

## 1. 景気の現状に対する判断理由等

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種       | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------|-------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連 |         | -           | -      | -  |
| (北海道)          |         | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、来客数が回復している。この傾向は今後も続くことになる。  |
|                |         | スーパー（役員）    | お客様の様子 | ・大雪により買物に行けないこと、3月からの食料品の値上げが報道されていることなどにより、カップ麺、小麦粉、パスタなどのまとめ買いが増加している。   |
|                |         | スーパー（従業員）   | 来客数の動き | ・前年2月はコロナ禍の影響による売上増加が継続していたが、前年3月以降はその反動で売上の前年割れが続いていた。今年2月は、新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に増加したことで、内食傾向が再び強まり、前年を上回る売上となっている。  |
|                |         | 旅行代理店（従業員）  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴ってまん延防止等重点措置が適用され、冬季の大型イベントが中止になったことなどから、観光を始めとした2月の航空需要は大きく減少した。また、記録的な大雪により、航空や鉄道などの輸送機関の欠航、運休が多発したことも人の動きを抑制した。ただ、新規感染者数が徐々に落ち着いてきたことから、ビジネス需要及び観光需要は回復傾向に転じている。 |
|                |         | 通信会社（企画担当）  | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されているにもかかわらず、大型商業施設などにおける通信機器の出張販売への来客数が伸びている。ただし、直近の大雪の影響による機会ロスが生じているほか、競合他社の販促費増額に伴って消耗戦が激化しており、それらの影響が今後に向けての不安要素となっている。   |
|                |         | 商店街（代表者）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染対策に伴う自粛の影響で外出を控える人が多く、人出が回復してこない。  |
|                |         | 商店街（代表者）    | お客様の様子 | ・客の反応がこれまでと変わらない。  |
|                |         | 商店街（代表者）    | 来客数の動き | ・来街者は依然として少ないまま推移している。燃料価格が高騰していること、新型コロナウイルス新規感染者数の増加に歯止めが掛からないことから、区域を訪れる客が極限まで減少しており、店舗によっては来客のない状態が何日も続いている。物販店のなかには、いつまで営業できるのかという瀬戸際まで追い込まれている店が数店あり、深刻かつ危機的な状況が続いている。               |
|                |         | 百貨店（売場主任）   | 来客数の動き | ・前月からの新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大を受けて来客数が減少していたところに、2月中旬の大雪による交通障害が重なり、来客数が輪を掛けて減っている。  |
|                |         | 百貨店（マネージャー） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の適用により、来客数が減少傾向になっている。来客数の前年比の推移をみると、11月が95%、12月が91%、1月が93%、2月が24日現在で89%となっている。まん延防止等重点措置の解除が予定されている3月7日以降、来客数が増加に転じるようであれば、景気は上向きになる。  |
|                |         | スーパー（店長）    | それ以外   | ・引き続き新型コロナウイルスの影響がみられる。1月にまん延防止等重点措置が適用されてから、来客数が一気に減少した。また、ロシアのウクライナ侵攻の影響で株価が急落し、不安定になっていることもマイナスである。   |
|                |         | スーパー（店長）    | お客様の様子 | ・悪天候の影響を除けば、来客数、客単価共に大きな変動はみられない。ただし、長引く新型コロナウイルスオミクロン株の影響もあって、客の生活防衛意識は高くなっている。衣料品や趣味用品の動きは鈍く、食品が消費行動の中心となっている。   |

| 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  |
|----|---------|------------------------------|--------|---|
|    |         | コンビニ（エリア担当）                  | それ以外   | ・直近の消費行動は上向いているものの、世界情勢が悪い方向に動いていることがマイナスとなっている。ガソリン価格の高騰などもその1つであり、消費行動にも少なからず影響を及ぼしている。そのため、景気が良いとも悪いともどちらとも言えない。 |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                  | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響もあり、前月と比べると振り客が少なかった。ただ、全体としては、前月と同様に販売台数もそれほど減っていないことから、景気は変わっていない。                                   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                  | 販売量の動き | ・新車の納期が遅れていることで車の購入時期がずれてきているのか、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているためなのか、理由は今一つははっきりしないが、来店者の数が少なく、受注が増えてこない。                 |
|    |         | 自動車備品販売店（店長）                 | 来客数の動き | ・来客数が前年比95～100%で推移している。売上も同様の状態である。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                   | それ以外   | ・景気は悪いまま変わっていない。新型コロナウイルス感染拡大の影響もあるが、国や自治体の対応策もたら感強く、改善に向かっている感覚がない。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）                   | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株による急な感染拡大に伴って、まん延防止等重点措置が適用されたことで、人流が抑制されている。   |
|    |         | タクシー運転手                      | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が延長され、夜間の外出が減ったため、これまでの状態を維持せざるを得ない状況となっている。   |
|    |         | 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 | ・2月は悪天候の影響もあって欠航が多かったが、輸送量は前年とほぼ変わらない状態であった。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                  | お客様の様子 | ・コロナ禍のなかではあるが、客の購買意欲は思ったほど低下していない。  |
|    |         | 一般小売店〔土産〕（経営者）               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が全国的にも多くの都道府県で適用されており、それに伴って来客数が減っている。出張はもちろん観光も控えられているため、年末年始の人の動きが良かった頃と比べると約4～5割の人流となっている。            |
|    |         | スーパー（企画担当）                   | 単価の動き  | ・今年に入り、1品単価が上昇傾向にある。商材の値上げが続いていることが大きな要因となっている。生活者は限られた可処分所得のなかで、商材の値上がりだけでなく、エネルギーコストの高騰にも対応しなければならぬため、景気は悪化傾向にある。 |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                  | 来客数の動き | ・天候の問題もあるが、新型コロナウイルスの影響を直に受けている部分があることから、周辺の客の動きが鈍っている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                  | 来客数の動き | ・食品の値上げや原油価格の高騰によって家計に影響が生じていることで、客の買い控えがみられるようになっている。また、まん延防止等重点措置の適用で外出を控えていることも影響している。                           |
|    |         | 家電量販店（経営者）                   | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されてから、来客数及び電話の依頼件数が大幅に減少しており、売上が減少している。   |
|    |         | 家電量販店（店員）                    | 来客数の動き | ・当地では2月後半になって新型コロナウイルスの新規感染者数が非常に増えており、その影響で客足が止まっている。  |
|    |         | その他専門店〔医薬品〕（経営者）             | お客様の様子 | ・長引く新型コロナウイルスの影響もあって、客の来店回数の減少や購入頻度の低下がみられる。国が不急不急の外出自粛を呼び掛けていることの影響も少なくない。   |
|    |         | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）        | 単価の動き  | ・原油価格の高止まりにより、販売量の伸びが鈍化している。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）                | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されたことにより、利用者数が減少しており、売上が伸び悩んでいる。  |
|    |         | タクシー運転手                      | 来客数の動き | ・北海道においてもまん延防止等重点措置が3月6日まで延長され、再度の延長も懸念されるような状況にあることから、来客数が大きく落ち込んでおり、大変厳しい状態に陥っている。                                |

| 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   |
|----|---------|----------------|--------|--|
|    |         | 観光名所（従業員）      | 来客数の動き | ・現在、まん延防止等重点措置が適用されていることで、当社も営業施設を時間短縮で営業している。また、このところ暴風雪が相次いでいることで、交通機関の運休や減便がみられるほか、道路状況も悪くなっていることから、客足がかなり鈍っている。  |
|    |         | 美容室（経営者）       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大に加えて、ひと月に2度の記録的な大雪の影響で人出がなくなった。二重のマイナス要因により、来客数及び売上が落ち込んでいる。2月の売上は例年の70%程度にとどまっている。   |
|    |         | 美容室（経営者）       | 販売量の動き | ・2月の売上はここ数年での最低を記録した。客の来店控えが影響している。  |
|    |         | 美容室（経営者）       | それ以外   | ・新型コロナウイルスの感染者が低年齢化していることで、その親世代の外出や仕事にもかなりの影響が出てきている。   |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）    | 販売量の動き | ・北海道を襲った大雪の影響で店舗の来客数が著しく減っている。今後がどうなるかも分からないような状況である。  |
|    | ×       | 商店街（代表者）       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの第6波の影響で定番の冬のイベントが急きょオンラインによる無観客開催となったほか、まん延防止等重点措置の適用に伴って自治体の宿泊補助支援事業も中止となったことから、期待していた2月の大きな売上がなくなった。また、例年にない大雪に見舞われ、全ての交通機関が麻痺した影響もあり、商業にとっては最悪の状態となっている。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）       | 販売量の動き | ・燃料費や原材料費の高騰がかなり痛い。また、大雪の影響も大きい。全ての動きが悪すぎである。  |
|    | ×       | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・正月休みと成人式をきっかけに新型コロナウイルスの第6波が拡大していたところに、大雪で交通が停滞したことでどん底に落ちた。新型コロナウイルス発生前の2019年度と売上を比べると20.4%まで落ち込んでいる。  |
|    | ×       | 一般小売店〔酒〕（経営者）  | それ以外   | ・まん延防止等重点措置の適用と期間延長に伴い、客先のほぼ全てが営業休止となっており、当社の売上も3か月前と比べて85%の減少となっている。  |
|    | ×       | 百貨店（営業販売担当）    | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用された1月末から来客数が20%近くダウンしている。近郊エリアで感染が拡大していることもあり、特に年配客の自粛ムードが強まっている。また、催事などで集客しても、衣料品や服飾品の売場への回遊がみられない。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（店長）     | それ以外   | ・外出自粛と大雪の影響で売上が大きく落ち込んでいる。2月の終盤は気温が安定していたこともあり、最低限の数字は確保できたが、流れが非常に悪い。   |
|    | ×       | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・半導体不足や新型コロナウイルス感染拡大の影響による部品供給不足などで工場の生産停止が続いていることで、増販期にもかかわらず売上が見込めない状況となっている。中古車の販売にも大きな影響が出ているほか、サービスの対象台数も減ってきており、非常に厳しい状況になっている。  |
|    | ×       | その他専門店〔造花〕（店長） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスについて収束の見通しが立たないことに加えて、大雪の影響で物流の停滞やイベント自粛などが生じていることで、買い控えの傾向が強まっている。  |
|    | ×       | 高級レストラン（スタッフ）  | 販売量の動き | ・売上が例年の50%を下回っているなど、景気は悪い。昼は悪くなかったが、悪天候の影響で鉄道が全面運休した日は極端に来客数が落ち込んだ。ただ、スタッフの一部も通勤できなくなり、欠勤となったため、経営的には助かった。夜はまん延防止等重点措置の適用に伴って時短営業しているが、予約客も振り客も少なく、ほぼ開店休業状態であった。経営会社の融資や時短営業への支援金があることから、どうにか営業を続けることができていたが、元は税金だと考えるととてもやるせない気持ちになる。 |
|    | ×       | 高級レストラン（スタッフ）  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴ってまん延防止等重点措置が適用されているが、前年の緊急事態宣言期間中以上に新規感染者が増加していることから、観光客はもちろん地元客も外出を控える動きが顕著にみられる。   |

| 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   |
|-----------------------------|----------|--------------------------|--|--|
|                             | ×        | スナック（経営者）                | それ以外   | ・2月はまん延防止等重点措置が適用されたため、営業を休止している。飲食店によっては営業している店もあるが、大変苦労していると聞いている。   |
|                             | ×        | 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の期間延長に伴って、予約のキャンセルが相次ぐなど、集客が減少している。エネルギー価格の高騰なども複層的に発生しており、なすすべもない状況にある。  |
|                             | ×        | 観光型ホテル（スタッフ）             | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴いキャンセルが頻発した。回復のめどが立たない状況となっている。   |
|                             | ×        | 旅行代理店（従業員）               | 販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の流行により、観光や商業施設の人流が減少している。道外からの観光客も減少しているが、道内からの人流は観光、商業施設共に激減している。   |
|                             | ×        | タクシー運転手                  | 来客数の動き   | ・2月のタクシーの売上は前年比マイナス10%であり、新型コロナウイルス発生前の前々年と比べるとマイナス50%であった。まん延防止等重点措置が適用されたことに加えて、大雪の影響も大きい。除雪が追いついていないことから、幹線道路が大渋滞しており、生活道路はどこも一車線となり、ふだん30分のところが2時間も掛かるような状況となっている。雪で空港が閉鎖され、鉄道も数日間の全面運休となったことでタクシーの注文につながる動きもみられたものの、需要に十分対応することができなかった。タクシー1台当たりの売上は前年から10%の増加となったが、乗務員の高齢化に伴うドライバー不足もあって、稼働台数が減っており、会社の売上は大きなマイナスとなった。 |
|                             | ×        | タクシー運転手                  | 販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の適用により夜間の人出が壊滅的に減少している。タクシー車両の稼働台数を通常の1割程度に抑えても、運送収入は通常の3割しか得ることができない。また、昼間の運送収入も落ち込んでいる。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) | -        | -                        | -  | -  |
|                             |          | 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   | ・大雪対策のためのレンタル需要も含まれるが、引き続き売上が前年を5%程度上回って推移している。  |
|                             |          | 建設業（役員）                  | 受注量や販売量の動き   | ・年度末を控え、多くの現場が完工を迎えている。記録的な大雪や新型コロナウイルス感染の第6波はあったが、直接大きな影響を受けることなく、工期短縮と追加工事で計画を上回る利益を確保できている状況に変わりはみられない。   |
|                             |          | 輸送業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・トレーラーの輸送台数が例年の1割減程度となっており、回復傾向が続かない。商材別に動きをみると、紙パルプ関連、生乳、飲料関連が伸び悩んでいる。一方、バター、砂糖、脱脂粉乳などは相変わらず保管水準の高い状況が続いている。  |
|                             |          | 食料品製造業（従業員）              | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前と比べて売上が減っている。   |
|                             |          | 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感染拡大の影響がみられる。  |
|                             |          | 建設業（従業員）                 | 取引先の様子   | ・業界の高齢化の影響が出始めている。以前から問題視されていたものの、技術者不足に伴って単価上昇につながっているケースや断られるケースが生じ始めており、予定どおりに工事をできない状況が起こりつつある。  |
|                             |          | 輸送業（支店長）                 | 受注価格や販売価格の動き   | ・原油価格の上昇が経費に少しずつ悪影響を及ぼし始めている。  |
|                             |          | 通信業（営業担当）                | 取引先の様子   | ・新型コロナウイルスの収束が遅れ気味なことに加えて、ウクライナ情勢への懸念もあり、道内の景況感に与える影響が大きな観光、飲食、小売業を中心に、取引先から景気減速や投資計画の縮小、取りやめなどの話が増えている。また、当社の本業である足元のIT投資も半導体不足の影響を受けて遅れが生じている。   |
|                             | 金融業（従業員） | 取引先の様子                   | ・道内におけるまん延防止等重点措置の期間延長やエネルギー価格の上昇が、個人消費の下押し要因となっており、特に宿泊、飲食などのサービス消費に厳しさがみられる。このため、道内景気はコロナ禍が沈静化していた3か月前と比べて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   |
|-------------------|---------|--------------------------------|------------|--|
|                   |         | 司法書士                           | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルス第6波の感染拡大に伴ってまん延防止等重点措置が適用されていることで、全ての経済活動の動きが鈍くなっており、景気低迷の兆しが現れている。また、大雪に見舞われたことで交通に支障が出たこともマイナスである。例年、冬期間は不動産取引が減少する傾向にあるため、2重3重に影響が生じており、経済活動が減少している。                            |
|                   |         | 司法書士                           | 取引先の様子     | ・以前までは新型コロナウイルスオミクロン株などの直接的な影響によって業績が悪くなるが多かったが、現在は部品や材料の不足、物流の停滞、価格高騰などが要因となって景気が悪化している。  |
|                   |         | その他非製造業<br>[鋼材卸売]<br>(従業員)     | 受注量や販売量の動き | ・半導体など、多品種で供給不足の影響が出てきている。製品や部品が手配できないことで少しずつ売上にも影響が出始めている。  |
|                   | x       | その他サービス業<br>[建設機械リース]<br>(支店長) | 取引先の様子     | ・燃料の価格高騰、原材料の価格高騰、人手不足など、マイナス要因が多くみられる。  |
| 雇用<br>関連<br>(北海道) |         | -                              | -          | -  |
|                   |         | 求人情報誌製作会社(編集者)                 | 求職者数の動き    | ・ほとんど全ての業界で前年を上回る求人件数がみられる。特に建設、運輸、生活関連サービスなどが大幅に増加している。求職者の動きも活発になってきており、転職市場に活気が出ている。  |
|                   |         | 職業安定所(職員)                      | 求人数の動き     | ・当地における1月の有効求人倍率は0.86倍であり、3か月前と比べると0.02ポイント下回っている。   |
|                   |         | 学校[大学]<br>(就職担当)               | 求人数の動き     | ・2月22日、24～25日と学内企業説明会を開催し、100社ほどの採用担当者を招いたが、どの企業も新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつあり、早めに新卒者を囲い込みたいという意欲が強い。企業が先行きを見通して新卒採用活動を行っていることを考えると、一般市民の景気感とは温度差があるかもしれないが、景況感は上向いている。                             |
|                   |         | 人材派遣会社<br>(社員)                 | 求人数の動き     | ・求人ニーズは相変わらず堅調に推移している。特に営業職へのニーズは業界問わず増加傾向にある。最近では建設業界からの営業求人の問合せが多いことも目立っている。建設業界が動き出すと、他業界への波及効果も期待できるため、景気がやや回復しているようにもみえる。販売や観光以外の業界においては、新型コロナウイルスの影響がないわけではないが、感染状況を織り込んだ上で業績確保に動いている。 |
|                   |         | 求人情報誌製作会社(編集者)                 | 求人数の動き     | ・建設業や運輸業、不動産業など、求人数が増えている業種もあるが、飲食業や宿泊業など、まん延防止等重点措置の影響を受けている業種では求人数が減っている。新型コロナウイルスの新規感染者数の増減により一進一退の状態が続いている。  |
|                   |         | 職業安定所(職員)                      | 周辺企業の様子    | ・3か月前と比べて目立った大きな動きはみられない。求職者数については有効求職者数が高止まりしており、求人数については人手不足分野であれば常時求人が出ている。有効求人倍率も0.97～0.98倍を行ったり来たりしている。ただ、新型コロナウイルスの影響を受けている業種が非常に苦しんでいるという構図は余り変わっていない。                                |
|                   |         | 職業安定所(職員)                      | それ以外       | ・1月の新規求職者数は前年から増加しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している状況から、一時的な動きとみられる。  |
|                   |         | 求人情報誌製作会社(編集者)                 | 周辺企業の様子    | ・まん延防止等重点措置の影響で飲食、レジャー、観光、商品購買などへの意欲が落ちてしまった。コロナ禍後を見据えた大手企業による新規出店も一部で見られるが、地域全体に与える効果は限定的なものにとどまる。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------|-------|----------------|
|    | x       | -     | -     | -              |

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|---------|-----------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(東北) |         | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・来客数は相変わらず減少気味だが、1人当たりの販売量の動きが良い。新型コロナウイルスの影響もあり、消毒や検査キットの類がよく動いており、そこがプラスに働いている。  |
|                            |         | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き | ・1月末から2月中旬頃までは新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、前年と比べても厳しい状況が続いていた。しかし、新規感染者数が横ばいになってきたことや、前年、前々年は中止になった高校の卒業式、大学の入学式などが今年は開催予定であることから、その分来客数が伸びている状況である。                    |
|                            |         | 乗用車販売店（従業員）     | 販売量の動き | ・当店の自動車販売数は3か月前の1.5倍ほどになっており、景気は上向いている。  |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 単価の動き  | ・来客数は微減が続いているが、単価がカバーし、結果、販売増加につながっている。  |
|                            |         | 乗用車販売店（従業員）     | 販売量の動き | ・年末の追い込みにより受注は増加したが、売上は納期の遅れがありここ数年と大差ない。しかし、これからの需要期に向け徐々に商談は増えてきている。   |
|                            |         | 乗用車販売店（店長）      | 販売量の動き | ・新車の販売台数が前年水準まで戻り、当月の新車関連の収益が大きく改善している。客への納車も進んでいるため、保管している新車台数は大幅に増えてきた。  |
|                            |         | 住関連専門店（経営者）     | 販売量の動き | ・コロナ禍ではあるが今月は比較的来客数が多く、低額品ではあるが販売数が伸び、やや景気を押し上げている。  |
|                            |         | 一般小売店〔酒〕（経営者）   | 販売量の動き | ・当地は雪の日が多く出歩くことが大変だったが、前年よりは売上が良くなっている。  |
|                            |         | 一般小売店〔寝具〕（経営者）  | 販売量の動き | ・当地でも新型コロナウイルス感染が拡大しており、なかなか客先回りができずにいる。相変わらず厳しい。  |
|                            |         | スーパー（経営者）       | 単価の動き  | ・2月は取引先各社の商品の製造原価が上がっているなか、仕入価格上昇分の価格転嫁を進めているが、小売の1品平均購買価格は前年並みで推移しており、客の購入品が低価格品に移行していることが見て取れる。また、買上点数の前年比も前月から変わりはなく、買い控えはさほどみられない。価格には敏感になっているが、消費の傾向は変わっていない。 |
|                            |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き | ・当店の飲食店部門は売上前期比で78%と落としているが、店全体としては107%の推移である。来客数は105%と少し下がっている。内容としては客単価で103.5%、買上点数101.7%、1品単価101.7%と内容は悪くない。  |
|                            |         | スーパー（営業担当）      | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大によって来客数が前年を下回り、販売点数の伸長で売上をカバーしていたが、点数の伸びが鈍化し客単価が厳しくなっている。結果、売上も前年を下回る状況である。   |
|                            |         | スーパー（営業担当）      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数の増加により、まとめ買い傾向が高まっているが、来客数が増えないことから売上は伸びていない。大雪の影響で出歩けないため内食率は高まっているが、節約志向は強くなっている。  |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・コロナ禍が始まって2年になるが、新型コロナウイルスの影響で少しずつ下がってきた売上が下げ止まりになり、今のところ上向く気配はない。県の非常事態宣言やまん延防止等重点措置があり、土日祝日や週末に客が動かないため、かなり厳しくなっている。   |
|                            |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大のため人の動きが止まっており、景気は余り変わっていない。  |
|                            |         | コンビニ（エリア担当）     | 来客数の動き | ・外的環境も変わっていないため、秋冬にかけての来客数に変化はない。  |

| 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  |
|----|---------|-----------------------------|--------|---|
|    |         | 衣料品専門店<br>(経営者)             | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数が年齢に関係なく多発している現状で、学級閉鎖や学年閉鎖等が続いている。そのため、親も大変な状況で外出を控えており、店舗も閑散としている。酒は宴会等が全くなく売上がゼロに近い。                              |
|    |         | 衣料品専門店<br>(店長)              | 来客数の動き | ・当県でも新型コロナウイルスのクラスター発生により新規感染者数が増加している。外出自粛により来客数に影響が出ている。  |
|    |         | 乗用車販売店<br>(従業員)             | 販売量の動き | ・決算時期が近づいているが、なかなか個人の消費が伸びない。   |
|    |         | 乗用車販売店<br>(従業員)             | 販売量の動き | ・初売りにより受注は一時的に好調であったが、製造が思うようには稼働しておらず、相変わらず配車遅れがある。登録に結び付かず、売上が思うようには伸びていない。   |
|    |         | その他専門店<br>[白衣・ユニフォーム](営業担当) | 販売量の動き | ・飲食店・観光業の客からの注文は相変わらずない。特に飲食店は廃業の知らせが多く聞こえるようになった。このまま衰退していくことを心配している。観光業もまだまだ厳しい状況に変わりなく、制服まで金が回らないのが現実である。良くなることを期待して待っている状況である。          |
|    |         | 観光型ホテル<br>(スタッフ)            | 来客数の動き | ・ガソリン価格の高騰など、景気が上向く要因が少なすぎる。  |
|    |         | 旅行代理店(従業員)                  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株によるまん延防止等重点措置の延長により、個人は新規申込みが止まった状態が継続し、団体は小グループも含めて案件なしの状態が継続しており、販売額では前月と同程度にとどまっている。                                     |
|    |         | 旅行代理店(従業員)                  | 来客数の動き | ・旅行業につき感染者数動向と需要動向が関連する。1月から減少傾向にあるもののまだ横ばいであり、改善しているとは言い難い。ただし、過去のまん延防止等重点措置の適用期間と比較すると、手堅い人流があるため多少良い状況ではある。                              |
|    |         | 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ダメージの影響は、第5波に比べ第6波では小さくなってきており、景気の変動は感じられない。   |
|    |         | 通信会社(営業担当)                  | お客様の様子 | ・客の購買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 | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置の適用地域の影響を受け、個人消費は冷え切ったままである。個人向けの通信メニューは、テレワークなども落ち着いたため新規加入の動きはほとんどない。在宅利用者が多かった放送サービスも、加入者は微増で解約者が増え始めている。           |
|    |         | 観光名所(職員)                    | 来客数の動き | ・感染状況の変化により、団体のキャンセルが増えている。2～3人の個人客については予約が微増しているものの、団体分の落ち込み分をカバーするには至っていない。県内の感染状況が悪く、外からの振り客がほとんどいない状況である。                               |
|    |         | 住宅販売会社<br>(経営者)             | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響でとにかく人が外に出てこないため、イベント開催しても集客できない。  |
|    |         | その他住宅[リフォーム](従業員)           | 販売量の動き | ・リフォームについては屋外工事は減ったが屋内の増改築工事が増えている。住宅設備機器についてはコンロ、レンジフード交換工事が増えている。   |
|    |         | 商店街(代表者)                    | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数増加による学校休校や高齢者の外出自粛等の影響により、景気はやや悪化している。   |
|    |         | 一般小売店[医薬品](経営者)             | 来客数の動き | ・寒さや新型コロナウイルスの感染拡大により外出を控える人が多く、来客数が減ってきている。一方、来店客についてはまとめ買いが多く、客単価は上がってきているため、売上額トータルで見れば横ばいである。各種の品物が幅広く購入されているわけではなく、一定の品物に対する特需的な売上である。 |
|    |         | 百貨店(売場主任)                   | 来客数の動き | ・商圏内で新型コロナウイルスの新規感染者数が過去にない水準で広がっており、高齢者層を中心に外出を控える人が増えている。   |
|    |         | 百貨店(営業担当)                   | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大で来客数が減少している。県境をまたぐ移動や購買動向にも影響している。   |

| 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   |
|----|---------|------------------------|---------|--|
|    |         | スーパー（店長）               | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルス新規感染者数の推移はまだ落ち着かないものの、前年のような客単価にまでは至らない状態である。買いだめや家庭内食需要が前期ほどではない買物動向である。                  |
|    |         | コンビニ（経営者）              | 来客数の動き  | ・2月初旬の時点では、1月で底打ちしやや上向きに転じたかに思われたが、中旬からの新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大につれて客足が減少している。それにより売上也ダウンし、停滞状態が続いている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）              | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数増加により、来客数が減少している。特に夕夜間の来客数が激減している。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | 来客数の動き  | ・来客数の推移は前年と同様である。年末年始で来客数も戻ってきていたが、1～2月にかけては前年と同様の外出自粛で動きが悪い状況になっている。                                |
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | 販売量の動き  | ・夜間来客数の減少傾向は続いている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）            | それ以外    | ・ロシアとウクライナの問題は先行きが見えず、景気に影響している。   |
|    |         | コンビニ（店長）               | 単価の動き   | ・当店の周辺では来客数の変化がみられない。しかし、コンビニ全体としては、来客数が減少し単価が下がってきているようである。家計が悪化しているためとみている。                        |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）            | お客様の様子  | ・県内の新型コロナウイルス新規感染者数の増加に伴い、来客数、購買数共にダウンしている。日々の売上がかなり厳しい状況である。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）             | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置の適用もあり、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大前の水準まで新規感染者数が落ち着いてこない限り、よほどの理由、目的がなければ衣料品の購入をしようという気になれない。     |
|    |         | 衣料品専門店（総務担当）           | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置による営業時間の短縮もあり、来客数が8掛けの状況で、それに伴い売上也減少している。   |
|    |         | 家電量販店（従業員）             | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響も大きいとみられるが、家族連れで来店する客が極端に少なくなっている。   |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）          | お客様の様子  | ・除排雪業者と観光宿泊飲食業との落差が激しい。  |
|    |         | 住関連専門店（経営者）            | 販売量の動き  | ・受注量の減少により、納品生産量が減少している。   |
|    |         | その他専門店【食品】（経営者）        | 来客数の動き  | ・3か月前は新型コロナウイルスも徐々に落ち着くだろうとの希望があったが、今は最悪状態である。まん延防止等重点措置が解除になるも客足は戻らない。飲食宿泊業ばかり手厚い補償があり、小売店はなおざりである。 |
|    |         | その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当） | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用により外出自粛の影響が出ている上に、原油価格の高騰によって買い控えが増加している。一台当たりの給油量が減ってきている。                            |
|    |         | その他小売【ショッピングセンター】（統括）  | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響はいまだ衰えず、全体的に来客数と客単価が伸び悩んでいる。  |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）          | 来客数の動き  | ・予約数も減り、キャンセルも相次いでおり状況は悪い。宿泊、出張がほとんどない。  |
|    |         | 観光型旅館（経営者）             | 来客数の動き  | ・新規感染者数が多い。また、濃厚接触者になっての自宅待機者数も今までの比ではないため、手控えが感じられる。  |
|    |         | タクシー運転手                | 競争相手の様子 | ・個人タクシーのドライバーや他社ドライバーと話をして、新型コロナウイルスの影響は一時期落ち着いたかと思われたが、現在、やはり全く良くなっていないということである。                    |
|    |         | タクシー運転手                | 来客数の動き  | ・1日の乗車回数を11月と比較すると5%程度減少している。3回目のワクチン接種を終えても、新型コロナウイルスオミクロン株の感染から逃れるために外出控えが激しいのが現実である。              |
|    |         | 通信会社（営業担当）             | お客様の様子  | ・景気は下降気味である。新型コロナウイルスの感染拡大にウクライナ情勢が加わり、燃料の価格高騰、物価の上昇、賃上げなしなど先行きに不透明感がある。元気になる要因が見当たらない。              |



| 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   |
|----|---------|-----------------------|---------|--|
|    |         | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子  | ・ガソリン価格高騰、新型コロナウイルス感染症が収まらず動きが鈍い。  |
|    |         | 遊園地（経営者）              | それ以外    | ・現在冬季休園中であるが、団体の予約はそれなりに入っている。しかし新型コロナウイルスの感染状況で中止となることも十分考えられる。   |
|    |         | 競艇場（職員）               | 来客数の動き  | ・大雪が続いたことが大きく影響している。   |
|    |         | 美容室（経営者）              | 単価の動き   | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、できるだけ早く店から出たいという理由でパーマ、カラーが減っている。  |
|    |         | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）  | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の流行による行動制限が顕著である。特に飲食店では来客数が激減し、売上が10分の1になっている店もある。地方でも身近なところでクラスターが発生しており、感染者や濃厚接触者のため出勤できない社員も目立つ。               |
|    |         | 設計事務所（経営者）            | それ以外    | ・資材の高騰や品薄による発注時期の見直し、工期の遅延等が発生しており、新規案件に取り組めない状況があるため効率が良くない。  |
|    |         | その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員） | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響から来場組数は減少傾向にあるが、大きくは下がっていない状況が続いている。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）              | それ以外    | ・新型コロナウイルスに加え、ロシアのウクライナ侵攻が心理的に響いていて、消費が止まりかなりひどい状態になっている。  |
|    | ×       | 商店街（代表者）              | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス、値上げ、戦争と生活の不安感が拭えない。   |
|    | ×       | 一般小売店〔書籍〕（経営者）        | 販売量の動き  | ・児童書や自己啓発本といった好調なジャンルもあるが、全体的に低調で推移している。   |
|    | ×       | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）       | 来客数の動き  | ・来客数は3か月前の3分の1になっている。2月は新型コロナウイルスの感染拡大が収まらず、サラリーマンは会社から繁華街への歩道を禁止されているということが大勢の客が言っている。  |
|    | ×       | 一般小売店〔酒〕（経営者）         | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用により、夜の飲食店のほぼ全てが休業している。辛うじて営業を存続させた客先に関しても、酒類の提供が大きく制限されたことにより販売量がほぼゼロに近い。  |
|    | ×       | 百貨店（買付担当）             | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株新規感染者数が日を追うごとに増加し、比例するように来客数が減少したほか、購買意欲も明らかに低下している。以前の買い控えの状況時と似てきている。  |
|    | ×       | 百貨店（経営者）              | 来客数の動き  | ・高額商品の好調な推移、近場消費傾向、夕方からの来客数大幅減少など、コロナ禍での特徴的な消費動向が顕著に出ている。ただし、来客数の減少幅は第5波のときほどではない。   |
|    | ×       | スーパー（経営者）             | お客様の様子  | ・ガソリン価格、灯油価格が高止まりをしており、食品の値上がりも止まることを知らず、消費者は生活防衛型消費にならざるを得ない状況が続いている。   |
|    | ×       | コンビニ（経営者）             | それ以外    | ・例年以上の除雪代に加えて、新型コロナウイルスオミクロン株と大雪の影響による来客数の減少、売上の低下、人手不足等、悪い要素がそろっており、本当に地獄である。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（経営者）           | 来客数の動き  | ・天候も悪く雪も多かった上に、新型コロナウイルスオミクロン株の感染も広まり、来客数がひどく落ち込んでいる。2月はいつも忙しくはないが、ここまで静かなのは初めてである。  |
|    | ×       | 家電量販店（店長）             | 販売量の動き  | ・子育て世帯への臨時特別給付の効果もなくなり、新型コロナウイルスの感染も高止まりの状況にあり、ガソリン価格なども高くなっていることから、客の消費行動がやや慎重になってきている。買換えの家電製品も単価の高いものからやや現実的な価格に抑えられてきている状況である。 |
|    | ×       | その他専門店〔酒〕（経営者）        | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用で完全に動きが止まっている。地元でも量販店・スーパーの動きがかなりなくなっており、お手上げの状態である。   |
|    | ×       | その他専門店〔靴〕（従業員）        | 販売量の動き  | ・学校でクラスターが発生しており、来客数が大きく減少している。  |
|    | ×       | 高級レストラン（経営者）          | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの感染が全く収束しないので、業界が危機にひんしている。  |

| 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   |
|----------------------------|---------|--------------------------|------------------|--|
|                            | ×       | 一般レストラン（経営者）             | 来客数の動き           | ・これまで何度も感染が拡大し客が来なくなるという状況があったなか、今月は北京オリンピックのせいもあったかもしれないが、来客数がこれまでで最も少なくなっている。まん延防止等重点措置が適用になっていないにもかかわらずここまで客が来ていないということで、本当に手の打ちようがない状況である。 |
|                            | ×       | 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オミクロン株の新規感染者数がまた増えてきた。まん延防止等重点措置の適用地域ではないが、毎日600～700人の新規感染者が出ているため、夜の飲食街には客が訪れない。  |
|                            | ×       | 一般レストラン（経営者）             | 来客数の動き           | ・県から感染リスクの高い場所への外出自粛や、県独自で実施している食事券の使用延期を要請されているため、客がほとんど来ない状況になっている。  |
|                            | ×       | 一般レストラン（経営者）             | お客様の様子           | ・エリア内でも月初めからまん延防止等重点措置が適用になり、適用前まで来店があった常連の足も止まっている。月末には解除になったが感染防止の意識をキープしたままであり、不要不急の外出や夜は特に外出しないようである。                                      |
|                            | ×       | 観光型ホテル（スタッフ）             | 来客数の動き           | ・新型コロナウイルス新規感染者数が依然減少しないので、先々の予約が鈍い。修学旅行のキャンセルも多くなっている。  |
|                            | ×       | 観光型旅館（スタッフ）              | 来客数の動き           | ・当県で初めてまん延防止等重点措置が適用され、該当地域になった。必然的に客は少なくなり、週末のみの営業にしてもピーク時の3分の1になっている。  |
|                            | ×       | 旅行代理店（従業員）               | 販売量の動き           | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大で県民割もストップしてしまったため、旅行の申込みは止まり、キャンセルが続いている状況である。  |
|                            | ×       | 美容室（経営者）                 | 販売量の動き           | ・前年2月も新型コロナウイルスによるダメージがあったが、更にそれを上回る売上減少になっている。売上は悪かった前年の80～90%になっている。   |
|                            | ×       | 美容室（経営者）                 | 来客数の動き           | ・寒いため来客数が減っている。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東北) |         | *                        | *                | *  |
|                            |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営<br>者） | 受注量や販売量<br>の動き   | ・年度末の仕事やワクチン絡みの仕事が入ってきている。   |
|                            |         | 金属製品製造業<br>（経営者）         | 受注量や販売量<br>の動き   | ・複数の客から増産の要望が出ているが、人員の手配が非常に難しく、要望に対して100%応えられない状況にある。   |
|                            |         | 農林水産業（従<br>業者）           | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・前年の果物農家の販売単価は前々年より2割程度高かったが、春先の強い遅霜で収穫量は1～2割程度減少したので、全体的な収入は例年並みであった。   |
|                            |         | 食料品製造業<br>（経営者）          | 受注量や販売量<br>の動き   | ・新型コロナウイルスの影響でまん延防止等重点措置が出ているところが多いので人の動きが良くなく、連動する形で売上も良くない。  |
|                            |         | 食料品製造業<br>（営業担当）         | 受注量や販売量<br>の動き   | ・販売量が前年比95%となっており、前年割れが続いている。前年販売量をクリアできない状況は3か月前から変わらない。  |
|                            |         | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営<br>者） | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・販売量の減少が下げ止まらず、ただでさえ利益が薄くなってきているところに、原材料の値上げ、エネルギーコスト上昇が追い打ちを掛けている。労働分配、賃金上昇は程遠く、経済実体の回復が実感できていない。   |
|                            |         | 電気機械器具製<br>造業（企画担<br>当）  | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・半導体関連の供給不足が依然続いており、開発・製造は当初予定どおり進捗しているため、大きな変化はない。  |
|                            |         | 輸送用機械器具<br>製造業（経営<br>者）  | 取引先の様子           | ・工場の休業、設備稼働の停止がまだまだ続いており、受注、売上が戻りきっていない。   |
|                            |         | 建設業（従業<br>員）             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・見積案件はあるが成約案件はまだ少ない。また、寒波と大雪の影響で工事の進捗状況は悪い。  |
|                            |         | 建設業（従業<br>員）             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・民間案件などによる一定の受注は確保できている。   |
|                            |         | 輸送業（経営<br>者）             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・会社全体の売上は前年を上回っているが、取引先の回復スピードは業種により2極化傾向が現れてきている。特に当社主要の製造業取引先にまだ回復基調がみられない状況のためか、全体として景気の良さは感じられない。  |
|                            |         | 通信業（営業担<br>当）            | 取引先の様子           | ・客の反応は冷え込んだままだが、業種によっては少しずつ明るい兆しが見え始めてきた。  |

| 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  |
|--------------|---------|-----------------------|------------|---|
|              |         | 経営コンサルタント             | それ以外       | ・ウイズコロナの生活様式が、消費抑制の定着化に向かっている印象を受ける。  |
|              |         | その他企業〔企画業〕（経営者）       | それ以外       | ・当地の温泉街宿泊施設の宿泊客の少なさに変わりはない。冬期間の湯治客も若干ではあるが減少気味である。さらに、定期の旅館者の姿も少なくなってきている。  |
|              |         | 窯業・土石製品製造業（役員）        | 受注量や販売量の動き | ・需要減少に加え、原材料の値上げや燃料の価格高騰により経営状況が悪化している。   |
|              |         | 電気機械器具製造業（営業担当）       | 取引先の様子     | ・既契約案件において工事進捗に伴う仕様変更に関し、追加費用分の価格交渉を実施している。しかし、取引先における経営数値が、ここ数か月で悪化傾向にあり、過去よりも厳しい価格評価の提示を受けている。  |
|              |         | 金融業（広報担当）             | 取引先の様子     | ・年末以降、新型コロナウイルス第6波の影響が観光宿泊業を主体に顕在化している。飲食業は酒類提供時間帯の営業が打撃を受けている。また、燃油コストの長い高止まりは運輸・製造業にとっての重しとなっている。   |
|              |         | 広告業協会（役員）             | 受注量や販売量の動き | ・感染拡大が収まらない状況で、販促活動を取りやめる企業も増えており、広告の受注量全体は明らかに減っている。   |
|              |         | 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。新型コロナウイルスの感染拡大により消費者が活動を自粛しているため、小売やサービス業、飲食業の売上が再度低下してきている。これにより業績も悪化しており、景気はやや悪化傾向にある。建設業などは一定程度の業績を確保しており影響はない。                 |
|              |         | コピーサービス業（従業員）         | 受注量や販売量の動き | ・前月同様、メイン商材の入荷が遅れており、受注はある程度たまっていくが計上できない状態が続いている。  |
|              |         | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前年と比べ、物量で約5%、販売量で約4%落ちている。競争が非常に激しいということもあるが、テリトリーのなかで少子高齢化が進んでいることもあって景気の状態が余り良くない。   |
|              | ×       | 農林水産業（従業者）            | それ以外       | ・昨今の米価下落により、今春以降の稲作を断念する農家が数多く出てきている。   |
|              | ×       | 食料品製造業（製造担当）          | 受注量や販売量の動き | ・年間でも売上が下がる時期ではあるものの、前年同時期よりも思わしくなく、上向く兆候も見当たらない。   |
|              | ×       | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・全国的にまん延防止等重点措置による飲食店の時短要請が出ており、県外向けの出荷が停滞している。   |
| 雇用関連<br>(東北) |         | 人材派遣会社（社員）            | 求人数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株で一時的減退した求人意欲が2月末から若干持ち直してきている。IT関連の技術者は相変わらず人が不足している。また、小売、外食は学生が卒業するシーズンなのでそこに向けての補充があると考え、例年どおり求人意欲は旺盛である。そういったことから上向き基調にあると推察している。 |
|              |         | 人材派遣会社（社員）            | 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を大きく上回る状況である。求人数増加に伴い、採用市況は活況になっている。  |
|              |         | 職業安定所（職員）             | 求人数の動き     | ・3か月前と比較して新規求人数は約300人、有効求人数が約1900人増加している。   |
|              |         | 民間職業紹介機関（職員）          | 周辺企業の様子    | ・人材を求めている企業からの問合せが増えている。  |
|              |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）        | 求人数の動き     | ・求人広告件数に顕著な変動は見受けられないが、その他広告は縮小傾向にある。   |
|              |         | 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新規感染者数が急拡大しており、年度末に予定されていたイベントが軒並み中止・延期になっている。他の広告活動もかなり鈍い状況である。  |
|              |         | 職業安定所（職員）             | 周辺企業の様子    | ・大型商業施設の進出や洋上発電工事など雇用の場が拡大している。   |
|              |         | 職業安定所（職員）             | 求人数の動き     | ・ここ3か月は前年同月比の新規求人数の増加幅に大きな変化はみられない。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------|---------|---|
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き | ・飲食・宿泊業と、それらに関連している食品製造業の倒産、廃業による求職者数が増えている。また、後継者がいない企業においては、長らく新型コロナウイルスの影響や燃料・原材料の価格高騰により、体力があるうちに廃業を決意するケースが出てきている。 |
|    |         | アウトソーシング企業（社員） | それ以外    | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響で会議自体が中止になったりしているため、仕事が減っている。  |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（経営者） | 周辺企業の様子 | ・景気の良い話がどこからも出てこない。   |
|    |         | 学校〔専門学校〕       | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染が、首都圏から遅れて拡大の一途をたどっている。  |
|    | x       | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き  | ・首都圏に比べオーダー数の回復がなく、この状況が2021年度より継続している状況である。  |

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                  | 景気の現状判断 | 業種・職種                | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------------------|---------|----------------------|---------|--|
| 家計動向<br>関連<br>(北関東) |         | -                    | -       | -  |
|                     |         | 自動車備品販売店（経営者）        | 販売量の動き  | ・販売量はやや増えてきている。来客数の動きもやや増加傾向に感じている。  |
|                     |         | 旅行代理店（従業員）           | 販売量の動き  | ・本来の旅行需要が、少しみえてきている。   |
|                     |         | 競輪場（職員）              | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用され、来場者の動向を注視していたが、減少傾向は見られず、まん延防止等重点措置期間中には順調である。  |
|                     |         | 設計事務所（所長）            | 来客数の動き  | ・新たに事業展開する経営者が、動き出しているという印象を受けている。   |
|                     |         | 一般小売店〔精肉〕（経営者）       | お客様の様子  | ・当地では、新型コロナウイルスオミクロン株の感染が不安定な状態で続いているので、外出を控える行動が徹底している。寒波の影響も強く、客の動きは悪い。土日はどうにか動いているが、平日は本当に悪い。                                   |
|                     |         | コンビニ（経営者）            | 販売量の動き  | ・前年比で売上は101%、来客数97%、客単価103%となっている。2月はまん延防止等重点措置の影響も感じている。商材の値上げが客単価を押し上げている要因だが、これが続くとコンビニ客層の多くが、より安い店へと移るのではないかと心配である。また、その兆しもある。 |
|                     |         | 家電量販店（営業担当）          | 販売量の動き  | ・原材料価格の高騰で、製品自体の入荷遅れがあり、計画的な運営に支障が出ている。  |
|                     |         | 乗用車販売店（経営者）          | 販売量の動き  | ・前月と同様、新車や中古車等の売上は25%程度落ち込んでいる。ただし、車検等の整備売上が横ばいなので、赤字への転落は免れている。   |
|                     |         | 住関連専門店（店長）           | それ以外    | ・まん延防止等重点措置が延長になり、全国的にも新型コロナウイルスの感染状況が依然として高止まりしている。そのため景気回復は見込めない。  |
|                     |         | 住関連専門店（仕入担当）         | 販売量の動き  | ・一番大きな要因は食料品、ガソリンや灯油等、燃料費の値上げで、客は無意識の内に防衛本能が働き、買上点数が減少傾向にある。   |
|                     |         | 一般レストラン（経営者）         | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたまま、当市でも、時折クラスターが起こっているため、慎重な人は外食を避けているようである。  |
|                     |         | 旅行代理店（所長）            | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の拡大が止まらず、結局まん延防止等重点措置も延長になっている。元々オフシーズンではあるが、人出は伸びていない。  |
|                     |         | タクシー（経営者）            | お客様の様子  | ・昼の動きは良くなったが、2年前の同月と比べると28%減少している。   |
|                     |         | 通信会社（社員）             | 単価の動き   | ・我々の業界では、資金力を背景に宣伝広告を行っている企業への契約変更が多々発生している。新型コロナウイルスの影響で、家計を見直し、少しでも安いサービスへ移行する客が増えているように感じている。                                   |
|                     |         | 通信会社（局長）             | 販売量の動き  | ・来客数は横ばいだが、家庭内通信環境整備のためのインターネット利用やスマートフォンへの問合せが増加している。   |
|                     |         | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス感染拡大第6波の影響が長引き、経済回復への心配からか、最小限の発注が多く見受けられる。  |

| 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  |
|----|---------|-----------------------|---------|---|
|    |         | 設計事務所（所長）             | 競争相手の様子 | ・まん延防止等重点措置の延長により、飲食やサービス業は低迷している。建設も年度末で需要はあったものの、例年ほどではないようである。   |
|    |         | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業） | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの影響により、住宅や施設のリフォーム、修繕が思いの外、少ない。費用的な経済面のこともあるだろうが、工事関係者を含む部外者が家屋や施設内に立ち入ることを敬遠する傾向が依然としてあるようである。   |
|    |         | 商店街（代表者）              | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大で、高齢者の来店が全くなっている。  |
|    |         | 商店街（代表者）              | それ以外    | ・当市では美術館の企画展イベントで全国から集客がある一方、近県にある支店では、新型コロナウイルス禍の影響で客が激減している。  |
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経営者）        | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で、やや悪くなっている。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）             | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるものの、依然として高い水準を維持している。また、まん延防止等重点措置の延長に伴い、外出自粛が顕著になっている。食料品は比較的堅調なものの、衣料品を中心にその他商材群は軒並み苦戦を強いられている。  |
|    |         | 百貨店（店長）               | 販売量の動き  | ・再びまん延防止等重点措置が適用され、今月上旬までは回復傾向にあったものの、客足、売上共に、減少している。   |
|    |         | スーパー（商品部担当）           | 単価の動き   | ・まん延防止等重点措置が適用されてから、来客数は減少し、客単価の上昇は続いているが、前年を超えるまでには至らない。食品を始め、生活関連の値上げと、家計を締めるとの話題も後押ししている感じがする。   |
|    |         | 衣料品専門店（統括）            | 単価の動き   | ・私どものような祭礼用品を扱う店は、新型コロナウイルス対応で、大変な2年間だった。祭りやイベントが中止になり、普段使用する物ではないので、ほとんど販売できない状態が続いており、最悪である。  |
|    |         | 衣料品専門店（販売担当）          | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響で、まん延防止等重点措置の適用になってしまったからは、人出が極端に悪い。悪い状況がずっと続いている。当店の顧客は高齢者がほとんどだが、自己防衛に走っているようで、本当に人が出てこない。何とも言葉も出ないくらい悪い。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）           | 販売量の動き  | ・依然として受注残が減少している。   |
|    |         | 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ているので、観光客が来てホテルやレストラン関係が潤わないと、売上の的には厳しい。2月は修学旅行、卒業旅行のキャンセルが相次ぎ、大手もだが、中小のホテルは悲鳴を上げている。1週間～10日、客がゼロという日が続くので、どうしようもない状況である。そういったあおりというか、車の売行きや整備在庫台数は、12～1月と比べると、落ち込んでいる。2月はホテル関係がひどい状況である。 |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）          | 来客数の動き  | ・展示会を開催しても、来店客が減少している気がする。車を見てもらっても、商談につながらないことが多い。   |
|    |         | その他専門店〔靴小売業〕（経営者）     | 来客数の動き  | ・今冬は全国的には降雪が多いようだが、北関東エリアでは山間部を除いて降雪量が少ない。また新型コロナウイルスの影響について、今回の感染拡大は子供が多く、家族での外出が一層減少している。感染動向が一番の原因のようである。また、いまだに商材入荷が不明確で先行きがみえない現状である。  |
|    |         | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）   | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響下でも、事業所給食部門は比較的安定して推移してきていたが、ここに来て、特に、幼稚園、保育園で休園等が生じるようになり、食数減少、人員のシフト、食材調達変更等の対応が必要となってきた。今後、業績面への影響が心配される。   |
|    |         | 都市型ホテル（支配人）           | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の延長に伴い、会合等が全てキャンセルになってしまっている。しかし、宿泊は動きがあるため、ホテル全体としてはやや悪くなっているという判断である。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）            | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用中のため、旅行需要はほとんどない。   |

| 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  |
|-----------------|---------|-----------------------|------------|---|
|                 |         | 通信会社（営業担当）            | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置の延長などもあり、前々年と比べて、いまだに来客数は戻っていない。   |
|                 |         | 通信会社（総務担当）            | 販売量の動き     | ・前年同月比で販売量が2割近く減っている。商材の平均単価が上昇し、客の購買意欲にブレーキがかかっている。廉価商材は常に入荷待ちの状態である。  |
|                 |         | 美容室（経営者）              | 来客数の動き     | ・ウクライナ情勢は対岸の火事ではない、足元の尖閣諸島問題にも飛び火することが懸念される。  |
|                 |         | 住宅販売会社（経営者）           | お客様の様子     | ・建築関係では給湯器や便器の納品状況が極めて悪い。土地を求める動きも鈍い。賃貸関係は、移動の時期にもかかわらず、問合せが極端にない。  |
|                 |         | 住宅販売会社（経営者）           | お客様の様子     | ・やはり新型コロナウイルスの影響のせいか、夜の街がさっぱりで、人通りが少なく閑散としている。空き店舗も大分増えている感じで、事務所関係も統合等で撤収が進んでいる。アパート等は、今のところほとんど動きはない。新型コロナウイルスが早く終息しないと経済のダメージは大きいのではないかと。                      |
|                 | ×       | 一般小売店〔土産〕（経営者）        | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況も高止まりが続き、首都圏のまん延防止等重点措置も再延長が見込まれている。依然として、旅行したことを周りに言えないという客が多く、旅行客も少ない。旅行したとしても土産物の購入にはなかなかつながらない。  |
|                 | ×       | スーパー（総務担当）            | 来客数の動き     | ・特に、平日の来客数が減少しており、売上も大きく減少している。   |
|                 | ×       | 家電量販店（店員）             | 販売量の動き     | ・閑散期の2月ではあるが、前年比82%と非常に悪い。構成比の大きいエアコンが同60%、冷蔵庫、洗濯機が同90%と振るわず、耐久消費財の伸びがない。   |
|                 | ×       | 一般レストラン（経営者）          | 来客数の動き     | ・小学校等がオンライン授業になり子供達が家に居るため、一番多い客層である年代が家から出られず、来客数が大きく減っている。また、あらゆる物の値上げで、少しずつ家計をひっ迫させているのも原因ではないか。まん延防止等重点措置が解除されても、いつもどおりに戻るかは不安である。                            |
|                 | ×       | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）     | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置の延長による影響が多である。   |
|                 | ×       | その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）  | 販売量の動き     | ・3～4月から、各メーカーの値上げが増えている。それに伴い、当社の売価も上がると思うので、客が買い控えるのではないかと考えている。   |
|                 | ×       | 都市型ホテル（経営者）           | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの影響による、まん延防止等重点措置期間のため、レストランの集客が激減している。   |
|                 | ×       | 都市型ホテル（総支配人）          | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置の影響もあって、宿泊や料飲部門共に、軒並み予約がキャンセルとなり、1月よりも更に悲惨な状況になっている。   |
|                 | ×       | タクシー運転手               | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大が、一番ひどい状況である。夜は人通りもなく悲惨である。通常なら深夜2時まで営業しているところを深夜1時までの時短営業にしているが、夜9時～1時までで1回も営業できない時が何回かある。新型コロナウイルス前に比べ4割ほどは、落ちている。給料は手取り一桁になっており、ひどい状況である。 |
|                 | ×       | 通信会社（経営者）             | それ以外       | ・円安による仕入コストの増加で、悪くなっている。  |
|                 | ×       | テーマパーク（職員）            | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置が全国的に広がるのと同時に、学生団体や一般観光客が大幅に減少している。  |
| 企業動向関連<br>(北関東) |         | -                     | -          | -   |
|                 |         | 窯業・土石製品製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き | ・商材の注文量が多くなってきている。  |
|                 |         | 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 | ・引き合い、商談件数、受注金額等、いずれも増加している。  |
|                 |         | 窯業・土石製品製造業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き | ・原材料の価格高騰に苦慮している。   |
|                 |         | 電気機械器具製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・受注が減っていて、材料はなかなか入って来ない、更に材料価格は高騰している。売値は変わらないのに、もうどうにもならない状況で、多分当社だけではないと思うが、零細企業はかなり厳しい。  |

| 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   |
|-------------------|---------|-----------------|-------------|--|
|                   |         | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子      | ・取引先の様子は1～2月とほとんど変わりがなく、悪い状況だと思う。  |
|                   |         | 輸送業（営業担当）       | 取引先の様子      | ・今月に入り、新生活用品、白物家電、調理家電、寝具等のインターネット販売向け商材は、前年並みの物量を確保している。しかし、ロシアの侵略による原油高もあり、協力用車費や燃料コストが高騰し、利益は薄くなっている。   |
|                   |         | 不動産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響もあり、人流が抑制されているように感じる。   |
|                   |         | 司法書士            | 受注量や販売量の動き  | ・少し落ち気味だが、何とかまだ、というところである。少し前と比べると落ち込んでいる。   |
|                   |         | 一般機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き  | ・前月に引き続き、自動車の組立ラインが計画どおりに稼働しない。部品の納入ができず、仕掛在庫も大量に抱えており、厳しい状況にある。   |
|                   |         | 不動産業（管理担当）      | 受注量や販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の延長に伴い、取引先が休業を延長したり、新型コロナウイルスの感染状況の悪化により、作業が延期となり、売上が減少している。また、燃料や資材の値上げもあり、利益率が悪化している。   |
|                   |         | 広告代理店（営業担当）     | 取引先の様子      | ・飲食店やホテル等の宴会需要が消滅状態で、かなり厳しい。借入金の返済も始まっているのに、売上が上がらない状態である。   |
|                   |         | 社会保険労務士         | 取引先の様子      | ・行動制限の影響は出ているものの、以前ほどではない。事業主との会話では、材料価格高騰の話題が多い。  |
|                   |         | 建設業（開発担当）       | 受注量や販売量の動き  | ・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、公共工事は順調に推移し、現政権まで順調である。業界としては大変有り難い。ただ、今回のロシアの行動は許し難く、大統領に罰を与えなければならないと思っている。まず第一に、ロシア国民が自助努力で大統領を罰せなければならない。今期の公共工事発注は前年比14%減、当社受注も前期比10%減と厳しい状況である。 |
|                   |         | ×               | 経営コンサルタント   | それ以外   |
| 雇用<br>関連<br>(北関東) |         | -               | -           | -  |
|                   |         | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き      | ・派遣求人が例年並みに増えている。  |
|                   |         | 人材派遣会社（管理担当）    | 求人数の動き      | ・自動車関連の派遣求人が増えている。   |
|                   |         | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子     | ・売上など、現在の状況をいろいろな方に聞いてみると、皆一様に非常に良くないということである。ただ新型コロナウイルスオミクロン株がだんだん収まってきたりという期待感のなかで、まだ最悪な状況ということではないという話も聞かれる。   |
|                   |         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き      | ・製造業では半導体不足による入手困難や組立部材の入荷遅れによる受注の激変がある。また、前年は単籠りやテレワーク需要があったが、今年度は落ち着いているため、求人を控える傾向にある。一方、化学製品卸売業は半導体分野が好調で、ルート配送や営業職等の求人が増加している。  |
|                   |         | 職業安定所（職員）       | 雇用形態の様子     | ・製造業関係で求人は増えているが、今後の新型コロナウイルスの影響を考慮して非正規雇用の募集が増加している。また、雇用調整助成金を活用している事業所からは、これ以上新型コロナウイルスの影響が長引けば、廃業を視野に入れているとの声がある。  |
|                   |         | 学校〔専門学校〕（副校長）   | 周辺企業の様子     | ・関係企業の状態をみると、新型コロナウイルスの影響を受けて、良いところと悪いところが見受けられる。  |
|                   |         | ×               | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き   |

| 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 |
|----|---------|-------|-------|----------------|
|----|---------|-------|-------|----------------|

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<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) |         | *                   | *       | *  |
|                             |         | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当）   | 来客数の動き  | ・寒い日が続いてきたが、月末は急激に暖かくなり、今は来客数が若干増えてきている。そうしたことから、今後は良くなるのではないかと。   |
|                             |         | スーパー（総務担当）          | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの症状が重症化しにくいことが分かり、人が外に出始めている。近くに競合店もオープンしている。  |
|                             |         | コンビニ（商品開発担当）        | 販売量の動き  | ・まだまだ新型コロナウイルス禍は続いているが、頭打ちが見えてきたことにより、客足だけでなく販売量も増えてきている（東京都）。   |
|                             |         | コンビニ（従業員）           | 来客数の動き  | ・来客数が増えている。比較的波が少ない業種かと思うが、好天などでファミリー層の来客数が増えている。  |
|                             |         | 家電量販店（従業員）          | 単価の動き   | ・来客数は伸びていないが、高単価商材は安定して売れている。洗濯機はドラム式、冷蔵庫は大型が好調である。  |
|                             |         | 乗用車販売店（店長）          | 販売量の動き  | ・販売に関しては増加傾向にあるものの、半導体不足で納車できない状況が続いているため、売上が上がらない。  |
|                             |         | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | 販売量の動き  | ・給食、外食を業としているが、喫食数が新型コロナウイルス発生前に比べると若干低下したものの安定してきており、それに沿った業務体制も整ったことから、利益も出始めている（東京都）。   |
|                             |         | タクシー運転手             | それ以外    | ・新型コロナウイルスオミクロン株がまん延して、1日当たり2万人を越す感染者が出て、まん延防止等重点措置が適用され、夜のタクシー需要が再び落ち込んでいる。しかし、自分を含めた個人タクシーは、昨今電子決済とアプリ配車を導入したことが利用客に浸透してきているようで、多少息づいている（東京都）。 |
|                             |         | ゴルフ場（経営者）           | お客様の様子  | ・客の会話の内容が、新型コロナウイルスから景気や桜の開花など明るい内容に変わってきていることから、上向きになっているように感じる。  |
|                             |         | 住宅販売会社（従業員）         | 販売量の動き  | ・今月は当社の決算月でもあり、販売量は目標数字の約100%を達成したが、かなり苦しい内容となっている。そのため、景気はどちらともいえない。3か月前と比べるとやや良くなっている。   |
|                             |         | 商店街（代表者）            | 来客数の動き  | ・月初は少しずつでも上向きになるのではないかとという期待感を持っていたが、新型コロナウイルスの影響で、後半は客の出が本当に良くなってきており、来客数も少し減ってきている。  |
|                             |         | 一般小売店〔米穀〕（経営者）      | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で、業態によっては販売量の動きが止まったままになっている（東京都）。  |
|                             |         | 一般小売店〔傘〕（店長）        | 来客数の動き  | ・商店街でイベントを行っても集客が芳しくない。  |
|                             |         | 一般小売店〔生花〕（店員）       | お客様の様子  | ・来客数が少なく、単価も低い。いろいろ考えてみたが、これはやはり新型コロナウイルスと寒さのためではないか。今必死で頑張っているところである（東京都）。  |
|                             |         | 一般小売店〔茶〕（営業担当）      | 来客数の動き  | ・前年比では来客数、売上共に伸びているが、平常時の値には戻っていない。  |
|                             |         | 一般小売店〔茶〕（営業担当）      | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用中なので、相変わらず販売数は伸びない。何とか現状維持で頑張っているが、仕事は暇である。こんな状況では営業にも回れない（東京都）。   |
|                             |         | 百貨店（売場主任）           | お客様の様子  | ・東京の新型コロナウイルス感染者数増加に伴い来客数の落ち込みがあったが、高齢者を中心に3回目のワクチン接種後の来店率が上がり、週末は家族連れのお客様が戻ってきている。延期していた結婚式を春に行う客も多くみられ、引き出物菓子や御礼品などの相談件数が若干伸長している（東京都）。        |



| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種         | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|---------------|--------|---|
|    |         | 百貨店（総務担当）     | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株による感染は拡大しているものの、食料品を中心とした日用品に対する客の購買行動は落ち着いているように感じる。しかし、外出需要の中心となる婦人服関連の動きは鈍く、日常には戻っていない（東京都）。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）     | 販売量の動き | ・今月好調だった食料品でも、売上は減少しており苦戦している。要因は新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数増加と降雪の影響による来客数、購買客数の減少である。また、今月も値上げ対象品が更に拡大しており、必要な商材を見極めて購入する傾向が見受けられる（東京都）。  |
|    |         | スーパー（販売担当）    | お客様の様子 | ・客の様子を見ていると、広告初日の目玉商品やポイント何倍の日、タイムサービスなど、特典のある時間、曜日などをうまく使って、少しでも安く買物しようという様子が多く見受けられる（東京都）。  |
|    |         | スーパー（経営者）     | 来客数の動き | ・1月と比べると多少売上は良いが、余り変わらない。来客数が減っている分、客単価や買上点数が若干増えている。トータルでは1月よりも2%くらい増えているものの、良い数字ではないので、余り良くない状態が続いている。  |
|    |         | スーパー（店長）      | お客様の様子 | ・来客数や買上点数、単価が軒並み前年を下回っている。客が安くて良い物だけを買ひ、余計な物は買わないことが一番の要因ではないか（東京都）。  |
|    |         | スーパー（店長）      | 販売量の動き | ・気温の低い日が続き、鍋物商材等の動きが良かったことと、新型コロナウイルス禍による内食需要もあってインスタントラーメン等のインスタント食品の売行きも良い。   |
|    |         | 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、単価の上昇がみられない。より安価な物へと志向がシフトしている（東京都）。   |
|    |         | スーパー（総務担当）    | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数がまだまだ多いため、来客数はそれほど伸びていない。食料品に関しては前年を5～6%オーバーしている。衣料品、住まいの品に関しては、前年を上回ってはいるものの、前々年比では大きく落ちたままである。衣料品、住まいの品のゾーン売上を食料品の売上でカバーできていないので、全体として数値的に若干厳しい。 |
|    |         | コンビニ（経営者）     | 来客数の動き | ・良かったり、悪かったりで、かなり変化がある（東京都）。  |
|    |         | コンビニ（経営者）     | 来客数の動き | ・来客数も客単価も3か月前と比べて余り変わっていない。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）   | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により外出を自粛しているため、春物衣料が売れない。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）   | 単価の動き  | ・物価が上昇している。当社でも値上げをして販売しているが、無理な価格で競争を仕掛けてくる会社もあり、思い切って全面的な値上げにかじを切ることはできない。しかし、値上げした商材については売上が減ることもなく販売できていることから、景気が悪いわけではない（東京都）。                                       |
|    |         | 衣料品専門店（役員）    | 販売量の動き | ・3回目のワクチン接種が進み、もう少し来客数が増えると思っていたが、新型コロナウイルスの影響で入客が少ない。  |
|    |         | 家電量販店（店長）     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響や天候による来客数の落ち込みが売上にも影響している。   |
|    |         | 家電量販店（経営企画担当） | 販売量の動き | ・2月に入り、新型コロナウイルスオミクロン株の影響でまん延防止等重点措置の適用が継続する状況下、前年比で販売量が微減している。大きく行動制限が掛かっている状況ではないものの、家族を守るための行動となっており、この状況が今後も続く（東京都）。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）   | 販売量の動き | ・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）   | 販売量の動き | ・新車の納期がまた延びてしまい、客に迷惑を掛けてしまっている。まだしばらくはこの状況が続く。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）  | 販売量の動き | ・前年の実績と比べても変わりはない。  |

| 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   |
|----|---------|-----------------------|--------|--|
|    |         | 乗用車販売店<br>(販売担当)      | 単価の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で外出が減っている。車検はそれとは関係なく時期が来れば実施するので、台数的には大きく落ちてはいないようだが、やはり距離を走らないため、部品の交換件数が減っている。それが結果的に売上に響いており、利益がやや落ちている。そうしたなかで、車検代についても、部品交換件数の減少から安くなっている(東京都)。 |
|    |         | 乗用車販売店<br>(総務担当)      | それ以外   | ・半導体不足の影響が長引き、メーカーの生産が整備できていない。  |
|    |         | 乗用車販売店<br>(営業担当)      | 来客数の動き | ・毎年決算期は通常月と比較すると販売量が増えるが、例年と比較するとそこまで増えていない(東京都)。  |
|    |         | その他専門店<br>[貴金属](統括)   | 販売量の動き | ・販売量は新型コロナウイルス発生前と比較して減少しているが、その減少した状態が続いているため、良くも悪くもなく、変わらない(東京都)。  |
|    |         | その他小売[生鮮魚介卸売]<br>(営業) | お客様の様子 | ・商品単価の値上げや、相変わらず新型コロナウイルスの影響が続いていることで、販売量は横ばいである(東京都)。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)      | それ以外   | ・周辺地域でテナントの入るビルが立て続けに建築されているが、完成後は空室が目立っている(東京都)。  |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)      | 販売量の動き | ・3か月前の11月1~28日までの前年比は、売上76.6%、来客数76.45%である。今月2月1~26日までの前年比は84.7%である。ただし、前年の前年比は売上38.7%、来客数36.9%である(東京都)。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・東京はまん延防止等重点措置の適用中で、大人数では集まれないので、少人数の客がちょこちょこ来ているが、やはり3か月前とは比べてさほど変わらない(東京都)。  |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響が大きく出ている。まん延防止等重点措置も適用されているので仕方ないことだが、外食を控える人が多く、一体いつまで続くのか。感染はしたくないが、商売もこのまま不安定なのかという不安がある(東京都)。  |
|    |         | 旅行代理店(経営者)            | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株が感染拡大しているの、なかなか客が足を運んでくれるような状況ではない。本当に困ったものである。早く終息してほしい。  |
|    |         | 旅行代理店(従業員)            | 販売量の動き | ・海外旅行が難しいなか、せめて国内旅行のGo To Travelキャンペーンを再開してほしい。再開されない限り、旅行業界の経営状況は好転しない(東京都)。  |
|    |         | 旅行代理店(営業担当)           | 販売量の動き | ・まだまだ新型コロナウイルスの影響で商品造成が難しい(東京都)。   |
|    |         | 通信会社(社員)              | お客様の様子 | ・続いていた契約の打ち切りが、今月にはなくなっている。追加の引き合いもあり、一安心である(東京都)。   |
|    |         | 通信会社(社員)              | 販売量の動き | ・MNOの値下げ等の影響もあり、MVNOでの格安スマホの契約者数増加の動きも落ち着いてきている。また、契約が取れても端末転売が目的のためか、短期解約が増えている(東京都)。   |
|    |         | 通信会社(営業担当)            | 単価の動き  | ・固定インターネット、携帯電話を軸とした競合他社との競争が激化しており、単価の安いサービスに流れる傾向が加速している。  |
|    |         | 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 | ・商談の状況に余り変化がなく、足踏み状態である(東京都)。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)            | お客様の様子 | ・当社の場合、対面営業が中心のため、まん延防止等重点措置の影響でアポイントが取れにくいと思っていたが、客の様子をみていると余り影響はなく、通常どおりの営業ができてきている(東京都)。  |
|    |         | 通信会社(経理担当)            | 販売量の動き | ・契約数が増えるきっかけが少ない。値段がタイミングが合えば、何とか契約を成立させたい。  |
|    |         | 通信会社(局長)              | それ以外   | ・ウクライナ情勢が不透明である。   |

| 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   |
|----|---------|---------------------------|--------|--|
|    |         | ゴルフ場（経理担当）                | 来客数の動き | ・関東地方においては、2月は降雪はあったものの影響は限定的で、稼働率は堅調に推移している。一方、まん延防止等重点措置の適用下であり、レストランの運営は深刻な単価下落の状況にある。  |
|    |         | パチンコ店（経営者）                | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が高止まりしており、まん延防止等重点措置が延長されるなか、集客は低い水準で推移している。  |
|    |         | その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（支配人） | お客様の様子 | ・学生の来場は増えているが、肝心の企業コンペが戻ってこない（東京都）。  |
|    |         | その他サービス [ 保険代理店 ]（経営者）    | 販売量の動き | ・全顧客1人当たりの単価が3か月前と比較してほとんど変わらない。販売量も変わらない。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）                | お客様の様子 | ・ひとえに新型コロナウイルスの影響である。新規客を待つとしても大変で、客に電話を掛けるわけにもいかないし、こちらが訪問することもできないという状態が、ここ半年間続いている。少しずつでも新型コロナウイルスの感染者数が減ってきていることは歓迎すべきだが、1日でも早く良くなってほしい。 |
|    |         | 設計事務所（経営者）                | お客様の様子 | ・今のところ前月と全く変わり映えない。  |
|    |         | 設計事務所（所長）                 | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の適用の延長により、客とのコミュニケーションが取れず、動きが全くない（東京都）。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）               | お客様の様子 | ・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。早くGo To Travelが再開されることを期待している。住宅の売行きも良くなく、工事請負業も少ないため、良くない。      |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）               | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍が始まって以来、受注量に大きな増減のない状況が続いている。   |
|    |         | その他住宅 [ 住宅資材 ]（営業）        | 販売量の動き | ・建材需要の繁忙期であるが、例年並みである。特别好調なユーザーもいるが、限定的である（東京都）。   |
|    |         | 一般小売店 [ 和菓子 ]（経営者）        | 単価の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用のなか、ギフトの売行きが落ち込んでおり、客単価が下がっている。  |
|    |         | 一般小売店 [ 家電 ]（経理担当）        | 来客数の動き | ・2月になって極端に客が減っている。しかし、以前に比べると、ただ見に来ているというより買いたい商品を探しているようである。また、新型コロナウイルスと寒さのために外出を控えていることもある。   |
|    |         | 一般小売店 [ 家電 ]（経理担当）        | お客様の様子 | ・補助金を伴う業務用のパッケージエアコンの交換や、マンションの防犯カメラの取付けといった依頼はあるが、一般ユーザーからの注文は白物家電、それほど大きくないテレビなどである。いろいろな物の値上げの影響ではないか。                                    |
|    |         | 一般小売店 [ 印章 ]（経営者）         | 来客数の動き | ・非常に厳しい状況のなかで、北京オリンピックが開催されたが、大した変化はない。つい最近始まったロシアのウクライナ侵攻は直接日本には関係ないと思うが、客が余り街中を歩いていない感じがする。  |
|    |         | 一般小売店 [ 文房具 ]（経営者）        | 来客数の動き | ・東京都のまん延防止等重点措置が延長されてから、会計伝票等の業務用品を購入してくれていた飲食店の客の足が遠のいてしまっている。また、近隣小中学校が新型コロナウイルスによる学級閉鎖でリモート授業になったことから、学童用品の売上も減少している（東京都）。                |
|    |         | 一般小売店 [ 酒類 ]（経営者）         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の適用が延長になり、飲食店への酒の配達も細まっている。   |
|    |         | 一般小売店 [ 眼鏡 ]（経営者）         | 来客数の動き | ・1月以降の新型コロナウイルスオミクロン株感染者数の増加に伴い、来客数が激減している。  |
|    |         | 一般小売店 [ 書店 ]（営業担当）        | 販売量の動き | ・例年に比べて年度末にかけての受注量が停滞し、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動制限が長引くなかでの影響が出ている（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（総務担当）                 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響から、来客数が大幅に落ち込み、気温低下が続くなかで春物衣料が動かず、厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 百貨店（総務担当）                 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大によって、来客数が減少している（東京都）。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------------------|--------|---|
|    |         | 百貨店（広報担当）                | 来客数の動き | ・年末と比較すると新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大が顕著になり、外出自粛のマインドが高まっている。高付加価値商材を求める消費の堅調さは変わらないものの、ある程度の来客数が前提となる一般の中間層顧客の購買の勢いは確実に落ちてきている（東京都）。 |
|    |         | 百貨店（営業担当）                | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、年明け以降、都心店舗の来客数が減少している（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）                | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、先行きが不透明である。明らかに客の購買動向が鈍っている（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）              | 来客数の動き | ・年末にかけては回復傾向にあったが、前月後半からの新型コロナウイルス感染第6波により、状況は悪化に転じている（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）              | それ以外   | ・1月中旬までは来客数が回復し、売上も伸長していたものの、新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数増加により1月21日からまん延防止等重点措置が適用され、更に3月6日まで延長となったことが影響し、来客数、売上共に減少している。             |
|    |         | 百貨店（経営企画担当）              | 来客数の動き | ・1月中旬から新型コロナウイルス感染者数が急増したことに伴い、厳しい状況が続いている。現在、感染者数は減少傾向にあるが、高齢者、子供の感染者数は高止まりしており、外出制限が継続している。来街者、来店者の増加を見込めない状況となっている（東京都）。   |
|    |         | 百貨店（企画宣伝担当）              | 販売量の動き | ・必需品以外の購買が少ない。  |
|    |         | 百貨店（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り来客数が落ち込んだが、若干持ち直しの傾向がみられる。食料品は引き続き好調だが、衣料品は厳しい（東京都）。  |
|    |         | スーパー（営業担当）               | 単価の動き  | ・来客数は横ばいながら、必要最低限の買物のみであるため、販売量だけでなく買上単価が落ち込んできている（東京都）。  |
|    |         | スーパー（仕入担当）               | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用により、在宅率がまた上がり、客単価が5%ほど上がっている。特に、節分の恵方巻の動向は2けたの伸長となった。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                | お客様の様子 | ・夜間、深夜時間帯の来客数が減少している。さらに、アルバイトが集まらず、厳しい状況が続いている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き | ・イベントの中止により来客数が減少している。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                | お客様の様子 | ・土日の天候が良いとまあまあだが、トータルで1か月分の数字を出すと前年を割っている。来客数、単価、買上点数いずれも減っている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の適用の影響で、来客数が減っている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）              | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴い、まん延防止等重点措置が適用されたことで、回復基調にあった夕方～夜間の繁華街の売上が鈍化している。外出を控えたことで郊外店舗の売上も鈍化傾向にある（東京都）。                       |
|    |         | 衣料品専門店（従業員）              | 来客数の動き | ・来客数がやや減っている。   |
|    |         | 家電量販店（店長）                | 販売量の動き | ・製造メーカーでの生産遅れによって、一部の商材で入荷遅れが増えている（東京都）。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）              | お客様の様子 | ・外出することに対する不安感が感じ取れる。   |
|    |         | 乗用車販売店（店長代行）             | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの収束が見えてくるまでは現状のまま変わらない（東京都）。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）             | お客様の様子 | ・新規客がなかなか来なくなった（東京都）。   |
|    |         | 住関連専門店（統括）               | 来客数の動き | ・来客数は通常に比べて半分以下に落ち込んでいる。それに伴い、売上もやはり半分以下に落ち込んでいる。   |
|    |         | その他専門店<br>[ドラッグストア]（経営者） | 販売量の動き | ・大きな販促を仕掛けているが、以前に比べて購買点数が減っている。財布のひもが更に固くなっている。  |

| 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   |
|----|---------|-----------------------------|---------|--|
|    |         | その他専門店<br>[ガソリンスタンド] (団体役員) | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響に加え、原油価格の高騰に伴う販売量減少が継続している (東京都)。   |
|    |         | その他小売<br>[ショッピングセンター] (統括)  | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動自粛に加え、各種値上げの報道により、購買マインドが低下傾向にあるのではないかと (東京都)。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)            | 単価の動き   | ・新型コロナウイルスの影響で時短営業になっているので、客が少なくなっている。夜はほとんど客が来ない状態が続いているので、当分の間は景気が悪く、売上が落ちていく。少々心配である。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)            | 来客数の動き  | ・やはり新型コロナウイルスオミクロン株の感染力が強いことから、3か月前と比べて来客数が減っている。前年12月は大分戻ってきていたが、まん延防止等重点措置の適用等で客が減っている。  |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)            | 競争相手の様子 | ・当社は大変暇なので営業を全部止めているが、開店、営業している他社の話を聞くと、とにかく前年よりもひどい状況である (東京都)。   |
|    |         | 旅行代理店 (従業員)                 | 販売量の動き  | ・地方におけるまん延防止等重点措置の適用の影響で、購買が停滞している (東京都)。  |
|    |         | 旅行代理店 (従業員)                 | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の適用中のため申込みが少なく、催行ができていない (東京都)。   |
|    |         | 旅行代理店 (販売促進担当)              | お客様の様子  | ・教育旅行は、まん延防止等重点措置が適用されてから中止や延期、又は縮小となっているので、販売も含めて減っている。ただし、学校によっては形を変えて実行するところもあるので、何とか持っているという感じである。その他の国内旅行は個人はぼつぼつと動きがあるが、やはり団体については動きがなく、海外旅行に至っては全くない (東京都)。 |
|    |         | タクシー運転手                     | お客様の様子  | ・一番肝心のサラリーマン客の減少が続いている。リモート営業のためだということはあるが、売上は厳しい (東京都)。   |
|    |         | タクシー (団体役員)                 | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているため、入出がない。  |
|    |         | 通信会社 (経営者)                  | お客様の様子  | ・2月の客からの問合せ件数は、戸建ては前月より上昇傾向、集合住宅では前月比横ばい、前年比約半減と、前月と変わらない状況である。新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による影響で、営業人員不足や訪問拒否、営業キャンセルの発生が引き続き増加傾向にあり、影響が出始めている (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感染拡大に伴いまん延防止等重点措置が適用されており、商談が減少傾向にある (東京都)。  |
|    |         | 通信会社 (営業担当)                 | 販売量の動き  | ・今月に入って急速に日々の契約数が減少している。新型コロナウイルス感染者数の増加や各種商材の値上げの影響で、前年と比べても大きく割り込む状況が続いている。  |
|    |         | 通信会社 (局長)                   | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルス感染第6波の影響で訪問営業に対する拒絶反応が出ていることにより、オンラインセールスを中心とした営業にシフトしており、契約ボリュームが足りない (東京都)。  |
|    |         | 観光名所 (職員)                   | 来客数の動き  | ・来客数の増加がみられない (東京都)。   |
|    |         | ゴルフ場 (経営者)                  | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の流行による外出控えを少し感じている。若干ではあるものの、来客数も前年と比べて落ちている。  |
|    |         | 競輪場 (職員)                    | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用の影響もあり、来客数は半数以下に減っている。入場料半額キャンペーンなどで何とか想定数は維持できているが、厳しい入場者数を更新し続けている。  |
|    |         | 美容室 (経営者)                   | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響が、全体的に来店頻度が鈍っている気がする。   |
|    |         | 設計事務所 (経営者)                 | お客様の様子  | ・民間案件は非常に厳しい状況が続いている。新型コロナウイルス禍の閉塞感が払拭されない限り、展望が見えてこない。  |
|    |         | 設計事務所 (所長)                  | 販売量の動き  | ・仕事量が激減している。   |

| 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  |
|----|---------|------------------------|---------|---|
|    |         | 設計事務所(職員)              | それ以外    | ・大きな変化はないものの、土木、建築共に受注が伸び悩んでいる(東京都)。  |
|    |         | 住宅販売会社(従業員)            | 販売量の動き  | ・販売量が少し落ちている。   |
|    |         | 住宅販売会社(従業員)            | 販売量の動き  | ・今年に入ってからだが、土地の仕入れ及びアパートの販売契約が非常に少なく、情報も余り入ってきていない。地価も高止まりしており、景気が悪くなっている。  |
|    |         | その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者) | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの影響が大きい。話が具体化するまでに非常に時間が掛かる。  |
|    | x       | 商店街(代表者)               | それ以外    | ・例年2月は商売が枯れる時期だが、今回は新型コロナウイルスオミクロン株や東京の気温低下などが重なり、いつにも増して厳しい。クレジットカードの取扱高、来街者共に減少している(東京都)。   |
|    | x       | 一般小売店[家具](経営者)         | 販売量の動き  | ・2月は確かに良くない月だが、今年に入って売上げゼロという日が何日かある。非常に悪くなっている(東京都)。   |
|    | x       | 一般小売店[祭用品](経営者)        | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大はやや収まりつつあるが、飲食店は不況で、行事等が中止になり、需要がない。   |
|    | x       | 百貨店(販売促進担当)            | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用により来客数が減少している(東京都)。   |
|    | x       | 百貨店(店長)                | 来客数の動き  | ・12月は2年ぶりの帰省マーケットや冬物商戦に盛り上がりがあった上に、新型コロナウイルス禍におけるイエナカ需要によるおせちマーケットなども大きく膨らんだが、1~2月は新型コロナウイルスオミクロン株の台頭により来客数が大きく減少している(東京都)。                     |
|    | x       | 百貨店(財務担当)              | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に収束のめどが立たないなか、販売量が悪化している(東京都)。   |
|    | x       | 衣料品専門店(店長)             | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルス禍によるまん延防止等重点措置の延長に伴い、ECの売上は好調だが、店舗での対面販売については売上が3割程度減少している(東京都)。  |
|    | x       | その他小売[ショッピングセンター](統括)  | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響により客足が減少している。飲食店の予約キャンセル頻発等、一部業種の悪化は深刻である。   |
|    | x       | 高級レストラン(営業担当)          | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用による自粛要請に伴い、短縮営業及び休業等の対応を進めている。売上の柱である法人関連の宴席は皆無となり、個人客のレストラン利用も低調が続いている(東京都)。   |
|    | x       | 一般レストラン(経営者)           | 来客数の動き  | ・飲食店だが、まん延防止等重点措置が適用されているので、今は夜の営業はしていない。今後も解除されても、急に客が戻ってくることはない。  |
|    | x       | その他飲食[居酒屋](経営者)        | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスによる外出減少に加え、物価高により、客の財布のひもが更に固くなっている(東京都)。   |
|    | x       | その他飲食[カフェ](経営者)        | 販売量の動き  | ・12月までは良かったのだが、1月は悪くなり、2月は更に悪くなっている。飲食は減る一方である。何をすれば良くなるのか、全く分からなくなっている。新型コロナウイルス感染者数が減れば客が増え、感染者数が増えれば客が減るという状況である(東京都)。                       |
|    | x       | 都市型ホテル(経営者)            | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用された上、3月6日まで延長になり、どん底の状態にまた戻ってしまっている。2年に及ぶ新型コロナウイルス禍でこのような状況が続いており、お先真っ暗である。   |
|    | x       | 都市型ホテル(スタッフ)           | 販売量の動き  | ・1月中旬から新型コロナウイルス感染者数が増え続け、まん延防止等重点措置が適用されてからは宿泊、レストランのキャンセルや延期が増え、予約自体がほとんどなくなり、厳しい状況となっている。宴会も、3か月前は対策を講じながらの開催があったが、ほぼキャンセルとなり、予約も止まってしまっている。 |

| 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   |
|-----------------------------|---------|------------------------------------|------------|--|
|                             | ×       | 都市型ホテル<br>(スタッフ)                   | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大によりまん延防止等重点措置が適用され、団体宿泊が軒並みキャンセルとなったため、稼働が著しく低下している。  |
|                             | ×       | 旅行代理店(経営者)                         | 来客数の動き     | ・年末は多少盛り返したものの、年始からは全面的に旅行予約がキャンセルとなり、ゴールデンウィークを含め、新規予約が入ってこない。この2年で最もひどいという感覚である。   |
|                             | ×       | 旅行代理店(従業員)                         | お客様の様子     | ・新型コロナウイルス感染拡大により、2～3月は案件がなくなっている。   |
|                             | ×       | 旅行代理店(営業担当)                        | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が延長され、1日の感染者数が高止まりしている状況のなか、客の来店が目に見えて減少しており、前年の同時期と比較して4割ほど減少している。                                   |
|                             | ×       | タクシー運転手                            | お客様の様子     | ・最近昼の利用も少なくなっている。確実に利用があるのは病院の送迎である。駅のプールがタクシーの列であふれており、かなり待つことになる。新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が減り、まん延防止等重点措置が解除されるのを待つしかない。       |
|                             | ×       | タクシー運転手                            | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況はピークではあるものの、なかなか極端に減らず、横ばいのため、どうしても人の流れが止まっている。特に、夜はほとんど動きがない。とにかく感染者数が減らないことには、なかなか元に戻らない(東京都)。      |
|                             | ×       | ゴルフ場(経営者)                          | 単価の動き      | ・ガソリン、ガス、灯油などの値上げ、原材料価格の値上げが経営を圧迫している。また、食材や消耗品の値上げに伴い、客の消費金額の減少が始まっている。   |
|                             | ×       | ゴルフ場(従業員)                          | それ以外       | ・新型コロナウイルス感染者数は高止まりしており、減少とは言い難い。失業者数が増え、出生数、婚姻数も減少している。景気は悪くなっているとしかいえない。   |
|                             | ×       | その他サービス<br>[福祉輸送]<br>(経営者)         | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株のまん延により、当社の事業所も一定期間閉鎖したりしている。また、PCR検査で陽性になった客が来店を控えるといったことも多々起きているので、大変な影響を受けている(東京都)。                     |
|                             | ×       | その他サービス<br>[フィットネス<br>クラブ](マネージャー) | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置の適用の影響を受けている(東京都)。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) |         | その他サービス<br>業[ディスプレイ]<br>(経営者)      | 受注量や販売量の動き | ・問合せ案件が増えてきており、少しずつ現場に動きが出てきている(東京都)。  |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業(営業<br>担当)          | 受注量や販売量の動き | ・印鑑、ゴム印、名刺印刷などをしている。外売りと店受けの両方がある。今月は小さな特需があり、1回の納品で10万円を超える仕事があった。新会社の設立で、薬品の販売会社である。新型コロナウイルスの影響を余り受けずに営業しているようである(東京都)。 |
|                             |         | 建設業(従業員)                           | 受注量や販売量の動き | ・取引先からの受注が増えている。   |
|                             |         | 通信業(広報担当)                          | 受注量や販売量の動き | ・前月よりは鈍化したものの、改善傾向が続いている(東京都)。   |
|                             |         | 不動産業(従業員)                          | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の収束に伴い、ホテル利用が増えつつある(東京都)。  |
|                             |         | その他サービス<br>業[警備](経営者)              | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が高止まりしており、PCR検査場や公営競技の感染対策のための警備人員増で人手不足になっており、売上が伸びている。  |
|                             |         | その他サービス<br>業[ソフト開発]<br>(経営者)       | 受注量や販売量の動き | ・案件及び受注量が増えている(東京都)。   |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業(所<br>長)            | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の延長により進行中のイベント案件が中止となり、案件が急ぎょストップしたことで大きく数字が減少している。   |
|                             |         | プラスチック製<br>品製造業(経営<br>者)           | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだままの口紅容器の受注には回復傾向が全くみられないが、医療品容器の受注は海外工場が稼働し、僅かではあるが受注に至るようになってきている。                                     |

| 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   |
|----|---------|----------------------|--------------|--|
|    |         | 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オミクロン株の感染拡大が続いているため、先行き不透明で、仕事も回復が遅れている。仕事の確保が大変である。   |
|    |         | 金属製品製造業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は現在の忙しさを維持しながら、来期の計画は5%アップを予定している。   |
|    |         | 一般機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き   | ・若干の持ち直しはあるものの、現状では大きな変化にはなっていない。  |
|    |         | 電気機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き   | ・現在の販売状況は例年とほとんど変わらない水準で推移している。安定しているといえば聞こえは良いが、新しい技術や新製品が生まれていないということでもある（東京都）。  |
|    |         | 精密機械器具製造業（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き | ・原油高、金属材料高、新型コロナウイルス禍による急激な増減産による生産調整などで安定した生産ができず、製造原価、販管費共にアップしており、収益が減少している。  |
|    |         | その他製造業〔鞆〕（経営者）       | 取引先の様子       | ・得意先が何とか仕事を作ろうと大変頑張ってくれていることが手に取るように分かり、その努力に敬服している。新型コロナウイルスの影響で大変厳しいが、得意先と一緒に頑張っている。   |
|    |         | 輸送業（経理担当）            | それ以外         | ・新型コロナウイルスの感染状況、燃料価格の高騰、人手不足と不安要素ばかりで、経営状況は停滞している。   |
|    |         | 輸送業（総務担当）            | 取引先の様子       | ・繁忙期の物量が増えないことと、燃料価格の高騰により、収益が伸びない。  |
|    |         | 金融業（従業員）             | 取引先の様子       | ・軽油や重油の価格高騰のあおりを受けている企業が非常に多く、中小企業は価格の転嫁ができずに、特に大きな影響を受けている。飲食業は補助金でそれなりに潤い、プラスになっているところが散見される。  |
|    |         | 金融業（役員）              | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルス感染がまだ収束に向かわず、関連業種では厳しい経営環境が継続している。   |
|    |         | 税理士                  | それ以外         | ・夜に駅周辺の飲食店を外からのぞくと、本当に客入りが少ない。駅までの途中で24時間やっている安価なコンビニのような店があったが、昨日歩いたら、閉店の貼り紙があった。消費が大分落ちているのではないかと。大手総合スーパー系列の小規模店舗などもたくさんできているので、その影響もあるかもしれない（東京都）。 |
|    |         | 社会保険労務士              | 取引先の様子       | ・雇用調整助成金など、助成金を活用したい会社はまだ見受けられる（東京都）。  |
|    |         | 経営コンサルタント            | 取引先の様子       | ・中小の金属加工製造業では相変わらず最悪の状態が続いている。さらに、材料価格の上昇なども悪影響し、昇給の時期ではあるものの、まともに昇給もままならない（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   | ・前年同様の受注量、動きであり、変わらない。   |
|    |         | 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   | ・来年度から始まる小学校でのデジタル教材の制作など、教育関係の仕事は少しずつ動いているが、外部での撮影などは中止、延期が多く、相変わらず受注の少ない状態が続いている（東京都）。   |
|    |         | 食料品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・前年の暮れから正月にかけては販売量が増えてきたが、新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が増えてから、来客数が減ってしまっている。  |
|    |         | 出版・印刷・同関連産業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・例年2月は受注が少なく、今年もいつもどおり少ない（東京都）。  |
|    |         | 化学工業（総務担当）           | それ以外         | ・個人消費が回復せず、需要が低迷しているなか、原材料費が値上がりし、収益が圧迫されている。今年に入り原材料費は更に高騰している。   |
|    |         | 輸送用機械器具製造業（総務担当）     | 取引先の様子       | ・ロシアのウクライナ侵攻の影響で、エネルギー、資源価格が高騰している。今後、世界経済の行く末は不透明である。   |
|    |         | 輸送業（経営者）             | それ以外         | ・受注量の低迷が続くなか、燃料価格は上昇の一途をたどっている。前年同期と比べて25%以上、半年前と比べて10%以上値上がりしており、収支の悪化が進んでいる（東京都）。  |



| 分野                    | 景気の現状判断 | 業種・職種            | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------------------|---------|------------------|--------------|---|
|                       |         | 金融業（総務担当）        | 取引先の様子       | ・取引先の様子だが、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、飲食業や小売業の売上が再び減少している。燃料価格高騰の影響で、運送業や流通業の利益が低下し、運送費の値上げをする企業が出ており、あらゆる業態に影響が出ている。値上げが続いていることから消費も低迷している。新型コロナウイルスの影響で半導体関係の調達も遅れており、住宅や電機部品関係が打撃を受けている（東京都）。                          |
|                       |         | 不動産業（経営者）        | 競争相手の様子      | ・付近の商売仲間の営業状況が芳しくないようである。針きゅう医院では、常時来院していた年配の患者が激減し、賃料を払うと採算が合わなくなってきている。理容室は、たまたま自分が行った日曜日は来客数ゼロだったようである。こちらも常連の年配客が激減している。弁当店は売上が激減し、続けていけなくなり、5月に閉店し、店舗を売却するとのことである。3軒とも当地域で50年以上続いていた老舗である。新型コロナウイルスの影響は大きい（東京都）。 |
|                       |         | 不動産業（経営者）        | それ以外         | ・飲食業を営んでいるテナントから解約の申出があった。新型コロナウイルスに感染収束の見通しが立たず、廃業するとのことである。   |
|                       |         | 不動産業（総務担当）       | 取引先の様子       | ・明らかに新型コロナウイルス感染第6波の影響で客が減り、売上也落ち込んでいることから、飲食テナントのなかで閉店、退去に追い込まれる店が出てきている。後継テナントの誘致は難航、既存テナントからは賃料減額の継続要請が続いており、確実に足元の景気は悪くなっている（東京都）。  |
|                       |         | 経営コンサルタント        | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置の適用により、人出が減少し、営業時間短縮の影響を受けている。   |
|                       |         | 税理士              | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置の延長が決まり、飲食店やアパレル等では客足が伸びず、低迷している。新型コロナウイルスオミクロン株の流行により、保育園から学校全てに休園休校が多く、濃厚接触者に該当した人の動きが止まっている。補助金対象者はまだ救われるが、飲食店への卸業者や自営業の濃厚接触者への補助はなく、悲惨である。   |
|                       | ×       | 食料品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除されないと、なかなか売上が伸びない（東京都）。   |
|                       | ×       | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | それ以外         | ・同業他社との競合激化による価格競争等で、受注率が減少している。  |
|                       | ×       | 建設業（経営者）         | 受注価格や販売価格の動き | ・物を希望どおりの価格で売ったり貸したりできない。   |
|                       | ×       | 建設業（経営者）         | 競争相手の様子      | ・建設関連の案件が減り競争が激化していることと、原材料費が高騰している。  |
|                       | ×       | 建設業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が激減している。材料費の高騰もあり、予定していた案件が中止になった。引き合いのあった案件も大手企業が金額を下げてきたため、駄目になっている。  |
|                       | ×       | 輸送業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・年度末は転勤や入学、卒業などの引っ越しや、様々な学校行事などで受注をこなさきれないくらい忙しい時期だが、リモートワークの普及、行事の中止などで受注が激減している（東京都）。   |
|                       | ×       | 広告代理店（従業員）       | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の適用と延長により受注後のキャンセルや延期が複数発生している（東京都）。   |
| 雇用<br>関連<br><br>(南関東) |         | 人材派遣会社（営業担当）     | 求人数の動き       | ・前期を超える求人があり、人手不足感がある（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10%強、前年比で20%強の伸びを示しており、堅調に推移している。求人数の回復に伴い、派遣社員側からの契約満了も増えてきており、長期稼働者数が一部伸び悩み始めている（東京都）。   |
|                       |         | 人材派遣会社（経理担当）     | それ以外         | ・新型コロナウイルスは収束しておらず、発生前に比べるとまだ景気は悪い状態だが、微増傾向にて回復している。求人数、求職者数、成約数いずれも微増しており、やや良くなっている。また、派遣社員からの契約終了要望が減少しているため、派遣総労働者数としては増加している（東京都）。  |
|                       |         | 人材派遣会社（営業担当）     | 周辺企業の様子      | ・エンジニアの派遣ニーズは毎月良くなってきており、製造業の景況は上向きだと感じる。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------|---------|--|
|    |         | 求人情報製作会社（経営者）   | 求人数の動き  | ・前年10～12月の第3四半期から取り扱う求人数が増えた。内容的に、新規出店や新規事業拡大など、アフターコロナを見据えた動きが出てきている感がある。ただし、年明けからのまん延防止等重点措置の適用などの影響はこれから表れてくる（東京都）。 |
|    |         | 求人情報誌制作会社（営業）   | 求人数の動き  | ・求人数の動きからやや上向きである。しかし、前年の求人数と比べて横ばいになってきている週もあるので、完全に上向きとはいえない。調子の良い業種、悪い業種などがはっきりしているため、今後更なる景気対策の上、求人数が増加することを願っている。 |
|    |         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き  | ・有効求職者数の高止まりの状況は変わらないが、一方で新規求人数が大幅に増加し、就職者数も3か月連続で前年同月を上回っている。   |
|    |         | 職業安定所（職員）       | 採用者数の動き | ・飲食、宿泊、情報通信業を中心に新規求人数が増加している。また、各業界の採用数も増加している（東京都）。   |
|    |         | 人材派遣会社（社員）      | それ以外    | ・会社の業績も、自身を含めた周囲の消費動向も変化がない（東京都）。  |
|    |         | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルス関連の需要に依存している。新規の需要開拓に振り向けるリソースがなかなかない（東京都）。  |
|    |         | 人材派遣会社（支店長）     | それ以外    | ・大手企業は長引く新型コロナウイルス禍で採用を控えるところもあるが、慢性的に人手不足の中堅中小企業では業種により採用意欲が高く、派遣依頼が堅調である（東京都）。                                       |
|    |         | 人材派遣会社（営業担当）    | 求人数の動き  | ・まん延防止等重点措置により、企業の採用意欲と求職者の就職意欲が低下しているため、今後の経済活動の回復傾向によって大きく変動がある。   |
|    |         | 求人情報誌制作会社（広報担当） | 採用者数の動き | ・当社、同業他社共に、中途、新卒の採用予定人数は多い。新型コロナウイルス禍、ロシアのウクライナ侵攻等不安材料はあるが、これ以上ひどいことにならないければ、今のままの景気が続くのではないかと（東京都）。                   |
|    |         | 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禍ではあるが、企業は前年より早いペースで始動している。3月を迎え、就活イベントへの参加企業も多い（東京都）。   |
|    |         | 民間職業紹介機関（経営者）   | 採用者数の動き | ・求人数は相変わらず多いが、特に海外案件についてはなかなか条件が合わず、企業には必要要件の見直しを依頼するケースが多くなっている（東京都）。   |
|    |         | 学校〔大学〕（就職担当）    | それ以外    | ・採用や求人の動きは好調だが、新型コロナウイルス感染者数の増加により消費が上向きにならない（東京都）。  |
|    |         | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き  | ・3か月前と比較して求人数が減少している。  |
|    |         | 求人情報誌制作会社（所長）   | 求人数の動き  | ・応募が減っている。新型コロナウイルスの影響が大きく、厳しい。  |

| 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   |
|----|---------|----------------|--------|------------------|
|    | x       | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・全てがキャンセルになっている。 |

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                          | 景気の現状判断    | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------------------------|------------|-------------------|--|---|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(甲信越) |            | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | お客様の様子   | ・今月は葬儀依頼がとても多い。寒い日が続いたり、気圧の変化する日が多かったこともあるようである。喪主の年齢が変わってきていると、実感している。   |
|                             |            | スーパー（経営者）         | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルス感染拡大第6波と大雪の影響で、来客数は減少しているが買上点数は増加している。既存店では前年比プラスとなっている。  |
|                             |            | スーパー（経営者）         | 来客数の動き   | ・2月1～28日まで当市では、地域応援クーポン事業を行っている。500円クーポン券が新聞に折り込まれ、当店に初めて来店する客がとても多い。1000円以上の買物で500円クーポン券が使えるため、人によっては20分も店内をはいはいし、何とか1300円位の買物をしている。どうやって有効に500円券を必要な物に使うか、迷っているようである。 |
|                             |            | スーパー（店長）          | 単価の動き  | ・買上点数、1品単価共に、前年並みで推移している。   |
|                             |            | 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影響で、実家に帰って仕事をすることが多くなったり、また、都心部よりUターン就職した方も多い。当県では車がないと非常に不便なため、車両整備や販売も3か月前より良くなっている。   |
|                             |            | 高級レストラン（経営者）      | 販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の適用により時短要請が出ているが、「時短でも酒類の提供」を選択した結果、少人数ではあるものの新規や常連客の予約が入り、テイクアウト予約も好調である。   |
|                             |            | 一般小売店〔家電〕（経営者）    | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルスの感染状況が早く良くなってくれないと、ますます客の動きが悪くなるので困る。特に、今月はまん延防止等重点措置が適用されているので、客の動きは悪い。  |
|                             |            | 一般小売店〔薬〕（経営者）     | お客様の様子   | ・客との話のなかで、景気の良い話題がない。新型コロナウイルスオミクロン株のまん延により、外に出掛けることも少ない。飲食店等の利用もなく、いろいろな部分で消費が低迷している。  |
|                             |            | コンビニ（経営者）         | 販売量の動き   | ・販売量の動きが2～3か月前とそれほど変わらない。特別上向いているわけでもなく、やや横ばいという感じがしている。新型コロナウイルスの影響もあるが、そうはいっても、食べていかなければいけないが、余り以前と変わっていない。   |
|                             |            | コンビニ（エリア担当）       | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルス新規感染者数の増加や物価上昇に伴うものなので、やや悪いまま変わらない。   |
|                             |            | 家電量販店（店長）         | 来客数の動き   | ・前年に比べて、降雪量が多いため、来客数が低迷している。  |
|                             |            | 自動車備品販売店（従業員）     | 来客数の動き   | ・前年に比べ来客数が減っており、更に半導体等の部品不足により商材入荷が減っていて、売上が伸びない状況にある。  |
|                             |            | 通信会社（経営者）         | お客様の様子   | ・節約志向の高まりか、高齢者世帯の保留や解約が増加してきている。  |
|                             |            | 通信会社（社員）          | 販売量の動き   | ・新年度に向け、徐々に動きが活発になってきたが、例年に比べると、まだ落ち着いた様子である。   |
|                             |            | 観光名所（職員）          | 来客数の動き   | ・北京オリンピックの影響で、近隣スキー場への入込客が多少増えているものの、宿泊施設や街なかの飲食店への影響はなく、相変わらずの状況である。   |
|                             | 設計事務所（経営者） | 販売量の動き            | ・計画物件の量はあるものの、実際に進めていける物件は少ない。   |   |
|                             | 商店街（代表者）   | 来客数の動き            | ・減らない新型コロナウイルスの新規感染者数に加え、行政からの外出自粛要請、更に立春過ぎとは思えぬ寒波である。人出は途絶えて、街の通りは常時がらんとしている。 |   |
|                             | 商店街（代表者）   | 来客数の動き            | ・新型コロナウイルスの影響で、いろいろな店が開けたり閉めたりしている。当店でも、こんなにも客が来ないのかと思うほどで、よく分からない状態である。       |   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・地域振興プレミアム付商品券での購入も落ち着き、新入学等の新生活を迎える時期ではあるが、消費者の購入意欲が見えてこない。いろいろな物の値上げといわれているなかで、消費者の財布のひもは固いままである。   |
|    |         | 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拡大で、来客数がかなり落ちている。  |
|    |         | スーパー（副店長）      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数とロシアのウクライナへの侵攻（戦争）と、暗い話題ばかりである。実際、まん延防止等重点措置の適用で、在宅時間が増えたり、飲食店の時短等により、小売業の売上は実際伸びてはいるが、景気としては悪くなっている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）      | お客様の様子 | ・北京オリンピックが閉幕し、ロシア情勢や新型コロナウイルス禍による影響で、やや悪くなっている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）      | 来客数の動き | ・近隣の施設で大規模なクラスターが発生し、来店する客が減っている。   |
|    |         | コンビニ（店長）       | 来客数の動き | ・今月は週末が大分良くない。大学が始まってから、客は週末に余り外出しない感じで、今までと違って土日の売上や来客数が良くない。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用と期間延長により、来客数が減っており、新車販売やサービス入庫に影響が出ている。   |
|    |         | 旅行代理店（副支店長）    | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の対象地域が拡大したことに伴い、人流が制限され、消費が落ち込んでいる。また、燃料、電気、ガスといった光熱費の上昇も重なり、レジャー消費を圧迫し始めている。  |
|    |         | ゴルフ場（経営者）      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大が収束せず、収入は増えないのに物価が上がり、戦争も起きてしまい、重たい空気が漂っている。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置適用以降は、来客数が激減し、臨時休業を入れて営業日数も減らしているため、2月の月間売上は過去最低である。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（経営者）    | お客様の様子 | ・業務体系の見直しで、「スーツを着なくてもよい部署に配置転換になり、作る必要がなくなった」等、客から良い話が全く出てこない。  |
|    | ×       | その他専門店〔酒〕（店長）  | お客様の様子 | ・今は個人客に支えられている。当地はまん延防止等重点措置が適用されていないが、街に人はいない。本来なら、飲食店に行ってもよいのだが、行かない状況が起きている。3月6日に解除されるか延長されるかわからないが、相変わらず先が見えない。今後の新型コロナウイルス新規感染者数、ウクライナの状況等、不規則なことに縛られて、なかなか先の見通せない非常に難しい状況である。 |
|    | ×       | スナック（経営者）      | 来客数の動き | ・2月はまん延防止等重点措置の時短要請が丸1か月続いたので、売上は開店以来最低である。支援金をもらえているので営業を続けられたが、支援がなかったら廃業を考えていたところである。  |
|    | ×       | スナック（経営者）      | お客様の様子 | ・客の様子と回答したが、選択肢の全部が当てはまるような気がする。毎回同じだが、本当に新型コロナウイルスのせいだと思う。悪くなっていて本当に困っている。   |
|    | ×       | 観光型旅館（経営者）     | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染拡大第6波の影響により、当県にもまん延防止等重点措置が適用されて、来客の動きが急激にストップしている。   |
|    | ×       | 都市型ホテル（従業員）    | 来客数の動き | ・当県にも、まん延防止等重点措置が適用されたため、悪くなっている。   |
|    | ×       | 都市型ホテル（スタッフ）   | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株による、まん延防止等重点措置の影響で、急激に来客数が減少している。予約分もほぼ全てキャンセルとなり、新型コロナウイルス禍で、最も悪い影響が出た月となっている。周辺地域では、夜になるとほとんど人がいない。   |
|    | ×       | 都市型ホテル（スタッフ）   | 販売量の動き | ・宿泊、宴会、レストランの3部門全てで、前月と比べ、売上が落ち、この1年で過去最低の売上月となっている。やはり、まん延防止等重点措置期間中というのが、かなり影響している。   |
|    | ×       | タクシー運転手        | 販売量の動き | ・曜日でいうと土曜日も駄目である。時間帯でいうと夜はほとんど駄目で、11時～深夜2時頃までは1～2件しか仕事がない。  |

| 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   |
|-----------------|---------|------------------------------|--------------|--|
|                 | x       | 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感染拡大第6波の影響が非常に大きく、来客数、売上共に、非常に低い水準である。毎日、新規感染者数が過去最高を更新している状況下では、客の来店意欲はそがれてしまっている。                    |
|                 | x       | その他サービス [ 貸切バス ] ( 経営者 )     | 販売量の動き       | ・新型コロナウイルスオミクロン株へと置き換わって、中学生、小学生、園児等へ感染が広がったため、スクールバスや部活のバスもなくなり、死活問題である。  |
| 企業動向関連<br>(甲信越) |         | 金属製品製造業 ( 総務担当 )             | 受注量や販売量の動き   | ・半導体業界は好調である。  |
|                 |         | 電気機械器具製造業 ( 経営者 )            | 受注量や販売量の動き   | ・電子部品の入荷があり、若干生産量が上がっている。  |
|                 |         | 食料品製造業 ( 総務担当 )              | それ以外         | ・原材料価格の高騰に続き、燃料費等の上昇が懸念される。  |
|                 |         | 窯業・土石製品製造業 ( 経営者 )           | 受注量や販売量の動き   | ・受注、販売量共に、低迷が続いている。  |
|                 |         | 金融業 ( 調査担当 )                 | 取引先の様子       | ・製造業受注は底堅く推移しているが、半導体不足の影響や原材料価格上昇の影響が広がっている。非製造業は飲食関連を中心に、弱い動きが続いている。   |
|                 |         | 建設業 ( 経営者 )                  | 受注価格や販売価格の動き | ・資材価格の高騰で、長期の見積ができない。また、資材納期も不確定で、工期内での竣工が厳しい状況である。  |
|                 |         | 金融業 ( 経営企画担当 )               | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスオミクロン株の収束が見えないことと、ロシア軍のウクライナ侵攻等、今後が分からない状況にある。   |
|                 |         | 新聞販売店 [ 広告 ] ( 総務担当 )        | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置期間が延長され、イベント等の企画が中止となり、広告出稿も抑えられている。燃料価格高騰による費用増も目立っている。  |
|                 | x       | 食料品製造業 ( 製造担当 )              | それ以外         | ・原材料価格が値上がりし、ここに来て、フィルム、バック、添加物といった製品原価にかかわる物が全て値上げとなっている。商材自体はまだ値上げができていないので、かなり大変な事態になってきている。                  |
|                 | x       | 食料品製造業 ( 営業統括 )              | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の猛威は一向に収まらず、酒販店や飲食店からの受注は激減している。さらに来県者も減少しており、工場見学者も大幅にダウンしている。                                  |
|                 | x       | その他製造業 [ 宝石・貴金属 ] ( 経営者 )    | 受注量や販売量の動き   | ・前年暮れから1月まで続いた好調さが、2月に入って新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響で影を潜め、2月に予定していたが3月に延期された催事もあり、売上は前年比20%ほどダウンしている。小売店の店頭も閑散としている。 |
| 雇用関連<br>(甲信越)   |         | -                            | -            | -  |
|                 |         | 職業安定所 ( 職員 )                 | 求人数の動き       | ・新型コロナウイルスの感染再拡大により、飲食店等の客足が落ちたが、一時的なものだったのか求人は余り減少していない。宿泊業も、当県は、まん延防止等重点措置の適用がないためか、他県からの宿泊客が多いようである。          |
|                 |         | 人材派遣会社 ( 営業担当 )              | 周辺企業の様子      | ・新規採用したい等の相談は多いものの、雇用条件等を検討はしても変更しないため、人が集まらない。売上げが見込めないため、仕方がないこともあるが、条件等を根本的に見直さなければ、人材不足は続く。                  |
|                 |         | 職業安定所 ( 職員 )                 | それ以外         | ・賃金上昇がないなか、税負担やステルス値上げなど、生活の質が低下しているため、やや悪くなっている。  |
|                 | 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<br>(東海) |         | 乗用車販売店 ( 従業員 )          | 販売量の動き | ・例年2月は動きが悪いが、今月は問合せ、乗客数、売上共に良かった。  |
|                |         | その他住宅 [ 室内装飾業 ] ( 従業員 ) | 来客数の動き | ・住宅のリフォーム・新築、老朽化した設備のリニューアルといった企業の設備投資や店舗改装工事など、今月は今までにない工事依頼があり、数件を断った。 |

| 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（店長）           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が延長するなか、まだまだ家族感染を中心に新規感染者数が増加し、学校や学級閉鎖による子供の昼食需要で弁当、総菜や菓子等が売れていることが売上増加につながっている。  |
|    |         | コンビニ（店長）           | 単価の動き  | ・来客数は前年と全く同程度であったが、客単価が30円ほど高かったのが大きい。企業アプリのクーポン販促の効果が大きかった。   |
|    |         | 衣料品専門店（売場担当）       | 来客数の動き | ・繁忙期ということもあり来客数が最も多くなっている。ただし、まだまだ下見が多く、購入する客も、1人当たりの買上点数は変わらないが、値段が安いセットを求める客が増えている。以前は黒の就活スーツ、入学式スーツと成人式の色物のスーツを購入する客がいたが、成人式でも黒のスーツで中を派手にすればよいという客も増えている。 |
|    |         | 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影響による工場の稼働状況や半導体不足などにより新車の生産が遅れているが、長期納車を見越して注文する客も増えている。影響を受けながらも動き出ししているように感じる。   |
|    |         | 住関連専門店（営業担当）       | 販売量の動き | ・3月以降の新築物件、リフォーム物件等の見積りが多くなってきている。   |
|    |         | 都市型ホテル（経営者）        | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置で大変だが頑張っている。  |
|    |         | 商店街（代表者）           | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症は収まってきたような気がするが、ウクライナ侵攻で五分五分である。  |
|    |         | 商店街（代表者）           | 販売量の動き | ・来客数は変化ないが、客単価が低い。   |
|    |         | 商店街（代表者）           | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株が急速に拡大していてなかなか沈静化に至っていないため、皆かなり自粛している。   |
|    |         | 一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症は終息がみえてきたような気がするが、24日から始まったウクライナ問題がどのように展開するのか不明であるためなかなか難しい。   |
|    |         | 一般小売店〔生花〕（経営者）     | 来客数の動き | ・特に平日の来客は例年と比べ2～3割少ない。やはり新型コロナウイルスの感染が影響しているようで、必要な物を買ったらすぐ帰る客が多い。   |
|    |         | 一般小売店〔書店〕（営業担当）    | 販売量の動き | ・前月に続く年度末の残予算消化があり横ばいである。それも今月ではほぼ完了するため、来月からは販売数が減少すると思われる。   |
|    |         | 百貨店（販売担当）          | 来客数の動き | ・テナントビルの催事があったが、まん延防止等重点措置の延長で状況は変わらず、回復には至らない。  |
|    |         | スーパー（店長）           | 来客数の動き | ・来客数、買上点数に大きな変化がない。  |
|    |         | スーパー（店長）           | 来客数の動き | ・まとめ買い需要が高くなり、より安価な物への関心が高くなっている。  |
|    |         | スーパー（店員）           | 単価の動き  | ・新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりしている影響か、単籠りで菓子や果物などが全般的に売れている。ただし、飲食店への卸などのマイナスも大きく響いている。   |
|    |         | スーパー（販売担当）         | お客様の様子 | ・自粛によって内食が進んでいる。価値のある物なら、安くなくても売れる。ひな祭りケーキの予約も好調だった。   |
|    |         | スーパー（営業企画）         | お客様の様子 | ・新規感染者数の減少も緩やかで、まん延防止等重点措置も継続されてはいるが消費傾向は大きく変わっておらず、コロナ禍のなかでの生活スタイルが定着しているように思われる。   |
|    |         | コンビニ（企画担当）         | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が継続しているが、人出は大きく減少しておらず1月後半の水準が続いている状況である。駅ナカの店舗は祝日が2日あったことの影響により、前月より売上が減少している。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の流行により人流が減っており、回復の兆しがみえない。   |
|    |         | コンビニ（店長）           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されてから特に来客数が減っている。したがって、まん延防止等重点措置が解除されない限り、景気が良くなることは見込めない。  |
|    |         | コンビニ（店長）           | 来客数の動き | ・売上はそこまで減っていないが、来客数が減少傾向のなかでたまたま客単価アップの施策が当たっている。しかし、まん延防止等重点措置の延期次第では厳しくなるおそれがある。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種               | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|---------------------|--------|---|
|    |         | コンビニ（本部管理担当）        | 来客数の動き | ・今月の売上は前年比101.4%であった。コロナ禍がピークを迎えるなか落ち込みを覚悟していたが、前年と同水準を確保できた。世間のコロナ禍のニュースは悲壮感が漂うが、実態は現状を維持している。   |
|    |         | 家電量販店（営業担当）         | 来客数の動き | ・来客数において依然前年を下回った状況である。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）         | 来客数の動き | ・いまだに受注はできて納期が遅れたり未定の状態が続いている。こうなると需要期であっても客の動きが鈍くなっていく。ここまで納期が全体的に遅れる現象は経験がないので、非常に厳しい決算需要期になると言わざるを得ない。                                   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）         | 販売量の動き | ・新車の受注は例年どおりであるが、納車時期がますます見通せなくなっている。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）         | 販売量の動き | ・新型車の受注も順調で新車の販売台数も前年並みで推移しているが、ほとんどの車の納車が半年～1年近く掛かる。納期が掛かるため早めに注文を受けているだけで納車はできないため、売上には全くつながらない。ただし、中古車が高額で推移しているため、3年未満で新車に乗り換える客が増えている。 |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）         | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が余り改善してこないため、客に積極的なアプローチができない。身近なところでも感染が拡大しており、客も感染しないようより注意していると強く感じる。新型車両が発表されたが今後の納車状況もはっきりせず、なかなか客には安心して商談に向き合ってもらえない。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）         | 販売量の動き | ・半導体等の問題で生産制限が長引いており、思うようには売上が上がらない。納期の長さを聞いて購入を諦める客もいて、決算の時期としては非常に痛い状況である。  |
|    |         | その他専門店【書籍】（店員）      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で休園や休校なども多くあり、平日から家族連れの日が多かったが、前年までの巣籠り需要も少ないため、前年よりは5%ほど売上が減少した。  |
|    |         | 一般レストラン【居酒屋】（経営者）   | それ以外   | ・まん延防止等重点措置の影響である。  |
|    |         | 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オミクロン株を心配して来店を控える客が増えているが、それ以外の客は通常どおり来店してくれるため、余り変わらない。  |
|    |         | 一般レストラン（従業員）        | 来客数の動き | ・サービス券を使う客が増えたように感じる。   |
|    |         | 観光型ホテル（支配人）         | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が延長され、宴会はもとより宿泊もぱったりと止まった。食堂は特に夜の利用が減り、一部のレストランでは今まで行ったことのない予約制にせざるを得なくなった。全館で前年比100%だが、新型コロナウイルス発生前の30%以下である。                   |
|    |         | 旅行代理店（経営者）          | お客様の様子 | ・依然として新規感染者数は減少しておらず、飲食業などの来客数は横ばいであり、旅行代理店では店舗縮小が進んでいる。ターミナル駅の地下街でも空き店舗が目立ち始めており、新規入居者が決まらないままである。   |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）         | それ以外   | ・中小旅行会社にとっては、県民割やGo To Travelキャンペーン等の施策は損益に直結する施策であるため、まん延防止等重点措置による実施延期が続くと申込みはなく、逆に取消しが相次ぐ状況に追い込まれる。今年に入ってから底辺が続いている。                     |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）         | お客様の様子 | ・団体旅行の取扱がないと数字的な回復は難しいが、旅行を計画する動きすらない。  |
|    |         | 通信会社（企画担当）          | 販売量の動き | ・解約数こそ前月よりは落ち着いているものの、新規契約数は依然として低調で、折込、ダイレクトメール等への反応も薄く、人が動いていない印象を受ける。  |
|    |         | テーマパーク（職員）          | 来客数の動き | ・北京オリンピックとまん延防止等重点措置で少し出控えがあったが、北京オリンピック終了後は来客が戻ってきた。   |
|    |         | 観光名所（案内係）           | お客様の様子 | ・長居をする客が減っている。  |
|    |         | その他レジャー施設【鉄道会社】（職員） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の延長もあり、観光列車や休日の利用客は少なめである。   |

| 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  |
|----|---------|-----------------------------|---------|---|
|    |         | その他サービス<br>[介護サービス]<br>(職員) | 販売量の動き  | ・福祉用具レンタルでは、例年と比べ解約が少なかったが、新規契約も伸び悩んだ。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)             | 販売量の動き  | ・コロナ禍も若干収束傾向がみられる。販売量は横ばいだが、改善に向かっていくと思われる。   |
|    |         | その他住宅[不動産賃貸及び売買]<br>(営業)    | 販売量の動き  | ・賃貸業界では繁忙期を迎えているが、例年よりも販売量が減少している。  |
|    |         | 商店街(代表者)                    | 販売量の動き  | ・年明けから売上はかなり低位で推移しているが、今月は特にひどかった。人出自体が少ないこともあるが、消費者の財布のひもがかなり固い。   |
|    |         | 一般小売店[贈答品]<br>(経営者)         | お客様の様子  | ・想像以上に新型コロナウイルスの感染が広がり、日常生活や経済が停滞している。客の財布のひもは固く、来客数及び売上も良くなかった。少し良くない方向に向かっている。感染症対策のために日常の経済活動が自粛され、3か月前と比べて一段と厳しくなった。県下ではまん延防止等重点措置が延長されている。 |
|    |         | 一般小売店[土産]<br>(経営者)          | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の影響があった。   |
|    |         | 百貨店(売場主任)                   | それ以外    | ・3月から春物の新作が入荷予定であるが、全体的に海外からの入荷が遅れており、4月か遅ければ5月になるようである。商品も入ってこないし入替えのメーカーもある。来店する客は新型コロナウイルスを気にしないで来ているようだが、来客数自体はまだ少ない。                       |
|    |         | 百貨店(総務担当)                   | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス新規感染者数の急増や厳しい寒さなどもあり、来客数が急減している。株価の下落などによる資産効果のはく落などもあり、高額品の需要の伸びにも鈍化がみられるようになり、売上は厳しい状況である。  |
|    |         | 百貨店(営業担当)                   | 来客数の動き  | ・2月20日までであったまん延防止等重点措置が3月6日まで延長され、感染症対策を徹底しつつあと2週間を乗り越えようと、外出は最小限にとどめている様子である。来客数は前年の10%減で推移している。   |
|    |         | スーパー(経営者)                   | お客様の様子  | ・飲食店は新型コロナウイルスの影響でまちまちだが、中小小売店は来客数、買上点数が若干減少している。   |
|    |         | スーパー(店員)                    | 販売量の動き  | ・値上げにより販売金額は上がってはいるが、数量ベースで落ち込みがみられる。   |
|    |         | スーパー(販売担当)                  | 販売量の動き  | ・販売量が減っている。   |
|    |         | コンビニ(店員)                    | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス感染症はまだ落ち着かないが、感染対策をしながら外食をする人が増えてきたように思う。   |
|    |         | 衣料品専門店<br>(経営者)             | 来客数の動き  | ・年配のなじみ客は元々外出を控えているため、こちらから積極的にアプローチはかけていない。半額の広告を見て来店する一見客は、半額でも高すぎると購入しない。低価格帯のアパレルがブランド化しているため、新型コロナウイルスの感染が収束しても、購入してもらおうのがますます難しくなる。       |
|    |         | 衣料品専門店<br>(店長)              | お客様の様子  | ・客の業種や規模によって状況は二分される。どちらかといえば大きい会社は良く、小規模の会社や個人事業主などは厳しい状況という話を耳にする。外国人を労働力として活用している会社も、人が集まらないため厳しい状況にある。無駄な物を買わないという買物志向はなお続き、慎重な消費行動がうかがえる。  |
|    |         | 衣料品専門店<br>(売場担当)            | お客様の様子  | ・外商客に高額品等を提案すると、年末頃は購入につながっていたが、最近では関心を寄せてくれなくなった。  |
|    |         | 衣料品専門店<br>(販売企画担当)          | 競争相手の様子 | ・まだまだコロナ禍で、ファッションを楽しむ空気になっていない。バーゲンセールも振るわず手詰まり感があり、現状維持も厳しいところが多い。   |
|    |         | 家電量販店(店員)                   | 販売量の動き  | ・売上が良かった前年を更に上回るペースで来たが、失速してきた。来店頻度が減っている。  |



| 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   |
|----|---------|----------------------|---------|--|
|    |         | 家電量販店（フランチャイズ経営者）    | 単価の動き   | ・1月はプレミアム付商品券の締切り月でもあったため、新型コロナウイルス発生前と比べても売上が2割ほど良かったが、2月に入ってその反動で客単価が伸びない。テレビ、エアコンやPCは単価需要で買換え、買い増し共に先食いしており、その影響もありそうである。 |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）         | 販売量の動き  | ・半導体不足の影響で在庫が非常に少ない状況である。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）         | 販売量の動き  | ・従来であれば盛り上がりを見せるこの時期になっても、良くなるどころか前月よりも販売量が落ちてきている。少なかつた商品在庫も更に減り、予約受注も一向に増えない。  |
|    |         | 高級レストラン（経営企画）        | 来客数の動き  | ・前回のまん延防止等重点措置の時期と比べ、新規感染者数が多いこともあり、密集となる可能性のある飲食店を避ける傾向が見受けられる。特に、ディナータイムは大幅な落ち込みとなっている。                                    |
|    |         | 一般レストラン（経営者）         | 来客数の動き  | ・2月に入り当県でも新型コロナウイルス新規感染者数が急激に増え、それに伴い客が急に来店しなくなった。20日以降は例年並みに戻っているが、予断を許さない。   |
|    |         | その他飲食〔仕出し〕（経営者）      | 単価の動き   | ・ロシアの問題とコロナ禍の問題、この2つは少し痛い。   |
|    |         | その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の延長は、従来よりも影響が大きかった。飲食店を販売先にもつが、消費者が一斉に自粛に動いたとのことであった。2月は元々消費者の大きな動きはないが、それ以上にまん延防止等重点措置による自粛ムードの醸成は強かった。          |
|    |         | 都市型ホテル（営業担当）         | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い打つ手なしの状況である。   |
|    |         | タクシー運転手              | お客様の様子  | ・成人式の辺りから客の動きが悪くなっている。まん延防止等重点措置の延長も発表され、売上は、昼もやや落ちているが夜に関して非常に減っている。まん延防止等重点措置が出てからは、どの企業も感染が怖いので会食を控えている。                  |
|    |         | 通信会社（営業担当）           | 販売量の動き  | ・工事の延期により、低迷している。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）           | お客様の様子  | ・年度末が近づくと本来は繁忙期となるはずが、新規注文が急にキャンセルになったり、老舗の宅配弁当事業の客が自己破産となるなど、悪くなっているように思う。  |
|    |         | テーマパーク（職員）           | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスオミクロン株が落ち着くまでは、来客数が期待できない。   |
|    |         | テーマパーク職員（総務担当）       | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用されてから、来客数が減少している。  |
|    |         | ゴルフ場（支配人）            | 来客数の動き  | ・今月の入場者数は、前年比及び予算比共に非常に悪かった。今年は寒波や降雪の日が多く、ゴルフ場にとっては最悪の2月となったが、今月は天候による要素が大きく、景気としてはやや悪いにとどまった。                               |
|    |         | 理美容室（経営者）            | 来客数の動き  | ・給料は上がらないのにいろいろな物の値段が上がって、段々と景気が悪くなっている。   |
|    |         | 美顔美容室（経営者）           | 来客数の動き  | ・家族が新型コロナウイルスにり患したり濃厚接触者になったり、来店を控える客が出てきた。  |
|    |         | 美容室（経営者）             | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響である。  |
|    |         | 美容室（経営者）             | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大で来店を控える客が増えたため少し悪くなっている。  |
|    |         | 設計事務所（経営者）           | 来客数の動き  | ・今のところ計画案件すらない。  |
|    |         | 設計事務所（職員）            | お客様の様子  | ・政府の景気対策は、どちらかという後回しになっている気がする。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）          | 競争相手の様子 | ・分譲住宅の用地が少ないため、分譲業者が土地の値段が少しでも高くても購入している。土地価格が高いと分譲値段が上がって、先行きが不安である。  |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）          | 競争相手の様子 | ・分譲住宅の売行きが悪くなっているように見受けられる。  |
|    |         | その他住宅〔住宅管理〕（経営者）     | お客様の様子  | ・例年2～3月は個人も企業も移動が多いが、今年も新型コロナウイルスの影響で移動が少ないため、目先の売上が見込めない。景気回復はまだまだ先と感じる。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種            | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|------------------|--------|--|
|    | ×       | 商店街（代表者）         | 販売量の動き | ・来客数が減ったこともあるが、土産類の売上が非常に減少している。   |
|    | ×       | 一般小売店〔結納品〕（経営者）  | 販売量の動き | ・社内で新型コロナウイルスの感染者が出たため、営業を自粛している。  |
|    | ×       | 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オミクロン株の感染拡大によって、この地域もまん延防止等重点措置でまたもや地域間移動シャットダウンの対象となった。1月後半から目に見えて観光客の姿が減って、みじめな状態が続いている。自宅療養という名の医療放棄で感染拡大は歯止めが利かない。           |
|    | ×       | 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の適用で、取引先の飲食店の9割が休業し営業する店も半数が週末のみの営業となり、飲食店向けアルコールの販売は9割以上減少した。  |
|    | ×       | 百貨店（経理担当）        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの第6波によって出控えや巣籠りを余儀なくされており、客の飲食やレジャーへの消費マインドは大きく冷え込んでいる。  |
|    | ×       | 百貨店（営業担当）        | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置により、来客数がかなり減っている。   |
|    | ×       | 百貨店（販売促進担当）      | 来客数の動き | ・第6波の驚異的な新型コロナウイルス感染拡大が影響を及ぼしている。  |
|    | ×       | 百貨店（業績管理担当）      | 販売量の動き | ・3か月前は緊急事態宣言明けからの影響もあり売上が大きく改善していたが、1月中旬～2月中旬にかけては、まん延防止等重点措置の影響で売上、来客数共に反動で減少している。新規感染者数が高止まりか僅かに減少傾向となり始めた2月中旬からは、少しずつ売上、来客数に改善の兆しがみられる。 |
|    | ×       | 百貨店（計画担当）        | お客様の様子 | ・コロナ禍の状況が続き新規感染者数が高止まりしており、来客数が減少している。ただし、富裕層の買上意欲は特に減退していない。  |
|    | ×       | コンビニ（エリア担当）      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大により、今月も来客数が大幅に減少している。前年夏の新型コロナウイルス変異株が流行していたときよりも落ち込みは大きい。2月は年間で一番売上が悪い月ではあるが、それを更に悪化させており、ファーストフードや飲料類の売上が著しく悪い状態となっている。   |
|    | ×       | コンビニ（店長）         | 販売量の動き | ・酒類の売上の落ち込みが大きい。かつて百均が現れて雑貨が売れなくなったように、酒類も価格の安いドラッグストアでの購入が広がっているように思われる。  |
|    | ×       | コンビニ（商品企画担当）     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の延長により引き続き客足が鈍く、一部の店舗では営業時間を短縮して対応している。   |
|    | ×       | 乗用車販売店（従業員）      | 販売量の動き | ・車がでか上がってこないの、ある程度の契約は取れているが全く登録できず売上がならない。景気は非常に悪い。   |
|    | ×       | その他専門店〔貴金属〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスによる影響が大きく、商店街内の飲食店が軒並み閉店しており、通行客が減少している。   |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）     | 来客数の動き | ・人が出ていない様子である。来客数がとても少なくなっている。   |
|    | ×       | 一般レストラン（従業員）     | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置のため、営業は夜9時、アルコール提供は夜8時まででやっているが、なかなか客が来てくれない。   |
|    | ×       | 観光型ホテル（経営者）      | 来客数の動き | ・1月下旬にまん延防止等重点措置が適用されてから、非常に景気が悪くなった。需要がなかなか戻ってこないため3か月前と比べてかなり悪い。飲食が夜8時まで営業できても、人流そのものが止まっている。  |
|    | ×       | 都市型ホテル（総支配人）     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置のため宴会はなし、宿泊は大幅減で、レストランはランチが少し入るのみである。   |
|    | ×       | 旅行代理店（経営者）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の延長により需要が低下した。今後の緩和に期待したい。   |
|    | ×       | 旅行代理店（経営者）       | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の影響で、年明けからの旅行の受注がゼロとなっていて、かなり厳しい状況である。  |

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------|-----------------|--------------|--|
|                | ×       | 旅行代理店（経営者）      | 販売量の動き       | ・まん延防止等重点措置の延長も当県だけでなくほぼ全国的な状況で、旅行どころの雰囲気ではないため、予約の取消しばかりである。新規についても通常のような契約状況ではない。少し様子を見ている感じで、客からも、3回目の新型コロナウイルスのワクチン接種後に安心できるくらいの新規感染者数にならないと心配で旅行どころではないと言われた。 |
|                | ×       | レジャーランド（職員）     | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置が適用されており、来場者は感染状況が落ち着いていた3か月前と比べると著しく少ない。   |
|                | ×       | パチンコ店（経営者）      | 販売量の動き       | ・来客数の動きが悪くなっている。   |
|                | ×       | 理容室（経営者）        | お客様の様子       | ・まだ新型コロナウイルスの感染が落ち着く気配がない。   |
| 企業動向関連<br>(東海) |         | 不動産業（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き | ・大都市圏の価格が少しずつ上昇している。   |
|                |         | 会計事務所（職員）       | 取引先の様子       | ・雇用調整助成金を受給していた顧問先が、申請しなくなったり、申請の規模が縮小したりしている。   |
|                |         | 食料品製造業（営業担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・受注量、販売量をみても前年比で減少している。  |
|                |         | 化学工業（総務秘書）      | それ以外         | ・今月は景気の変動を余り感じなかった。新型コロナウイルス感染症は第6波が継続しまん延防止等重点措置も適用されているが、街の景況感に変動はない。景気が落ち込んだ印象はない一方で、北京オリンピックが終わりウクライナ侵攻など海外での出来事が憂慮され、鬱々と過ぎている。                                |
|                |         | 窯業・土石製品製造業（社員）  | 取引先の様子       | ・製品によっては同業他社に製造を依頼しているが、半年くらい前からどこも繁忙で納期が長くなっている。  |
|                |         | 金属製品製造業（経営者）    | 受注価格や販売価格の動き | ・受注価格は従来の水準であるが、原材料を始め仕入価格が上昇している。利益が出ない状況である。   |
|                |         | 一般機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き   | ・北米地域でも引き合いは増えてきたが、部品不足により新規製作では納期が間に合わないため、在庫製品がよく売れている。  |
|                |         | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き   | ・今のところ新型コロナウイルスオミクロン株の影響は大きくない。  |
|                |         | 電気機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・ここ数か月間、購入量は全く変動がなく受注量は横ばいである。   |
|                |         | 建設業（営業担当）       | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響で滞っていた仕事が出ているが、元々決まっていた仕事の遂行である。来年度予算等も、見込みより少し減少する形で出てくるという話をよく聞く。   |
|                |         | 輸送業（従業員）        | 受注量や販売量の動き   | ・客先の業種により受注量に差がある。機械・工事関係からはそこそこの仕事の引き合いがあるが、自動車関連の仕事は、メーカーが減産体制にあるため動きが鈍い。トータルで考えると、それほど大きな変化はない。   |
|                |         | 輸送業（エリア担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・取扱荷物量は前々年、前年同月と比べると減っている。景気は、上向いていないという意味で変わっていない。  |
|                |         | 通信業（総務担当）       | それ以外         | ・新型コロナウイルス感染によるまん延防止等重点措置が続き、人々は移動制限に従順に従っているため、景気動向には何も変わりがない状況である。   |
|                |         | 通信業（法人営業担当）     | それ以外         | ・良い点として、年金運用益や企業倒産件数の数字には明るさがみられるが、良くない点は、新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数がいまだ高止まりしていることである。また、ロシアのウクライナ侵攻による世界経済への打撃、ガソリン、エネルギーや小麦粉等の価格上昇等、消費者にとっては好ましくない状況である。             |
|                |         | 金融業（従業員）        | 取引先の様子       | ・業種によって状況が大きく変わる。飲食店は、まん延防止等重点措置の影響により芳しくない。自動車産業などは、半導体などの部品が入らないこともあり工場では忙しい部署と暇な部署がある状況が続いているようで、どちらともいえない。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種               | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|---------------------|--------------|---|
|    |         | 不動産業（経営者）           | それ以外         | ・例年同様に晴れの日が多いが、新型コロナウイルス新規感染者数が2月中旬頃までは急激に増加したことから、遠出する人が減少傾向にある。多少はその影響を受けているが外出自体はあることから、売上は前年と同程度で推移している。                                  |
|    |         | 広告代理店（制作担当）         | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスオミクロン株によるまん延防止等重点措置が延長になったこともあり、客も思い切った広告戦略が打てず、横ばいが続いている。  |
|    |         | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子       | ・ここ数か月は受注も低調で大変苦慮しており、各社も同様のようである。工場の生産が停止しては新しい発注は難しい。部品の入荷も相変わらず良くない。   |
|    |         | 食料品製造業（経営企画担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスによる閉塞感、停滞感が収まらず、消費マインドは低調である。   |
|    |         | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）   | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、新型コロナウイルスのワクチン接種は進んではいるものの、経済への影響は大きい。受注量、販売量が減少しており景気はやや悪い。  |
|    |         | 化学工業（営業担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響で香料等の食品用容器販売が低調であった。また、電子材料薬品は在庫調整で出荷量が減った客先があった。  |
|    |         | 金属製品製造業（従業員）        | 受注価格や販売価格の動き | ・受注状況は芳しくなく、安値受注も出てきている一方でステンレスや鉄の価格高騰は止まらず、収益状況が良くなるとは思えない。ただし、足元の仕事量はどうか前年比で下回らない程度ある。  |
|    |         | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染が拡大して、客先の業界では設備投資が難しくなってきた。全体的に設備投資の需要が少なくなり、メーカー間の競争が大きくなって小規模な会社は仕事を奪われ、当社としては苦しい。                                       |
|    |         | 電気機械器具製造業（総務担当）     | 受注価格や販売価格の動き | ・前年末の半導体不足の影響により、通信機器の生産が止まるまではいかないが原材料費は高騰している。販売価格の見直しはするが利益率低下は免れない。しばらく影響は続きそうである。  |
|    |         | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）  | 受注価格や販売価格の動き | ・金属類の価格が毎月どんどん上がっており、受注価格と比べると原価率がとても高くなっている。   |
|    |         | 輸送用機械器具製造業（管理担当）    | それ以外         | ・いろいろな物の値上げが続いている。ガソリン価格が下がらないことから外出を控えている。   |
|    |         | 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   | ・新型コロナウイルスの影響で完成車メーカーが工場を一時停止した影響を受けて、業績が多少悪くなった。   |
|    |         | 輸送業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・生産財メーカーの物量が前年を少し下回り始めた。消費財の物量は前年マイナス6%程度でここ数か月推移している。  |
|    |         | 通信業（法人営業担当）         | 取引先の様子       | ・自治体向けの営業活動では、特定のお題を限定した提案依頼が従前よりも多数上がってくる。新型コロナウイルス関連の交付金や補助金などの類で公的一時金のばらまきがされているためであるが、各自治体の取組は民間企業や住民の景気回復や消費喚起につながるようには思えず、戸惑いながら提案している。 |
|    |         | 金融業（従業員）            | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、居酒屋等が休業を続けている。物価の上昇も、今後の景気に影響を与えるように感じる。   |
|    |         | 金融業（企画担当）           | 取引先の様子       | ・コロナ禍に加えウクライナ情勢もあり、株価が下落していることから、個人投資家の含み益が減少し投資への意欲が減少している。当面は動かず様子見という個人投資家が多い。   |
|    |         | 不動産業（開発担当）          | それ以外         | ・不動産価格は高止まりしている。また、世界情勢が悪化している。   |
|    |         | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き   | ・折込チラシの受注が減少している。   |
|    |         | 公認会計士               | それ以外         | ・中堅・中小企業の業績が悪化している。中堅・中小企業の従業員の給与・ボーナスは、横ばい若しくは減少している。  |
|    |         | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | 受注量や販売量の動き   | ・売上単価の低いアフターサービスが多く、新規受注が落ちている。   |

| 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               | 鉄鋼業（経営者）          | 取引先の様子  | ・客の受注状況や発注状況が、年明けから大きく後退している。通常ならば新年からの需要で受注量と見積件数がアップする時期であるが、今年は例年の半減という印象である。   |
| 雇用<br>関連 |                 | -                 | -   | -  |
| (東海)     |                 | 人材派遣会社（企画統括）      | 求人数の動き  | ・前月下旬頃から派遣の求人数が増加傾向にある。  |
|          |                 | 人材派遣会社（営業担当）      | 求人数の動き  | ・契約に至る件数は少ないが、主要客の自動車メーカーでの4月業務開始の派遣募集が増加している。   |
|          |                 | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）   | それ以外  | ・新型コロナウイルスオミクロン株感染拡大の影響は残るが、年度末に向けて出稿量は回復の兆しがみられる。   |
|          |                 | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き  | ・飲食・宿泊や卸小売業等の求人数が、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の増減には影響を受けにくくなっている。   |
|          |                 | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き  | ・新規求人数は前年同月と比べ増加傾向にある。製造業のうち主要業種である輸送用機械器具製造業の求人数は、半導体等の部品供給不足の影響が改善して回復基調にあることから、前年同月と比べ増加が続いている。業種全体の有効求人倍率も令和3年7月から1倍台で推移し、好調を維持している。 |
|          |                 | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響は残りつつも、求人者からは人手不足の声が多い。ただし、元々人手不足の分野での求人が多い。  |
|          |                 | 職業安定所（職員）         | 求人数の動き  | ・業種による差はあるものの、全体として求人数が増加傾向にあり、特に製造業で伸びている。  |
|          |                 | 職業安定所（次長）         | 求人数の動き  | ・業界によって新型コロナウイルスオミクロン株の影響に差はあるものの、有効求人数は全ての職種で前年同月を上回っており、求人数の増加が続いている。  |
|          |                 | 民間職業紹介機関（営業担当）    | 採用者数の動き   | ・4月入社に向けて企業側の採用意欲が高まり、求職者側の年度替わりでの転職意向も含め、相乗効果により採用活動が前進している。  |
|          |                 | 人材派遣業（営業担当）       | 周辺企業の様子   | ・生産回復へ向けた人材確保が思うようには進まず、特に外国人労働者は、新規入国停止の影響で増やすことができない。3月以降に再開されたとしても、どれだけ不足分を取り戻せるか不透明である。  |
|          |                 | 人材派遣会社（社員）        | 求人数の動き  | ・まん延防止等重点措置の延長で、ホテル業界に先の見通しが立たない。  |
|          |                 | 人材派遣会社（営業担当）      | 採用者数の動き   | ・4月採用に向けた動きは一旦落ち着き、ゴールデンウィーク明けまで企業の採用意欲はさほど上がらないと考える。  |
|          |                 | アウトソーシング企業（エリア担当） | 周辺企業の様子   | ・自動車製造関連において、コロナ禍の部品供給不足と半導体不足による稼働停止が改善されず、人材供給の労働者派遣会社や構内請負会社についても、厳しい状況が続く。   |
|          | 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の新規感染者数は高止まりしており、消費マインドにも影響を及ぼしている。企業活動は悪い状態で停滞したままである。 |  |
|          | 人材派遣会社（営業担当）    | 求人数の動き            | ・派遣求人数は3か月前比ではやや減少も、前年同月は上回り、前々年と同水準まで回復している。                     |  |
|          | 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<br>動向<br>関連 |         | -        | -      | -   |
| (北陸)           |         | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・高額品の購入が増え、来客数も少しずつ増えてきている。とはいえ売上は前年よりは良いが、新型コロナウイルス発生前の50%未満である。             |
|                |         | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株による感染拡大で、来客数に変化はないが、内食需要の高まりから購入点数が増えている。また、値上げ前の駆け込み需要もみられる。 |
|                |         | スーパー（統括） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、内食需要が高まっている。   |

| 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   |
|----|---------|-----------------|--------|--|
|    |         | コンビニ（店長）        | 来客数の動き | ・コロナ慣れといった感じの集客状況である。仕事が休みの人が多い週末は、客の動きが大きくなっている。新型コロナウイルス発生前と比較はできないが、前年売上比で8%程度良くなっており、最近ではコロナ禍にあっても来客数がかなり改善してきたと感じている。ただし、前年は大雪で道路状況が最悪だったこともあるので、前年と比べて良いことを手放しに喜んで危険である。 |
|    |         | 通信会社（営業担当）      | 来客数の動き | ・学生の合格発表に合わせて、新規の端末契約数が増加している。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）     | 販売量の動き | ・キャンペーンやWebからの問合せが増えており、相談件数も増加している。受注高も計画を達成している。   |
|    |         | 一般小売店〔事務用品〕（店長） | 単価の動き  | ・購入点数は多くなっているが、単価が低い。必要な物だけ購入しているため、ついで買いが少ない。   |
|    |         | スーパー（総務担当）      | 単価の動き  | ・商品価格が上がり、以前にも増して特売商品のみを買う客が多い。  |
|    |         | スーパー（仕入担当）      | 販売量の動き | ・商品の値上げが相次ぎ、買上点数の減少が顕著になっている。客は、競合のディスカウント店と使い分けしているようである。特売をしても買上点数が上がらない。  |
|    |         | スーパー（店舗管理）      | 販売量の動き | ・来客数は減少傾向で、コロナ慣れの影響もあり、まとめ買い等の特需は全く見受けられない。また、値上げも目立ち、販売点数の動向から節約意識の一層の高まりを感じている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・客単価が変わらない。  |
|    |         | 家電量販店（店長）       | 販売量の動き | ・北京オリンピック開催による映像商品の動きに期待したが、特に販売量などは変わっていない。   |
|    |         | 家電量販店（本部）       | 来客数の動き | ・来客数の落ち込みが大きい。それに伴って売上も落ちている。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）     | 販売量の動き | ・公共施設で今年もイベントを開催したが、販売量も来場者数も前年よりやや少なくなっている。   |
|    |         | 乗用車販売店（役員）      | 販売量の動き | ・前月同様に受注は堅調だが、自動車の生産遅れによる納期の長期化により、今期決算には収益を反映できない見通しとなっている。   |
|    |         | その他専門店〔酒〕（経営者）  | 販売量の動き | ・2月28日でGo To Eatキャンペーンが終了する。当社が取引している店は、Go To Eatキャンペーンによって多少は売上が増加しているようだが、当店の売上は相変わらず低迷している。   |
|    |         | 通信会社（職員）        | 販売量の動き | ・広告宣伝費をいつも以上にかけても、新商品の売行きが伸びない。  |
|    |         | 通信会社（役員）        | 販売量の動き | ・CATV、インターネット、固定電話、スマートフォンなど当社事業における新規契約数については、3か月前と比較して横ばいであり、景気変動の兆候は見受けられない。  |
|    |         | パチンコ店（経理）       | 販売量の動き | ・大きな変化はない。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）     | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が延長され、観光や飲食も落ち込み、人の動きが減っている。  |
|    |         | 住宅販売会社（営業）      | 来客数の動き | ・4月からの更なる資材値上げを客が認識し始めており、景気が上向き気配はない。現状は横ばいが続いており、急激に大きく動く気配はまだ感じられない。  |
|    |         | 商店街（代表者）        | 来客数の動き | ・月初めは来客数に動きが出ていたが、中旬から急激に下降線をたどっている。新型コロナウイルスの感染状況に加え、雪が長々と続き、全く良いところがない。新型コロナウイルスによる自宅待機、雪による移動手段不足など、我慢の時期が続いている。人出は惨たんたる状況である。  |
|    |         | 一般小売店〔精肉〕（店長）   | 販売量の動き | ・全体をみると豚肉やとり肉の動きは良いが、ギフト等が少ないこともあり、牛肉の動きが良くないため苦戦している。   |
|    |         | 一般小売店〔書籍〕（従業員）  | 販売量の動き | ・値上がりしているものが多く、客の動きに買い控えがみられる。   |

| 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  |
|----|---------|---------------------------|--------|---|
|    |         | 百貨店（販売促進担当）               | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染が拡大し、高齢者を中心とした客の来店が減って売上に大きく影響している。依然としてアパレルの動きが悪く、春に向けて入学式や卒業式などのセレモニー関連で非常に影響が大きい。旅行需要も2年連続で見通せず、アパレルや旅行かばんなどの雑貨に影響が出ている。  |
|    |         | 百貨店（販売担当）                 | 来客数の動き | ・1月下旬からの新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、来客数が減少している。さらに、目的とする商品のみを購入し、短時間で帰宅する傾向がより拡大している。午前中から日中の来客数は以前と比べて大きく減少した感じはなく、ランチタイムのレストランも週末を中心に大幅な減少はみられない。しかし、夕方以降の来客数は減少しており、食品以外は苦戦している。震災後と同様の傾向が見受けられる。          |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）               | それ以外   | ・新型コロナウイルスの感染はまだ拡大しており、生活必需品の価格は上昇し続けている。消費にとってマイナス要因が多い。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）               | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株による新規感染者数の急増で、目に見えて人流は減っている。さらに、旅行などの自粛による影響で、目的買いによる洋服の売上などは全く回復していない。   |
|    |         | 自動車備品販売店（役員）              | お客様の様子 | ・他県と比べると降雪による経済活動への影響は少なかったが、新型コロナウイルスオミクロン株による新規感染者数の急増やガソリン単価の高騰による外出自粛のため、車の使用が減少してメンテナンス需要も減っている。更に状況は悪化している。   |
|    |         | その他小売 [ショッピングセンター]（統括）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大から客の自粛傾向が強まり、来客数に影響している。また、気候が強い冬型となって降雪や低温の日が続いたことから、春物素材の販売動向も遅れてきている。   |
|    |         | 一般レストラン（統括）               | お客様の様子 | ・1月27日～3月6日までまん延防止等重点措置期間になっていることや、例年と比べて2月は雪の降る頻度が高く、平均気温が6度も低かったことから、客の動きが鈍い。新型コロナウイルスの対応に慣れたため、ランチタイムの落ち込みはほとんどないが、まん延防止等重点措置期間ということで、夜の外出や外食機会が激減している。飲食店では夜のみ休業にしている店舗が多く、北陸全体で夜間の人の動きが減少している。 |
|    |         | 通信会社（役員）                  | 販売量の動き | ・放送、通信共に契約数が前年同月比で10%ほど減少している。  |
|    |         | 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 | ・新型コロナウイルスオミクロン株による県内の感染者数が急増しており、子供から高齢者まで会員に感染関係者が出ている。また、クラスターは発生していないが、複数のスタッフが休まなくてはならない状況になってきている。このような状況下で、利用控えや休会が多く発生している。   |
|    |         | 美容室（経営者）                  | 来客数の動き | ・2月に入り新型コロナウイルスオミクロン株による感染が急拡大し、ここ1年では最も来客数が減少している。特に学校で子供の新規感染者数が増えており、その関連で親が仕事を休むこともかなりあるようで、それも来客数減少の一因となっている。  |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）               | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大で、客との打合せが延期や中断となり、契約予定が立たず販売が進まなくなっている。年配の客との交渉が多かったため、影響は大きい。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き | ・地方でも毎日多数の新規感染者が出ていて、街中の人出は激減している。特に高齢者の姿が消えている。正に危機的状況である。   |
|    | ×       | 一般小売店 [鮮魚]（役員）            | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が延長されたため、回復の兆しがみえなくなっている。取引先の飲食店では昼だけ営業していたが、昼の営業もやめてしまっている。まん延防止等重点措置が解除されたとしても、どの程度回復するのか不安しかない。   |
|    | ×       | 百貨店（売場主任）                 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数の急増と大雪の影響というダブルパンチで来客数が減少し、売上は前年1月以来の大幅マイナスの見通しである。近年右肩上がりでも推移していたバレンタイン商戦もにぎわいがなく、会場は閑散とした状況で前年割れしている。   |

| 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  |
|--------|---------|-------------------|--------------|---|
|        | ×       | コンビニ(店舗管理)        | 来客数の動き       | ・コロナ禍と天候不順で来客数が大幅に減少している。   |
|        | ×       | 衣料品専門店(経営者)       | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスの感染拡大が非常に影響している。  |
|        | ×       | 住関連専門店(役員)        | 来客数の動き       | ・降雪などの季節要因や、新型コロナウイルス第6波による影響は否めないが、一方では家具の購入に対する考え方や市場性など、業界全体に関わる動きも影響している。   |
|        | ×       | 高級レストラン(スタッフ)     | 販売量の動き       | ・前月27日から今月20日までまん延防止等重点措置が適用されたが、3月6日まで延長となり、集客は前年の7割ほど、例年の3割まで落ち込んでいる。   |
|        | ×       | 一般レストラン(店長)       | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスの発生以来、一番悪いと考える。   |
|        | ×       | スナック(経営者)         | 来客数の動き       | ・経験したことのない最悪の状況で、来客数は前年同月の6割となっている。当店の客は年齢層が高く、孫などに新型コロナウイルスの感染が広がっている状態では外出できない。この状況が続くとお手上げである。                         |
|        | ×       | 観光型旅館(スタッフ)       | 来客数の動き       | ・前年との比較では売上は274%となっているが、新型コロナウイルス発生前との比較では70%と、まだ苦しい状況が続いている。   |
|        | ×       | 都市型ホテル(スタッフ)      | 販売量の動き       | ・まん延防止等重点措置が延長されたため、宿泊部門、宴会部門、レストラン部門共に悪かった前年を更に下回っている。   |
|        | ×       | 都市型ホテル(役員)        | 来客数の動き       | ・新規感染者数が過去最高を更新するなか、前月に続き稼働率は減少傾向にある。しかし、2月中旬以降は降雪による受験生の前泊利用者が増加し、稼働率の下降に歯止めを掛ける結果となっている。                                |
|        | ×       | 旅行代理店(従業員)        | 販売量の動き       | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響で宿泊予約がほぼない。出張手配もほぼキャンセルとなっている。   |
|        | ×       | タクシー運転手           | 来客数の動き       | ・連日、新型コロナウイルスの新規感染者が多数確認され、外出自粛により利用客が減少している。駅でも客を待つ時間が長く、夜の街は閑散としている。  |
|        | ×       | タクシー運転手           | 販売量の動き       | ・第6波による感染急拡大で、相変わらず人の動きが悪い。   |
|        | ×       | テーマパーク(役員)        | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスの感染拡大によりまん延防止等重点措置が適用され、人の移動制限や時短営業などが要請される状況で、観光客数が大幅に減少し、3か月前と比べて状況が悪くなっている。                                  |
| 企業動向関連 |         | -                 | -            | -   |
| (北陸)   |         | 通信業(営業)           | 受注量や販売量の動き   | ・年始当初より受注量が増加し、年度末を迎えても非常に活発に推移している。特に事務関連機器の設備投資が旺盛である。  |
|        |         | 食料品製造業(経営企画)      | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株による感染の急拡大で高止まっている感じがあるが、その影響かテイクアウト需要向けの受注が相変わらず好調で、ここ数か月伸び続けている。   |
|        |         | 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   | ・半導体不足や世界的な新型コロナウイルスの感染拡大による輸送遅延、原材料の価格高騰等で、引き続き厳しい状況が続いている。  |
|        |         | 建設業(経営者)          | それ以外         | ・建設業のため、公共事業の受注は前年と同様に推移しているが、繁華街の飲食店や旅行業者、宿泊業者は相変わらず新型コロナウイルスの影響で痛めつけられている。  |
|        |         | 司法書士              | 取引先の様子       | ・新築住宅の所有権保存登記の依頼は堅調であるが、材料費の高騰や器具類の不足による完成遅れなど不安な要素が続いている。  |
|        |         | 税理士(所長)           | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルス感染症が終息しておらず、原材料価格の値上がりや半導体の調達ができないことで、電子部品関連の工場が操業を縮小している。以前と比べてもなかなか良い要素は見当たらず、状況は変わらないと考える。                   |
|        |         | 繊維工業(総括)          | 受注価格や販売価格の動き | ・企業や用途によってばらつきがあるものの、受注は全体としては回復基調にあり、新型コロナウイルス発生前の水準に回復している企業もある。ただし、外国人技能実習生を中心とした人手不足や原材料価格の高騰による収益圧迫を課題に挙げる企業が増加している。 |



| 分野       | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------|---------|-----------------|--------------|---|
|          |         | 一般機械器具製造業（総務担当） | それ以外         | ・原油価格の高騰を始め、様々なもののコスト増加の影響を受けている。   |
|          |         | 精密機械器具製造業（役員）   | 取引先の様子       | ・国内の売上金額そのものは一定の水準にあるものの、例年であれば4月頃のピークに向け、各月において前月を上回る推移となる時期であるが、今年は新型コロナウイルスオミクロン株の影響で小売店舗の来客数に影響が出ており、特に2月は前月に比べてそれほど伸びていない。 |
|          |         | 輸送業（管理会計担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株による感染拡大のため、1月中旬以降は物量が減少している。  |
|          |         | 不動産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き   | ・少し情報は出てきているが、今の状況ではまだ厳しいという話をよく聞く。   |
|          | x       | 輸送業（役員）         | 受注価格や販売価格の動き | ・ロシアのウクライナ侵攻による燃料価格の高騰を懸念している。  |
|          | x       | 金融業（融資担当）       | 取引先の様子       | ・取引先の様子では、新型コロナウイルスオミクロン株の影響が長引いているところに、原油価格の上昇が加わり、売上、利益共に減少が続いている。新規設備や人材採用に資金の振り分けができておらず、景気が上向きになる話が出てこない。                  |
| 雇用<br>関連 |         | -               | -            | -   |
| (北陸)     |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き       | ・若干ではあるが、パート、アルバイトなど臨時雇用の求人が増えている。  |
|          |         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き       | ・ほとんどの産業で求人数は上向きとなっている。   |
|          |         | 求人情報誌制作会社（編集者）  | 求人数の動き       | ・求人数に余り変動がない。   |
|          |         | 民間職業紹介機関（経営者）   | 求人数の動き       | ・求人数が増えないのは、第6波による新規感染者数の急増で、新型コロナウイルスの終息がみえないことが大きい。それに加えて、原油や材料の価格高騰による先行き不安も悪材料である。  |
|          |         | 新聞社〔求人広告〕（営業）   | 周辺企業の様子      | ・新型コロナウイルスに積雪と悪い状況が重なり、上昇する気配がない。各企業はこの足を踏んでいるようである。  |
|          | x       | 職業安定所（職員）       | 周辺企業の様子      | ・宿泊業、飲食サービス業が元に戻らない。  |

## 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、\*：主だった回答が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種       | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------|-------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連 |         | スーパー（経営者）   | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大で再び外食が敬遠され、家庭での食事が増えている。また、強い寒波の影響で、毎日の食卓に欠かせない生鮮類が値上がりしたことも、売上にはプラスとなっている。   |
| (近畿)           |         | 百貨店（売場主任）   | 来客数の動き | ・前月の中旬から大きく落ち込んでいた来客数が、今月23日以降は、やや回復傾向にある。特に、月末にかけて気温が落ち着いたこともあり、食料品の売上は前年を上回っている。コロナ禍への慣れもあり、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が大きく増加しなければ、売上も回復すると予想している。      |
|                |         | 百貨店（外商担当）   | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染第6波にピークアウトの兆しがみられる。新規感染者数の減少傾向が報じられている影響か、周辺の商店街では、今週から明らかに人出の増加傾向がみられる。  |
|                |         | 百貨店（営業推進担当） | 来客数の動き | ・来客数も前年を上回り、増加傾向にある。   |
|                |         | 百貨店（マネージャー） | 来客数の動き | ・バレンタインデー直前の3連休を中心に、来客数が増加し、比較的単価の高いチョコレートやギフト商材にも動きが出ている。   |
|                |         | スーパー（企画担当）  | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が適用されているが、今回の新型コロナウイルスオミクロン株の感染力は強く、自宅療養を余儀なくされている人が多い。それに伴い、まとめ買いが増えているほか、備蓄関連商品がよく売れている。また、自治体からの要請もあり、自宅待機の人たちに対する、食料支援セットの販売が増えている。 |
|                |         | コンビニ（店員）    | 来客数の動き | ・周囲の活気が少しずつ戻っている気配を感じ、来客数もかなり増えていると感じられる。それに伴い、客単価も徐々に上がっている。  |

| 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   |
|----|---------|------------------------|--------|--|
|    |         | 乗用車販売店<br>(販売担当)       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響もあり、納期が延びる傾向が続いているため、客の動きが少し前倒しになっている。  |
|    |         | 都市型ホテル<br>(総務担当)       | 来客数の動き | ・飲食を伴う販売は低調な動きが続いている。大阪や近隣の府県ではまん延防止等重点措置が延長されたため、回復傾向はみられないが、宿泊の利用は回復傾向が少しみられる。   |
|    |         | その他サービス<br>[学習塾](スタッフ) | お客様の様子 | ・引き続き新型コロナウイルスオミクロン株が猛威を振るっているが、保護者や生徒もオンライン授業などに慣れてきている。  |
|    |         | 商店街(代表者)               | 来客数の動き | ・2月に入っても入出は戻らない。物販や飲食の売上も前年と余り変わらず、非常に悪い。  |
|    |         | 一般小売店<br>[花](経営者)      | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の適用で、休業する取引先が多く、飲食業に係る業種の売上も落ち込んでいる。相変わらず景気は良くならない。   |
|    |         | 一般小売店[衣服]<br>(経営者)     | 来客数の動き | ・2月の売上は前年を超えたが、来客数は20%減となっている。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向となっているものの、まだまだ多い状況でもあり、来月以降も余り期待できない。   |
|    |         | 一般小売店[珈琲]<br>(経営者)     | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、飲食店の休業や時短営業が続いているため、状況は変わらない。   |
|    |         | 一般小売店[呉服]<br>(店員)      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、来客数がかなり減少している。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)              | 来客数の動き | ・来客数に大きな変化はなく、コロナ禍による外出の抑制が続いている。  |
|    |         | 百貨店(企画担当)              | お客様の様子 | ・1月下旬にまん延防止等重点措置が適用されたが、2月に入り、来客数は前年の緊急事態宣言の際よりも更に減少した。2月中旬以降はやや持ち直したが、今までと比べて回復の動きは弱い。  |
|    |         | 百貨店(マネージャー)            | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による心理的な影響のほか、天候要因により、食品を中心とした消耗品などが売れる時間帯が、夜の8時半から9時までと短くなっている。また、現金客を中心に、婦人服や雑貨などの中間層向け商品の動きは止まっているが、特選品や美術品を中心とした富裕層向け商品は好調である。全体的に富裕層の動きは堅調で、全体の客単価を押し上げる状況が続いている。 |
|    |         | 百貨店(販促担当)              | 来客数の動き | ・コロナ禍の状況が好転しないなか、以前ほどの冷え込みはないものの、積極的な購買はみられない。来客数、滞在時間共に前年を下回っている。モチベーション関連であるバレンタイン商戦でも、挨拶的な用途の購入が減少し、苦戦している。食品全体は堅調であるが、バレンタイン商戦が悪い分、苦戦している。   |
|    |         | 百貨店(外商担当)              | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株が猛威を振るっており、依然として来客数、売上共に低迷している。好調なのは、富裕層を中心とした高額の時計や、海外のブランド品のみである。  |
|    |         | 百貨店(販売推進担当)            | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染第6波の影響で、来客数は緊急事態宣言が発出されていた前年を下回っている。購買層が若いバレンタイン商戦や、値上げが相次いだラグジュアリーブランドなど、前年を上回る商材もあったが、シニア層の来店が減少しており、全店の売上も前年並みにとどまる。   |
|    |         | スーパー(店長)               | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響も長期化し、新規感染者数などに大きく左右されなくなっている。  |
|    |         | スーパー(店長)               | 販売量の動き | ・原価の高騰後も、価格が据え置かれている商品が客に認知され始めている。  |
|    |         | スーパー(店長)               | お客様の様子 | ・買上点数、客単価共に、前年度からの変化は少なく、上向きそうな気配はない。  |
|    |         | スーパー(企画担当)             | 販売量の動き | ・日用品の売上は前年比で96%とほぼ横ばいであり、特に変化はない。  |
|    |         | 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延長され、内食傾向が再び強まり、売上が伸びている。商品の相次ぐ値上げによる需要の減少は懸念されるが、単価の上昇にはつながると予想される。   |
|    |         | コンビニ(店長)               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の適用に関係なく、夜の来客数は一向に回復する気配がない。当店の立地の特徴として、単身赴任や出張の客がかなり減っている。   |

| 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   |
|----|---------|---------------------|--------|--|
|    |         | コンビニ(店員)            | 来客数の動き | ・例年2月は来客数、売上共に減少するが、今年は近隣での工事などが多く、来客数は減っていない。   |
|    |         | 家電量販店(経営者)          | それ以外   | ・半導体不足の影響で、様々な商品の入荷に時間が掛かり、売上が増えにくい状況にある。  |
|    |         | 乗用車販売店(営業企画)        | お客様の様子 | ・例年であれば客が増える月であるが、今年は増えていない。   |
|    |         | 乗用車販売店(営業担当)        | 販売量の動き | ・来客数は限定的で、半導体不足による商品入荷の遅れもあり、売上が落ちている。   |
|    |         | その他専門店[ドラッグストア](店員) | 販売量の動き | ・売上目標の達成は厳しく、非常に寒い日が続いたため、来客数も減っている。客の買上点数は前年比で減少しており、新型コロナウイルス関連商品も飛ぶようには売れていない。  |
|    |         | その他専門店[医薬品](管理担当)   | 販売量の動き | ・買上点数、客単価共に改善傾向にあるが、来客数は横ばいである。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、来客数の増加は期待できない。   |
|    |         | その他専門店[宝飾品](販売担当)   | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染第6波により、自粛ムードが広がり、特に高齢者の外出が減少しているように感じる。購買力が比較的高い年齢層であるため、痛手となっている。  |
|    |         | 高級レストラン(スタッフ)       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されて1か月以上が経過するが、良くも悪くも、客の動きは変わらない。人数制限や時短の関係で店側が予約を絞っており、予約を断るケースも多い。   |
|    |         | 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新規感染者数が減っていない。  |
|    |         | 旅行代理店(支店長)          | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の延長により、申込みの動きは止まった状態である。再延長はないと期待しているが、コロナ禍のピークアウトが意識されてから、行動に反映されるまでに少し時間が掛かるため、状況は大きく変わらない。   |
|    |         | タクシー運転手             | 来客数の動き | ・相変わらず、まん延防止等重点措置の適用が続いているほか、3回目のワクチン接種も進んでおらず、人々は警戒して余り外出しようとしなない。ガソリン価格の高騰や、半導体不足による影響もみられる。   |
|    |         | タクシー運転手             | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の影響もあり、客足自体は伸びていないが、暖かくなってきたこともあり、少し増えている。  |
|    |         | 住宅販売会社(従業員)         | 販売量の動き | ・新築分譲マンションは、郊外のファミリータイプ、都心の富裕層向けマンション共に、好調に売れている。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)           | 来客数の動き | ・今月は新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数が激減している。特に、主要客である50歳以上の来客数が減っている。客の購買意欲は以前から低下しており、インバウンド需要がほぼないなかで、厳しい状況にある。   |
|    |         | 百貨店(サービス担当)         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の期限が延長されたことで、来客数やレジ客数が前年比で約5%減少し、売上も前年並みの推移となっている。ただし、バレンタインフェアは好調で、アクセサリーやチョコレート類は好調に推移するなど、売上の確保につながっている。   |
|    |         | 百貨店(売場マネージャー)       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染がピークアウトしているとは言い難いなか、来客数の減少が著しい状況にある。  |
|    |         | 百貨店(服飾品担当)          | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の猛威を受けて、2月以降は各商品で厳しい状況が続いている。年配客に来店を控える動きがみられる一方、若年客による都心部への動きは悪くなく、コロナ禍の捉え方に差が出ている。コスメなどの商材は、新型コロナウイルス発生前の半分に近い売上となるなど、各商品ともボリューム層の需要が冷え込んでいる。その反面、今の状況でもラグジュアリー関連の売上は増加している。ただし、3月に控えた値上げの先買いが主因のため、一時的な増加にとどまる。 |
|    |         | 百貨店(店長)             | 販売量の動き | ・前年は新型コロナウイルスの感染が都市部で広がったため、人が郊外に流れてきた。郊外の店舗は元々生活必需品の品ぞろえが多く、売上は好調となったが、今年は郊外も含めて新規感染者数が増えており、全体的に販売額が減少している。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------------------|---------|--|
|    |         | 百貨店（特選品担当）               | 来客数の動き  | ・2月の商況は3か月前よりも悪くなっている。新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大前の12月までと、1月以降を比べると、明らかに景気は悪くなっている。特に、前年の2月は緊急事態宣言下であったが、今年の来客数は前年比でプラス3.2%と微増にとどまる。ファッションブランドは春物の立ち上がり時期のため、目的買いの客で売上は何とか形になっているが、まん延防止等重点措置も3月21日までの延長が濃厚であるため、今の状況は当分続く。 |
|    |         | 百貨店（マネージャー）              | 販売量の動き  | ・やはりコロナ禍の影響が大きい。収束時期が見通せないため、目的のある店舗に来店が限定されている。さらに、できる限り滞留を短くすることを意識しているため、買い回りを中心とした販売の増加がみられない。   |
|    |         | スーパー（経営者）                | お客様の様子  | ・余分な物は購入しないほか、特売品の購入でも価格にはシビアになっている。   |
|    |         | スーパー（店長）                 | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用で、モール全体の来客数が減少している。  |
|    |         | スーパー（店員）                 | 競争相手の様子 | ・すぐ近くに激安スーパーがオープンし、客は完全にそちらへ流れている。   |
|    |         | スーパー（社員）                 | お客様の様子  | ・コロナ禍以降、多くの店舗で客単価が上昇し、当社のようなスーパーでは売上が増加した。今も同じような状況にあるが、一部の店では、客の料理疲れが始めている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き  | ・2月後半からテレワークの動きが増え、来客数が10%減少している。現実には、身近でも新型コロナウイルスの感染者が出始めている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大で、通勤客が再び減少している。近隣のホテルでも宿泊のキャンセルが多数出ているなど、宿泊客数もかなり減少している。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置の適用や、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による自発的な行動の制限、企業による出勤制限などが響いている。  |
|    |         | コンビニ（店長）                 | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が適用されているため、近隣企業への出勤者が減っている。   |
|    |         | コンビニ（店長）                 | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用され、来客数に影響が出ている。  |
|    |         | コンビニ（店員）                 | 来客数の動き  | ・コロナ禍による休日の外出自粛が、来客数の減少を招いている。   |
|    |         | 衣料品専門店（店長）               | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴い、来客数が前年よりも良くない。売上、来客数共に8割程度となっており、単価も落ちている。  |
|    |         | 家電量販店（店員）                | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの感染拡大ペースが少し落ち着きつつあるが、来客数の減少が止まらない。コロナ禍の状況では、購買意欲もなかなか上がってこない。  |
|    |         | 家電量販店（店員）                | それ以外    | ・メーカーからの商品や部品の入荷が滞っているため、販売できる商品がない。   |
|    |         | 家電量販店（営業担当）              | それ以外    | ・半導体不足で商品が入荷しない。   |
|    |         | 家電量販店（人事担当）              | 販売量の動き  | ・これまでの巣籠り需要の反動減が続いており、特に白物家電は落ち込みが大きい。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）             | 販売量の動き  | ・半導体不足の影響で、日本への新車のお荷が滞っているため、販売できる車がない。購入したいという需要はあるものの、供給ができないため、業績は伸び悩んでいる。  |
|    |         | 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影響が大きいほか、原油価格の高騰で諸物価の上昇が進み、株価も下がっている。   |
|    |         | その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）     | 単価の動き   | ・3～4月は生活必需品の値上げが相次ぐ。また、ウクライナ問題による更なる原油などの値上がりで、燃料費も不安定となる。   |
|    |         | 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拡大による外出の自粛がかなり響いている。もし感染すれば、周囲の人や職場に迷惑を掛けてしまうため、外出が控えられている。商店街はガラガラの状態である。  |
|    |         | 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  | ・ユニフォームを新調し始める時期であるが、例年よりも受注量が少ない。   |

| 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  |
|----|---------|-------------------------------|--------|---|
|    |         | その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）        | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が適用されて以降、中高年層の来店が減少している。その結果、特に婦人衣料での売上の落ち込みが目立っている。   |
|    |         | その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）        | 販売量の動き | ・普通の状態になれば、会社に設置している自販機も動かない。ホテルなどは壊滅的な状況である。   |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）                   | 販売量の動き | ・当地域でも、まん延防止等重点措置が適用されたため、なるべく従業員の出勤を抑えて、雇用調整助成金でしのぐ対策を講じた。販売量を2年前と比べると、約3分の1に減少している。                           |
|    |         | 旅行代理店（店長）                     | 来客数の動き | ・来客数は相変わらず少ない。新型コロナウイルスの新規感染者数は大きく減らず、まん延防止等重点措置も延長された。今後更に延長される動きもあり、4月以降の旅行の相談はあるものの、まだまだ様子見が続いており、受注につながらない。 |
|    |         | 通信会社（経営者）                     | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の適用により、経済活動が低迷している。  |
|    |         | 通信会社（社員）                      | 販売量の動き | ・年度末となり、契約の伸びが鈍化している。通常であれば転入が増える時期であり、サービスの申込みは増えるが、今年は例年の動きとは異なっている。  |
|    |         | 通信会社（企画担当）                    | 販売量の動き | ・例年は決算に向けて受注が増える時期であるが、商談数も受注額も少ない。新型コロナウイルスの影響で延期になるプロジェクトも出てきている。   |
|    |         | テーマパーク（職員）                    | 来客数の動き | ・政府による景気対策が不足していると感じる。  |
|    |         | 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 | ・まん延防止等重点措置が適用され、高齢者の出控えがみられる。  |
|    |         | 美容室（店員）                       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、プライダル関連の延期やキャンセルが出ている。   |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                   | 単価の動き  | ・前年からの資材価格等の値上げが収まらない。いつまで続き、どこまで上がるのかが分からない。世界情勢も不安定になり、エネルギー価格の高騰につながっている。                                    |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）                   | それ以外   | ・コロナ禍は出口が見えにくいほか、ウクライナ問題も出てきており、消費マインドが悪化傾向にある。   |
|    |         | 住宅販売会社（総務担当）                  | それ以外   | ・工事に必要な材料の入荷が遅れており、工期の確認が難しくなっている。  |
|    |         | 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   | ・ロシアのウクライナ侵攻により、世界経済は混迷が深まっている。   |
|    |         | その他住宅〔展示場〕（従業員）               | 販売量の動き | ・住宅展示場での各社の契約者数は、今年度の下半期からやや減少気味となっている。前月と同様に、前年比で1割以上落ち込んでいる。  |
|    |         | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）             | それ以外   | ・2月に入って、当社でも新型コロナウイルスの感染者と濃厚接触者が3人発生した。休業措置を取った影響で、業務へのしわ寄せが大きく、キャンセルや後回しとなった案件が多数出ている。                         |
|    |         | その他住宅〔情報誌〕（編集者）               | お客様の様子 | ・約2年間のコロナ禍により、住宅需要は好調に推移してきたが、市場には徐々に変調がみられる。広告などへの反響はまだ微減程度であるが、成約の歩留まり率の悪化が進むなど、今後の市場鈍化の兆しが出始めている。            |
|    | ×       | 一般小売店〔時計〕（経営者）                | 来客数の動き | ・今月も相変わらず来客数が少ない。2月は元々営業日数が少ないが、それを含めても、寂しい数字となっている。当地域は3回目のワクチン接種がまだの人も多く、外出を控える様子がうかがえる。                      |
|    | ×       | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）               | それ以外   | ・売上は、3か月前よりも20%減少している。  |
|    | ×       | 一般小売店〔衣服〕（経営者）                | 販売量の動き | ・クリアランスセールの後という影響もあるが、販売量が伸びない。さらに、今月下旬に入ってから来客数も減っている。   |

| 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   |
|----|---------|------------------------|--------|--|
|    | ×       | 一般小売店〔野菜〕(店長)          | お客様の様子 | ・飲食店は少し持ち直していたが、再び夜間に入が歩かなくなり、厳しい状態となっている。それに伴い、納品の依頼も減少している。  |
|    | ×       | 一般小売店〔菓子〕(営業担当)        | 販売量の動き | ・コロナ禍の影響で売上の低迷が続いているが、3月になれば気候も良くなり、少しは売上の増加につながることを期待している。  |
|    | ×       | 百貨店(企画担当)              | 販売量の動き | ・今月の上旬～中旬と比べると、下旬は少し回復の傾向がみられる。  |
|    | ×       | 百貨店(売場マネージャー)          | 来客数の動き | ・来客数の3か月の推移をみると、12月が前年比で3.9%の増加、1月が3.3%の減少、2月が14.9%の減少である。特に、和歌山地区に2月5日からまん延防止等重点措置が適用されてから、来客数が激減しており、この傾向は当分続きそうである。さらに、気温の低さもあって来客数が減少している。                             |
|    | ×       | 百貨店(宣伝担当)              | お客様の様子 | ・来客数がなかなか回復しないほか、来店客も目的の商品だけを購入し、店内を回遊する動きがみられない。周辺地域の飲食店の時短営業も継続するなか、夕方以降の落ち込みが大きく、仕事帰りに商業施設に立ち寄る動きがなくなっている。  |
|    | ×       | コンビニ(経営者)              | 販売量の動き | ・飲食店の時短営業による影響が、かなり出ている。   |
|    | ×       | 衣料品専門店(経営者)            | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用され、自粛生活に逆戻りである。2月はひどく、外出着の需要が極端に減少している。その上、生活必需品の値上げが続いており、余裕のある客は有名ブランドで気に入った物を購入しているが、景気は全体として後退している。  |
|    | ×       | 衣料品専門店(経営者)            | 来客数の動き | ・客が来店せず、売場が閑散とする状態が続いている。新型コロナウイルスに感染すると大変なことになるため、出掛ける機会も減っている。   |
|    | ×       | 家電量販店(企画担当)            | それ以外   | ・ロシアによるウクライナ侵攻に伴う、欧米などの経済制裁で、日本経済への大きな打撃が予想される。  |
|    | ×       | 住関連専門店(店長)             | 来客数の動き | ・長引くまん延防止等重点措置の影響で、来客が増えるはずの時期に減っている。  |
|    | ×       | その他専門店〔食品〕(経営者)        | 販売量の動き | ・年末は緊急事態宣言が解除されていたが、直近はまん延防止等重点措置の適用などで、外食の売上が減少している。  |
|    | ×       | その他専門店〔ガソリンスタンド〕(経理担当) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染第6波に加え、ウクライナ情勢による原油価格の急騰で、足元の景気は悪化している。   |
|    | ×       | 一般レストラン(経営者)           | 来客数の動き | ・ここ2か月ほどは回復への手応えがあり、売上はかなり伸びたが、2月中旬から来客数は激減している。新型コロナウイルスの感染のクラスター発生は、ほぼ飲食店では聞かれなくなったにもかかわらず、まん延防止等重点措置の適用後は、来客数が徐々に減っている。新規感染者数が急増すれば、外食が激減する形になっており、今回も休業している飲食店は多いと感じる。 |
|    | ×       | 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の適用で、来客数が激減した。ただし、2月下旬の延長以降はなぜか客足が戻り、通常どおりの来客数に戻っている。   |
|    | ×       | 一般レストラン(企画)            | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大により、2019年との比較で、売上は約20%減少している。前年12月には100%を超える水準まで回復したが、今月は大きく減少している。   |
|    | ×       | 観光型旅館(経営者)             | 販売量の動き | ・キャンセルが続いているが、どうしようもない。カニのシーズンで2度目のコロナ禍は厳しい。   |
|    | ×       | 都市型ホテル(管理担当)           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の適用による予約のキャンセルや来客数の減少で、収入が悪化している。   |
|    | ×       | 都市型ホテル(管理担当)           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置による出控えで、来客数が減少し、キャンセルも増加している。   |
|    | ×       | 都市型ホテル(客室担当)           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の延長に伴い、予約のキャンセルが増え、新規予約は微増という状況である。2人以上での宿泊や観光需要は少なく、ビジネス利用についても最低限の出張のみと、宿泊者数が減少している。基本的にはシングル利用が多く、2人以上のツインやトリプル利用など、複数名で宿泊する客は減っている。                         |

| 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                   | 都市型ホテル<br>(販売促進担当)    | 来客数の動き   | ・前月下旬から、まん延防止等重点措置が適用されているが、客室稼働率は1月並みの36%となる見込みである。一方、レストランの来客数は1日の平均が1月の47人から37人へと、10人減少している。宴会や会議の問合せもかなり減っている。 |
|                        | x                   | 旅行代理店(役員)             | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置の適用により、需要はほとんどみられない。ただし、手間については、予約のキャンセルや再予約、更なる変更など、1つの旅行に対して何度も作業が発生している。                             |
|                        | x                   | 観光名所(経理担当)            | 来客数の動き   | ・11月はコロナ禍の影響も余りなかったが、2月は2年前と比べて半分以下の売上に落ち込んでいる。  |
|                        | x                   | その他レジャー施設[複合商業施設](職員) | お客様の様子   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染のピークアウトがようやくみえてきた矢先に、ロシアによるウクライナ侵攻が始まり、消費マインドがより一層低下している。                                       |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(近畿) |                     | 電気機械器具製造業(経営者)        | 受注量や販売量の動き   | ・久しぶりに良くなっていると感じたが、急にロシアと欧州がもめ始めたため、楽観視できなくなっている。  |
|                        |                     | 経営コンサルタント             | 取引先の様子   | ・一時は新型コロナウイルスの影響でどん底にあった売上や利益のほか、事業そのものが上向いてきた。様々な要因があるものの、何とか生き延びようとする経営者や社員の懸命な努力が、実を結んだと考えられる。                  |
|                        |                     | 繊維工業(団体職員)            | 受注量や販売量の動き   | ・依然としてコロナ禍の影響が響いている。   |
|                        |                     | パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)    | 取引先の様子   | ・月末に近づくと、取引先による在庫調整の動きが増える。  |
|                        |                     | 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   | ・まん延防止等重点措置が延長され、引き続き厳しい状態が続いている。受注量の変化は感じられない。  |
|                        |                     | 窯業・土石製品製造業(管理担当)      | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数の減少は進んでいないが、当社の生産能力が限られていることもあり、一定の受注量や販売量は確保できている。コロナ禍が続いているが、大きな変化はない。                    |
|                        |                     | 一般機械器具製造業(経営者)        | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍以降、売上が激減している状況は変わらない。   |
|                        |                     | 電気機械器具製造業(宣伝担当)       | 受注量や販売量の動き   | ・テレビなどのAV家電、白物家電共に、実売は前年割れで推移している。   |
|                        |                     | 建設業(経営者)              | 受注価格や販売価格の動き   | ・給湯器やウォシュレットなどの品不足や、建設資材価格の高騰により、取引先の設備投資の金額や工期が大きく変わっている。現状の理解が得られても、計画の延期や凍結につながると予想される。                         |
|                        |                     | 建設業(経営者)              | 受注量や販売量の動き   | ・年度末に向けて、受注が増えていない。例年であれば、もう少し受注が増える。  |
|                        |                     | 建設業(営業担当)             | 受注量や販売量の動き   | ・客の設備投資意欲は引き続き高く、新築工事の計画も減っていない。   |
|                        |                     | 金融業[投資運用業](代表)        | それ以外   | ・コロナ禍の収束が見通せないことが厳しく、ガソリン価格の高騰もしばらく続きそうである。先の見通しには光明が見いだせず、ロシアがウクライナに侵攻し、先行きには余計に暗雲が立ち込めている。                       |
|                        |                     | 金融業(営業担当)             | それ以外   | ・新型コロナウイルスの感染が拡大するなかで、企業の活動は鈍く、相変わらず飲食店のダメージが大きい。  |
|                        |                     | 広告代理店(営業担当)           | 受注量や販売量の動き   | ・Web媒体、紙媒体共に、広告の売上が前年と変わらない。   |
|                        |                     | 経営コンサルタント             | 取引先の様子   | ・消費者を相手にしている取引先は、新型コロナウイルスの影響が続いている。食料品の小売業は好調で、アウトドア関連の小売業も好調であるが、飲食業を含む、それ以外の業種は不調である。                           |
|                        | 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            | ・まだコロナ禍が続いており、各種の予算や設備投資が前向きに増えることはない。                                       |  |
|                        | その他非製造業[商社](営業担当)   | 受注量や販売量の動き            | ・引き合い案件、受注案件共に増えてきたが、規模は小さく、分割での発注となっている。懸念事項としては、製品の在庫がないため、納期に間に合うかどうかである。 |  |

| 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  |
|----|---------|---------------------|------------|---|
| x  |         | 食料品製造業（従業員）         | 受注量や販売量の動き | ・依然として、業務用商品の動きが停滞している状況に大きな変化はない。家庭向けの需要も、比較的安価なプライベートブランド商品に流れている。  |
|    |         | 食料品製造業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴い、飲食店だけでなく、様々な販売店からの受注が少しずつ減っている。  |
|    |         | 繊維工業（総務担当）          | 取引先の様子     | ・取引先での催事の延期や、集客数の減少により、販売量が減っている。   |
|    |         | 化学工業（管理担当）          | 受注量や販売量の動き | ・自動車やオートバイの電装品向けの出荷が、若干減る状況が続いている。  |
|    |         | プラスチック製品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き | ・何とかが動いていた仕事が、明らかに止まり始めている。部品の一部が手に入らないため、生産ができなくなっている。   |
|    |         | 金属製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・半導体不足や、海外からの部品の入荷遅れによる影響が、自動車産業だけではなく全ての分野に広がっている。   |
|    |         | 金属製品製造業（営業担当）       | 受注量や販売量の動き | ・半導体や部品の供給不足の問題で、自動車向けの出荷が減っている。  |
|    |         | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の影響に加えて、建設資材価格の高騰についての情報が取引先に伝わり、購買意欲が減退している。  |
|    |         | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き | ・1月以降は新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大で、短期の交通関連の広告が減っている。   |
|    |         | 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 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大はようやくピークアウトしたとを感じるが、まん延防止等重点措置の延長が響いている。駅構内は密になりやすいこともあり、依然して閑散とした状況が続いている。特に新幹線の発着駅は、出張の取りやめもあって顕著に人が減少している |
|    |         | 不動産業（営業担当）          | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスの感染が拡大し、まん延防止等重点措置が継続中であることから、飲食店の時短営業が続いているほか、アパレル店舗の閉店などが増加している。それに伴って賃料が下がり、地価も下がっているため、景気は悪い。                       |
|    |         | 雇用関連<br>(近畿)        |            | -   |
|    |         | 人材派遣会社（役員）          | 求人数の動き     | ・求人の動きは堅調であるが、人材不足が深刻である。   |
|    |         | アウトソーシング企業（社員）      | 雇用形態の様子    | ・賃金の見直しがあるなど、状況は改善している。   |
|    |         | 職業安定所（職員）           | 周辺企業の様子    | ・景気の回復は顕著ではないが、3か月前と比べると上向き傾向となっている。  |
|    |         | 職業安定所（職員）           | 求人数の動き     | ・1月の新規求人数は前年比でプラス32.8%と9か月連続で増加し、増加幅も拡大傾向にある。ただし、前年の反動増でもあり、新型コロナウイルス発生前との比較ではマイナス28.8%という状況である。まだまだ先行きを楽観できる状況ではない。              |
|    |         | 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に関する業務の特需に加え、企業からの全体的な求人数が増加している。   |
|    |         | 人材派遣会社（経営者）         | 求人数の動き     | ・来年度の新規案件が増える時期であるが、企業はかなり慎重になっており、4月以降の契約延長を3か月単位などで区切るケースが増えている。また、新規案件でも長期契約を余り望まず、短期契約にシフトする特徴がみられる。                          |
|    |         | 人材派遣会社（支店長）         | 求人数の動き     | ・求人状況が偏っていて、ある分野では契約が終了する人も増え始めている。   |
|    |         | 人材派遣会社（営業担当）        | 求人数の動き     | ・求人数は少し増えている。   |
|    |         | アウトソーシング企業（管理担当）    | それ以外       | ・仕事の依頼が減少したままである。   |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（管理担当）     | 求人数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況はピークアウトしたとの報道はあるが、新規感染者数はいまだに多く、飲食や旅行、観光業といったサービス業の求人は戻っていない。3回目のワクチン接種も遅れており、感染の収束にはまだ時間が掛かりそうである。          |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）     | それ以外       | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染も少し落ち着いてきたが、まん延防止等重点措置が続いている地域も多く、景気が上向き要素はないと感じる。   |



| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|----------------|---------|--|
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・ここ数か月の新規求人数をみると、前年と比べて増加傾向にあるが、雇用情勢には引き続き厳しさがみられる。  |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人数は前年比で21.8%の増加となるなど、求人数は持ち直しの動きが続いている。  |
|    |         | 学校〔大学〕（就職担当）   | 採用者数の動き | ・医療従事者の新卒採用については、求職側が国家試験の結果待ちであるため、今は停滞気味である。今後も、全体としてはコロナ禍の推移に左右される。   |
|    |         | 人材派遣会社（営業担当）   | 求人数の動き  | ・12～1月と、派遣求人数は2年前の実績に戻りつつあったが、また少し減っている。   |
|    |         | 人材派遣会社（管理担当）   | 求人数の動き  | ・前月までは余り影響はなかったが、今月に入って悪化している。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに、予定していた求人がなくなり始めている。  |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外    | ・まん延防止等重点措置の解除が見通せず、関西の地場産業や地元企業の商品プロモーション用の広告費も、全く上向き気配がない。   |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き | ・新規求人に関しては、製造業が引き続き好調である。今月は建設機械関連の求人の増加が、海外での需要の好調で目立っている。一方、求職者は自己都合離職者、在職者の増加が続いている。全体的には有効求職者数、有効求人数共に増加が続くなか、再就職活動の活発な動きはみられない。 |
|    |         | 民間職業紹介機関（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・採用活動の3月解禁に向けて、今年は合同企業説明会を対面形式で開催予定の大学もあったが、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大で、参加を見送る企業が増えている。  |
|    | ×       | 学校〔大学〕（就職担当）   | それ以外    | ・ウクライナへのロシアの侵攻が長期化すれば、経済に与える影響も大きくなる。世界的なダメージは計りしれない。  |

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断  | 業種・職種          | 判断の理由                       | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|----------|----------------|-----------------------------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(中国) |          | スーパー（店長）       | 販売量の動き                      | ・新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要で売上が良い。   |
|                            |          | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | 来客数の動き                      | ・遠方からの来店客が徐々に戻りつつある。   |
|                            |          | スーパー（店長）       | 来客数の動き                      | ・まん延防止等重点措置の解除が近づき、客の週末の外出機会が増加傾向にある。相変わらずまとめ買いの傾向はあるが、午後から夕方にかけて来客数が増加傾向で、週末は広範囲からの集客ができています。春に向け、行楽の機会も前年より多くなりそうな気配があり、地域での行事も増えているようである。 |
|                            |          | スーパー（財務担当）     | 単価の動き                       | ・まん延防止等重点措置の延長により、客の来店頻度は低下しているものの、1回当たりの買上点数が増え、結果として売上がやや増加している。   |
|                            |          | 商店街（代表者）       | お客様の様子                      | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しない。客が必要な商品しか購入せず、ゆっくりと買物をしていない。   |
|                            |          | 一般小売店〔食品〕（経営者） | 来客数の動き                      | ・行政が主導するキャッシュレス・消費者還元事業の影響で、来客数の増加と客単価の上昇が著しかったが、その後は、従来どおりの来客数、客単価に落ち着いている。   |
|                            |          | 一般小売店〔印章〕（経営者） | 来客数の動き                      | ・新型コロナウイルスオミクロン株のまん延で来客数が減少している。   |
|                            |          | 百貨店（経理担当）      | 販売量の動き                      | ・天候には恵まれたが、まん延防止等重点措置の影響もあり、売上は前年並みである。以前からネット販売、移動販売、商品の配達などを行っているが、それらの売上実績は全体の落ち込みをカバーできるほどではない。  |
|                            |          | 百貨店（売場担当）      | 販売量の動き                      | ・200万円超えの美術品や数十万円のブランドバッグが売れるなど売上は好調であるが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かないことやウクライナ情勢が景気に影響を与えている。  |
|                            |          | スーパー（店長）       | 来客数の動き                      | ・来客数の改善がみられず、売上に繋がらない状態が続いている。   |
|                            | スーパー（店長） | 来客数の動き         | ・まん延防止等重点措置の影響で購入単価が上昇している。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                       | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------------------|--------|--|
|    |         | スーパー（店長）                    | 来客数の動き | ・客単価は上昇しているが、来客数は半年間、前年を僅かに下回る状況で推移している。   |
|    |         | スーパー（店長）                    | 単価の動き  | ・まん延防止等重点措置の影響で、客の来店頻度は低下しているが、客単価は前年比101%で推移している。トータルでは前年並みとなっている。  |
|    |         | スーパー（販売担当）                  | 来客数の動き | ・来客数、客単価に大きな変化はなく、現状が続く。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                 | 来客数の動き | ・来客数は前年を上回っているが、前々年までは回復していない。   |
|    |         | コンビニ（副地域ブロック長）              | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が長引き、来客数の減少が続いている。市内中心部でもリモートワークが増えている影響で平日の来客数が伸び悩んでいる。  |
|    |         | コンビニ（支店長）                   | 来客数の動き | ・来客数は平日は前年並みであるが、週末、特に日曜日は落ち込みが大きい。  |
|    |         | 家電量販店（店長）                   | 販売量の動き | ・来客数は依然として前年を少し下回っており、売上に関しては大物家電の販売状況が悪く、前年を超えることはない状況である。来客数に見合った売上にならない状態が続いている。  |
|    |         | 家電量販店（販売担当）                 | 販売量の動き | ・来客数が減っている。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）                | 来客数の動き | ・新型車が投入され販売量は上向きであるが、整備点検などの来客数は減少している。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）                | 来客数の動き | ・決算期なのでフェア誘客を行っているが、客の来場が例年より悪い。また、商品車も台数がそろっていない。   |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）                | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響なのか、来客数が圧倒的に少ない。   |
|    |         | 乗用車販売店（店長）                  | お客様の様子 | ・来客数に変化はなく、外出自粛の影響が残っている。  |
|    |         | 住関連専門店（営業担当）                | 来客数の動き | ・特に年配者の来店頻度が低下している。  |
|    |         | その他専門店<br>[時計]（経営者）         | 単価の動き  | ・まん延防止等重点措置期間で来客数は少ないが、目的買いの客が前月より多く、客単価が上がっている。   |
|    |         | その他小売<br>[ショッピングセンター]（管理担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスが終息に向かう兆しがほとんどなく、客の動きも土日以外は大きく変わっていない。客が現状に慣れている様子が見受けられるが、感染対策を継続することで安心をアピールし、少しでも来客数増加を目指す必要がある。目的買いの客の人数はほとんど変わっていないので、少しでもついで買いが増える環境を作りたい。 |
|    |         | 放送通信サービス（総務経理担当）            | お客様の様子 | ・利用料金の延滞を注視しているが、ここ2～3か月で大きな変化はない。   |
|    |         | 通信会社（企画担当）                  | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が長引くなか、客が現状の生活スタイルに慣れ、アフターコロナの生活を描きにくい状況が続いている。これから年度末、新年度を迎え、生活を切り替えるための物資を調達しようという気持ちが薄いように感じる。   |
|    |         | 通信会社（経理担当）                  | お客様の様子 | ・サービスの提供エリア拡大に伴い、客が増えているものの、新型コロナウイルスの影響もあって特に変化は感じられない。   |
|    |         | ゴルフ場（営業担当）                  | お客様の様子 | ・コンペの予約が減少しているものの、個人客の予約が増加しているため、予約状況に変化はない。  |
|    |         | 競艇場（企画営業担当）                 | 販売量の動き | ・3か月前と同様、インターネット投票の売上が順調である。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）                  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス禍になってから、新築住宅の引き合いが少ない状況が続いている。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）                  | お客様の様子 | ・新築の住宅コストが上昇し、客が様子見をしている。また、資金的に厳しい客が中古市場へ流れているが、手頃な物件の流通が少なく、停滞気味である。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）                 | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染再拡大で、イベント来場や商談に慎重な雰囲気客が多い。  |
|    |         | 商店街（代表者）                    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス第6波になり、行政からのアナウンスも効いているのか人の流れが悪く、来客数が激減している。用心して人が出てこないため、来客数にも影響している。   |
|    |         | 商店街（理事）                     | 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   |
|----|---------|--------------------|--------|--|
|    |         | 一般小売店<br>[靴] (経営者) | 販売量の動き | ・11月から年末にかけてはギフト需要があったが、年明けからは例年どおりに戻っている。   |
|    |         | 一般小売店<br>[茶] (経営者) | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、依然、学校などでクラスターが発生しており、県民性なのか、自粛ムードが続いている。  |
|    |         | 百貨店 (営業担当)         | お客様の様子 | ・客は気晴らしに来店するだけで購買意欲がない。客は目的はないが楽しみたい様子で、セール最終価格でも購入に至らない。  |
|    |         | 百貨店 (営業担当)         | 来客数の動き | ・前年11月頃からは新型コロナウイルスも一旦収まり、客の外出機会が増え、来客数が回復し、衣料品の動きも少しずつ良くなっていったが、まん延防止等重点措置の発出された1月中旬から2月下旬現在まで来客数が減少し、平日は閑散としている。 |
|    |         | 百貨店 (売場担当)         | お客様の様子 | ・2月についてはまん延防止等重点措置に加えて冬季北京オリンピック観戦での外出抑制の動きが顕著に表れたように感じる。特に婦人衣料販売が大幅な不振となっている。                                     |
|    |         | 百貨店 (外商担当)         | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の急激な感染拡大により外出自粛が増え、来客数が大幅に減少している。外販活動においても訪問不可の客が増えている。  |
|    |         | スーパー (総務担当)        | 販売量の動き | ・来客数と客単価に変化はないが、価格の影響なのか、購入点数が減少している。  |
|    |         | スーパー (業務開発担当)      | 来客数の動き | ・来客数が8ポイントも減少しているが、客単価が上昇し、売上は前年並みとなっている。相次ぐ商品の値上げで、客が買物に行かず、必要な物だけ買う習慣が定着している。                                    |
|    |         | スーパー (販売担当)        | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の影響で売上は前年比94%、来客数は前年比97%となっている。また、この時期の核となるバレンタイン商戦においては、客の意識の変化でこれまでのような盛り上がりには欠ける結果となっている。            |
|    |         | コンビニ (エリア担当)       | 来客数の動き | ・12～1月は景気が回復傾向であったが、2月になって県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が急増している影響で外出自粛要請があり、来客数が減少し、売上も低下している。                                |
|    |         | 衣料品専門店 (経営者)       | それ以外   | ・現内閣になって株価が下がり、各所から不満を聞いている。経済政策の立て直しが必要に感じる。  |
|    |         | 衣料品専門店 (経営者)       | お客様の様子 | ・地方でも、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、客が外出を控えている。   |
|    |         | 家電量販店 (店長)         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の適用で、来客数が減少している。  |
|    |         | 家電量販店 (企画担当)       | 来客数の動き | ・来客数が前年比7～8割程度となっており、売上は厳しい状況が続いている。   |
|    |         | 乗用車販売店 (統括)        | 販売量の動き | ・2月の販売量は前年比90%と依然厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 自動車備品販売店 (経営者)     | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの新たな大流行やいろいろな制限が増えたことで景気が冷え込んでいる。  |
|    |         | 自動車備品販売店 (経営者)     | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置のため来客数が激減している。  |
|    |         | その他専門店 [和菓子] (経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス第6波の影響で来客数が増えない。   |
|    |         | 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新規感染者数が急増し、客にかなりの警戒心があり、来客数の減少につながっている。   |
|    |         | 都市型ホテル (企画担当)      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス第6波の影響は予想以上で、来客数の減少が続いている。新型コロナウイルスの影響を受け続けていることで企業の体力がもたなくなっている状況が見受けられる。                               |
|    |         | タクシー運転手            | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の影響で、売上は12月の半分になっているものの、夜の営業を続けている店のお陰で夕方以降の売上はゼロではない。  |
|    |         | 通信会社 (工事担当)        | お客様の様子 | ・客の動向から判断すると、景気は良くない。  |
|    |         | 通信会社 (営業担当)        | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の延期で客の購買行動が緊縮状況にあり、以前の緊急事態宣言下より新型コロナウイルスの新規感染者数が多いことから、景気は更に悪化している。                                     |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------|--------|--|
|    |         | 設計事務所（経営者）        | お客様の様子 | ・建築工事費について相見積を取ると、計画時の予定額より全体的にコストアップしており、予算の組み替えや設計変更に時間が掛かって、なかなか契約まで至らない状況が増えている。   |
|    |         | 住宅販売会社（営業担当）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の影響で人出が少ない。   |
|    |         | 住宅販売会社（営業所長）      | 来客数の動き | ・情報入手件数の減少が顕著に出てきている。資材、生活物資、エネルギー関連の値上げなど、消費者の負担が増している。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）          | 単価の動き  | ・来客数が少なく、客から購買意欲が感じられない。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）          | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の影響で経営が厳しい。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）          | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されてから、飲食店を中心に景気は悪くなっている。   |
|    | ×       | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | 来客数の動き | ・例年1～2月は売上が少ない月で、新型コロナウイルスの影響もあって暇な日が続いている。  |
|    | ×       | 百貨店（営業担当）         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、来客数が前年を下回る日が続いている。   |
|    | ×       | 百貨店（営業企画担当）       | お客様の様子 | ・前月中旬から新型コロナウイルスオミクロン株の感染が拡大し、天候面でも雪の日が多かったことから、来客数が減少し、衣料品の売上不振がひどくなってきている。   |
|    | ×       | 衣料品専門店（代表）        | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が延長されたことにより、来客数が激減している。   |
|    | ×       | その他専門店〔布地〕（経営者）   | お客様の様子 | ・2月は新型コロナウイルスの新規感染者数が激増し、まん延防止等重点措置が出ている状況で街に人が出てこない。  |
|    | ×       | その他専門店〔土産物〕（経営者）  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染が拡大し、客が外出を控えている。飲食店もまん延防止等重点措置で休業しているところがほとんどなので、野菜や魚の仕入れにこない。  |
|    | ×       | 高級レストラン（事業戦略担当）   | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の延長により休業中である。   |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）      | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の適用に伴う時短要請で、21時以降の売上がなくなったため、売上に苦戦した前年の70%まで落ち込んでいる。新型コロナウイルスオミクロン株の影響で、週末のファミリー層の利用が激減している。  |
|    | ×       | 一般レストラン（経営者）      | それ以外   | ・ロシアのウクライナ侵攻で景気の状態が見通せない。  |
|    | ×       | 一般レストラン（店長）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の適用の影響を大きく受けており、2か月以上見ていない常連客も多い。21日からアルコールの提供が緩和されたが、すぐに客が戻ってくるわけではなく、まだまだ警戒感が強い印象を感じる。来客数は5割程度しか回復していない。  |
|    | ×       | バー（経営者）           | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で客の動きが悪い。   |
|    | ×       | 観光型ホテル（営業担当）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用され、県民割や隣県割が停止となったため、キャンセルが続出している。  |
|    | ×       | 観光型ホテル（副支配人）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置で施設が休館となり、客の受入れが全くない状態が続いている。   |
|    | ×       | 都市型ホテル（企画担当）      | 来客数の動き | ・景気が新型コロナウイルスの新規感染者数の増減、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言などに左右されることは明らかで、人の動きにも顕著に表れてきている。ただ、まん延防止等重点措置の期間中であるが、売上の落ち込みは以前ほどではない。企業や法人の宴会利用は敬遠されているが、レストランや宿泊利用の個人客や出張者の利用は安定している。 |
|    | ×       | 都市型ホテル（総支配人）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が適用され、個人、団体共に予約のキャンセルがあり、新規予約も伸び悩んでいることから、売上が落ち込んでいる。また、大都市や近隣のまん延防止等重点措置の延長で3月上旬までは景気回復に期待できない。  |
|    | ×       | 旅行代理店（経営者）        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスだけでなく海外の情勢も悪く、旅行業にとっては何もすべきことがみえない。  |

| 分野                         | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------------------|---------|--------------------|--------------|---|
|                            | ×       | 旅行代理店（支店長）         | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置の影響で1～3月上旬までの予約はほぼキャンセルとなり、団体需要もなく非常に厳しい状況が続いている。現時点では、景気の先行きは不透明であるが、Go To Travelキャンペーンを始め、旅行関連施策の再開を期待している。                      |
|                            | ×       | タクシー運転手            | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置の適用で、夜の飲食の客だけでなく、昼間も人通りがかなり減っている。  |
|                            | ×       | タクシー運転手            | お客様の様子       | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、飲食店でのクラスター発生などもあり、売上が以前より50%ほど減少している。  |
|                            | ×       | タクシー運転手            | 来客数の動き       | ・午前中から夕方にかけての乗客数は多いが、新型コロナウイルスの影響で夜の動きはない。  |
|                            | ×       | 通信会社（広報担当）         | お客様の様子       | ・客の買物への意欲等は感じない。  |
|                            | ×       | テーマパーク（業務担当）       | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置の延長で客の動きが悪い。   |
|                            | ×       | 美容室（経営者）           | 来客数の動き       | ・人通りがなくなり、高齢者や若者は濃厚接触を心配して来店頻度が低下し、来客数が減少している。  |
|                            | ×       | 美容室（経営者）           | 来客数の動き       | ・新型コロナウイルスオミクロン株の状況が身近になり、客の来店頻度が低下している。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(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   | ・年度末で地元の自動車メーカーの動きがあるため、部品の製造が忙しくなっている。   |
|                            |         | 化学工業（総務担当）         | 取引先の様子       | ・現状は良くなっているが、ウクライナ危機により受ける影響を注視している。  |
|                            |         | 金属製品製造業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・工作機械業界の客先からの受注が増加しており、納期対応のため超過勤務を行っている。   |
|                            |         | 輸送用機械器具製造業（総務担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が増加傾向にある。   |
|                            |         | 輸送業                | 受注量や販売量の動き   | ・客からの受注が増えている。  |
|                            |         | 輸送業（業務推進担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・業種ごとに濃淡はあるが、受注量や販売量が増えている。   |
|                            |         | 不動産業（総務担当）         | それ以外         | ・前月と比べ来客数が約6%、成約件数は約13%増加となっている。  |
|                            |         | コピーサービス業（管理担当）     | 取引先の様子       | ・年度末の特需の商談が若干出てきているが、新型コロナウイルス流行前の件数とは比べものにならないほど少ない。   |
|                            |         | 農林水産業（従業員）         | 受注価格や販売価格の動き | ・まん延防止等重点措置の適用で飲食店の自粛が続いている。  |
|                            |         | 食料品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・季節商材の売上は順調であるが、極端に良くもなく悪くもない状況である。   |
|                            |         | 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オミクロン株が猛威を振るっており、商品の値上げをしても厳しい経営となっている。   |
|                            |         | 木材木製品製造業（経理担当）     | 受注価格や販売価格の動き | ・景気は横ばいで売上は余り変わらないが、石油価格が少しずつ高騰していることもあり、利益面で厳しくなっている。値上げ交渉もしているが、それ以上にコストが上昇している。  |
|                            |         | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | 受注量や販売量の動き   | ・大口案件の生産に着手し、通常品の受注も継続しているので、高い生産水準が続いている。  |
|                            |         | 鉄鋼業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・受注量や売上が堅調に推移している。  |
|                            |         | 鉄鋼業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・半導体不足の影響もあり、景気は変わらない。  |
|                            |         | 非鉄金属製造業（業務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・電子材料分野での受注量は3か月前と比べて変わらない。   |
|                            |         | 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   | ・物流網の混乱や半導体不足による生産調整が続いている。   |
|                            |         | 輸送業（総務・人事担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響が見通せない状況である。   |
|                            |         | 通信業（営業企画担当）        | 取引先の様子       | ・データセンターやクラウド、ICT関連の引き合いに前年から変化はない。サーバー機器などの更新時期に合わせて、計画的に切替えを実施していると想定される。新型コロナウイルスの感染拡大で、対面での接触が若干減ったものの、リモートでの打合せなどが盛んに行われており、取引量は余り変化はない。 |

| 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  |
|----------------------|---------|---------------------|--------------|---|
|                      |         | 金融業（融資企画担当）         | 取引先の様子       | ・地元自動車メーカーの国内生産は、半導体不足などの影響もあってピーク時の8割程度で推移している。このため、系列の地元部品メーカーの受注は伸び悩み、操業はおおむね定時にとどまっている。一方で、部品単価の上昇から売上が増加している企業もある。                                   |
|                      |         | 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が継続しており、受注量の減少が継続している。   |
|                      |         | 会計事務所（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・事業再構築補助金の取得支援業務受託や総務系バックヤードのアウトソーシング受託が堅調に推移している。  |
|                      |         | 電気機械器具製造業（総務担当）     | それ以外         | ・実装部品等の電子デバイスでは、現場作業員の新型コロナウイルス感染で生産に影響が出ている。また、機械装置では、部品の値上げや納入遅延が費用に与える影響が増加している。   |
|                      |         | 金融業（貸付担当）           | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、経済活動、消費行動は停滞し、総じて取引先の収支悪化が目立っている。  |
|                      | x       | 建設業（総務担当）           | 受注価格や販売価格の動き | ・建設資材の価格上昇や納期が未定の話が頻繁に入ってくる。  |
| 雇用<br>関連<br><br>(中国) |         | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き      | ・2月は転職が集中する時期のため、人材紹介の登録者数は改善している。しかし、新型コロナウイルスの第6波の影響から、登録者層は在職中の人が増えている。転職のために安易に離職をする人は減少傾向である。  |
|                      |         | 人材派遣会社（支社長）         | 採用者数の動き      | ・求人数と求職者数は一定数をキープできているが、企業、求職者共に採用、就職に慎重になっており、採用者数が一向に伸びない。  |
|                      |         | 新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）   | 周辺企業の様子      | ・新型コロナウイルス第6波の終息がまだ見通せず、ロシアのウクライナ侵攻等の不安材料もぬぐえない。企業の採用意欲は高いが、求人数に大きな動きはない。   |
|                      |         | 職業安定所（所長）           | 求人数の動き       | ・新規求人数については、食肉製造業において、新型コロナウイルスの影響により、ベトナムからの実習生入国の見通しが立たないといった理由で増員求人を受理する事例がある。ただ、求人数全体は横ばいで推移している。   |
|                      |         | 職業安定所（雇用関連担当）       | 求職者数の動き      | ・令和4年1月時点では、新規求職申込件数は前年同月比5.8%増加、月間有効求職者は前年同月比0.8%増加している。新規求職者数は年度末を見据えて期間満了予定者、転職希望者が増加するなど、例年並みの数字となっている。   |
|                      |         | 職業安定所（事業所担当）        | 求人数の動き       | ・新規求人数は前年同月比で8.0%増加している。慢性的に人材が不足している建設業、運輸業、小売業、医療・福祉で求人数が増加しているものの、宿泊業、飲食サービス業、娯楽業などは減少している。減少の大きな要因は、まん延防止等重点措置の適用である。                                 |
|                      |         | 学校 [ 短期大学 ]（進路指導担当） | 求人数の動き       | ・来年度の卒業予定者を対象とした新卒求人数が伸び悩んでいる。  |
|                      |         | 人材派遣会社（経営戦略担当）      | 求職者数の動き      | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況により、ピークアウトが予測より遅くなっていることが景気に影響している。  |
|                      |         | 求人情報誌製作会社（広告担当）     | 周辺企業の様子      | ・業種により大きく2極化している。おうち時間が増えるなか、洋裁、ネットショッピングなど家において楽しめることやキャンプ関係といった1人でできることに関連した業種は大きく業績を伸ばしているが、飲食や流通など外に出ないとできないことは業績が伸び悩み、輸入に頼らざるを得ない自動車関連、半導体なども停滞している。 |
|                      | x       | 民間職業紹介機関（職員）        | それ以外         | ・まん延防止等重点措置の延長、それに伴う飲食店の自粛営業、市井の活気の無さなど、気分的にも消費行動を抑制させる要因が多すぎる。移動制限も加わり、満席に近かった新幹線の座席も空席が目立つようになっている。   |

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  |
|----------------------------|-------------|-----------------|---|---|
| 分野                         | 景気の現状判断     | 業種・職種           | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(四国) |             | スーパー（財務担当）      | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の影響で、飲食関連の需要が外食からスーパーマーケットにシフトしている。  |
|                            |             | 一般小売店〔書籍〕（営業担当） | 販売量の動き  | ・前月に引き続き、店頭売上の落ち込みを、外商売上がカバーし、前年同月を上回った。  |
|                            |             | スーパー（店長）        | 単価の動き   | ・新型コロナウイルスによる買い込み需要の増大で1品単価及び客単価の上昇がみられる。   |
|                            |             | コンビニ（商品担当）      | お客様の様子  | ・第6波は余り生活に影響はなかった。また、好天が続いているため来客数は増加した。  |
|                            |             | 衣料品専門店（経営者）     | 販売量の動き  | ・天候に恵まれ、来客数が増加した。   |
|                            |             | 家電量販店（副店長）      | 販売量の動き  | ・来客数は前年を下回っている状況が続いているが、主要商品の売上増加により販売計画を達成できている。   |
|                            |             | 一般小売店〔生花〕（経営者）  | それ以外  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、街の人出が極端に少なく、来客数も少ない。しかし、インターネットでの注文の宅配が増加している。  |
|                            |             | スーパー（企画担当）      | 単価の動き   | ・食品全般で価格上昇の動きがあるため、先買いの状況が発生している。販売側も特売設定で前倒しの需要を狙っている。   |
|                            |             | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大がピークを迎えており来客数は減少している。  |
|                            |             | 乗用車販売業（営業担当）    | 販売量の動き  | ・契約者数は例年どおりだが、半導体不足で新車の生産が追い付かず納車できない。状況は変わらない。   |
|                            |             | 乗用車販売店（役員）      | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株によるまん延防止等重点措置や工場の稼働停止による半導体不足等で生産が回復せず、望んでも購入できない状況が続いている。  |
|                            |             | 旅行代理店（営業担当）     | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置が適用され県民割も停止しており、来客数及びインターネットの予約も激減している。  |
|                            |             | 通信会社（営業部長）      | 来客数の動き  | ・来客数は減少しているが、新型コロナウイルスの感染拡大を気にしない人が多く、目的があれば購買してくれることから販売計画は達成できている。  |
|                            |             | 美容室（経営者）        | お客様の様子  | ・身近なところでも新型コロナウイルス新規感染者数が増えてきたが、客は警戒しながらも来店している。  |
|                            |             | 設計事務所（所長）       | 単価の動き   | ・建築費は高止まり状況。  |
|                            |             | 商店街（事務局長）       | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりしており、収束にはまだ1か月以上掛かるものとみられ、消費の好転には今しばらく時間を要する。あわせて、ガソリンや生活必需品の価格が上昇しており、消費者の日々の暮らしにおける財布のひもはますます固まっている。 |
|                            |             | 商店街（代表者）        | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まり傾向で継続し、販売量の減少も続いている。レジャー産業としては、安心して利用できる環境にはまだ至っていないため、厳しい状況となっている。                                   |
|                            |             | 商店街（代表者）        | それ以外  | ・新型コロナウイルスの感染が地方にまでまん延し、沈静化する気配もなく、経済活動の休止も限界に来ている。これからは季節的にもいろいろな行事が再開されるが、ウィズコロナがどこまで浸透できるか非常に微妙なタイミングにある。                |
|                            |             | 百貨店（企画担当）       | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりしたままであり、来客数が回復しない。   |
|                            |             | 百貨店（販売促進）       | 来客数の動き  | ・当県では、新型コロナウイルスの感染拡大により、まん延防止等重点措置は発出されていないが、自粛ムードとなっており来客数が減少している。   |
|                            | コンビニ（店長）    | 来客数の動き          | ・来客数が緩やかに減少し、売上も減少している。                         |   |
|                            | コンビニ（総務）    | 来客数の動き          | ・前月は来客数が前年並みに持ち直しつつあったが、今月に入り来客数が減少し前年割れした。     |   |
|                            | 家電量販店（店員）   | 販売量の動き          | ・季節商材、新生活準備品等、全体的に伸び悩んでいる。                      |   |
|                            | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き          | ・新車の納車台数が前年末に想定した以上に遅延している。                     |   |
|                            | 通信会社（社員）    | 販売量の動き          | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、客から訪問販売を断られてしまう件数が増加している。 |   |

| 分野                         | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------------------|---------|-----------------|------------|---|
|                            |         | 競輪競馬（マネージャー）    | お客様の様子     | ・原油価格の高騰のあおりを受け物価上昇傾向に拍車がかかるとともに、新型コロナウイルスの感染拡大による「まん延防止等重点措置」が適用されたことから、イベントや行事の中止、旅行宿泊、飲食の手控え等が進み、人流や消費力が低下し、遊行意欲も減退しており景気はやや悪くなっている。 |
|                            | ×       | 商店街（代表者）        | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の爆発的な感染及びまん延防止等重点措置の適用という事もあり、大企業の会食等が激減し飲食業を中心に大変苦しい状態である。厳しい状況がこのまま続く。  |
|                            | ×       | 一般小売店 [酒]（販売担当） | 販売量の動き     | ・県内は、新型コロナウイルス新規感染者数の急増で、繁華街は日々人気もなく、飲食店への納品も激減している。この御時世なので飲食店がにぎわうとは思わないが、この先、不安しかない。   |
|                            | ×       | 百貨店（営業管理担当）     | 来客数の動き     | ・当県のまん延防止等重点措置の適用及び新型コロナウイルス新規感染者数の増加による影響を大きく受けた。  |
|                            | ×       | コンビニ（店長）        | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス新規感染者数が急増し、一向に新規感染者数が減少しないからだとは思いますが、来客数が激減している。また、非常に購買意欲が低下している。  |
|                            | ×       | 衣料品専門店（営業責任者）   | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの影響を受けた前年を大きく下回って推移している。まん延防止等重点措置の影響で来街者は少なく、売上が急激に減少しつつある。  |
|                            | ×       | 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拡大のなか来客数が減少し売上がない日が続いている。飲食業は協力金が支給されるため大いに助かっている。   |
|                            | ×       | スナック（経営者）       | それ以外       | ・まん延防止等重点措置の適用により事実上休業を余儀なくされている。   |
|                            | ×       | 観光型旅館（経営者）      | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置の適用により、来客数は大幅に減少。また、ウクライナ情勢による燃料等仕入価格の上昇により収益は圧迫されている。   |
|                            | ×       | タクシー運転手         | お客様の様子     | ・当県ではまん延防止等重点措置が適用されたことにより、夜の出は全くなく、まるでゴーストタウンのようである。日中の利用客も少ない。  |
|                            | ×       | タクシー運転手         | 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が依然高水準で推移しており、まん延防止等重点措置も継続しているため、夜の客の動きが一段と悪化している。昼の時間帯も客は少なく、前年の春頃並みに落ち込んでいる。                                     |
|                            | ×       | 美容室（経営者）        | お客様の様子     | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が適用されたことにより、人流が抑制され、来客が止まった。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(四国) |         | -               | -          | -   |
|                            |         | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・公共、民間共に受注できた。  |
|                            |         | 木材木製品製造業（営業部長）  | 受注量や販売量の動き | ・受注は安定しているが、材料不足で生産性が落ち込んでいる。また、材料の価格高騰もあり、利益が大幅にダウンしていることから、コストアップの交渉を進めている。   |
|                            |         | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・各国政府の経済対策により景気は回復基調であるものの、地域的なばらつきが大きく、総じて本格的な回復には至っていない。  |
|                            |         | 建設業（経営者）        | それ以外       | ・年度末のしゅん工期になり完成工事高は増加しているが、特段の好景気感はなくなりつつある。新型コロナウイルスオミクロン株新規感染者数の急増に起因する閉塞感、エネルギーや商品の物価高に加え、ウクライナ情勢がこれに追い打ちを掛けており、急速な落ち込みを感じる。         |
|                            |         | 鉄鋼業（総務部長）       | それ以外       | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、感染者以上に自宅待機者数が増え、生産活動に影響を与えている。  |
|                            |         | 輸送業（経営者）        | 受注量や販売量の動き | ・移動制限の期間が長すぎる。学生及び飲食関係ばかりが犠牲となっている。   |
|                            |         | 輸送業（営業）         | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の適用による行動制限が消費者の購買機会喪失につながっているためか、減少傾向で推移する発着取扱物量に復調の兆しは全く見受けられない。                                     |



| 分野                   | 景気の現状判断      | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------|--------------|----------------|--|--|
|                      |              | 輸送業（経理）        | 受注量や販売量の動き   | ・国内の荷動きは低水準で推移しており、海外向けは中国を中心に輸入輸出量が少なくなっている。  |
|                      |              | 通信業（総務担当）      | それ以外   | ・前月に続き、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う社外イベントの自粛や中止が続いており、依然として今後の状況改善の見通しが立たない。                                |
|                      |              | 通信業（企画・売上管理）   | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株が収束しておらず、交通、レジャー関係が控えめ。  |
|                      |              | 金融業（副支店長）      | 取引先の様子   | ・新型コロナウイルス第6波の影響により、年明けから消費者動向が再度急激に鈍化。まん延防止等重点措置も適用され、先行き不透明感が拡大している。                           |
|                      |              | 広告代理店（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大によりまん延防止等重点措置が適用中であり、客先の販促計画が急きょ中止になるケースが増加している。                            |
|                      |              | 税理士事務所         | 取引先の様子   | ・売上減少が著しい。   |
|                      | x            | 農林水産業（職員）      | 受注価格や販売価格の動き   | ・消費に力強さが感じられない。一般消費も低調であり、業務需要は全く期待できない。青果物の価格は低調で推移している。  |
|                      | x            | 食料品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・特に飲食業、観光業に対する受注が激減している。   |
| 雇用<br>関連<br><br>(四国) |              | -              | -  | -  |
|                      |              | 人材派遣会社（営業担当）   | 周辺企業の様子  | ・新型コロナウイルス特需により、短期で大量の人材派遣依頼が増加している。   |
|                      |              | 職業安定所（求人開発）    | それ以外   | ・有効求人倍率が3か月前と比較して増加しており、新型コロナウイルス発生前後の令和2年1月には届かないものの、若干持ち直している。                                 |
|                      |              | 民間職業紹介機関（所長）   | 求人数の動き   | ・求人件数が前年と比較して1割程度増加している。   |
|                      |              | 人材派遣会社（営業）     | 周辺企業の様子  | ・新型コロナウイルスの感染状況は高止まりの状態が続いているなか、土日祝日の流通、観光地、公共施設などに人が集まり始めている。夜の会食などはいまだ警戒自粛ムードが漂っており、飲食店は厳しい状況。 |
|                      |              | 人材派遣会社（営業担当）   | 求人数の動き   | ・派遣のミスマッチも含め、派遣社員に対する需要が減少しつつある。   |
|                      |              | 求人情報誌（営業）      | 周辺企業の様子  | ・周辺企業では、観光、飲食、サービス業界を中心に売上、利益共に大幅に減少している。また、求職者数は増加しているが、求人難のほか、人材要件がマッチングせず景気は悪化している状況。         |
|                      |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外   | ・来期の広告計画のなかで、客の広報拡大の話はない。  |
|                      | 学校〔大学〕（就職担当） | それ以外           | ・新型コロナウイルスオミクロン株新規感染者数の急拡大と新規感染者数の高止まりの継続、まん延防止等重点措置の延長など、様々な面で経済活動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 |
|----|---------|-------|-------|----------------|
|    | x       | -     | -     | -              |

11.九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断 | 業種・職種       | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|---------|-------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |         | *           | *      | *  |
|                            |         | スーパー（店長）    | 販売量の動き | ・コロナ禍での販売量の動向から判断すると、新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数の高止まりにより、外出や外食が減少傾向になり自粛生活が再度増加していることから、食品関連の売上が上昇傾向にある。  |
|                            |         | コンビニ（経営者）   | 販売量の動き | ・客単価の上昇傾向が続いているが、来客数の減少に歯止めが掛かっている。ただし、2年分の売上減少分を回復する段階までではない。また、以前よりイベントに対する熱も薄れてきており、必要な物だけを購入し、ぜいたく品の購入は減少している。   |
|                            |         | コンビニ（店長）    | 来客数の動き | ・前年より売上は良い。  |
|                            |         | 通信会社（企画担当）  | 販売量の動き | ・販売量は増えたが、販売地域の拡大に伴う一時的な販売増加である。   |
|                            |         | 商店街（代表者）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の市中感染を警戒しているが、来客数や客単価が戻りつつある。売上は以前より回復基調にあるが、もう少し回復の余地がある。   |
|                            |         | 百貨店（企画担当）   | 来客数の動き | ・バレンタインの自家需要で、2月前半の来客数は多かったが、後半に失速している。  |
|                            |         | 百貨店（営業担当）   | 来客数の動き | ・感染再拡大で、土日の来店や午後の来客数が減少し、感染防止対策として、物産催事の来場も減少している。一方、目的買いや交通機関の利用減少により店舗周辺での買物待ちの駐車は増え、売上の客単価や商品単価は堅調である。オンライン利用や県下のサテライトショップ、ギフトショップ利用の地元店舗購買も堅調であるが、外出自粛は継続している。 |
|                            |         | スーパー（店長）    | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、来客数の推移は変わらない。一方、非接触型のネットスーパーは急激に伸長しており、全体での景気は変わっていない。   |
|                            |         | スーパー（総務担当）  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が急拡大したが、新型コロナウイルスオミクロン株は重症化しないため、以前のような巣籠り需要は起こっていない。消費者もデリバリーや持ち帰り、安全な店舗での外食、インターネットでの買物をしている。   |
|                            |         | スーパー（企画担当）  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス第6波により来客数は減少しているが、食品部門は内食傾向の再高まりと、相次ぐ食品値上げで、売上は前年並みに推移している。一方で衣服住部門は、コロナ禍に加えて原油価格高騰による買い控えが顕著にみられ、売上不振が続き、客単価低下の一因になっている。全体としては前年を若干下回る傾向にある。            |
|                            |         | スーパー（経理担当）  | 販売量の動き | ・寒さが本格的になり、鍋商材を中心とした冬物商材が好調である。新型コロナウイルス関連では、長引くまん延防止等重点措置による内食需要や、コロナ禍慣れによる外出自粛の自己緩和等で不透明な部分が多い。  |
|                            |         | コンビニ（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により病院は面会謝絶となり、病院内の店舗では客が激減している。売上もかなり減少し、厳しい状況が続いている。  |
|                            |         | コンビニ（経営者）   | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の期間延長により、人の動きが抑制されており、来客数が増加しない。  |
|                            |         | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・新規感染者及び濃厚接触者が拡大したため、来客数が少ない。特売告知に対する客の反応も悪い。原油等の値上げも一因である。  |
|                            |         | コンビニ（店長）    | 販売量の動き | ・売上は、店舗によりばらつきがある。   |
|                            |         | 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・11月と比較すると、物の動きが鈍く、季節の変わり目で厳しい時期である。客の流れも通常どおりには戻っていない。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                      | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------------------|--------|---|
|    |         | 家電量販店（従業員）                 | 来客数の動き | ・来客数や売上は前年比100%である。   |
|    |         | その他専門店<br>〔コーヒー豆〕<br>（経営者） | お客様の様子 | ・例年12月までが繁忙期であり、1月からは売上が下がる。今月の売上も購買量は前年と変わらない状況である。  |
|    |         | タクシー運転手                    | お客様の様子 | ・前年と比較すると、人や車も動き始めたが、まだまだ少ない。   |
|    |         | タクシー運転手                    | それ以外   | ・まん延防止等重点措置が適用され、夜の飲食店の時短営業の影響で売上状況が悪く、今後の推移に予想が付かない。   |
|    |         | 通信会社（統括者）                  | 販売量の動き | ・2月の携帯電話販売台数の見込みは前年並みである。出張イベント等の開催により、来店できない客の需要に対応している。   |
|    |         | ゴルフ場（従業員）                  | 来客数の動き | ・例年より気温が低く、新型コロナウイルスオミクロン株の収束が見通せない状況であるが、天候に恵まれてきていることや客に新しい生活様式が定着しており、来場者数は順調に推移している。                    |
|    |         | 美容室（経営者）                   | 来客数の動き | ・3か月前の11月はまん延防止等重点措置が解除されていたが、現在はそれと比較して若干良くなった程度である。   |
|    |         | 美容室（経営者）                   | 販売量の動き | ・2～3か月前との比較では良くはなく、寒さと感染防止のため外出も少なくなり、この業界も景気が悪い状況が続いている。客がおしゃれに関心を持つ春までには、景気が良くなることに期待をしているが、なかなか回復に向かわない。 |
|    |         | 美容室（店長）                    | お客様の様子 | ・前月より売上は増加している。新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数の状況で来客数が変化している。  |
|    |         | その他サービスの動向を把握できる者（所長）      | お客様の様子 | ・少しずつ景気が上向くことを期待していたが、新型コロナウイルス第6波もあり、良くて現状維持である。客の受注状況、工場の操業状態も良い状況ではない。                                   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）                | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数もまだ多いが、イベント来場者数が少しずつ戻っている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                   | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスのまん延で、商店街への来客が減っているため、当店への来客数が減少している。その上に、買物に慎重であるため、購入に至る客が減少している。                               |
|    |         | 商店街（代表者）                   | 来客数の動き | ・生活必需品以外の買い控えが多い。小売店や飲食店にとって、今回のまん延防止等重点措置の適用期間は、これまでの内、一番きつい状況になっている。                                      |
|    |         | 商店街（代表者）                   | お客様の様子 | ・当地では感染防止対策が継続されてきている。また、まん延防止等重点措置が延長され、飲酒関係等がダメージを受けており、その関係者も当商店街まで仕入れに来なくなり困っている。                       |
|    |         | 一般小売店〔青果〕（店長）              | 単価の動き  | ・業務関係の需要がないため、1月と比較すると販売単価を下げ、加えて、客の購買意欲も上がらない。   |
|    |         | 一般小売店〔鮮魚〕（店員）              | お客様の様子 | ・外出自粛が多く、買物に来てても短時間で必要最低限の購入になっている。気持ちにゆとりがなく、状況が非常に悪い。   |
|    |         | 一般小売店〔茶〕（販売・事務）            | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株は減少しつつあるが、大幅に減少していないため、小売店での影響は大きくなり、まだ来客数は戻っていない。新型コロナウイルスの影響で仕入価格は上昇し、更に打撃を受けている。         |
|    |         | 百貨店（業務担当）                  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスによるまん延防止等重点措置が延長しているが、春は人が動く時期であり、季節の変わり目でもあるため、売上も上がる。しかし、予定の中止が前年以上に多く、外出を控えるために購入の必要がなくなる客も多い。 |
|    |         | コンビニ（経営者）                  | 来客数の動き | ・2月はまん延防止等重点措置が適用され、人の動きは低調である。週末や祝日は外出自粛傾向で、平日はテレワークやオンライン授業による通勤通学の減少が顕著である。                              |
|    |         | コンビニ（エリア担当・店長）             | 来客数の動き | ・以前に新型コロナウイルス感染が拡大したときは、夜の来客数が伸びていたが、今回の場合は昼夜共に伸び悩んでいる。   |
|    |         | 衣料品専門店（店員）                 | 来客数の動き | ・感染拡大と寒さのため、春物を見に来る客が少ない。   |

| 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（店長）                        | お客様の様子  | ・新型コロナウイルス新規感染者数が増加した影響もあるが、来客数が前年の80%で推移しており、主要商品の単価が下落している。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                      | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスや商品力の弱さによって、来客数は減少しており、販売台数も減少している。  |
|    |         | 乗用車販売店（総務担当）                     | 販売量の動き  | ・メーカーの新車生産が一向に改善されず、3か月前と比べ悪化している。自動車販売店にとっては、車の供給がなければ登録ができず、売上にならないため、非常に厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 住関連専門店（経営者）                      | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス第6波の影響で、都市部でのキャンペーンの来客数は少なく、低迷している。  |
|    |         | その他専門店〔書籍〕（副店長）                  | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数増加で、状況が悪くなっている。   |
|    |         | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | 来客数の動き  | ・3か月前の11月は中核となる店舗の改装休業があり、加えて前年流行した人気アニメやGo To Travelキャンペーンの反動から、厳しい数値になっている。一方、新型コロナウイルスの感染が落ち着き始めた年末には、消費動向も高まりつつあったが、2月の数値は11月ほど悪くないものの、まん延防止等重点措置の影響もあり、再び消費者心理として財布のひもが固くなっている。 |
|    |         | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）         | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大による売上の減少や物価上昇による値上げ、また、原油価格の高騰で原価費用は上昇し、景況は悪くなっている。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）                     | 来客数の動き  | ・稼働率が落ち込んでいる。宿泊以外の宴会や婚礼需要もなく、非常に厳しい状況が続いている。   |
|    |         | タクシー運転手                          | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が延長になり、急激な回復ではないものの、繁華街を中心として、売上は昼夜を問わず徐々に上向きになっている。  |
|    |         | 競馬場（職員）                          | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の長期化により、来客数の増加が見込めない。   |
|    |         | 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  | ・1月に拡大した新型コロナウイルスオミクロン株の影響により、1月末キャンセルが大幅に増加しており、2月もその状況が継続している。   |
|    |         | 設計事務所（代表）                        | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響が長引いている。  |
|    | ×       | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の第6波の影響で、客が外出を控えている。当県では、2月の3連休に外出自粛の要請があり、また、21日からはまん延防止等重点措置は解除されたものの来客は少ない。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の延長により、来街者数が激減している。   |
|    | ×       | 商店街（代表者）                         | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルス感染が拡大して以来、売上が最低となっている。生鮮食料品以外の近隣の異業種の店でも、売上の落ち込みが大きい。  |
|    | ×       | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の適用前は予想以上に来客数が多く、販売量も上がっていたが、適用後は顕著に来客数が激減している。   |
|    | ×       | 一般小売店〔精肉〕（店員）                    | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置により、取引先の飲食店の大半が時短営業、若しくは休業をしている。  |
|    | ×       | 一般小売店〔生花〕（経営者）                   | 販売量の動き  | ・3か月前と比較して景況が悪くなっている。新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、花を贈るイベントや行事が中止や延期になったため、花が消費されないことが大きな原因である。  |
|    | ×       | 百貨店（企画担当）                        | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大とまん延防止等重点措置により、来客数は大きく減少している。21日以降のまん延防止等重点措置の解除後は、徐々に来客数が回復傾向にある。  |
|    | ×       | 百貨店（経理担当）                        | 競争相手の様子 | ・今月の市内大型店4店の売上見通しは、前年比93.8%、前々年比74.8%である。3か月前の売上は、前年比96.2%、前々年比92.1%であり、比較すると2月は苦戦を強いられている。2月に入り急激に来客数が落ち込み、バレンタインの催事も不調に終わっている。   |

| 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(店長)                         | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響によるまん延防止等重点措置の適用により、夜中の売上がなく、近隣でのイベントもないため来客数が少ない。   |
|                        | ×       | 衣料品専門店(店長)                       | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大によって、心理的に客足が鈍くなっている。   |
|                        | ×       | 乗用車販売店(従業員)                      | 販売量の動き     | ・半導体不足の影響を受け、納期が長期化していることは、客も認識として定着している。   |
|                        | ×       | 住関連専門店(従業員)                      | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響が大きく、来客数が目に見えて大きく落ち込んでいる。また、例年以上の冷え込みも原因と考えられる。   |
|                        | ×       | その他小売の動向を把握できる者[ショッピングセンター](統括者) | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、来客数が大きく減少している。新規感染者数は高止まりしており、回復に時間が掛かる。  |
|                        | ×       | 高級レストラン(経営者)                     | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置が適用され、19時以降は全く人が通らず、休業店が8割程度に増えている。外食をする店もなく、街が廃れてしまうような不安な状態である。                                  |
|                        | ×       | 高級レストラン(経営者)                     | 来客数の動き     | ・今月はまん延防止等重点措置が適用されたが、それまでも時短営業しており、夜の予約は入らなかった。また、ランチをしていたが、新型コロナウイルスの感染を警戒しており、売上が少なく厳しい月である。               |
|                        | ×       | 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の適用で、時短営業や酒類提供の停止要請が出され、売上は大変苦戦している。テイクアウトも行っているが、競合店が多く売上に反映できていない。                               |
|                        | ×       | スナック(経営者)                        | それ以外       | ・1月末からの新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置で経済が止まっている。  |
|                        | ×       | 観光旅館組合(職員)                       | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスオミクロン株による感染拡大とまん延防止等重点措置の影響もあり、客の外出自粛が続いている。  |
|                        | ×       | 観光型ホテル(総務)                       | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス第6波によって、まん延防止等重点措置の適用期間が3月初旬まで延長になり、夜間はもとより昼間の人の動きが鈍化している。運営するシティホテル内のレストランの来館者数は減り、宿泊客数も激減している。    |
|                        | ×       | 観光型ホテル(専務)                       | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染状況に振り回されており、まん延防止等重点措置で最悪の状態が続いている。先が全く見通せない。  |
|                        | ×       | 旅行代理店(職員)                        | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置の延長で、来客数や販売量共に3か月前より大幅に減少している。   |
|                        | ×       | 設計事務所(所長)                        | 単価の動き      | ・建築に係る材料や製品の単価が大幅に上昇し、また、食料品、燃料費等の生活必需品も値上がりしているが、収入の上昇はない。その上、新型コロナウイルスやロシアのウクライナへの軍事侵攻の問題で先行きが見えず、今後の懸念される。 |
|                        | ×       | 住宅販売会社(従業員)                      | お客様の様子     | ・来客数は、前月との比較で1～2割減少し、客の購入も減っている。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(九州) |         | 電気機械器具製造業(経営者)                   | 受注量や販売量の動き | ・受注は好調であり、追加の設備投資と人員の増加を検討中である。   |
|                        |         | 一般機械器具製造業(経営者)                   | 受注量や販売量の動き | ・半導体の動きが回復し、関連する電子部品も動きが出ている。新型コロナウイルスの影響で生産が鈍っているものの、受注量や取引先の動きも回復している。                                      |
|                        |         | 一般機械器具製造業(経営者)                   | 受注量や販売量の動き | ・半導体装置メーカーの機械加工部品受注が前月より増えている。  |
|                        |         | 電気機械器具製造業(取締役)                   | 取引先の様子     | ・売上は横ばいから上昇傾向であるが、原材料の価格高騰や品不足がどこまで影響するか先行き不透明である。  |
|                        |         | 電気機械器具製造業(総務担当)                  | 受注量や販売量の動き | ・半導体関連の受注が継続して好調である。  |
|                        |         | 新聞社[広告](担当者)                     | 受注量や販売量の動き | ・広告はWebを中心に売上が回復している。   |
|                        |         | 広告代理店(役員)                        | 受注量や販売量の動き | ・客からの依頼案件、競合プレゼンテーション案件、新規客からの問合せが、若干増えている。   |
|                        |         | 経営コンサルタント(代表取締役)                 | 受注量や販売量の動き | ・自社の受注件数と売上が伸びており、企業の人材投資が上向きになっている。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------------------|------------|---|
|    |         | 農林水産業（経営者）               | 受注量や販売量の動き | ・前年末の景気が良く1～2月も期待していたが、1月は厳しい数字であった。2月も深刻な状況となっており、計画に対して2月の売上は80%になっている。また、大手冷食メーカーや量販店も落ち込む時期はあるが、ここまでの厳しさは、今まで味わったことのない経験である。特に外食関係は、まん延防止等重点措置で休業している店が多く、計画に対して、50%そこそこの動きである。 |
|    |         | 窯業・土石製品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き | ・今月の売上は下がっている。その要因として、1月のふるさと納税が前年よりも3割伸びたため、その結果2月の売上が落ちたと考えている。受注関係は、ほぼ横ばいであるが、Webでは増加傾向である。  |
|    |         | その他製造業<br>〔産業廃棄物処理業〕     | 取引先の様子     | ・相場は上がっているが、物の動きが停滞しており、生産が思ったほど伸びていない。   |
|    |         | 輸送業（従業員）                 | 取引先の様子     | ・原料調達の厳しい状況は変わらない。引き合いはあるが、製造できない状況が続いており、特にプロテインの調達は予定が立たない。   |
|    |         | 金融業（営業）                  | 取引先の様子     | ・2月は新型コロナウイルスオミクロン株が猛威を振るい、商業や興行、旅行等の広範囲の業種で低迷が続いている。この1～2年の景気は、新型コロナウイルスの感染状況次第である。  |
|    |         | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数は高止まりしており、飲食店の時短営業延長も報道している。学校でも感染拡大しており、子供の自宅待機で仕事を休む人が増え、職場の人練りに苦慮する声が多方面から上がっている。   |
|    |         | 経営コンサルタント（社員）            | それ以外       | ・新型コロナウイルスの感染防止で外出を自粛しており、4か月にわたりダイレクトメール作戦を実施したが、反応は1%弱と良くなかった。  |
|    |         | その他サービス業〔物品リース〕（職員）      | 取引先の様子     | ・まだコロナ禍にあり、3か月前と比較しても大幅に景気が回復していない。   |
|    |         | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | 競争相手の様子    | ・市町村からの調査や計画、設計の委託業務は、年度末の時期で発注が少ない。一方で、2月に指名入札があると、工期も3月末で実施が厳しいが、予定価格の4割で落札する業者がいる。市町村の予算が新型コロナウイルス関係にまわり、委託業務が激減している。  |
|    |         | 繊維工業（営業担当）               | 競争相手の様子    | ・新型コロナウイルスの影響で、従業員も休んでいる。生産にも影響が出ており、1週間程度の長い休みになるため、状況は厳しく懸念している。  |
|    |         | 金属製品製造業（事業統括）            | 受注量や販売量の動き | ・部品の納期が間に合わず、製品の納期遅延となったために、検収もずれ込み売上が延期続きとなっている。   |
|    |         | 輸送業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が続いており、飲食店関係の景気が悪い。飲食店に食料、飲料、おしぼり、割り箸等を卸す多数の会社があり、そちらも景気が悪い状況である。新型コロナウイルスを考慮すると、時短営業の措置は必要であるが、景気が良くなるには飲食店や観光等の回復が必要である。   |
|    |         | 輸送業（総務担当）                | 取引先の様子     | ・原油高の影響により、関係協力会社からの値上げ要求がある。高騰する経費を自助努力で賄うのも限界に近い。新型コロナウイルス第6波の影響もあるが、全体的に停滞の雰囲気が漂う。   |
|    |         | 通信業（経理担当）                | 取引先の様子     | ・3か月前はまだ新型コロナウイルス変異株の影響はそれほどなかったが、現状では影響が大きい。   |
|    |         | 金融業（従業員）                 | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスオミクロン株による新規感染者数が大幅に増加し、まん延防止等重点措置が多く地域で適用されており、回復傾向にあった百貨店等で客足が減少している。旅行業やホテル、旅館、飲食店等でもキャンセルが多く、売上は伸び悩んでいる。   |
|    |         | 金融業（営業担当）                | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数の増加やロシアのウクライナへの軍事侵攻により、世の中の不安が国内外で発生している。また、石油等の物価高により、物の動きが止まっている。運送業や建設業も、石油等の値上がりや部品等の調達不足で受注の減少や延期が発生し、産業全体の景気が悪くなっている。                                  |

| 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   |   |
|------------------|---------|----------------|------------|--|---|
|                  |         | 金融業（調査担当）      | 取引先の様子     | ・3か月前は新型コロナウイルス新規感染者数が低水準で安定して推移し、対人サービス業等の人流に依存する事業の正常化が進んでいた。しかし、現在はまん延防止等重点措置の適用を受けて人流が減少し、営業活動にも制約が存在する状況にある。また、半導体不足により自動車工場の稼働を一時停止する動きが続いている。   |   |
|                  |         | 広告代理店（従業員）     | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、まん延防止等重点措置が適用され、新聞折込広告の受注量が落ち込んでいる。また、第7波も心配され、当面受注量は戻らない。   |   |
|                  | ×       | 建設業（社員）        | 受注量や販売量の動き | ・第4四半期の発注予定が発表されたが、繰越し工事が少ない。県工事の発注はあるが、市役所も工事が非常に少ない。3年度末から4年度初めにかけての受注量減少を危惧している。  |   |
|                  | ×       | 経営コンサルタント（社員）  | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で経営が悪化しており、さらに、まん延防止等重点措置の延長で消費者の動きが停滞し、物価も上昇している。  |   |
| 雇用<br>関連<br>(九州) |         | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き     | ・今月に入り、企業からの求人問合せが増加傾向にある。欠員補充に関しても、長期安定して稼働でき、かつ将来的な直接雇用切替えを見込んだ問合せも数件ある。時間や予算を掛けてでも要望に合う人材を希望する企業が増えつつある。  |   |
|                  |         | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き     | ・注文数が約1割増え、新規採用する企業も増加している。また、後任の求人も多くなり、人員確保している企業も増えている。   |   |
|                  |         | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き     | ・有効求人数や新規求人数共に前年比での増加が続いている。また、有効求人倍率も2か月連続で前年比を上回る月が続いている。  |   |
|                  |         | 民間職業紹介機関（職員）   | 求人数の動き     | ・3月1日から2023年3月卒の就活が本格化するため、企業の動きはそちらに移っている。今年の状況は、学生の2極化が進み、就活が進んでいるグループとそうでないグループが顕著である。原則3年生の求人公開は3月以降であるが、一部企業では既に選考が始まり内々定も出ており、全体的な景気は良くなっている。  |   |
|                  |         | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き     | ・内定状況は、前年比で若干良くなり、前々年との比較では少し悪くなっている。2022年卒の学生のなかで就職活動継続中の学生もまだ一部いるが、求人依頼件数も一定数あり、年間を通じた採用活動を行う企業も前々年度と比較して増えている。また、新型コロナウイルスの影響はまだ続く状況下ではあるが、2023年卒の採用においては前年採用を見送っていた企業の復活や、業種によっては大きく採用を増やす企業も出ており、求人状況は少し好転する。 |   |
|                  |         | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き     | ・新型コロナウイルスやロシアによるウクライナへの軍事侵攻等で、経済の先行きが不透明である。  |   |
|                  |         | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き     | ・先行きに対する不安があり、まん延防止等重点措置の延長などで、消費者の防衛意識も高くなり、景気の腰折れ状態が続いている。第4四半期は年間でも求人需要が高まる時期であるが、今季は期待できない。  |   |
|                  |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き     | ・新型コロナウイルス対策とした雇用調整助成金の影響もあり、企業のリストラや解雇が減少し、求人の状況はほぼ変わらない。   |   |
|                  |         | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き     | ・まん延防止等重点措置の延長により、求人数の日延べ、縮小が続いている。  |   |
|                  |         | 新聞社〔求人広告〕（社員）  | 周辺企業の様子    | ・新型コロナウイルスの感染拡大で、緊急事態宣言こそ発出されていないが、経済活動が鈍化し新聞広告の量は減少傾向にある。旅行関係、宿泊関係の広告は止まっている状態である。新型コロナウイルスの感染が拡大すると、広告問合せ等の電話やメールの量が1～2割は減少している。感染が落ち着くと元に戻り、感染拡大と減少の繰り返しである。  |   |
|                  |         | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子    | ・新型コロナウイルスの影響による大量離職が出始めている。雇用調整助成金の活用等で従業員の雇用維持を図り、様子を見ていた企業が、長期にわたり事業活動が立ち行かず、採算が取れないため、従業員をまとめて解雇する動きがある。   |   |
|                  |         | ×              | -          | -  | - |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------|-------|----------------|
|----|---------|-------|-------|----------------|

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<br>動向<br>関連<br><br>(沖縄) |         | 観光型ホテル<br>(企画担当)   | 販売量の動き       | ・ホテルの11月の販売室数が前年比68%減少とマイナスなのに対して、2月の販売室数は前年比41%増加とプラスに転じている。  |
|                            |         | コンビニ(経営者)          | 来客数の動き       | ・前年との比較では多少良くなっている。  |
|                            |         | スーパー(企画担当)         | 来客数の動き       | ・2月20日まで適用されていたまん延防止等重点措置の影響で、来客数の減少幅が大きい。   |
|                            |         | コンビニ(副店長)          | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置が先日解除されたが、新規感染者数は余り減っておらず、利用客の心理は変わっていないため、依然として来客数は厳しい状況である。   |
|                            |         | 住宅販売会社<br>(代表取締役)  | 販売量の動き       | ・建築受注件数及び受注金額が減少傾向にある。   |
|                            |         | 商店街(代表者)           | 来客数の動き       | ・現在流行中の新型コロナウイルスの影響で大変悪戦苦闘している状況である。最近のまん延防止等重点措置の解除で少し良くなると考えている。   |
|                            |         | 一般小売店<br>[酒](店長)   | 販売量の動き       | ・まん延防止等重点措置が適用されても、新規感染者数が横ばいが増える傾向にあり、観光客は来県できなくて観光収入も減っている。  |
|                            |         | 百貨店(店舗企画)          | 来客数の動き       | ・2月のモチベーションであるパレタインギフトは、前年並みの推移である。計画では前年を上回る来客を期待していたが、新型コロナウイルスオミクロン株の流行と雨続きの影響もあり集客が伸びていない。   |
|                            |         | その他専門店<br>[陶器](製造) | 販売量の動き       | ・前月と比べれば、まん延防止等重点措置が明けて良くなっているが、11月の来客数、販売数には全く届いていない。   |
|                            |         | その他飲食[居酒屋](経営者)    | お客様の様子       | ・2月20日をもってまん延防止等重点措置が解除されているが、官庁、企業はまだ会食が制限されているため、ビジネス街の居酒屋には気にして飲みに来ない。緊急事態宣言が解除された前年10月でも、70%台に戻るのに3か月掛かっているの、いろいろイベントを打っていても来客が戻るのには時間が掛かりそうである。 |
|                            |         | 旅行代理店(マネージャー)      | 販売量の動き       | ・まん延防止等重点措置が適用される前は少しずつ需要も回復していたが、適用された途端に、ほぼ全てがキャンセルされることの繰り返しである。売上も2年前と比べると4分の1まで落ち込んでいる。   |
|                            |         | 通信会社(営業担当)         | 来客数の動き       | ・コロナ禍で来客数が落ち込んでいたが、まん延防止等重点措置解除後も戻ってきていない。店内だけでなく店舗外での営業も継続して行っているが、効果は薄くなっている。  |
|                            |         | 観光名所(職員)           | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置の影響がある。   |
|                            |         | 住宅販売会社(役員)         | 来客数の動き       | ・例年の2～3月は繁忙期で通勤族の移動などがあり、問合せや来客も多いが今年は全般的に少ない。   |
|                            | x       | 観光型ホテル<br>(代表取締役)  | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置が適用され、宿泊部門の利用も前年同期とほぼ同じ状況となっている。沖縄は今月20日で解除されているが、東京などの大都市が適用中のため宿泊利用者が増えていない。料飲部門の夕食宴会などは0件となっている。                                       |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(沖縄) |         | -                  | -            | -  |
|                            |         | 食料品製造業<br>(役員)     | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の解除やプロ野球オープン戦の有観客での実施などにより、一般の消費、観光関連の需要が回復している。  |
|                            |         | 建設業(経営者)           | 受注価格や販売価格の動き | ・高額なりフォーム、新築の客が相談に来るようになっている。  |
|                            |         | 窯業土石業(取締役)         | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前と比較して見積依頼の件数は特に変化なく、生産量、受注量共に横ばいの状況が続いている。  |
|                            | x       | 輸送業(経営企画室)         | それ以外         | ・新型コロナウイルスの更なる拡大と石油価格の高騰による輸入製品の値上げで消費の落ち込みが懸念される。   |
| 雇用<br>関連                   |         | -                  | -            | -  |
|                            |         | 人材派遣会社<br>(総務担当)   | 求人数の動き       | ・求人案件が増加している。  |



| 分野   | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------|---------|--------------------|---------|--|
| (沖縄) |         | 職業安定所(職員)          | 求人数の動き  | ・観光、飲食の求人数が戻りをみせている。   |
|      |         | 学校[大学]<br>(就職支援担当) | 周辺企業の様子 | ・新卒採用活動の解禁時期を控え、採用計画のある企業はそれに備えて活発な動きをみせている。   |
|      |         | 学校[専門学校]<br>(就職担当) | 求人数の動き  | ・新卒募集の求人数が動き出し、今まで関わりのなかった企業からの求人数が増えている印象を受ける。  |
|      |         | 求人情報誌製作<br>会社(営業)  | 求人数の動き  | ・まん延防止等重点措置の期間中であることと、緊急事態宣言中であった前年2月を要因として、求人数の低迷を危惧していたが、3か月前と比較してもほぼ同数である。前月比も微減程度で抑えられている。 |
|      |         | -                  | -       | -  |
|      | x       | -                  | -       | -  |