

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東海)	◎	商店街（代表者）	お客様の様子	・ワクチン接種により新型コロナウイルスの感染が収束に向かいそうだと客が言っている。
	◎	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が続いていることで、日中から夕方に掛けての来客数が緊急事態宣言前より増えており、売上が上がっている。
	◎	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・問合せ数、来客数共に非常に良かった。一般的に2月はそれほど良くないはずだが、客の様子も問合せ件数も良かった。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種のスケジュールが見えてきたため、良くなる景況感がある。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・緊急事態宣言が解除されず、来客数は前年より3割ほど落ちたままだが、必要な物は買物に来ている。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・自宅で過ごすために、質の良い生活雑貨を選ぶ傾向がみられる。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言中ではあるが、新型コロナウイルスの感染者数は減少傾向にあるなかで客は自粛疲れがあるのか、特に富裕層は売上アップの施策に対する反応が大きくなってきている。今後も旅行などアクティブな活動が制限されているなか、欲しいモノに対する購買意欲は高くなってくると感じられる。
	○	スーパー（ブロック長）	お客様の様子	・今回の緊急事態宣言下では、大きな買いだめの傾向はなかったが、外食がままならないためか和牛やフグなどのごちそう商材の動きが好調であった。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言は継続中であるが、1月と比べて若干改善傾向にある。売上が前年比で7割程度に戻っている。その傾向は、都市中心部よりそれ以外の店舗の方が強い。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上の前年比は前月と比較して5%改善している。家庭内需要と思われる手作り弁当、冷凍食品、生鮮品や日配関連は4%プラスで、特にエリア商品の強化でデザートは20%の伸張があった。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・決算月の2月ではあるが、やはり例年どおりとはいかない。先が見えにくいことで購入せずに様子見にする方が多い。
	○	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・次世代自動車補助金利用に伴う駆け込みと、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の解除に向けた客の動きから、新車、中古車共に売上が上がっている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・気温のせいかは分からないが感染者数が減ってきたことで、また、緊急事態宣言解除も少し前倒しになり、来店客の話題も変わってきている様子である。来客数は横ばいで通常の売上まではまだまだ届かないが、少し回復しつつある。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・客の過ごし方は以前と比べて落ち着きがあるが、時短の影響は大きい。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約者数はさほど変わりはないものの、解約数は落ちてきており、多少良くなってきている。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・時期的なものもあるが、少しずつ新規申込みが増えている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・次年度に向けて、販売量が増加傾向になってきた。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・在宅時間が増えたことによるいわゆる巣籠り需要に期待したが、ほとんど売上は変わらない。日用品、食料品を除いてはネットでの購入が多いようである。店売りは相変わらず厳しい状況が続いている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・特に1～2月は売上が伸びなかった。3か月でみたときにはほぼ変化なしの見解である。	
□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染がまん延している間は、景気は良くならない。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・今までより単価を少し下げて販売している。仕入価格は上がっているので厳しいが、その方が売れるので努力している。外出が減って家にいることが増え、客単価は下がっているが家使いの花は売れている。ただし、ブライダル、葬儀に関する売上はかなり落ちている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスで営業活動が制限されるなかでも、例年並みに年度末向けの受注の増加が確認される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言への反発消費が一部にみられるものの、消費マインドの大勢は低位にある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・11月からの新型コロナウイルスの感染再拡大以降、売上が戻ってこない。客も警戒してか来客数も低い水準のままである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・まだ厳しい状況ではあるが、2月後半は、緊急事態宣言解除への期待もあり少しずつ来客数が増えてきている。高単価商品も稼働しており、必要な物や欲しい物だけを購入する傾向が強くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後も客のライフスタイルは変わらず、買物頻度は落ちてくる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数が少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合店が改装オープンして3か月、新型コロナウイルスの影響もあって来客数は減ったが、客単価は上がった。売上は前年比100%に達していない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・3か月前の売上前年比は104%で、2月は103～104%と同様に推移している。ここ数か月は売上前年比105%以内で推移し、新型コロナウイルスのピーク時と比較すると約3～4%下がって推移している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数はほぼ変化なしで、売上も横ばいである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・バーゲンセール中にもかかわらず来客数が激減していたが、ポップ広告で冬物全商材を半額にしたら一見客の購買があり、なじみ客とは違う傾向の商品がさばけたため結構助かった。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商について、法人客は社内イベント等の開催が困難ということで、代替策として記念品の支給等を行っている模様である。そのため、3か月前と比較しても大きな落ち込みは感じられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・必需品以外はほぼ動かない。ファッション品は、緊急事態宣言も出ているので、全く動かない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	単価の動き	・エアコン、冷蔵庫や洗濯機の買換えで、長く使える良い商品が選ばれている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言が出されているとはいえ、慣れてしまっているのか、来客数が増え始めた。それに伴い販売台数も増えてきている。目標どおりとまではいかないものの、前年を超える売上となっている。半導体不足や福島の震災による生産の遅れで新車販売が鈍化するなか、すぐに納車できる中古車の販売が好調である。ただ、在庫に限りがあるため、全体的には喜べないような状況ではある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売台数は前年と比較すると少し減ってはいるが、緊急事態宣言下だと考えれば、客の動きは悪くないと思われる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出されてかなり景気が落ち込むと予想していたが、意外とそこまで落ち込む気配はなく、大分収束に向かっているように感じるため、取りあえず今はそれほど悪い状態ではないと考える。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・団体で利用できる飲食店なので、売上が全く上がらない。

□	旅行代理店（経営者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス禍によって様々な動きが加速され、ターミナル駅前のオフィスの解約も年度末に向けて増加している。飲食店ビルのテナント募集の張り紙も目立ってきた。今まで考えられないことが発生している。地下街のシャッターが降りたまま、テナントが決まらずにいるのか何か月も閉まっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 繁華街は景気の良いときと比べて非常に人出が少ない。3か月前の悪いままの状態、良くなっている気配も感じられない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの感染が収束しても、しばらく景気は戻らない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 相変わらず特に夜の営業は全く駄目である。年末からずっと夜の街は閑散としており、昼間も2割くらい落ち込んでいる状態であり、売上は2～3万円程度である。緊急事態宣言期間中、当社も2割の約130台の車を休止している。
□	通信会社（サービス担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 新規申込みが若干減少している。また、料金見直しの間合せが増加している。
□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス禍で、春節のインバウンドをカバーするだけの一般客は見込めない。
□	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 緊急事態宣言の解除が見込まれるが、新型コロナウイルスの影響は残る。
□	観光名所（案内係）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 街中の人出が相変わらず少ない。
□	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 今月は比較的穏やかな日が多く、入場者は順調に確保できている。売上も前年より増加する見込みである。ここ数か月の入場者数は、雪の影響が大きかった前月を除いてほぼ順調である。
□	美顔美容室（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 来店回数を、1か月に2回から1回にする客が数人出ている。マスク生活のため化粧をしない客も多くいて、売上にも影響している。
□	その他サービス [介護サービス]（職員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> レンタル商材の調達量が控えめであった。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 悪い状態が継続している。
□	設計事務所（職員）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 打合せのなかでも景気については良くなるとか悪くなるという話はないため、変わらないと判断した。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス禍の状況も変わらず、相変わらずの横ばい状態が続いている。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 緊急事態宣言中のため客の動きが鈍化している。
□	その他住宅 [不動産賃貸及び売買]（営業）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> 賃貸業界は繁忙期に入っているが、緊急事態宣言下で例年よりも減少している。売上は当然3か月前よりは多いが、景気は下向きである。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 来客数そのものが減少しているため、どうしても販売量、売上高につながってこない状況がずっと続いている。
▲	一般小売店 [土産]（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス禍の勢いはやや落ち着きを見せているが、この地域でも常識のない人々の行動によるカラオケ、飲み会などで病院、介護施設、学生寮などのクラスターが続いており、終息には程遠い。観光客もバス利用の団体客はゼロに近い。
▲	一般小売店 [贈答品]（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 当地は緊急事態宣言の対象外であったがその影響を受け、当店は定休日をもう1日増やした。新型コロナウイルスの感染対策のために客自身が来店しなくなり、付き合いの幅も狭くなった結果、来客数が少なくなって売上量も減っている。したがって、4か月前くらいと比べると、来客数、売上共に減少である。客は外出を控え外向きの活動をしなくなった。

▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・昼間は年配の夫婦や男性1人で歩いている客が多い。買物というよりも昼食後に散歩がてらに来ているといった様子で、売上には結び付かない。夕方7時以降はほとんど来客がない状態である。来客のピークは夕方5時～6時半頃だが、ゆっくり話を聞いて吟味しても今日は見るだけという客も多く、なかなか売上には結び付かない。
▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言に伴う夜8時以降の飲食店閉店の影響だろうか、隣接する道路の人通りも夕方を過ぎると閑散としている。夕方以降の客の減少がもろに響いている。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日の来客数は以前と変わらないが、平日の来客数はぐっと減った。新型コロナウイルス禍ということもあるのだろうが、それにしても、とても少なくなったと感じる。
▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・客の購入数が減少しており、化粧品やリップスティック等の購入が著しく減少している。日用品は、新製品の購入があるが、拡大基調とは言い難い。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが中止になり来客数が前年比90%を切ってしまった。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・2月は緊急事態宣言の発出中で、月の前半は特に来客数の減少が著しく、後半に入ると新規感染者数が減少してきたせいか、若干ではあるが戻りつつあるように感じる。
▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中のため、コンビニは低調である。売上前年比は約95%で推移している。3月初旬までには宣言解除の見通しのなか、現状では手の打ちようがなく景気回復は期待できない。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍による外出自粛で来客数が10%ほど減っている。特に高齢者は外出自体を控えているようだ。自粛疲れといわれているが、人によっては自粛慣れして出歩かない人も増えているのかもしれない。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言が発出され、やはり客との面談に気を遣って、来店誘致や商談促進といったこちらからのアプローチにちゅうちょが生まれる。客からも受け入れようとする反応が鈍い。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出されて、来店を見送る客が増えてきた。緊急事態宣言が解除された後どうなるかだと考える。
▲	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・飲食・物販等の商業施設の新築・リニューアルの現場が減っていたり、様子見状況が続いている。戸建て住宅やマンションの新築は減少、リフォームは横ばいである。
▲	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出後、大きく落ち込んだが、夜の客が昼に来店し、併せてテイクアウトを利用している。2月下旬より少しずつ回復傾向であるが、まだまだ採算が取れるレベルにない。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・最近は客が買う点数や商品を選ぶ際にとてもシビアになっている。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなかで業務の縮小を検討しているという声が増えてきた。それに合わせた在庫量の調整が始まっている。
▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・予約が入ってもすぐキャンセルになる。
▲	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禍の影響が続いている。宿泊の稼働が悪く、レストランにも波及している。プライダルだけは少し伸びてきている。
▲	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の期間延長に伴う自粛とGo Toキャンペーン中止で旅行を控えている。ワクチン接種をするまでは余り外出したくないと言われた。ワクチン接種をして日常生活が戻るには時間が掛かるので、旅行者、宿泊業やバス会社などにも飲食店のような手厚い支援をしてほしい。いざ回復しても、軒並み潰れていると観光業は成り立たない。再度持続化給付金のような支援をお願いしたい。

▲	レジャーランド (職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長と新型コロナウイルスの感染状況を考慮し、2月初旬から屋内施設を臨時休業とした。例年の水準には程遠いが、第3波の収束と気温の上昇とともに、緩やかに来客数は増加してきている。
▲	パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから景気はやや悪くなっていると判断した。
▲	理美容室(経営者)	来客数の動き	・皆が出歩かないのか、客が余り来てくれない。
▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・客にイベントや外出の用事がなく、髪を余り気にしなくてよいため来客数が減っている。
▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルスの影響が大きい。
▲	その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	お客様の様子	・ネガティブな報道ばかりで消費マインドも低下しており、売上は引き続き低い状態で景気が良くなる気配もない。
×	商店街(代表者)	お客様の様子	・客が外へ出ようとしない。緊急事態宣言が慢性化してしまい、ボディーブローのように消費マインドが冷え込んでいっている。
×	商店街(代表者)	販売量の動き	・駅の売店や空港などステーション系売店は前年同月比5～15%が続き、最悪の状態である。大型観光施設の宿泊客の土産品購買も5%である。日配商品なので毎日製造販売はしているが、ほとんど廃棄のための製造である。
×	一般小売店〔酒類〕(経営者)	販売量の動き	・今月に入って、前月は時短営業をしていた店も休業になり、毎日仕入れをしていたビールが1週間仕入れをしなくてもよいほどの販売量になった。
×	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・バレンタイン催事が大きな事故もなく開催できたことは有り難いが、主力の衣料品の売上が全く期待できず、売上は更に厳しい状況である。ごく一部に株高などの資産効果による高額品需要があるが、全体をカバーし切れていない。
×	スーパー(経営者)	お客様の様子	・中小小売店は、特に2月下旬は来客数が極端に減少しつつあり、大変悪い状況である。
×	スーパー(支店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍が全く落ち着かず、集客もできず客足が遠のくばかりである。
×	コンビニ(店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言発出後、目に見えて来店客が減っている。人通りが少なく、特に17時以降の来店客が減っている。
×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍における当県の緊急事態宣言の発出から、客足が大幅に落ち込んでいる。この動きは1月と同様で、今月も回復しなかった。
×	コンビニ(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が続く限り、悪い状況が続くと考える。
×	コンビニ(商品企画担当)	それ以外	・緊急事態宣言の3月への延長により、引き続き来客数が大幅に減少しており、売上が厳しい状況が続いている。
×	その他専門店〔貴金属〕(経営者)	来客数の動き	・前月からこれまで以上に来客数が減少している。新型コロナウイルスの第3波の影響はもちろんだが、消費動向に大きな影響が出てきており、売上自体も前年比70%ほどしか確保できない状況である。
×	その他専門店〔雑貨〕(店員)	来客数の動き	・土日の来客数も、平日並みかそれ以下になる日が続く。
×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出を受けて時間短縮及び休業をしているため、来客数が極端に少ない。
×	一般レストラン(従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、来客は一部の常連客のみである。
×	観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・当地は緊急事態宣言の対象地域ではないが、週末のごく一部しか利用がなく大変景気が悪い状況にある。緊急事態宣言の解除若しくは観光支援策がなければ、低迷したこの状態が続くと考える。

	×	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・3か月前は、Go Toキャンペーンに加えGo To Eatキャンペーンもスタートし、ようやく前年の50%まで回復してきたところへ、12月になって共に停止となった。予約、利用状況は一気に悪化となり、社全体で前年の20%まで落ち込んでしまった。特に宴会は10%にも満たない有様で、事業部門を除いたホテル本体だけで見ると、更に下落している。
	×	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・緊急事態宣言により、宿泊売上は前回の宣言時よりも悪化している。3月以降の予約もない。宴会は、3月まではほぼ予約がない状況である。レストランにおいては、昼夜とも開店休業の状態である。
	×	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言が再び発出され、Go To Travelキャンペーンの停止が延長された。Go To Travelキャンペーンが運用されていたときは順調に旅行売上が回復しつつあったが、停止されてパタリと受注が止まり現在に至っている。今後の受注も全くない。
	×	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長とGo To Travelキャンペーンの停止期間延長により、今月の新規旅行申込みは皆無の状態である。催行したものは、スポーツ団体の春季キャンプや強化試合等観光性のないもののみである。取扱販売量は前年同月で20%ほどと話にならない現状である。
	×	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言下で当然ではあるが、春以降の旅行も含め、問合せすら一切ない。
	×	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・2月は元々閑散期だが、それ以上に例年と比べて来客数が落ちているように感じる。夜もどこにも行くところがないと客との会話でよく聞く。
	×	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言のため、客が動かない。
	×	理容室(経営者)	お客様の様子	・とにかく客が来てくれない。話にならない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・他社も、広告を出しても来客も問合せも少ないそうである。
	×	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・同業他社も今年度の決算は赤字になると落ち込んでいた。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具 製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体関連、農機具関連の生産が増産基調である。
(東海)	○	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・一部の取引先は、新型コロナウイルスの影響を受け受注量、販売量が減少しているが、全体的には前月に引き続き、自動車・農産物関連は回復傾向にあり、景気はやや良いと感じる。
	○	化学工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・電材向け需要が引き続き好調である。
	○	電気機械器具製造業 (総務担当)	取引先の様子	・家庭内での動画配信サービスの需要増加に伴い通信インフラの増強の要望が多く、当社においては通信系光端末機器の受注も好調で、年内の納入スケジュールは固まっている。
	○	輸送用機械器具 製造業(管理担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言のなかで、外出を控えている分購買意欲が膨らんでいる。
	○	輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスの影響で上半期から10月くらいまでは荷物の量が落ちていたが、年末に向かって徐々に回復を始め、盛り返してきていた。今年に入ってまた緊急事態宣言があり、やや落ち込みはしたものの、回復基調は急激ではないが右肩上がり、3か月前と比べると徐々に良くなっていると物量の動きから判断できる。
	○	金融業(企画担当)	取引先の様子	・法人では、新型コロナウイルス禍で宿泊業、飲食業を中心に一段と業績の厳しさが増している業種もあるが、自動車を中心に業績の回復がかなりみられる。また、個人投資家は株高により含み益が増えており、消費に向けた動きもみられる。

○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売買は活発だが、価格の下落は著しい。仲介不動産業界そのものは活発で良いが、資産価値は減少している。
○	その他非製造業 [ソフト開発] （経営者）	受注量や販売量の動き	・2月も好調で10年来で最高の売上を記録した。しかし、競合他社においては余り良くなく苦戦状態である。当社は1年ほど前の開発品がタイミング良く当たった。当分、世間はまだら状態と考える。
□	食料品製造業 （経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・外食機会が減ったことによる業務用商品の売上減少が続く。これまでは家庭内消費の増加で補ってきたが、2月に入りマイナスの影響が大きくなってきている。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・外出、買物や外食を控える習慣は1年間で定着し新常态となった。根強い人気がある買物スポットや飲食店はおとなしく楽しむ客でそこそこにぎわっているが、元々競争力のない店は補助金でしのいでいる状態で、アフターコロナが不安である。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注は良好で、残業して対応している。Webからの新規引き合いも増えており、海外からも問合せが来るようになった。
□	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今後の期待度と足元の受発注量の停滞に矛盾とジレンマを抱えている。直近の受発注量は、やはり通常時と比べてまだ10～15%ほど悪くなっている。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備投資は、引き合いが増えているがなかなか受注には至らず、まだ少し厳しい状況である。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業種によって若干の差はあるが、ここ3～4か月は売上、受注量共に横ばいである。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・以前の派遣先の航空機業界社員も、いろいろなところへ出向してほとんど人が残っていない状態で景気は悪い。ずっと景気が悪いままなので変わらないと判断した。
□	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・中国向けを中心に輸出が堅調であると聞いている。半導体の手当てができないため、自動車生産台数はやや下がると思うが堅調に推移している。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・本来2月は年度末に近く異動の時期で客の動きが見られるが、来場者数と成約数が伸びない。今年は新型コロナウイルス禍でリモートが普及し異動が少なくなったことが要因かもしれない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・宅配を扱う輸送業で好業績が報道されているが、B to Bでも個人消費者向けの物量は底堅く、利益を押し上げている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、引き合いが増えている荷主と減っている荷主との差ははっきりしている。減っている業種については、もう受注がほとんどないに近い。自動車関係を始めとして受注量が好調を維持している荷主もあり、新型コロナウイルスの感染がある程度下火になるまでは、このままではないかと思う。
□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・仕事が5割減、休業手当なしの実質失業者は90万人との調査もある。海外に比べ倒産や失業者数は少ないが、世間の雰囲気はとても上向きとは言い難い。上向きためには、なお一層の内需拡大や5Gへのインフラへの設備投資等が必要である。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、飲食店は不安を抱えながら取り扱っている部分と、自動車産業等においては若干受注量が上がリ景気が良くなりつつある部分があるため、業種により大きく二極化しているイメージである。
□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多いが、新型コロナウイルスの影響により出費を控える傾向は継続しており、売上は前年同期を下回っている。
□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・全国的に新型コロナウイルスの感染者が減少してきているが、取引先としてはまだ様子見の感が強い。

	□	会計事務所（職員）	受注価格や販売価格の動き	・緊急事態宣言下ではあるが、当月売上は前年と比べて上振れしている。間もなく宣言も解除され、ワクチン接種も始まるため、今後は現状より悪化することはなさそうである。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・緊急事態宣言の影響で、夜8時までの営業となっている飲食店は、客の入りが少ない。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・3月に向けて開発が立ち上がる予定もないが、減員の依頼もなく現状維持で変わらない。
	▲	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の影響で時短営業が響いており、その結果受注量も大幅に減少している。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・やはり引き合いが減ってきている。新型コロナウイルスの直接的な影響か、投資を控えるマインドの表れか、いずれにしても良くない傾向である。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・開発費の予算が大幅に削減された。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・緊急事態宣言下とはいえ、週末の人出は陽気につられて通常どおりである。しかし、飲食店だけでなく小売店も休んでいる店が多いと感じる。久しぶりに通る道には知らない店がオープンしていたり、潰れてしまった様子の店も多い。久しぶりに訪れた百貨店は、フロアに入っている店舗が変わっている。どの業界も、変化しながら必死に耐えている様子を見たり感じたりする。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・緊急事態宣言による外出の自粛は今月まで継続しており、購買意欲を満たす財やサービスが情報発信されていない。人が動ける環境が整って、安心安全の兆しが見えてこない、景気は良くならない。
	▲	行政書士	受注量や販売量の動き	・物量業者からドライバーを休ませていると聞く。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先の業界が新型コロナウイルスの影響で相変わらず設備投資を抑えているため、当社の設備関係の出荷もほとんどないという状態である。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの出稿量が減少している。
	×	公認会計士	それ以外	・中堅、中小企業の顧問先の業況は、特に、バランスシートが悪化している。中堅、中小企業の従業員のボーナスが減少している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	求人数の動き	・国内の新型車種及び中国の販売が好調で、大手自動車メーカー系は業務量が回復し、求人数は増加しているが採用に至らず人手不足という声も耳にする。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で16か月ぶりに増加に転じた。
	○	職業安定所（次長）	求人数の動き	・12月の新規求人数及び新規求職者数については、前年同月と比較した場合は悪化している状況であるが、前月と比較した場合はいずれも改善した数値となっている。有効求人倍率についても、前月と比較した場合1.18倍が1.21倍へと改善している。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・面接の通過率が新型コロナウイルス発生以前に戻りつつある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・徐々にではあるが、求人案件の発注依頼数は伸びてきている印象を受ける。転職者の動きは業界によって様々であり、法人のニーズと転職希望者の方のスキルにおける需給バランスが合うかどうかは、今後注視すべきポイントである。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・建設業では受注の大幅減少の影響もあり、現場工事の稼働率が低下している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・相変わらず悪いままである。
	□	人材派遣会社（企画統括）	求職者数の動き	・現在就業中の転職希望者の動きが非常に鈍い。

□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・主要客の自動車メーカーからの派遣募集は、ここ数か月少なかったが、4月開始の募集内容で今月は増えている。ただし、これは派遣枠の数が増えるのではなく、既存の枠が3月末で満期となり入替え募集を掛けているということなので、景気が良くなっているわけではない。
□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は前年比70%と厳しい状況が続いているが、成約数が徐々に戻りつつある。契約終了数が減少していることから底打ち感がある。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・大企業の求人減少が報道されているが、11月以降の求人提出の状況を見ると、業種を問わずしばらく求人提出のなかった小規模事業所からの求人が増加傾向にある。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続く限り変わらないと考える。
□	職業安定所(次長)	求人数の動き	・有効求人数の前年同月比を3か月前と比較すると、徐々に改善傾向はみられるものの、ほぼ全ての業種で依然減少傾向が続いている。
□	職業安定所(次長)	求人数の動き	・求人数に特段の変動は見受けられない。また、現時点で変動の予兆とみられる動きも把握できない。
□	民間職業紹介機関(窓口担当)	求人数の動き	・例年、求人数が増えるこの時期に、状況としては大きく増加することなく緩やかな印象を受ける。
▲	新聞社[求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・3か月前は既に景気が非常に悪い状態だったが、そこから改善の兆しはなく、じりじりと悪化している。自動車関連や通信など一部に調子の良い業種はあるが、大多数は縮小した市場のなかでもがいている状態である。
×	新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・緊急事態宣言下ではヒトもモノも動かない。