼働率が90%台となっている。また、夏休みに入り、通常営業になったレストランの利用者も増加している。ただ、平日の先行予約が鈍化しているため、実際には景気の回復感は弱い。
		都市型ホテル (企画担当)	単価の動き	・単価下落から抜け出せない状況である。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、旅行業は本当に厳しい状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・7月前半は人の動きも良く、夜の利用も上向きだったが、後半は、新型コロナウイルスの感染者数の増加もあり、利用頻度が減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、多少、人の動きが出ているようだが、景気は足踏み状態である。
		通信会社(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、新型コロナウイルス感染症の終息に対する期待も高まったが、接種完了時期が遅れているため、社会活動の活発化へはすみとなっていない。ネットに関する需要は高まっているが、一方で客のコスト意識も高いため、新サービスの訴求やサービスのグレードアップにつなげていない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・人々が新型コロナウイルスに慣れてきており、新型コロナウイルスが経済活動や消費に与える影響は少なくなっている。
		通信会社(工事担当)	お客様の様子	・東京オリンピックは開催したが、新型コロナウイルスの影響で、景気は変化していない。
		通信会社(経理担当)	お客様の様子	・東京オリンピックが開催され、景気も少しは良くなるかと期待したが、新型コロナウイルスの影響で、景気は特に変化していない。
		放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・利用料の延滞額から判断すると、景気に大きな変化はない。
		テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・東京オリンピックが開催したが、景気は変化していない。
		観光名所(管理担当)	来客数の動き	・5～6月は休業日があり、最悪の状態であったが、7月はようやく4月の状態に戻っている。
		ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・東京オリンピックの開催や猛暑の影響もあり、直近の入場者が伸びていない。秋の予約は少しずつ増加している。
		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、来客数は多くはないが、一定数はある。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・前年の新型コロナウイルス感染症拡大から、引き合いが減少した状態が続いている。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・今年度より行政からの木造住宅耐震化補助金が100万円となっているが、新型コロナウイルス禍では消費者のリフォーム意欲は高まらず、受注の動きが鈍いため、閉塞感変わらない。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種も足踏み状態が続いているため、依然として慎重な姿勢の客が多い。
		商店街(代表者)	単価の動き	・客がどうしても買わないといけぬ商品しか購入しない。子供服の需要は大幅に減少している。
		商店街(理事)	お客様の様子	・客が自粛し、買物を控えているため、売上が減少している。
		一般小売店[食品](経営者)	来客数の動き	・前年より来客数や客単価が減少している。
		一般小売店[印章](経営者)	来客数の動き	・猛暑や新型コロナウイルスの影響で、客の購買力が低下している。
		一般小売店[眼鏡](経営者)	来客数の動き	・豪雨被害の影響もあり、来客数が減少している。
		百貨店(営業企画担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、衣料品全般の売上減少が続いている。パーゲンセールについても、投入する商品数が減少していることもあり、盛り上がりがない。
		スーパー(財務担当)	単価の動き	・6月の緊急事態宣言解除後も、来客数、客単価、買上点数、売上がいずれも前年を上回っているが、緊急事態宣言中と比べると、全てが下回っている。
		スーパー(販売担当)	来客数の動き	・買上点数が伸び悩んでおり、景気はやや悪くなっている。

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
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・売上は前年比93%、乗客数は前年比104%となっている。食品、生活必需品、小物商材は好調に推移しているが、衣料品、家具、寝装用品といった比較的高単価な商材は動きが鈍く、客単価はここ数か月で最も低調である。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・前年と比べると良くなっているが、前々年の水準には戻っていない。
		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感染者数が増加し、飲食店も営業時間の短縮を要請されているため、景気はやや悪くなっている。
		衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・例年は夏休み中の旅行に備え、客が訪れていたが、今年はない。東京オリンピックを家で観戦しているのか、来客数が少ない。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・近隣に競合店が出店したため、来客数が前年の7割程度まで落ち込み、売上も減少している。
		家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・例年、エアコンに動きがあるが、今年はまだ動かない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足の影響で納期が掛かりすぎることもあり、なかなか商談が進まない。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数がかなり減少している。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が急速に増加し、街に人が出歩いていない。
		旅行代理店（支店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、繁忙期である夏季需要が伸びず、第1四半期の減収分をカバーすることができていない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・売上の低迷が続いている。
		住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・低価格帯の客の動きはあるが、高価格帯の客は動きが鈍い。1次取得者であるため、所得や自己資金の関係上、取り込みに厳しさを感じる。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス、大雨、東京オリンピック開催の影響で入出が少なくなっている。
	×	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や東京オリンピック開催の影響で、入出は非常に少なくなっている。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・7月の販売台数は前年比80%と大変厳しい状況である。
	×	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が大きい。また、東京オリンピックが始まり、テレビ観戦で客が連休中も出歩かないので、来客数が減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客が外出しないことが日常的になっており、外食産業も景気の悪い状況が続いている。
	×	通信会社（広報担当）	来客数の動き	・客の購買意欲が低下している。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・通常メニューでなく、安い料金メニューを選ぶ客が増加している。
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・好調ではないが、生産が上向きつつある。
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、飲食店が営業を再開したので、少し良くなっている。ただ、新型コロナウイルス発生以前と比べるとかなり悪い。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大口案件に着手したため、生産量が増加し、それに伴い、基準外労働時間も多くなっている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向に陰りが無い。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・下期以降の動きを受けて、引き合いが徐々に増加している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注低迷のため前年2月より雇用調整助成金を活用して休業を行っていたが、受注が徐々に回復し、7月より全工場が休業がなくなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・台数が少し増加してきている。

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
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・個人客はほぼ横ばいであるが、法人の株主優待品や個人商店のWeb取引が順調なため、荷動きはやや良くなっている。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターの需要や引き合いは、引き続き好調で、製造業、小売業、公共関係にかかわらず、全般的に引き合いがある。IT関連には、計画的な投資を行っている印象である。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・補助金、助成金関連業務が増加、高速道路等の共同精算事業である大口・多頻度割引対象通行量が回復しつつある。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販店からの受注はやや減少しているが、ギフトや産地直送品の受注は若干増加しており、全体では受注は余り変化していない。
		繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・閑散期のため、荷動きがほとんどなく、例年と変化はない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症は終息していないが、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、全体的には景気は横ばい傾向にある。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・様々な環境変化による対応が出てきている。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子、電池材料素材の販売量は高位で安定している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の延長による一部営業活動の制限や半導体不足の影響が出ているものの、継続して受注獲得ができています。
		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	・半導体不足の影響が継続し、受注量が通常期を下回っている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き繁忙な状況が継続している。資材価格が上昇し、納期に日数を要するケースが増えているため、受注に向けての交渉段階での注意が必要な状況である。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・自動車部品や製紙関係の生産が若干回復傾向ではあるが、その他全体の荷動きは変わっていない。
		輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・一部業種からの受注は堅調であるが、新型コロナウイルスの影響で低下した業種からの受注は戻っていない。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・地方では自粛ムードが続いており、特に、飲食業や観光業と取引の多い企業は目立った業績回復をしていない。
		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、受注量の伸び悩みが続いている。
		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や製品価格の値上げの影響で、景気はやや悪くなっている。
		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国内生産が低下している。通常操業は月産8万台程度だが、新型車の販売伸び悩みや半導体不足で、月産5～6万台に減産している。このため、地元部品メーカーの受注は低水準で、金曜日を工場休止する企業もある。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数が約18%、成約件数が約11%減少している。
	x	*	*	*
雇用関連		-	-	-
(中国)		人材派遣会社（経営戦略担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種の運営補助業務など、一時的な需要の増加の影響もあり、景気は改善している。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・ここ数か月、企業からの新卒求人申し込みが増加してきており、新型コロナウイルスの感染拡大が一時的に落ち着いてきた状況とあいまって、新卒採用に積極的な企業の活動が活発化している。
		人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人数が落ち着いたことに伴い、4～6月に想定以上となった求職者数も少し落ち着いている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス禍で、企業間の業況に格差が生じている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求職活動の長期化で求職者数が増加、緊急事態宣言解除後を見据えて新規求人数も増加している。新卒採用については、業種によって差はあるが、新型コロナウイルス発生前とほぼ同じ水準である。



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
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、新型コロナウイルスの影響で、宿泊業、飲食サービス業で大幅な減少が続く一方、運輸業は今後、ドライバーにも労働時間の上限規制が入ることを見越して早めに人員確保したい求人者が大幅増となっている。求人全体ではやや増加傾向となっている。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・令和3年5月の新規求人数は前年から4.6%増加している。主な産業別にみると製造業、運輸業・郵便業、医療、福祉等で増加したものの、建設業や宿泊業、飲食サービス業は減少している。また、令和3年6月末現在の令和4年3月新規高等学校卒業予定者を対象とした求人数は、前年から6.5%の増加となったものの、新型コロナウイルス発生前の前々年から20.8%減少している。
		職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・月間有効求職者数が令和3年1月より増加、毎月同数程度で推移している。一部求職活動が長期化する傾向がある。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・人選にかなり時間を掛け、納得いく採用ができなかった場合は、妥協せずに適任候補者が浮上するまで待つというスタンスが強くなっている。また、採用条件もシビアになっている。
		民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の終息の見通しが立たず、求人に踏み切れない企業が多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用に大きな動きが感じられない。
		その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、依然として、飲食業や宿泊業の求人が少ない状況にある。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・盆休みの影響か、新型コロナウイルス第5波の影響が分からないが、求人数は減少傾向にある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・就活生の8割が新型コロナウイルスが自身の就職活動に影響を与えていると考えている。面接で学生時代に力を入れたことを聞かれても、この1年間クラブ活動もアルバイトもままならず、ボランティアなどの課外活動もできていないため、2年生後半までのことしか話すことがなく不安を感じている。学生時代に頑張ったことをアピールする材料がないことを企業に理解してほしい様子である。就活がWebありきになっているが、Web環境が整っていない学生もいることを考慮してほしいという意見もある。長引く新型コロナウイルスの影響で、周辺企業でも業績が良い企業は少数で、人件費の削減のため、採用人数を若干減らす方向で検討している企業も出てきている。
	x	-	-	-

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (四国)		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で10%増加している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・7月の4連休については、新型コロナウイルス発生以前の来客数に戻っている。
		商店街（事務局長）	来客数の動き	・貴金属や時計等の一部の高額品が好調で、全体の客単価も上昇している。一方で、まだ従来の消費状況には戻っておらず、無駄な出費はしないようにやり繰りする客も見受けられる。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ここしばらくは厳しかったが、7月に入り、バーゲンセールや気温にも恵まれたことから、相当状態が良くなってきている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材やテレビを筆頭に販売量が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・振りの客が増えてきた。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車の投入により需要が喚起されている。特に高級車両に対する受注が高く、初期受注が2万台を超える車種もある。

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
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ワクチンの接種率が上がり、重症者数も少なくなっていることから、少しずつ客足が戻っている。
		旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・非常に厳しい状況が続いていたが、県民向けキャンペーンが発表されてから、来客数が増加した。
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・当初の販売計画を大きく上回っており、客に買い控えの様子は余りみられない。
		観光遊園地（職員）	お客様の様子	・宿泊施設及び観光施設に訪れる観光客が増加しており、その世代も様々である。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止に対する機運が維持されたままであり遊興施設への人流は減少しているものの、巣籠りに伴うネットや電話などの投票が盛んになり販売量が増加傾向にある。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・引き続き古い建物の解体工事が増えており、次の建築を予定しているものと予測している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高い水準で推移したため、特に飲食店に訪れる人数が減少しており、かなり厳しい状況が続いている。日中も夕方もガラガラである。さらには、7月の4連休で観光客がかなり増加したこともあり、感染者数が再び増加しており、より厳しい状況となっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・売上額は前年同月比で余り変化なく推移しており、なかなか厳しい状況が続いている。また、新型コロナウイルスの感染が再拡大する懸念があり、厳しい状況を乗り切る努力が必要となってきている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者が再度増えてきているので、来客数は少ないまま変わらない。インターネットでの注文数は前年より増えている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・巣籠りといわれているが、業務用の酒販店が家庭向けに小売販売をしてもほとんど売れていない。街に人は出ておらず、飲食店への納品も少ないことから、販売量は減少したままである。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で入店客の減少が続いていることに加え、東京オリンピックの観戦に伴う外出控えもあるため、売上は上向いてきていない。
		百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・来客数は5月に大きく減少したが、現在は徐々に回復基調にあり、3か月前と同水準に戻りつつある。
		百貨店（販売促進）	来客数の動き	・ワクチン接種が進み、外出意欲が高まるまで来店客の動きは鈍いと予測する。
		スーパー（店長）	単価の動き	・晴れの日や催事に合わせて客単価は上がっているが、日常生活において変化は感じられない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・本来の7月なら前年を上回ってもよいはずであるが、今年は特に増減もなく、ほぼ前年並みの状況である。
		コンビニ（商品担当）	販売量の動き	・高齢者向けのワクチン接種は順調に終わっているが、他の年齢層への接種は始まっていない地域が多い。
		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感染が沈静化に向かえば、景気は少しずつ良くなると感じる。今はまだ良くないが、年内には良くなっていくと予測する。
		衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上は前年比101%だが、前々年比74%と非常に厳しいまま推移している。感染者数の増加が来客数の減少につながり、非常に厳しい状況となっている。
		乗用車販売業（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は2～3か月前より小さくなっているが、半導体不足で新車やカーナビの生産数が減っているため苦戦している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・来客数は、前年と比べると徐々に回復してきているが、前々年と比べるとまだまだ低い水準である。感染者数の急増により、急ブレーキが掛かるのではないかと危惧している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍は、終息というよりも、むしろ拡大傾向である。購買意欲については、巣籠りによりネット利用が更に伸びると予測する。一方、新たな傾向として、商店街の空き店舗を利用した大学の授業など「街づくり」への意識が徐々に高まっている。また、学生によるゼミナールでの活用が目立つようになっている。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上、外商売上共に前年同月比を割り込んだ。特に後者の落ち込みが顕著だった。

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
×		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・これまで売上高は前々年比を超えて推移してきたが、7月は前々年比水準に落ちてきた。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・売上高は、前年比で上回ったものの、前々年比では4%の減少であり、回復基調ではない。
		家電量販店（副店長）	販売量の動き	・東京オリンピックの開催でテレビ等の販売を期待していたが、思ったほど伸びていない。また、ワクチン接種の拡大による来客数の増加を期待していたが、特に大きな変化はない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・モデルチェンジの発表に伴い受注が増加した車種はあるものの、総受注台数では2か月連続して前年比を下回る。
		タクシー運転手	お客様の様子	1週間で60人前後の感染者が出たため、人の動きが悪くなっている。加えて、気温の上昇もあり、日中は人の動きが少ない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染者数が更に増えて客が動かなくなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・相変わらず常連客がほとんどで、新規の来店客はほとんどない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・お遍路の仕事が春から夏に掛けてなくなっていることが一番の痛手である。夜も時短営業の要請は解除されたが、街に出る人は少ない。若い人は比較的出ているみたいであるが、余りタクシーの利用は期待できない。
企業 動向 関連 (四国)		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月に続いて、ネット販売主力の小売店が好調であり、またこれまで厳しかった都心小売店や観光地の小売店も前々年ほどではないが、少し持ち直している。加えて、梅雨明け後、猛暑が続く、店頭で夏向けタオルの受注が増加している。回復が緩やかな小売店も、人出が増えているなか、店頭商品を見直し、新しい商品を展開する傾向にあり、新規の問合せも多い。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量は徐々に回復しているが、販売は納期どおりに行っているため余り伸びていない。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が改善されてきている。ウッドショックの影響を受けると思っていたが、受注は落ち込まなかった。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関係の受注や問合せが増えており、以前と比べて実績が上がりつつあると感じる。
		建設業（経営者）	それ以外	・自社並びに業界については、数年来、公共事業量が堅調に推移しており、景気は悪くはない。ここに来て、新型コロナウイルス対応への慣れや、ワクチン接種が進んだことによる、精神的なゆとりや明るさが若干ではあるがみえるようになってきた。行楽や食事の人出が増えたことがその証であり、徐々にではあるが、景況感が好転してきているように感じられる。
		輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・前月の売上高は、久しぶりに新型コロナウイルス発生以前の2019年の同月の売上高を上回った。既存客の新規輸出案件もあり出荷量は増加している。
		税理士事務所	取引先の様子	・売上が増えつつあり、消費も増えてきている。
		農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は依然低調に推移している。業務需要は相変わらず低調、一般消費も一時的勢いはない。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・地方では新型コロナウイルスの新規感染者が多少落ち着いているものの、首都圏では増加が激しく、景気に対する影響は大きいと感じる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・各国政府の経済対策やワクチン接種の進捗により、市場マインドは上向きつつあるものの、本格的な需要回復には至っていない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・少し雰囲気は良くなっているが、最近では感染者数が多過ぎてまだ怖い。
		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状況は横ばいの様相にあり、個人消費の回復はみられず、取引先の業況や資金繰りは3か月前から変化はない。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・ワクチン接種の遅れにより、例年のイベント等も依然として多くが中止になっている。
		電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・ワクチンを保管する保冷庫の需要が一段落し、一過性の特需による注文が落ち着いている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官民とも受注が思うようには伸びない。	

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（営業）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い2～3か月前より回復基調に転じていた取扱物量が再び減少しつつある。再三再四の緊急事態宣言発出による行動自粛が消費低迷に直結しており、発送量、到着物量共に減少の傾向にある。
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・前年同時期と比べると微増だが、前々年同時期ないし3か月前と比べると悪い。
	x	-	-	-
雇用 関連		-	-	-
(四国)		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・企業の人材採用手法の1つである紹介予定派遣を活用する動きが増加しているようにみられる。
		求人情報誌（営業）	求人数の動き	・製造や建設、IT関連などを中心に求人数が前年度と比較して増えつつある。一方で、観光やサービス業の求人は低調である。
		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者数は増加傾向にあるが、ワクチン接種や東京オリンピック開催など景気の良い話題に国民も安心してしまい、飲食店や観光地に人が集まっているので、景気は戻りつつある。しかし、感染者が全国的に再拡大するのも時間の問題と考える。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響を受け、企業は売上が下がった状態のままである。企業が予算を抑えており、広告収入が例年並みに戻る様子はまだない。
		職業安定所（求人開発）	採用者数の動き	・新規求人数が3か月前と比べてやや増加している。新規求人倍率も若干増えている。このため、景気が悪化の一途をたどっているとはいえない。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人の動きに余り変化がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・内定率は前年よりは少し上向いているが、コロナ禍前の前々年には遠く及ばない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年度から高卒求人数が減少している。特にサービス業の求人数は前々年から減少した前年度より更に減少している。
	x	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大によるサービス業関係の派遣の求人が少なく、製造業も増員計画がなく、求人数が悪化している。

### 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 動向 関連		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時短要請が解除されたことにより、飲食店向けの販売量が大幅に増えている。
		競馬場（職員）	来客数の動き	・客の来場が増えている。
(九州)		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街では、春先と比べると客の通行量が増え、微弱ではあるが活気を取り戻しつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・高齢者のワクチン接種が進み、一般の来街客が多くなるかと期待していたが、まだまだ少なく、商店街の主な客層である高齢者も少ない。3か月前と比較すると若干改善しているが、特に前々年からの比較では、非常に厳しい状況である。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	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もあり、ようやく物が動き始めている。土用の丑の日が近いということもあり、ウナギの売行きは良いが、同時に新型コロナウイルスの感染者数増加が大変危惧される。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、夏休みにも入ったことから、少しずつ客が増えている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第4波の影響が大きかった4月後半から5月と比較すると、来客数は増加傾向である。夏休みに入り子供向けのイベントも開催している。しかし、東京オリンピック開催による巣籠りの影響もあり、回復のスピードは鈍い。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店合計について、4月の前年比は179%で、当月の見通しでは前年比112%になっている。前々年の4月との比較は78.5%、7月は90.2%となっており、若干良くなっている。

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
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年が新型コロナウイルスの影響により、来客数を大きく落としたため、手放して喜べる状況ではないが、ひとまず底を打ったのではないかと考えている。外食が控えられるなか、コンビニエンスストアでは、ある程度の品物がそろえられるように野菜や果物の品ぞろえを強化し、そのことが売上に貢献している。しかし、経営的には余りスペース効率が良い商品とは言いがたいところもある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は、順調に推移している。夏に入り天候も良く、来店客も多くなり、特に飲料水やアイスクリームの売上が大きく上昇している。前月までの厳しい状況から一転して良くなりつつある。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・セール等のイベントに対して、客の反応がよくコロナ禍以前の状況と変わらない。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	それ以外	・従来の客の動きからでは、5～6月は変わらないが、取引先である一部の地区のホテルや旅館関係では、クーポン等の行政からの後押しもあり、宿泊客が若干増加している。それに伴いコーヒーの卸も増加傾向で推移すると予想される。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・当県では、新型コロナウイルスの感染も落ち着き、ワクチン接種の普及もあり、少しずつではあるが回復傾向である。しかし、感染状況次第では景気も変わるので安心できない。
		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	・2021年4月下旬から5月にかけての酒類提供停止期間と比較すると状況は良くなっている。しかし、根本的な感染拡大防止とはなっておらず、緊急事態宣言が解除された直後に感染者が急増し、再び緊急事態宣言発出となっている。同じ施策の繰り返しで、今回の飲食店への時短営業や酒類提供停止による景気悪化を懸念している。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ワクチン接種が普及してきたが、都市部での新規感染者数は減少傾向にない。当県内では観光事業支援は1人当たり県割り5000円、市割りが5000円の補助があり、地元の個人客は増えてきてはいるが、平日はまだ従来の来客数には戻っていない。
		観光型ホテル（総務）	販売量の動き	・運営するホテルの平均客室稼働率が、本年度初めて40%台に回復、館内レストランも週末は予約で満席状態になり、売上は軒並み上昇している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、7月は夏休みに入るため、昼夜を問わずはじけるように入出が多くなり、タクシーの売上は増加している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・買物先のスーパーマーケットや店舗来客数が多くなっている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で密を避けた社交需要として、世界的なゴルフブームとなっている。加えて、平年より早い梅雨明けで、天候にも恵まれたことにより順調に予約が推移し、実績にもつながっている。
		美容室（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに対してまだ恐怖心はあるが、気分転換で来店する客が増えている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・高齢者のワクチン接種が進み、コロナ禍の新しい生活様式にも慣れてきたことにより、感染を恐れたサービスキャンセルが激減しており、前年比及び前月比でも来客数が増加している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・当市の夜間の飲食店が少し緩和されたが、不要不急の外出自粛や第5波による営業時短要請があり、売上が上がらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として来客数が戻らず、セールをしても前々年の70%である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、売上が上向くのではないかと予想していたが、状況は変わっていない。また、ワクチン接種の効果も期待していたが、やはり客はまだ慎重な心理状態で、人の動きもなく、売上は増えていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・なかなか客が商店街に戻ってこない。組合では、7～8月分の組合費を免除している状況で、景気回復にならない。

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
		一般小売店 〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増え続けており、外販での注文も減少している。店頭販売も、毎日暑い日が続いていることも要因の1つではあるが、新型コロナウイルス発生前までには戻っていない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ワクチン接種は進んだが、県内への夏休みの旅行や帰省への警戒感が強まり、依然早急な回復は難しい。一方、店頭外のサテライトショップやギフトショップ、ネット受注は期待できる。また、店頭の自家需要商材や紳士雑貨、リビング用品、家電製品やし好性の高い舶来雑貨・時計美術工芸等は依然堅調である。客単価や商品単価は維持しているが、慎重な行動と生活防衛は継続しており、物産催事の再開や県内外との往來の回復は見込めず、自家需要中心の来店と購買は継続する。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前月と同様に食品関連が健闘し、衣料品や住余暇関連商材の苦戦状況には、大きな変動はない。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の増減により、巣籠り需要も増減し、それが売上にそのまま影響をしている。ディスカウント店等の台頭により、来客数の減少は常態化しており、巣籠り需要による客単価の上昇が望めない時期は、売上也前年比マイナスとなる。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・巣籠り需要の傾向は変わらないが、夏休みに入り、イベント開催時の来客は徐々に増えつつあることから、イベント待望感はかなりあると考えられる。しかし、販売量は前年に及ばず、売上高の増加には至っていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月半ばにまん延防止等重点措置が解除され、多少人の動きが戻りつつある雰囲気であったが、今週に入り、新型コロナウイルス感染者数の増加で、8月から約1か月の飲食店への営業時短要請が発出された。これにより、再び人の動きが抑制され、景気回復は遠のいていく。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・レジの前に購入を誘うためのプラス1品商品を置いているが、必需品以外の購入は余りなく、思うようには売れていない。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、4月下旬と比較してもほとんど変化がなく、来街者数の減少により、来客数の減少が継続している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電での7月は、季節に大きく影響を受ける月であるが、今年は平年並みで、状況は変わらない。
		乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスによる影響で状況は悪い。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・コロナ禍や半導体不足の影響で、新車販売台数が伸び悩んでいる。
		住関連専門店（経営者）	それ以外	・来客はあるが、なかなか購入には至らず下見が多い。都市部でのキャンペーンもアクセスが減少している。
		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	・前年の4月が緊急事態宣言だったこともあるが、本年は異常値で、見極めが難しい。売上前年比でみると5月以降もシネマコンプレックスの影響で超過をしており、7月についても、複数の前提条件を仮定しているものの、前年を超過する見込みである。ただ、当県のまん延防止等重点措置や感染者数増加の影響から、消費者心理としては、アパレル等のし好品に対してはやや低下気味な印象を受ける。2019年対比でも既存店では、ニュートラルな水準に戻っている点から景気は変わらない。
		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	・緊急事態宣言は解除されたが、来場者は戻らず、苦戦している。インバウンドやGo To Travelキャンペーン等の施策の復活が期待される。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月中旬にやっと緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除され、通常営業が可能になっているが、中高年の客層はまだ外食を控えている。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・来客数は上がっているが、低単価で推移している。

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
		タクシー運転手	お客様の様子	・人流が少しずつ戻り、予約も徐々に増え始めていたが、新型コロナウイルスの感染拡大で、再び先行き不透明になっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスに起因する需要増加が、まだ続いている。
		通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話の販売台数の見込みは、前年を上回り、前々年とほぼ同額で計画している。手数料の収入等は厳しい状況である。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前は春先になるため、美容業界では景気が良くなる傾向であるが、今は夏枯れ状態で売上が上がらず、自粛期間も長くなり、数字は横ばいが続いている。東京オリンピック開幕後の景気回復は難しい状態である。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・予定していた受注が、経費削減の見直しで遅れて発注され、発注回数や施工方法も簡易なものになってきている。このような状況が続く先行きを不安視している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	販売量の動き	・サービス業や観光業への新型コロナウイルス感染症拡大による影響に、回復傾向がみられない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場の来場者数は、横ばいの状況が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、自粛になり夜の飲食業は大変であるが、家計ではその分の浮いた費用が他の部分に回せることになり、物の買換えや趣味、投資等の支出につながっており、景気としては悪い面ばかりではない。しかし、状況としては、余り変わっていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・5月から緊急事態宣言の影響で、来店客が減少している。今月は新型コロナウイルス感染の拡大も要因の1つではあるが、更に猛暑も加わっている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・かなりの来客数減少となっている。要因として暑さが最も影響している。夏物野菜が、地物から県外物となっており、単価も高くなっているため、購入しにくい状況である。現在、新型コロナウイルスも感染拡大で、3か月前とは客の様子に変化がある。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・今の時期は花の購入が少なく、売上は落ちると予想される。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・自粛の動きはまだまだ強く、夏物処分期に入っているものの、例年の夏休みやお盆休みにある需要がなく、購入が大きく減少している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・直近の動向として、気になるのが買上点数の減少である。その要因は、消費者の買い控え傾向が見受けられることによる。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年の落ち込みに対して、ある程度回復する見込みでいたが、前年同様に余りかんばしくない。7月上旬は雨が多かったが、それ以降は気温の高い快晴が続く、客の買上点数が減少している。
		スーパー（統括者）	販売量の動き	・来客数は何とか前年水準を維持したものの、1人当たりの買上点数減少により客単価が低下したため、売上は前年から3ポイント下がっている。また、家飲み需要が続いており、酒は絶好調で、中食である総菜やインスタアペーカリーも売上は前年水準をクリアしている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人流を伴う仕事、行楽、イベント等の減少が続いており、週末、祝日を中心に来客数の減少が目立つ。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・ワクチン接種が進み来店客は増えてきたが、外出自粛で新しい服を必要としないため、購入せずに店を出る人が多い。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・ボーナス支給月であるが、購買意欲を感じない客が多い。前年の給付金や各自治体による地域振興券等で先食いした感も受ける。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・梅雨明けしたものの、朝晩は過ごしやすいため季節商材の動きが鈍く、東京オリンピック開幕でテレビ等の拡販に期待したが、こちらも大きな伸びがみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・自動車業界全体が半導体不足に悩まされており、納期の見通しが立たないまま商談を進める必要がある。
		住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・例年と比べ、夏に動きにくい冬物寝具が動いており、単価は高い。しかし、事業を実店舗のみで展開しているため、酷暑で人通りが少なくなるこの時期は、必然的に来客数が少なくなる。過去3か月前と比較すると、業績は落ち着いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大で、再び人の流れが悪くなっており、売上に影響している。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・飲食店への営業活動を行っているが、緊急事態宣言の影響により、店が閉まっているケースが多く、訪問件数が減っている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・中心部から離れば、新型コロナウイルスの影響も少なくなるが、街中で店をしていると新型コロナウイルスの感染者数にとっても敏感になり、結果に出てくる。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・木材や鉄骨等の材料単価が上昇しているが、建設予算は下がっている。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントが開催できず、集客に困っている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・地方の商店街は、都心部の商店街と違い、人通りがなく来店客がない。新型コロナウイルス感染に応じた対策は、一般小売店には非常に厳しいという声が事務局にも寄せられる。皆の疲弊が少し現れている。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ワクチン接種が進んでも、都市部からの人の流れが、悪影響を及ぼすと判断している。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・夏物おしゃれ着の動きが鈍い。新型コロナウイルスの影響で外出機会が減り、商品の動きがない。
	×	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・4月は季節変わり、外出自粛からのマインドにも変化があり、客の買い回りもあり、まとめ買いがあった。しかし、7月は東京オリンピック開催前から新型コロナウイルスの感染者数も増えていき、客の購買も慎重で、買い回りもなく、売上も厳しい状態である。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・若干客からの電話が入るようになってきている。当店で社用としての利用が多いが、会社の接待としての動きがないため、非常に厳しい状況である。
	×	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大の第5波が発生しているが、感染対策ができていないことに疑問を感じている。これでは、景気が上向くはずがないと考える。
企業 動向 関連  (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの増産対応要請があり、更なる受注増加が見込まれる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客が電子部門関係の業者のため、半導体の動きに左右されているが、緩やかに回復してくる見通しは立っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月まで、取引先の受注量が思わしくなく、受注量が増えなかった。今月中旬頃から新規の客からの引き合い見積りが増えており、月末にかけて受注量も若干増えている。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・売上見込みが、やや上昇傾向にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連が、好調を維持している。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・これまでの半導体部品の遅れを徐々に取り戻すために、全体的に増産体制になっており、どこもフル稼働状態である。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・各発注機関の入札執行が多くなっているが、災害の発生があった地域では参加者のいない入札が多くなっている。当社の地域では、まだまだ不足気味で、もっと発注を望んでいる。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・関東では緊急事態宣言が発出され、物量は3か月前と比べ増えている。新型コロナウイルスに慣れ、ワクチン接種への期待等様々な要因が考えられる。
		新聞社 [広告]（担当者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック関連の広告出稿が増えている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月に入り梅雨明けに期待をしていたが、外資部門はかなり厳しい売上が現実となっている。今期はかなり落としとした計画であるが、それでも計画の90%を若干上回る程度の状況である。ここに来て、好調な量販店も前年より落ち込んでいる。新しくネット販売も立ち上げたが、全体の落ち込みを補うことはできず、この状態が継続しているため、今後が懸念される。
		金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・3か月前には新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、引き合い数が増加していたが、結局受注まで至らず客の動きも停滞している。前年と比較しても大きく改善したわけではない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍であるため、従来のような日常生活に戻っておらず、一部の業界では巣籠り需要等で新型コロナウイルス発生以前より良くなっている話も聞く。しかし、ほとんどの業界では回復しておらず、ワクチン接種が進んでも新型コロナウイルス発生以前に戻ることはないため、収益の柱を別の方向で対策する必要がある。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で健康食品の販売上昇は落ち着き、価格低下の兆しである。逆に低調であった化粧品の受注が、基礎化粧品を中心に増加している。全体的には受注量、販売量共に横ばいである。
		通信業（経理担当）	取引先の様子	・ワクチン接種は進んでいるものの、感染者数増加に対する歯止めが掛かっていない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店の売上は弱含みながら、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの売上は持ち直しの動きがみられる。また、乗用車や家電の販売も持ち直してきている。一方、新型コロナウイルス感染者数が再び増加しており、労働需給や雇用者所得とも弱い動きとなっている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・夏季休暇シーズンを迎え、飲食店や歓楽街の人出には増加の兆しがみられる。また、県独自の観光事業の施策により、宿泊施設の稼働率にも期待が高まっているが、活況状況には施設のグレードによるばらつきもみられる。住宅部門ではマンションの需要が堅調である。
		金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は、長期間継続しており、景気低迷が続いている。消費活動は、コロナ禍が落ち着くまで現状が継続する。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業では、自動車や半導体関連を中心に持ち直しの動きがみられる。しかし、飲食店やホテル等のサービス業では、緊急事態宣言が解除され、通常営業に移行しているものの、客足は十分に戻らず、依然として低水準での推移が続いている。業種によっては回復傾向もみられ始めているが、総合的には3か月前と変わらず、景気は悪い。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先は、前年からのセーフティネットの資金がだぶついており、資金面での需要はない。飲食業を含めた観光サービス業は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除されたものの、利用者は少なく、さらに、新型コロナウイルス感染者はここ数週間増加傾向であるため、現状は変わらない。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客業務がなかなか活性化していない。競合プレゼン案件は若干増えているが、レギュラー案件が伸びない。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・今月の例会においても、新しい取組を始めている会員はいない。
		経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・宅配マーケットは復調してきているが、業務用マーケットの売上は、80%ダウンが続いている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況のヒアリングをしても、大きな変化がみられない。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	受注量や販売量の動き	・ワクチン接種も進んでいるが、まだ完全なる収束には程遠い状況である。経済活動においても受注量は、3か月前と大きな変化はない。
		農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・果物は堅調であるが、野菜は軒並み前年より安く、5年平均で見ても低い。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造販売の商品に季節性があり、今の時期が端境期に当たるため、一服した状況である。

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
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係も若干下火になっており、Web関係でも前年と比較すると落ち込んでいる。東京オリンピックで休日となり、窯も休止ということで、売上の減少がかなりひどい状況である。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・5～6月の前々年比は、30%近い減収となっており、今月も売上の増加は厳しい状況で、景気回復には程遠い状況である。
	×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・経営維持のため、新型コロナウイルスの影響を必死に耐えているが、この状況で最低賃金が上がると経営が苦しくなる。このところ、上がり続けているため、新人もベテランも最低賃金になっており、負担になっている。必ず資材や運賃は上昇するため、下請としては苦しい立場である。
	×	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	・市町村に営業に回っても、保健福祉等の担当は、ワクチン接種等の対応に追われており、当初予算に上げられていた福祉計画等に関する調査や計画策定支援等の予算の発注が遅れている。そのため、入札等の案内は少なく、受注が見込めない状況にある。
雇用関連		*	*	*
(九州)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が5割増しになっている。増員の求人もあるが、後任の注文も増加傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ワクチン接種が始まり、秋のイベント案件の受注も出ている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・まん延防止等重点措置で、求人の動きはかなり停滞していた。一時解除された3月下旬から4月初旬は一気に回復したが、その後すぐに冷え込んでしまった。7月に入り、解除後の求人の動きは活発になっているが、人の動きはさほど感じられない。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置も終了し、旅行業やホテルの広告がスローペースながら復活しており、3か月前と比べれば若干良くなっている。イベントも、コロナ禍前ほどではないが、徐々に行われつつあり、それに伴う広告出稿もある。ただし、求人広告は、回復の兆しが余りみえない状況が続いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・飲食店の時短営業が解除されたり、ワクチン接種が進んだりしたこともあり、人の流れが多くなり、少なくとも3か月前と比べれば景気は良くなっている。この夏の地元観光地も人出は上向いている状況である。
		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感染のリスクはあるが、緊急事態宣言も解除され、ワクチン接種が進み、飲食店等は消費が少しずつ回復している。また、ワクチン接種等自治体関連の派遣業務が増え、人材派遣は好調である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が3か月連続で、前年比増加となり、新規求人数も増加している。また、有効求人倍率も前年を上回る月が3か月連続している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求職者が希望する中心地の事務案件は乏しく、派遣求人数も新型コロナウイルス関連の求人以外は厳しい状況が続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・学生の就職先決定状況は文系と理系で差がある。学科にもよるが理系であれば8割は決まっているが、それに対して文系は5～6割程度で厳しい状況となっている。これはメーカーの採用が増えていることとも関係している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2022年卒業の求人数については、例年とほぼ変わらない状況であり、企業の採用活動も活発に動いており、求人の底堅さを感じられる。また、内定報告者の数も前月より増加している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業種にもよるが、新型コロナウイルスの感染拡大により、事業を廃止する動きが具体化している。
		×	*	*

## 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		-	-	-

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
動向 関連 (沖縄)		スーパー（販売 企画）	販売量の動き	・緊急事態宣言中で巣籠り需要により販売量が増えている。その影響で3か月前と比べやや良くなっている。
		旅行代理店（マ ネージャー）	それ以外	・緊急事態宣言の延長でどうしようもない。決算書も作成したが、真っ赤で本当にギリギリとなってきた。
		通信会社（営業 担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が長く続いてしまっているが、客も慣れてしまっているのか来客数、販売数共に影響は少ない。
		スーパー（企画 担当）	来客数の動き	・コロナ禍と台風6号の長期にわたる風雨の影響で来客数が減少している。買上点数と客単価が伸長するも、来客数減少をカバーできない。
		コンビニ（店 長）	それ以外	・県内の新型コロナウイルス感染爆発に歯止めが掛からない。
		衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長が発表され、また一段と通りを歩く人が減少したようにみられる。
		住宅販売会社 （代表取締役）	販売量の動き	・建築請負契約の件数及び金額が減少している。
		住宅販売会社 （役員）	来客数の動き	・売買物件及び賃貸物件の内覧希望者が東京、沖縄の緊急事態宣言により減少傾向にある。
	×	商店街（代表 者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染が拡大中で来客も減っており、商店は大変厳しい状況下にある。感染拡大が解決しない限りは厳しい。
	×	一般小売店 〔酒〕（店長）	販売量の動き	・巣籠り用の商品限定でしか売れないので、売上も伸びない。
	×	百貨店（店舗企 画）	販売量の動き	・長引く緊急事態宣言と、台風で物流が止まる追い打ちで、全体的に厳しい状況が続くなか、食料品売場は比較的健闘している。緊急事態宣言下と夏休みの突入で、家で過ごす時間が増えたことにより、日配や加工食品、アルコール類の動きが好調である。
	×	コンビニ（副店 長）	来客数の動き	・今月で緊急事態宣言解除の予定だったが更に40日間程度延長が決定したこと、新型コロナウイルス新規感染者数の増加に伴い来客数が鈍っている。
	×	その他飲食〔居 酒屋〕（経営 者）	それ以外	・緊急事態宣言の延長で、要請に従わず通常営業、酒類提供をする店舗が増えてきている。中堅以上は、ランチや宅配などいろいろなものがきをしているが、持続化給付金、営業補償だけでは赤字は膨れ上がる一方で、ファイナンスは引締めに入って借入れも厳しくなっている。
	×	観光型ホテル （代表取締役）	来客数の動き	・一時は宿泊の予約数が上向きであったが、緊急事態宣言の延長で7～8月のキャンセルが増え続け、更に台風の影響で7月連休の宿泊客がほぼ0になっている。飲食部門は引き続き、緊急事態宣言により、宴会の予約が0の状態が続いている。
	×	観光型ホテル （企画担当）	販売量の動き	・ホテルの4月の販売室数は、前年の緊急事態宣言に伴う半月間の休館の影響もあり、前年比410%増とプラスなのに対し、7月の販売室数は、東京と沖縄の緊急事態宣言の影響もあり、前年比49%減とマイナスに転じている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		食料品製造業 （役員）	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言が延長され、夏休み前だが、量販店を中心に前年の同時期よりは売上が増加している。
		*	*	*
		窯業土石業（取 締役）	受注量や販売量 の動き	・民間工事の見積依頼は前月から横ばい状態で、出荷は減少している。
	×	会計事務所（所 長）	それ以外	・経済面だけではなく、社会全体でのコロナ禍による物心両面におけるダメージが大きくなっている。
×	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・新築及びリフォームの契約が全くなくなっている。	
×	輸送業（経営企 画室）	取引先の様子	・店舗閉店の情報が各社から続々と入ってきている。特に外食チェーン店が多く、長年経営していた店舗の閉店が続いている。また、納品再開を予定しているホテル等でも、緊急事態宣言の延長に伴い、納品が白紙となっている。	
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-
		学校〔専門学 校〕（就職担 当）	採用者数の動き	・県内IT系企業を中心に求人が来ているが、一様に採用人数が例年より多いようにみられる。
	*	*	*	

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 (総務担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大による、飲食業、観光業への影響が大きい。
		求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・3か月前の4月のまん延防止等重点措置発出の時期と比較しても、5月以降の緊急事態宣言による求人数への影響が強く、低迷が長期化している。当初予測していた7月後半の緊急事態宣言解除に向け、ホテル、飲食業、サービス業などの求人再開準備の話もあったが、延長によってその動きは消失した。4～5月に期待していた夏シーズンのスポット的な求人需要は2年連続で見込めない状態となっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・夏に向けての求人の増加幅が例年より鈍い。
		学校[大学] (就職支援担当)	求人数の動き	・緊急事態宣言が延長され、採用活動にもブレーキが掛かっているのか、新卒の求人数が伸び悩んでいる。
	x	-	-	-