

## Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)		*	*	*
		一般小売店 [酒]（経営者）	それ以外	・当地では2月15日まで酒類を提供する市内の飲食店舗への休業要請が出されたことで、ほぼ全ての取引先が休業し、売上が平常時の10%まで落ち込んだが、16日以降は回復の兆しがみられる。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数の減少に伴い、来街者数、来客数が増加傾向にある。このままの状態が続けば、景気も少しずつ回復することになる。
		百貨店（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が幾分落ち着いていることから、景気はやや良くなっている。ただし、この先の景気は不透明である。
		百貨店（営業販売促進担当）	お客様の様子	・平均的な来客数はまだ厳しい状況が続いているが、イベント時の集客に回復傾向がみられる。また、これまで苦戦していた婦人服にも回復の兆しがみられる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・前年は1月末以降、マスクなどの衛生用品が異常な売れ方となった一方で、全体的な来客数は例年よりも減少した。特に週末の来客数が大幅に減り、ファッション衣料などの不要不急な商材は売上が例年の70～80%まで落ち込んだ。今年2月はその状態から一巡したことで、衣食住のいずれの部門も前年を上回る実績となっており、過去3か月の状況と比較すればやや上向いている。ただ、一昨年の水準をいまだに下回るなど、厳しい状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・6～20時の時間帯において来客数が回復してきている。
		衣料品専門店（店長）	それ以外	・前年は入社式などが相次いで中止になり、スーツ関連の販売量が過去最低となったが、今年は若干の回復がみられ、一昨年の85%まで持ち直している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両販売の状況は3か月前と余り変わらないが、車検を始めとした車両整備が繁忙期を迎えて好調に移している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・営業自粛の影響で売上が伸びず、前年比40%台と悪かったが、昼夜共に特定の日の客入りが良かった。夜は底ばいで推移し、昼は上向き傾向になってきている。出張時に数回鉄道を利用したところ、1月は1車両当たり5～6人の利用であったが、2月は2名掛け席の全てで1名以上が利用しており、経済活動が回復している様子もうかがえる。ただ、休業中のアルバイト従業員からは、新規開業店以外、求人が増えていないと聞いた。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・冬の観光シーズンを迎えて、個人観光客がやや増えてきている。ただ、首都圏や関西圏などでの緊急事態宣言が続いていることから、団体客は引き続きほとんどみられない。一方、航空路線は既存各社の減便が継続するなか、LCCの新規路線が就航しており、今後のビジネス需要及び観光需要の回復への期待が高まっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・当地における新型コロナウイルスの感染動向について、いまだに感染者は出ているものの、一時期のようなクラスターの発生が減ってきている。人出はそれほど増えていないが、昼間の利用は若干改善の兆しがみられる。
	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・12月頃と比べると、大型スーパーや郊外店での出張販売イベントへの人出が増加しており、販売量にも反映されるようになってきている。このまま新型コロナウイルスの感染者数が減少していけば、外出自粛の動きも緩和され、状況が好転すると期待できる。	
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況について、終息する兆しがみられるようになってきていることに加えて、米国及び日本の株式市場が活況を呈していることから、消費のムードが上向いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が出されたことで来街者がますます減少しており、商店街は閑散としている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として来街者が減少している状態が続いている。区域内の駐車場では60～70%の空きがみられる日が多く、乗合バスの停留場も待っている人が少ない状態が続いている。また、夜型飲食店は来客数の減少に歯止めが掛からない状況であり、なかには例月の3割程度という店舗もみられる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・当店は観光地にあり、観光客の利用が100%近くを占めている。35人の社員を抱えているが、今は1日の売上が1～2万円と大変な状態にある。売上は新型コロナウイルスの影響がなかった2年前と比較して10.1%にとどまる。
		スーパー（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が引き続きみられるなど、景気は好転していない。新型コロナウイルスの影響が一巡したことで、前年比では回復基調に見えるが、実態は変わっていない。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、まとめ買いによる買上点数の増加がみられる一方で、来客数が伸び悩む傾向が続いている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・売上を前年比でみると、ここ数か月、余り変化はなく、やや良い状態で推移している。来客数は減少しているものの、客単価は引き続き2けたの上昇幅となっており、新型コロナウイルス禍のなかで客が買物回数を減らしている状況がうかがえる。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響に加えて、今年は雪が多いこともあり、客がお買い得なセール時にまとめ買いする傾向がますます強まっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が継続しており、全体的な傾向に変化がみられない。来客数の減少傾向も続いているが、客単価の上昇により、店内販売は前年並みの数字を確保できている。一方、外販については飲食店からの発注が減少したままであることから、落ち込みが続いている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・飲食店関係の客の動きが鈍い一方で、工事関係の客はますますの動きがみられるなど、客による違いが大きく、どちらとも言えない状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価は上昇しているが、来客数の減少に変化がみられず、増加に転じる気配もないため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・春の増販期を迎えるなか、受注量が見込みほど伸びていない。登録台数は前年と比べて増加しているが、半導体不足の問題や福島県沖を震源とする地震などによって、メーカーの供給体制に遅れが生じていることも影響している。この時期に受注量が伸びてこない、この先がきつくなる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、車の購入について様子見している客が多く、客の購入意欲に変化がみられない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・売れている営業マンも売れていない営業マンもいるが、全体的に販売量が伸びていないことから、やや厳しい状況にある。今は新型コロナウイルスの影響もあって、客の動きが鈍く、来客数が伸びてこない状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・外食など、外出する機会が増えてきていることから、少しずつではあるが、景気が回復傾向にある。
		自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・客の購買動向や会話の内容に変化はみられない。必需品以外の商材を買う客も少ない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・街中の飲食店や隣接する自治体でクラスターが発生した影響で、特に夜間の状況がひどい。歓迎会やお別れ会なども行われないとみているため、景気が良くなることは見込めない。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンドや国内団体観光客、イベント関連での宿泊予約がほとんどない。一方、若干ではあるが、医療関係者の長期滞在、Webを経由した個人ビジネス客の利用がみられる。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・前年末以降、景気が好転するような材料もなく、景気は底ばいが続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・景気はまだまだ悪いままである。全ての都府県で緊急事態宣言が解除され、東京都の新型コロナウイルス感染者数が大幅に減少しない限り、状況は変わらない。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・ここ数か月、同じような動きが続いており、景気が回復するような雰囲気がない。来客数も、売上も増加傾向がみられず、販売商材もファンデーションや口紅などの基礎化粧品の上売が厳しい状況にある。
		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	・天候不順に加えて、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もあり、旅客輸送量の減少が続いている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客との話のなかで、どのような場合であっても景気が良くないという言葉が聞こえてくる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・例年と同様に2月は動きが悪い。ただ、新型コロナウイルス禍のなかでは善戦している方もおられる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・ドラッグストア業界では、1年前は新型コロナウイルスの影響が間違いなくプラスとなっていたこともあり、本格的な景気の落ち込みが1年遅れて生じている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・前年と比べて販売量が減少している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で移動などが制限されているため、来客数が減少している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・関東圏や関西圏などの緊急事態宣言が長引いていること、Go To Travelキャンペーンが一時停止となっていることの影響が大きく、新規の旅行申込みがほぼみられない。特に企業などの団体旅行についてはこちらから営業できる状況にもないことから皆無である。ギフト券類の販売や旅行以外のソリューション営業への切替えを進めているが、なかなか販売まで至らない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・当地における新型コロナウイルス感染者数が減少傾向にあることから、繁華街への人出が若干増加しており、タクシー利用も上向きとなっているが、これまでの感染動向から景気が順調に上向きとは考えられない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・前月末から少しずつ電話での予約がみられるようになっており、徐々にではあるが、受注件数も増えてきた。ただ、月全体での景気はやや悪い。
		タクシー運転手	販売量の動き	・例年であれば、運送収入が上向き始める時期だが、今年は一方向に上向き兆しがみられない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍のなか、景気は3か月前とほぼ変わっておらず、むしろ若干悪くなっている。季節的な影響もあるが、新型コロナウイルスがとにかく早く終息しない限り、景気はこのまま変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、多くの客がモデルルームに来場できない状況が続いている。リモート営業は可能だが、分譲マンションは大きな買物であるため、リモート営業だけで客が購入を決めることに難しい面がある。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・一部地区における飲食店などへの営業時間の短縮要請が、2月半ばから市内全域にまで拡大されたことから、他業種も含めて壊滅的な打撃を受けている。新型コロナウイルス感染者数が落ち着いてきたことから、2月末日で解除されることになったが、中心市街地に根付いた悪いイメージが簡単に払拭されることはないため、影響は長期にわたると見込まれる。こうした影響の大きな地域を対象とした直接的な救済策を打たない限り、産業の早期回復は見込めない。積極的な政策立案を期待している。
	×	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の影響による全国的な観光客の減少傾向に歯止めが掛からない。緊急事態宣言の影響もあり、観光を控える傾向が以前よりも強まっている。また、感染状況が落ち着いたとしても、すぐには観光や遊びに出掛けるという心理にはならない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で人の移動がなくなっているため、観光に特化している地域では観光客による需要がほとんどみられない状況になっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・現在は基本的に営業していないが、街の人出をみる限り、利用客が減少していることがうかがえる。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが停止されていることも大きな要因だが、新型コロナウイルスに関する誤った情報も多く流布されていることで社会不安が形成されている面がある。その結果、多くの国民の行動が抑制されており、感染抑制と社会経済活動のバランスが著しく崩れている。特に飲食、観光にそのしわ寄せが集中して現れており、来客数の激減につながっている。
	×	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が延長されたことで、Go To Travelキャンペーンの再開も不透明な状態となり、道内宿泊の問合せすらない日が続いている。当地では一時閉店する旅行代理店がみられたり、完全閉店した旅行会社さえみられる。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・2月も11～12月と同様にタクシーの売上が前年比マイナス50%であった。前年2月28日に北海道独自の緊急事態宣言が発出されてから1年が過ぎるが、新型コロナウイルス禍での自粛が続くほか、関東圏などでの緊急事態宣言も続いていることから、夜の人出もみられず、タクシーの売上は一向に回復してこない。
	×	観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前はGo To Travelキャンペーンの恩恵もあって、例年の平均的な来客数の70%ほどの利用があったが、2月の来客数は約7%と激減している。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・前年と比べると、客が新型コロナウイルスに慣れてきている面もみられるが、外出については引き続き自粛している。
企業動向関連		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者の減少に伴い、人の動きが出てきている。自粛ムードは続いているものの、春に向かい世の中が少し明るくなっている。
(北海道)		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上が落ち込んでいる状態が続いている。前年と比べると1割減、一昨年と比べると2割減となっている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、民間設備投資について業種による濃淡が鮮明になってきている。足元の受注競争は激しく、次年度工事の受注が積み上がってこない状況にある。
		通信業（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、営業活動の量と幅は限られているものの、政府による新型コロナウイルス対策の施策効果などにより、周囲の景況感は3か月前と同様の水準を維持している。
		司法書士	取引先の様子	・冬期間であることに加えて、新型コロナウイルスの影響もあり、建築業ではなかなか受注が進まない状況にある。不動産業も不振な取引先が多くみられるなど、以前と比べて変化は余りみられない。不動産の売買が決まった場合も、地域間の移動の制限や自粛などの影響で契約が先延ばしになるケースがみられ、売上につながるまで通常より時間を要している。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・景気は横ばいでの推移となっている。業種による差が大きいことから、今後も厳しい状況が続く。
		その他サービス業[建設機械リース]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建設関連業界は基本的に官高民低の状況にある。都市部では民需も比較的旺盛である。
		その他サービス業[建設機械レンタル]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き売上が前年並みで推移している。
		その他非製造業[鋼材卸売]（従業員）	受注量や販売量の動き	・以前と比べると、物の動きが鈍くなっている。大きな変化ではないが、前月と比べて状況は余り好転していない。
		建設業（従業員）	取引先の様子	・公共工事、民間建築工事共に年度末しゅん工の時期を迎えているなか、下請業者の手持ち仕事量が少なくなっている。なかには廃業を検討している業者もみられる。

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
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年、荷動きの鈍くなる時期であり、年末に倉庫間移送などを先取りして行ったこともあり、その傾向がますます強まっている。特に本州送りの砂糖、でん粉、建材の輸送量が減少している。飲料や紙パルプ関連も相変わらず低調であり、少なくとも春までは今の状況が続く。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・道内では事業所数、従業者数、GDPにおいて、宿泊業、飲食業の占める比率が高いが、Go To Travelキャンペーンの一時停止により、宿泊業、飲食業の業況が悪化している。このため、道内景気はGo To Travelキャンペーンにより景気が押し上げられていた3か月前と比べてやや悪くなっている。
		司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う各種規制の影響により、経済活動が大きく制約された状態が継続しているため、不動産取引などの金額の大きい取引はストップしたままである。景気は悪化している。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・観光関連以外の業種にも新型コロナウイルスの影響がじわじわと出始めており、設備投資意欲が減少傾向にある。
	x	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2月の販売量は前年比マイナス35%であったが、3か月前の11月の販売量は前年比マイナス25%だったため、景気は悪くなっている。
雇用関連		-	-	-
(北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数の減少とワクチン接種に関する報道の影響で、若干ではあるが、求人情数が増加傾向にある。求人に対する反響も良い状態が続いており、介護や建設などの人手不足業界の求人が堅調である。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・1月の有効求人倍率は1.28倍と前年を0.06ポイント上回った。新規求人数、就職件数が前年を上回っていることから、景気はやや良くなっている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・企業からの求人は徐々に増えてきているが、業績が前年を大きく下回っている企業が多い。業績回復を目指して営業系の求人が多くみられるが、即戦力の人材を求める求人がほとんどであり、未経験可の求人が減少している。求職者とのマッチングが難しくなっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人情数に下げ止まり感がみられる。ただ、衣料品販売や居酒屋を始めとした飲食店への客足をみる限り、前年末よりも厳しい状況にあることがうかがえる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・ここ2～3か月、求人広告の申込件数、掲載件数が、新型コロナウイルス発生以前の7割程度で推移している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・ここ最近、余り良くない状況が続いている。離職者の状況をみても、事業主都合の離職者が多くみられる。また、これまで耐えてきた事業主がそろそろ危ないのではないかとという話もちらほらと聞こえてきており、景気はまだまだ厳しい状況が続いている。
		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0.84倍となっている。前月との比較では0.03ポイント下回ったが、3か月前とは同率であった。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・2021年新卒者の就職内定率はここ10年間での最低水準となっている。新型コロナウイルス禍で企業の採用活動が遅れたことに加えて、Web対応が多かったことで、企業も学生も混乱した1年であった。採用人数を絞り込む企業が多くみられたが、必要数を採り切れなかった企業が目立った。一方、未内定の学生に残された時間はあと1か月であり、大学側の支援にも限界が生じている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・国による緊急事態宣言や北海道による集中対策期間などによって、旅行や外食などの消費活動の落ち込みが広まっており、企業や店の体力をじわじわと削っている。
	x	-	-	-

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
----	---------	-------	-------	----------------

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東北)		-	-	-
		百貨店（買付担当）	お客様の様子	・コロナ疲れのためか、来店客がショッピングを楽しんでいる様子がみられ、来客数も回復傾向である。気温が暖かくなってきた月後半はより購買意欲が高まってきたようで、厳しかった衣料品も回復傾向がみられる。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・食品関連の催物開催時は来客数も増え、店内も年末年始に比べれば、活気が出てきている。休日など近場で余暇を過ごす人が、百貨店の物産展に来場しているようである。ただ、13日の福島沖地震により、その後3日程度は影響が出て、来客数は減少した。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は若干回復傾向にある。販売単価が高めで推移しており、来客数の回復分が販売量の増加につながっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・中旬から日中の気温の上昇に伴い来客数は増加してきた。高額ブランド商品のニーズが多く、購買につながっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・各種学校での入学式開催が増えてきたことで、スーツ需要が回復してきている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年比ベースで来客数が増加している。近隣のショッピングモールでも駐車場が土日満車に近い状況となっている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新規来場者数は前年末と比較し3週目時点でちょうど2倍である。前年2月との比較では、最終週次第だが、月末が土日ということもあり前年よりも多くなる見込みである。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者が減少傾向になってきたため、来客数、売上共に例年に近い数字に戻ってきているが、商談に要する時間は以前よりずっと短縮されている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入ってから、1日当たりの営業回数が増加傾向にある。そして、基本料金の客よりも中距離の客が増えてきている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・遊休地所有の法人が賃貸マンションを検討し、受注が増えている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・前年や前月と比較しても、来場者数は安定している。アンケート内容からは、住宅購入を1年以内に検討するという客が目立っている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前年から新型コロナウイルスの影響が続いており、集客に苦労している。今年はここにきて大雪になり、通行量や来客数の減少が著しくなっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・積雪量が多いことに加え、寒波及び新型コロナウイルスの影響で客足が伸びず、景気は3か月前の悪い状況と変わらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているが、慢性化してきており急激な変化はみえない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は回復傾向にある。景気をもっと沈滞していた時期は本当に店頭が静かだったが、今の状態は明らかにそれとは違う。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月と比べると来客数の伸びがみられるが、まだまだ購買行動は慎重な客が多く、回復基調にあるとまでは言い切れない。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・緊急事態宣言が再度発せられ地方でも自粛要請があり、食品等一部を除き消費状況は芳しくない。13日の福島沖地震による揺れは大きかったが、10年前ほどの被災はなく一部を除き復旧は早く進んだ。即食系、簡便品、被災時商材が瞬間的に動いたがすぐに収まり、通常の動きに戻った。平均1品単価の前年比は前月とほぼ同推移。来客数減、買上点数減は前月同様で、客単価は上がっており、消費の全体的傾向は前月とほぼ変わらない。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数増加で客単価は高い状況で推移している。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前月の前期比109%に続き、前期比111%と依然好調である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で79%と相変わらず低調である。ここ数か月でみると悪いままで横ばい状態できており、落ち込みもなく上昇もみられない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月に続き、新型コロナウイルスの影響で土日は行楽客がほとんどいない。平日は横ばいだが土日が下がっているため、景気は下がり気味になっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で人が動いていない。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・大きな変化要因がなく、来客数低下トレンドが続いている状況である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・季節トレンドや天候要素もあるが、来客数に変動がない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛が続いている状態で、夜間、ビジネス街、行楽地の売上が激減している。この状態はワクチンが一般の人に接種されるまで続き、今年一杯は好転することはないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で依然として冠婚葬祭や宴会の中止や延期が続いているため商品が動かない。ホテルの宿泊者も激減し、酒の提供を中止した所もある。
		家電量販店（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の該当地域ではないので、来客数は比較的安定している。購入されるのも巣籠りに関する商品であり、そういった需要があるように見受けられる。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・自動車販売に関していえば、買い回り客は減ってきている。既存客の滞在時間は一時期より伸びてはきているものの、本格的な商談に至るまでは時間が掛かっているようである。受注はあるが、いろいろな事情により収益は伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（本部）	単価の動き	・扱い車両拡大の影響で、新車販売は現状ある程度の数字はまとめている。しかし、中古車購入客の動きが鈍く、新車、中古車販売全体では90%台の進捗である。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産なので、前受注の生産のみで、販売量はここ数か月変わっていない。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・2～3か月前から、とりわけ好材料も見当たらないまま推移している。
		その他専門店【食品】（経営者）	来客数の動き	・当県の新型コロナウイルス感染者数は落ち着いているが、首都圏等の緊急事態宣言が延長されたことで冬の誘客ができなかった。市内での雪祭りも中止となり、悪い状況に変わりはない。
		その他専門店【白衣・ユニフォーム】（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず景気が良いという実感は全くなく、ただただ売上のために苦心している。また、企業もこの状況で新入社員を採らないところも多く、新年度の制服の追加も厳しい。医療と介護はほぼ例年どおりで余り変化はみられない。
		その他小売【ショッピングセンター】（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出後、客の動きは今一つ低迷している。その傾向は今月も余り変わっていない。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夜の営業は予約制としているが、営業は週に1回か2回しかしていない。営業しても1組か2組の予約しかない。
		観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・1月後半から休業状態が続いている。来客数の見込みがなければ3月後半まで休業が続きそうである。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続いており、居酒屋、小売業、観光業の売上が20%減少していることから、消費動向も下がっているとみている。また、若年層の失業が増えており、就職難であるという話も聞いている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・客の設備投資意欲に変化は見られない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍が長引いている影響で再び巣籠り需要が出てきている。スマートフォンの利用時間が増え、動画配信を利用する人も増えている。このため、自宅でのWi-Fi環境が必須となり、自宅のインターネット設備を準備する家庭が再び増えてきている。また、CS等のテレビサービス利用者も高齢者を中心に若干増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光名所（職員）	それ以外	・1月下旬から2月上旬に掛けて冬のイベント等で誘客を図ったが、大雪や低温、さらには新型コロナウイルスの影響で効果はみられなかった。周辺の温泉施設等をもみてもガラガラな状態で、休業又は週末のみの営業に切り替えているところが増えている状況である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客は固定客で、寒い時期は客足が伸びない。しかし、ある程度、髪の手入れには訪れている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・リフォームは増改築や塗装などの金額の大きい工事が減っている。住宅設備器具はエアコン、温水ルームヒーター、FF暖房など暖房器具の販売並びに工事が増えている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・全体的には新型コロナウイルスの影響で消費マインドは低下しているが、こちらからSNSなどで個別の商品の情報を発信すると客は動いてくれる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・東京の業務店からの注文がない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っており、前月比でも15%ほど落ち込んでいる。来客数が減っていることで売上も減っている。前年の売上は良かったので、前年の75%ほどである。
		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状況は落ち着きをみせているものの、緊急事態宣言下の都市でなくとも自粛の動きがみられる。来街への影響が出ており、来客回復の鈍さが続いている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍で来店頻度が減少し、買上点数は増加しているが、来客数は前年比95.1%まで減少している。来客数の減少幅が大きく、買上点数の伸びが悪化した場合は売上が厳しくなる。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・客単価は106%、買上点数は104%と、まとめ買いの傾向は続いているが、低価格志向が高まっているようである。競合店の価格帯も下がってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比91%まで落ち込んでいる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・時短要請は終わったが、飲み歩いたり、歓送迎会をしたりしている様子もなく、学生も外を歩いていない。特に深夜の来客数が減っている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・年明け以降、成人式、入学、卒業、旅行、出張用途といったモチベーション需要が減少している。また、ふだん着需要においても値ごろでお買い得な商品が中心となっており、厳しい状態が続いている。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・販売量は、前月は前年比で戻りつつあったが、今月は再び減少してしまっている。また、客単価も低い。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・2月の売上が前年を下回っている。暖房商品などの季節要因もあるが、巣籠り需要もなくなり、通常商品の客単価が下がっている。先行き不安もあり客の購買意欲が下がってきているようである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体の不足により納期の掛かる車が多くなってきている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・来客数の減少が続いている。ショッピングセンターでゆっくり買物する客は少ない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止のための緊急事態宣言等による外出自粛の影響が販売数量に出ている。さらに、2月中旬の福島沖地震により後半から日ごとの販売数量が減少傾向にあり、車両の移動が少なくなっている。
		旅行代理店（従業員）	単価の動き	・旅行需要はGo To Travelキャンペーンの一時停止により、個人も団体も新規申込みはほぼない状況である。緊急事態宣言が解除されつつあるがGo To Travelキャンペーンの再開に至らない限り厳しい状況に変化はなく、観光業界の落ち込みはより深刻さを増している。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍により、特に飲食業、宿泊業、またそれらに関連する業種において売上がかなり落ち込み、廃業を余儀なくされる状況が続いている。全体的に見てかなり景気が悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスで客との接点が減ってきている。



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
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年同月と比較し、販売数量が1～2割程度減少している。
		遊園地（経営者）	それ以外	・現在冬季休園中で、学校団体等の問合せ、予約が入っているものの、前年と比べると低調である。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出されてからは、人の往来も街のにぎわいもなくなって、ひっそりしている。
	×	一般小売店[医薬品]（経営者）	来客数の動き	・時間短縮営業要請を受けていることに加え、13日の福島沖地震の影響で新幹線も止まり、その後は全く人が来なくなってしまった。売上、来客数共に前年比50%以下の最悪の状態になっている。
	×	一般小売店[酒]（経営者）	販売量の動き	・やっと少しずつ回復傾向にあったところでの首都圏や主要都市での緊急事態宣言や、当地域での新型コロナウイルス感染者数の増加により、前年の一番ひどい時期と同じくらい売上、販売量共に落ち込んでいる。客の中では、閉店を決めた店や今月一度も納品がない店もあり、本当に切迫した状況に追い込まれている。
	×	一般小売店[寝具]（経営者）	販売量の動き	・商品の動きがほとんどない。仕立てもなく底状態である。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・巣籠り需要は続くが、低価格志向が高まり、安い店に客が集まる傾向が強くなってきている。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2月は1年で一番つらい月である。大雪、新型コロナウイルスの影響で売上は大幅減。さらに、除雪代に加えて営業日数が少ないので利益は出ない。毎年厳しいが今年は新型コロナウイルスの影響で経営状態が最悪である。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・雪の日や寒い日も多く、来客数が少ない。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・1月からの緊急事態宣言とその延長、これがスーツを着るとか、ビジネスで何かをするという動きへの大きな障害になっていて、需要が盛り上がり苦戦している。
	×	その他専門店[酒]（経営者）	販売量の動き	・1月に引き続き、飲食店は緊急事態宣言の影響を受け悪い状況が続いており、限定流通・高付加価値商品の動きは鈍い。店頭は単価の安い商材の動きはそこそこだが、薄利であるために非常に厳しい状況が続いている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で全ての数字が悪い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京を中心とした緊急事態宣言発出後、明らかにそれが原因で来客数の更なる減少が起きている。ランチタイム、ディナータイム含めて、これまでの2割程度の客しか来ない厳しい状況が続いている。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・当地では2月7日まで時間短縮要請があり、客がゼロに近い状態も何回か続いている。解除以降も戻ってきていない。日本全国同じだろうが、夜の街が元に戻るのには時間が掛かる。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・歓楽街の自粛要請以降、隣接する当地でも客がほとんど来なくなった。解除後も回復することはなく、客が来ない状況が続いている。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月一杯休業措置を講じ、来月から営業再開予定ではあるが、予約状況は芳しくない。緊急事態宣言が全国で解除となり、Go To Travelキャンペーンが再開するまで厳しい状況は続く。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・自粛状態が続いており、前年比で半分程度の動きである。
	×	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍において休業中である。客の問合せも前年同時期と比べて半分ほどである。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者が減少している状況だが、来客数もWebでの申込みも全く増えていない。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言により、既予約もほぼ全面的に取消しとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・当社においても同様だが、乗客の話からも景気の悪さがうかがえる。
	×	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスと地震のダブルパンチで客足が遠のいている。また、購入するものもセール品ばかりで定価品になかなか手が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	観光名所（職員）	それ以外	・休業日が増えて営業日自体が減っているため、景気を判断するところまでいかない。3か月前よりは落ち込んでいるが、ここ1週間の短期では少し持ち直しの変化がみられる。
	x	競艇場（職員）	来客数の動き	・今月はここ最近で一番売上が悪い。来場者数は前月、前々月と比べると70%くらいに落ち込んでいる。
	x	美容室（経営者）	来客数の動き	・当地は該当していないが、年が明けて11都府県に緊急事態宣言が発出された後から、来客数が急激に減っている。店舗にもよるが前年比15~20%減少し始め、今月も15%程度減少している。緊急事態宣言による警戒感と結び付いているとみている。
	x	設計事務所（経営者）	それ以外	・ゼネコンからの問合せが非常に増えている。これまでは各社、独自の営業努力で受注を確保していたとみられるが、官民間問わず、発注案件数の減少、規模の縮小傾向にあり、目玉案件の受注を目指す動きが加速し、ダンピングに拍車が掛かり悪化することを懸念している。
企業 動向 関連  (東北)	-	-	-	-
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の警戒感は強く、大きく変動する可能性もあるが、受注状況は改善の方向にある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体部品の供給不足が続いており、半導体価格が上昇を続けている。それが業績に好影響を与えており、我々の景気としても上向いている。
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・客の企業業績が上向きになりつつあること、ワクチン接種が始まり感染拡大が終息に向いつつあることが、全体の景況感を押し上げている。
		その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年比105%くらいいっているが、売れている商品が前年と異なる。高価格帯の商品は鈍く、低価格品というか、インスタントラーメン、缶詰といったすぐに食べられる商品の売上の伸びが良い。
		農林水産業（従業者）	取引先の様子	・前年の農家の所得は前年並みであったが、コロナ禍のなかでは農機具店からの購入は例年からすると控え目で、農機具店も動きが鈍いと言っていた。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず販売量の前年割れが続いており、状況は厳しい。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言は解除になるが、今のところ人の動きはほとんど変わっておらず、売上も同様に回復の兆しがみられない。
		出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末で仕事が増えているが、前年と比較すると減少している。
		建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・同業他社との競争が増しているのは確かだが、3か月前と比較すると変化はない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず客の反応は鈍いが、業種によっては少しずつ明るい兆しが見え始めてきたところもある。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・コロナ禍のなか、Go Toキャンペーンも停止しており、観光宿泊業は引き続き厳しい。個人消費も年末年始商戦が一服して以降は特段の動きはない。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、広告市場もやや上向き傾向に転じている。しかし、まだまだ先行きに不安感があり、ここ数か月と同様、売上は前年を大きく下回っている状況である。
		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の影響でイベントは中止になり、地元名産品の包装紙の発注が激減している。
		経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルスによる自粛の期間が1年を超え、景気停滞の状況が定常化している印象を受ける。
		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。飲食店関係、対面サービス業、小売業は相変わらず低空飛行であるが、売上は落ち着いてきている。建設業は例年ペースに戻ってきており、売上が増加している企業も出てきている。全体としては3か月前と変わらない。
		コピーサービス業（従業者）	受注量や販売量の動き	・例年どおりの実績を上げており、特に新型コロナウイルスの影響を受けて苦戦している感じはしない。かといってコロナ関連の対策商品の販売が特段増えているわけでもない。
	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	・市内飲食店への時短要請は解除になったが、首都圏の緊急事態宣言が継続しており、外出に出ようという雰囲気は形成されづらい。	

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
		その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・近くの名の知れた温泉街への客の戻りが芳しくない。コロナ禍前なら冬の湯治客でそこそこのにぎわいがあったが、現在はかなり少ない。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・大雪の影響により、融雪剤の購入費や破損した施設の改修費などの出費が発生している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きが悪いので土産の動きが悪い。主要駅売店の売上ダウンが大きい。バレンタインや桃の節句の企画商品は動きが良い。通販も相変わらず動きが良い。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上高は3か月前は前年同月比10%の落ち込みであったが、今月は20%弱の落ち込みとなっている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・景気の低迷と新型コロナウイルス感染拡大により、地域経済は停滞している。民間の設備投資も手控え傾向がみられる。当業界でも出荷が低調である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客の発注が鈍化している。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・競争案件の主だった受注がない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・世界的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、海上コンテナ不足が発生し、輸出・輸入関連貨物がスムーズに動いていない。また、国内貨物の動きも良くない。2月の売上は前年比で10%減少、一昨年比でも12%の減少見込みである。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・首都圏での緊急事態宣言の発出により自粛ムードが続いている。地域全体で新型コロナウイルス感染の収束を待っている感じである。飲食店、温泉施設などは引き続き苦しい状況にある。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・登記所の登記申請件数が前年比で1割以上減少している。
	x	*	*	*
雇用関連 (東北)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・13日の福島沖地震の被災対応派遣業務について、大手3社から約100名規模の短期とやや中期の混在した依頼が入っている。特需ではあるが、やや活況となっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・来期に向けての採用計画が、前年よりも前向きになってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者が減少傾向になってきたことを受け、地方都市でも飲食店の客足が増加傾向になっている。まだ店側は営業時間の短縮など慎重さを維持しているが、今後首都圏での緊急事態宣言が解除になれば、春先に掛けて小規模の宴会なども増えてきそうである。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・飲食業や旅行、イベント企画会社などは3か月前と比べてもやはり厳しい状況である。一方、靴の小売や建築会社は先々の需要は厳しいが、引き続きそこそこの仕事がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年比90%ラインとなり、それほど厳しい数字ではない。しかし、コロナ禍であおりを食っている飲食、流通、サービス等の主要業種の件数が激減しており、上向き状態とはいえない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年同月比増減の割合は3か月前と変化がみられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人について、前年同月比では減少しているものの、減少幅が縮小してきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に3か月前と比較すると大きな動きはみられない。
		学校〔専門学校〕	それ以外	・コロナ禍において、景況感は悪いままである。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・地域を下支えしていた大型工事が終わりつつあり、今後の宿泊、飲食業への影響が懸念される。
	x	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・飲食系、販売系のオーダー等が全く伸びておらず、景気回復は見込めない状況である。
	x	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の影響が、コンサルタントからの仕事が減っている。

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
----	---------	-------	-------	----------------

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北関東)		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比89%で1日当たりマイナス5万4000円、来客数は83%で1日当たりマイナス126人となっている。令和2年12月を底に、少しずつマイナス幅が小さくなってきている。特に、夜の9～10時台の客の戻りがみられる。前年は2月にキャンペーンを実施したので、その分を差し引くと、売上は1割減となっており、回復の兆しがある。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・この1年間は、新車や高額な車は余り売れなかったが、現状では、順調に例年どおり新車、高額な車が売れている。ただし、まだ少し客の動向に固さがみられるため、この先はやや不安なところもある。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、行動が制限されていることが当社には追い風となっており、今月もこの傾向が続いている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出されているが、2月は受験シーズンのため、受験生等の宿泊があり、2月単体で見れば、宿泊稼働率は上昇している。しかし、会合、会食等は皆無の状態が続いている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・積極的な消費はまだ控えている印象だが、新型コロナウイルス禍も落ち着き始め、最悪の状況は脱したようである。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・他事業者からの転入が増えている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・感染状況が落ち着いてきて、今後の新型コロナウイルスの状況継続を見据えた経済活動再開の兆しもある。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は今後も変わらない。人の動きはなく、スーパーや大型店でも平日の動きは鈍く、皆、外出を控えている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除の話題が出始めているが、依然として来客数は少ないままである。食品は比較的堅調なもの、アパレルは厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・当県では新型コロナウイルスの警戒レベルが4になるなど、客足が遠のく事態が続いていた。集客が肝の営業スタイルなので、相変わらず厳しい状況が続いている。
		スーパー（商品部担当）	販売量の動き	・前年と比べて、来客数減少、客単価上昇傾向には変化なく推移している。また、地域クーポンの利用が多い店舗は、他店舗より来客数が増加している。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの国内感染から1年がたった。祭礼用品を扱う当店にとっても大変な打撃で、ほとんど客が来ない状態である。飲食店だけでなく、一般商店も大変な危機である。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、パソコンを中心に、今月も好調に推移している。また、金額面では前年売上の110%アップの着地予想である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売が落ちているが、比較的低価格の中古車販売が活発化しているので、気分的には落ち着いている。車検などの整備売上は前年比10%程度の落ち込みで、我慢のしどころなのかもしれない。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・店に回ってくる業者が皆、口をそろえて「買ってもらえない」と言っている。どこの業者からも「良くなってきた」とは聞かない。暗い話ばかりで、廃業も耳にする。
		都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・前月に比べて宿泊は微増だが、料飲は厳しい状況が続いている。県独自の緊急事態宣言が解除されたが、ディナータイムの集客は、解除前と変わっていない。客が外食に対して慎重になっている。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の自粛期間で、営業活動が減っている。	
	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、携帯電話会社等への来店も、3密を回避するため予約時に人数制限等をしている影響で、前年と比べて来店客数が減少している。	
	通信会社（局長）	来客数の動き	・来店者数は前年度比で60%を下回ったが、契約数は横ばいとなっている。	

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
		競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、購買単価とも、それほど変化がみられない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・時短営業協力金が入る個人の飲食店が喜んでい一方、学生はバイト先がなく、食材納入業者は暇で仕事にあぶれている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店の時短営業による物販業への影響が、顕著に出てきている。夕方の来客数が激減している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・県独自の緊急事態宣言が発出されたため、来客数がかなり減り、やや悪くなっている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・東京オリンピック開催がみえず、新型コロナウイルスの問題もあり、売上は低調である。
		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から、取引先のドライブインやホテル関係では、全くというほど売上が減っている。そこにきて、当県だけ宣言解除となったが、県独自の緊急事態宣言が発出されて、余計に出歩かない状況になっている。観光地周辺の国道を走っていても、観光客はいない上に、地元の人も外に出ない状態なので、早く全ての緊急事態宣言が解除になれば、多少は良くなるのではないかと。今の状態は最悪である。
		その他専門店 【燃料】（従業員）	来客数の動き	・受注が減少しており、主に業務用の減少が大きい。
		その他飲食【給食・レストラン】（総務）	販売量の動き	・事業所給食は、年度内の新規受託先が加わったため、売上は前年並みを維持できている。ただし、受託先ごとにみると、喫食数が減少しているため、利益も減少している。レストラン事業は、営業時間短縮や外出自粛が更なる重しとなり、売上低迷が続いている。総じて、先行きが見通せない状況である。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・首都圏が緊急事態宣言中のため、外出自粛が続いている上に、今回は助成金がまだないため、かなりのダメージを受けている。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大は収まりつつあり、感染者数も県全体で1日当たり10人台に減ってきているので、良い方向に向かっている。やっと時短営業が解除されたという程度では、観光需要の回復には程遠い。加えて、首都圏の1都3県が解除されていないため、依然として厳しい状況は続いている。
		その他サービス【自動車整備業】（経営者）	単価の動き	・小型自動車全般を取り扱っているなかで、特に、車体部門の板金塗装売上が前年比55%減となっており、会社運営の大きな障害となりつつある。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の再発出で、飲食、旅行客の落ち込みが更に拡大している。一方、公共事業は例年並みに発注があり、建設関連の落ち込みは少ない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・事務所関係の問合せはほとんどないが、最近、店舗、塾関係の問合せが大変増えている。ただ、相変わらず、夜の飲食店等は苦しい状況で、閉店する店も増えてきている。貸店舗でも空き家が目立ってきている。
	×	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禍で、客が顕著にお金を使わなくなっている。
	×	一般小売店【土産】（経営者）	販売量の動き	・例年1～2月の売上は、1年の内で最も厳しくなる。前年同月比の売上達成度をみると、11月は72%まで回復していたが、今月は32%と大変厳しい状況である。Go To事業が停止されて、旅行全てが自粛すべきもの、不要不急との認識があり、たとえ旅行に出掛けたとしても、購買意欲が湧かないため、大変苦しい。また、1～2月に修学旅行の予約を受けていた食品問屋では、年末年始の発注後に緊急事態宣言が再発出された影響でキャンセルが相次ぎ、前年4月の宣言時よりも、食品の廃棄が多いと嘆いている。
	×	一般小売店【青果】（店長）	来客数の動き	・当店は高齢の客が多いので、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の再発出で、ほとんど出歩くこともなく、買物にも来ない。
	×	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・2月は年金支給月だったが、全くと言ってよいほど、客が出てきていない。当店は商材の大半が高齢者向けなので、緊急事態宣言下では、客は自己保身というか、安全を確保するため、本当に外出していない。この状況がずっと続くようだと、とんでもないことになる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	任関連専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍が発生してから約1年が過ぎ、前年と比較すると客の来店頻度が少しずつだが低下している。
	×	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	来客数の動き	・地方だからなのか、1～2月は特に客の動きが悪い。北関東の当店では、前年とは異なり降雪もないが、寒さの影響がある。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・県独自の緊急事態宣言が22日まで続き、客足がこれまでにないくらい少なかった。解除後も動きが悪く、前年5月頃と同様に、テイクアウトもない。
	×	一般レストラン [居酒屋](経営者)	来客数の動き	・県独自の緊急事態宣言による来客数減など、良い要素が皆無である。
	×	スナック(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの自粛要請を受けて、2月中は店を休業していたので、良くない。
	×	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出で、週末のみの営業に切り替えたり、3月7日まで休館している事業所もある。1～3月は観光産業、特に、宿泊業の経営状態は、非常に厳しい。年度をまたぐことなく、廃業やM&Aをする事業所も見られる。
	×	都市型ホテル (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、飲食店への営業自粛要請や大人数での会食禁止要請があり、悪くなっている。
	×	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・1～2月と県独自の緊急事態宣言が発出されている。今月は、感染者の多い県南地区の稼働率が特に低迷している。新型コロナウイルスの感染対策方針によって、稼働率は3か月前と比べても悪くなっている。
	×	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・売上がなかなか立たず厳しい。変更、中止、取消の連続である。1年前の同時期と同じことを繰り返して作業している。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、全然仕事がない。緊急事態宣言が発出されて、ますます少なくなっている。電車に乗っている人も少なく、街なかには歩いている人もいなくなった。宣言が解除されても、なかなか元に戻るとは思えない。
	×	タクシー(経営者)	お客様の様子	・昼も夜も動きが悪く、前年同月比で49%減少している。
	×	タクシー(役員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、どうにもならない。国、県、市の新型コロナウイルス対策が不平等で、税金を納めるのが本当に馬鹿らしい。
	×	通信会社(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、観光業や飲食店が疲弊すれば、おのずと我々の業種への影響も大きくなる。
	×	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・首都圏の緊急事態宣言が延長されたことから、学生団体の大量キャンセルに加え、一般来園者も大きく減少している。
	×	ゴルフ練習場 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言再発出により、会食がなくなり、街中の人出がない。
企業 動向 関連 (北関東)		建設業(開発担当)	受注量や販売量の動き	・前与党政権誕生後、公共工事は順調に推移しており、現政権誕生後も今のところ順調である。当期公共工事は前年比19%増の発注で、当社も前期比10%増の受注と、有り難い。特に、県関係が前年比39%増である。ただし、これは前年の災害関係の対応なので余り喜べない。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・1月20日を過ぎたあたりから、仕事は少し増え始めていて、やや良くなっている。ただし、次につながる仕事ではなく、相続関係の一過性の仕事なので、今後はどうなるかと気掛かりである。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・比較的好調な製品と漸減の製品とがあり、こうした傾向は3か月前と同様で、変わらない。
		窯業・土石製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・お陰様で、フル稼働、フル出荷でいる。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連や建設機械関連等で、堅調な受注を維持している。
	輸送用機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・やや良い会社、どちらとも言えない会社、やや良くなっている会社といろいろだが、平均的には前月と余り変わらず、V字型回復とは言えない。	

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
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・現在の巣籠り需要による、特に、百貨家電、冷蔵庫、洗濯機、高額掃除機や本棚、調理器具等のインターネット通販向けの物量が前年を20%ほど上回る好調さとなっている。
		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、受注量共に、特段変化はみられない。IT関連投資への意欲は、前向きようである。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月頃から前年割れが続いている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響が出始めた前年2月よりも、売上が10%ほど悪くなっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体不足による自動車の減産が続いている。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・管理しているビルの飲食業テナントが休業することになり、定期保守作業の一部が延期ではなく解約となった。その他にも清掃契約を年度途中でやむなく変更し、作業が減少する取引先が相次ぎ、売上がやや減少している。
		広告代理店（営業担当）	それ以外	・下請の看板製作会社代表の話では、年が明けてから、予定していたイベントがほぼ中止となっており、仕事もほとんどなく、開店休業状態とのことである。
		社会保険労務士	取引先の様子	・人の動きが制限され、大部分の業種に影響が出ている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上がかなり少なくなっている。取引先の様子についても、余り良いことは言われず、先のことは分からないと言われている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同月に比べ、売上が約半分近くに減ってしまっている。また、材料が入手困難で、来月はどうなるか分からない。材料確保が全然間に合わず、2～3か月入ってこない物もあり、もう、操業停止寸前である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様、新型コロナウイルスの影響が続いている。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・緊急事態宣言再発出の前後から人出があり、月末にかけての休日も、観光等で県外からの流入者が増えている。ただし、地域の物流、製造関係には、さほど大きな変化はない。新型コロナウイルス関連の財政支出はたくさんありそうだが、輸入品等の国外流出に回って、国内に恩恵がもたらされていないようである。
雇用関連				
(北関東)		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・現状、久しぶりに忙しくなってきた、求人が間に合わない。来月辺りから少し良くなる予定である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業の求人が増加している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	それ以外	・当県は緊急事態宣言が解除され、飲食店を中心に動きが出てきたことに伴い、求人にも動きが出てきている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・当社の場合は、ホテル、宿泊施設関係が主要な取引先だが、やはりGo To Travelキャンペーンが中止になった後、非常に稼働率も悪く、売上の落ち込みがひどい。外国人労働者等を雇っているので、仕事がない状態で待機してもらっている。これについても間接的な経費が掛かるので、大変厳しい状態が続いている。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・求人数は低迷したまま、変わらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は1.26倍と前月比0.01ポイント下回っており、前年同月比ではマイナス0.46ポイントと、12か月連続で下回っている。有効求人数は前年同月比マイナス19.2%で19か月連続の減少、新規求人数も同比マイナス19.8%で、15か月連続減少している。
		*	*	*
	×	*	*	

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向		スーパー（販売促進担当）	それ以外	・2月度は、衣料、住居関連フロアの閉店売り尽くしによって集客がアップし、売上増となっている。

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
関連 (南関東)		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字100%を達成し、やや良い。3か月前と比べてもかなり良くなっている。当社の決算月ということもあり、全社的にふだんよりも目標達成への意識が高くなっていたこともある。
		一般小売店〔祭用品〕(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が少なくなり、動き始めた気配がある。ただし、収束したわけではないので余波が心配である。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・緊急事態宣言中なので、やはり店頭に来店客は若干少ない。しかし、オンラインを中心とした売上、特に2月はバレンタイン商戦が非常に好調で、店頭売上の厳しい部分をカバーでき、前年に届いている(東京都)。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・大型セールなどの特殊要因により、多くの客が来店し、前年を大きく上回る結果となっているが、継続する要因ではないため、今後は苦戦が予想される。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、新型コロナウイルスの感染者数が減少してきており、2月後半からは来客数が少しずつ増えてきている(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	単価の動き	・メーカー、ブランドからも新型コロナウイルス禍でのライフスタイル変化に対応した商品開発や打ち出しがあり、購買客単価が上昇し続けている。来店してくれるのは、営業面では有り難いが、消費者の動向としては「緊急事態宣言」自体が緊張感ある受け止め方をされなくなっているように感じる(東京都)。
		百貨店(店長)	それ以外	・売上が伸びている。前回の緊急事態宣言時にはできなかった物産展や、得意客を招待しての「特招会」などのイベントを開催できている。また、長らく買物を控えていた客が、ようやく店に足を運んでくれている(東京都)。
		スーパー(営業担当)	販売量の動き	・内食化が定着化している。販売量、買上単価共に上昇しており、客の購買活動が活発化していることが顕著に表れている(東京都)。
		乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・需要月であり、新車、中古車、サービスいずれも堅調に推移している。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・今月は1月よりも来客数が多かったように感じる。天候も良かったので、週末は大変混み合っていたイメージがある。ただし、やはり少人数であり、複数名での宴会などは1度も入っていない(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除地域も増え、何となく客の動向が活発になってきたこともあり、売上や来客数が増えているが、新型コロナウイルス感染者数がまた増加すると、緊急事態宣言の再発出など、自粛期間も延びてきそうなので、安心はできない(東京都)。
		通信会社(社員)	販売量の動き	・新プラン導入により、販売数が増える(東京都)。
		通信会社(管理担当)	販売量の動き	・ICTソリューションの案件は徐々に増えてきているが、大型案件は受注から売上までの期間が長期化している。スマートフォン等のモバイル販売は、企業へは好調で、個人向けは苦戦している(東京都)。
		ゴルフ場(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍のなかではあるが、客の表情や態度が数か月前に比べて明るく笑顔になってきている。ただし、飽くまでも数か月前よりはである。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・販売量が例年に比べて増えている。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・2月に入ってから受注が前年同期を上回り、販売が回復してきたと言ってもよい状態になってきている。
		一般小売店〔和菓子〕(経営者)	単価の動き	・巣籠り需要により自宅で消費する菓子は前年より伸びているが、ギフト物が売れないため客単価が下がっており、売上につながっていない。
		一般小売店〔家電〕(経理担当)	来客数の動き	・今月は来客数が極端に少ない。新型コロナウイルスの影響で出掛けられないせいもあるが、引っ越しなど生活圏が移動すること自体が減っているためである。また、外国人客が減ったことも一因である。
		一般小売店〔家電〕(経理担当)	販売量の動き	・販促活動ができないので、依頼のあった用件をこなしている。会社などに対しては、エアコン、LED照明など補助金の対象となる省エネ商品を紹介している。個人ユーザーは白物家電に動きがある。
	一般小売店〔米穀〕(経営者)	販売量の動き	・前月に続き、米の消費量、販売量が落ちている(東京都)。	



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店 [傘] (店長)	来客数の動き	・入通りが少ない。県内に緊急事態宣言が再発出されており、客足が戻らない。
		一般小売店 [文具] (販売企画担当)	販売量の動き	・天候に恵まれ、降雨日がそれほどなかったこともあり、店頭は良い感じがする。ただし、例年ならもっとセール等を行えるのだが、新型コロナウイルスの影響でできなかった分、若干落ちている。一方で、外商では官公庁案件が大変増えている。小口案件だが数多く受注したことで売上を伸ばすことができている。さすがに民間は大きな案件が全て駄目になっているので、なかなか難しい。
		一般小売店 [茶] (営業担当)	来客数の動き	・自宅用、配送用の品は前年並みであるが、来客数、持ち帰り進物が大きく減少しており、トータルでは前年比でも減少している。
		百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、営業時間を1時間短縮しているが、販売量はインターネット注文で補えるほどではない (東京都)。
		百貨店 (総務担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言が延長され、不要不急の外出が制限されているなかで、外出着や雑貨などに対する客の消費行動は全く振るわず、景気の悪い状況が続いている。株高などの好材料もあるが、現時点での実感は余りない (東京都)。
		百貨店 (広報担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言中なので、景気は変わらない (東京都)。
		百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長により、都心店は大きな影響を受けているが、郊外店は食料品を中心に売上が伸びており、前回の緊急事態宣言時に比べれば、落ち込みは限定的である (東京都)。
		百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が延長され、来客数の低迷が続くなか、集客催事の開催が難しく、バレンタインやホワイトデー等のオナーション対応が十分にできない状態が続いている (東京都)。
		百貨店 (副店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が減少していることもあり、食品売場、物産展など食関連の人出が戻ってきている。一方、アパレルの不振は変わらず、全体としては厳しい状況が続いている (東京都)。
		スーパー (販売担当)	単価の動き	・競合との価格競争もあり、重点商材の単価が下がる傾向にある。客は、前年並み、あるいは前年以上の点数を買ってくれているが、単価が下がっているため、客1人当たりのトータルの買上額がなかなか前年に達していない状況が続いている (東京都)。
		スーパー (店長)	単価の動き	・来客数は、前年と比べて1日88人、月2000人くらいダウンしているが、客単価は130円以上高いので、来客数減を単価アップ分で何とかカバーできている (東京都)。
		スーパー (店長)	単価の動き	・来客数、販売量は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない。客は価格に対してシビアになっている (東京都)。
		スーパー (店員)	お客様の様子	・緊急事態宣言により飲食店の営業時間に制限があるため、特に酒類の購入客が増えている。前年同時期に比べ、買いだめによる品薄等の状況は見受けられない。
		スーパー (総務担当)	お客様の様子	・店全体の売上としては前年並みになってきているが、子供以外の衣料品は大きく低迷したままである。生活雑貨などは、前年のマスクやトイレペーパー需要がないため、やや下回っている。逆に、食料品はステイホームということで大きく10%ほど伸びている。客の生活様式が前年と大きく変わっていることを実感している。
		スーパー (仕入担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言のなか、来店頻度が減り、1回の買物点数が増え、客単価が上がっている状態が続いている。
		コンビニ (経営者)	お客様の様子	・深夜帯の来客数の減少傾向は止まらないが、この状態が常態化し、ここ数か月は売上、来客数共に変化がなくなっている。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・1日の売上は良かったり悪かったりだが、総じて悪くなっている。これから先どうなるかは分からない。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が続いており、近隣のイベントが全て中止になったため、影響を受けている。
		コンビニ (エリア担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言再発出後から販売量や客足が鈍く、その傾向は変わっていない (東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・ある意味で緊急事態宣言の効果がもたれないが、全体的に来客数、販売量共に落ちている。恵方巻きも例年のうちで一番静かで地味な結果の年となっている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・春物衣料の動きが悪い。外出自粛で外出着が売れない。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・扱う商材が、着物、ドレス等の晴れ着のため、成人式や今後の卒業式を含め、大きく需要減少に転じている（東京都）。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・依然として、郊外店を中心に冷蔵庫、洗濯機、空気清浄機、ゲーム機が好調に推移している状況は変わらない（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・2月に入ったが、緊急事態宣言が3月7日まで延長され、都心店の来客数は相当に厳しい状況が続いており、売上は大きく前年を割る状況となっている。海外の渡航制限があるなかでは、インバウンド需要は元より蒸発状態である（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っている。販売は余り芳しくないが、前月より段々良くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数に増減はない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再発出されてから、飲食店でもないのに時短営業をしているため、実質の稼働時間が短くなり、夕方から始める商談にも影響が出ている。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、大々的な新車キャンペーンなどで人を集めることができず、やはり新車販売が落ちている。ただし、逆に良いこともあり、大手企業の採用が減っているため、今年は中小ディーラーでも応募のメールが結構あり、補充できるのではないかと話がある（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	お客様の様子	・依然として厳しい環境にある業種が多いと感じる。
		乗用車販売店（店長代行）	来客数の動き	・緊急事態宣言中だが、前回ほど来客数の減少はない。3月の決算期で販売台数を見込んでいるが、客は購入に慎重になっているように感じる（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・何とというか、活気がない。来客数も販売量も少ないし、我々も元気がなくなってきている。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・販売量は、前年同期、前々年同期と比較して減少した状態が継続している（東京都）。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・外出自粛が長期化しており、自粛の限界を感じる（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍における緊急事態宣言の影響もあり、レストラン、宴会共に非常に厳しい状況である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・緊急事態宣言下でもあるので、3か月前と比べて決して良くはないが、時短営業で夜8時までのところ、3～4時と早めに来て食事してくれる客もいる。景気が良い客と不景気な客にある程度二極化している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・宴会需要は全くないので、大体同じような客がフリーで来店している。単価も変わらず、それなりに使ってはいるが、回数が増えるわけでもない。このままの状態で行きそうである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・業態によりもちろん異なると思うが、緊急事態宣言の再発出により、全体的に経済は停滞気味である。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で全然営業ができない。これではとてもやっていけない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出により、予約済みの案件が全てキャンセルとなっている。新型コロナウイルス感染の収束が見通せないため、旅行需要は消失している。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言期間はツアーを全て中止している（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
		タクシー運転手	それ以外	・現在は、緊急事態宣言が3月7日まで延長されており、飲食店などは営業時間を午後8時までに短縮、酒類の提供は午前11時から午後7時に制限されている。タクシーはその影響をまともに受けており、午後8時を過ぎると利用客が極端に少なくなる状態が毎夜続いている。景気は悪いままである（東京都）。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今は夜主体で仕事をしているが、緊急事態宣言の再発出後、夜9時を過ぎると人の動きがほとんどなくなってくる。深夜は全く厳しい。3月も同様の状況になる（東京都）。
		通信会社（経営者）	単価の動き	・来客数等は余り変わらない（東京都）。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出以降は販売量が増加していない（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・既に覚悟はしていたことだが、例年ある年初のイベントが軒並み中止となり、前年と比べて売上が減少している（東京都）。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・積極的な訪問営業を一律中止としているが、緊急事態宣言が解除されれば再開する見込みである。現在は、客からの問合せ案件のみ対応し、その他は客のケアに重点を置いている。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・当拠点で新型コロナウイルス患者が出た影響や、東京の中心部ということもあり、自宅訪問に対する客の反応がネガティブで、契約数は前年同月比でマイナスとなっている。他の拠点が全てマイナスではないので、緊急事態宣言が解除されれば、今より盛り返すと思われるが、全回復とまではいかない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限のプラン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	・少しずつ業務案件数は増加しているものの、就業希望技術者があふれており、3か月前と比べても商談獲得数は変わらない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・加入者数の変動は余りなく、販売量についてもここ数か月大きな変動はみられない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	単価の動き	・割引販売が限界に近づいてきている。サービス別に売上高の推移を参照すると、加入者数が増えているも客単価が毎月10円未満下がりが続いているため、前月比では減少している。インターネットサービスだけ売上が増えているが、他のサービスのマイナスを吸収して、全体としては横ばいである。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染再拡大の影響による訪問営業機会の減少等により、新規契約獲得件数が伸び悩んでいる（東京都）。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・こちらは観光地のため、一番の閑散期を迎えている。したがって、前回の数字とほとんど変わらない（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言下で、依然として市中の客足は遠のいたままである。飲食店の時短営業とあいまって、午後8時以降は街中が閑散としており、人影もまばらである。
		競輪場（職員）	それ以外	・前月で競輪場の発売を一旦停止した。現在は解体や移転準備を行っている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前月と変わらず、今までの案件が続いている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前年から継続している仕事が年度末まで続いているので、景況感の変化は感じていない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画や相談ごとは多少なりとも増えてきてはいるものの、行ったり来たりでなぜか進まず、仕事へは結び付いていない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べて余り変化がない。客の動きも活発ではなく、ちょこちょこ動いているように感じる。金融機関も資産家や地主などには積極的に融資を行うが、投資家に対しては厳しい対応が続いている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・呉服店をしているが、成人式が中止ではないが延期になってしまった関係で、客が非常に心配している。キャンセルするかももう少し我慢して待ってみるとかで、客が不安定になっており、商売にはとてもマイナスになっている。

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
		商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は前年比7割で推移していたが、現在は6割まで落ちている。飲食店の時短営業の影響もあると思うが、それを差し引いてもアパレルなども軒並み数字を落としている（東京都）。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・今年に入って、やはり新型コロナウイルスの影響が、本当に客が来ない。暇である（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が続き、近隣飲食店や事業所の来店が減ってきており、業務需要の商材を中心に、店頭売上が2割強落ち込んでいる（東京都）。
		一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・元々2月は良くないのが相場である。2月、8月が最低だが、2月はとにかく花がもつ。逆に、8月は花がもたず、すぐ駄目になってしまうのが理由である。今年の2月もやはり例年と同様に売れない。ましてや新型コロナウイルス禍で客が外出していないので、本当に悪い。少しでも早く回復してほしい（東京都）。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出を受けた外出自粛傾向の高まりから、来客数自体は減少傾向にある。ただし、宣言再発出直後の1月に比べると、足元では緩やかながら回復の兆しもある（東京都）。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言による外出控えの影響もあり、来客数が低迷している。衣料品を中心に売上低下が継続している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、来館客数は減少傾向にあり、売上減が続いている（東京都）。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言中ということもあり、前月に比べると若干揺り戻しがあるものの、厳しい状況に変わりはない。食料品はやや堅調に推移しているが、衣料品等の動きは厳しい。退店したショップの跡地についても、次の候補が決まらない状態が続いている（東京都）。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・2月は来客数にストップが掛かっている気がする。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、来客数が減ってきている。このところ新型コロナウイルス感染状況が収束の傾向にあり、内食需要がこれから徐々に減ってくるのではないかと。外食需要の高まりも合わせて、我々スーパーにとってはこの先景気が悪くなる。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上が減っている。
		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言期間後半になり、売上の伸びが鈍化してきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上が減少している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来店する客は仕事がないということである。今まで仕事帰りに買物に来てくれていた客の来店が減っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言中なので、夕方から夜に掛けての来客数がかなり落ちている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・商品単価が少し落ちてきている。高単価商材の動きも鈍くなっている（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量、来客数共に減少傾向がみられる。予算を達成するとしても、以前と比べてスピードが遅くなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期だが、例年と比較して全体的に販売台数が少ない（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルスの影響により、ドラッグストアは非常に好調だったが、今年は前年のあおりを受けて、非常に厳しい。調剤も処方箋の減少がまだ続いており、とても厳しい1年になる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言再発出と、Go To Travelキャンペーンの一時停止により、売上が落ち込んでいる（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・前年度より良くはなっているが、それは前年2月に新型コロナウイルスの影響があったため、一昨年と比較すると、この影響なのは明らかである。3か月前はGo Toキャンペーンがあり、新型コロナウイルス前との比較で微減まで戻っていたが、現時点でそこまでの回復はみられない。

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
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・通常で一番忙しい12～13時のランチの来客数が5割減少している。夜営業は地元客が中心で、多少の予約が入るが、遠来の客はほとんどない（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・緊急事態宣言による影響で申込みがない（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・会社関係の仕事が激減しており、それが継続中である（東京都）。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・2月の客からの問合せ状況では、前年比で戸建ては大幅減少、集合住宅は増加となっており、前月比でも同様の傾向が継続している。特に、学生がオンライン授業で通学できていないため、不動産関連で新入居が停滞気味である影響がみられる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出を受け、訪問営業機会が減少しているため、新規契約の獲得件数が大幅に低下している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・大手携帯各社の新プラン発表以降、消費者が様子見の状態になり、携帯の切替えの動きが鈍っている。それに伴い通信関係でも同様に動きが鈍り、契約数に影響が出ている。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・3か月前の前年12月と比べると、2月はやはり緊急事態宣言の影響で消費が落ちた状態である。全般的には自動車需要はそれなりに残っているものの、購入の決定が遅れている（東京都）。
		その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で客自身の会社の業績も悪化し、間接的に当社の売上も減少している。購入商品単価も抑えられており、前年より悪化している。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が少なくなっている。
		設計事務所（職員）	競争相手の様子	・年明けからの受注状況は、例年に比べて低調な傾向が見てとれる（東京都）。
		その他住宅 [住宅管理・リフォーム]（経営者）	競争相手の様子	・前月も同じようなことを言ったと思うが、新型コロナウイルスの影響が続いている限り、ほとんど営業的なことができない。これからまだまだ厳しい状況が続いていく。大変心配である。
		その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・年明け以降建築資材の動きが低下しており、悪い状況が続いている（東京都）。
	x	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・店舗の外を客がほとんど歩いていない。また、行政改革担当大臣のはんこ不要論等の影響で、認印等の売上がゼロに等しい状況になっている。そればかりが原因ではないと思うが、商売としては非常に低迷している。
	x	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再発出されているのに、良いわけがない。イベントもないし、売上も増えない。従業員も交代で出たり休んだりしている（東京都）。
	x	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・1月7日の緊急事態宣言の再発出以降、既に新型コロナウイルスの影響により少しずつ落ち込みが見えていた前年2月と比べても、来客数が落ち込んでいる。また、営業時間の短縮、物産展催事の中止等もあり、売上の落ち込みも顕著である。
	x	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で中高年の外出が減っており、衣料品の需要がない。
	x	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・外出自粛が定着してきていることで、来客数も相当減った状態のまま推移している。
	x	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	販売量の動き	・売れていないのに商品の仕入れ値が高騰しているのはおかしい（東京都）。
	x	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の12月は、まだ緊急事態宣言が再発出される前で、11月までは前年比マイナスで来ていたが12月のみ黒字転換となっていた。その12月の景況と比べて、明らかに来客数、売上共に減少している。
	x	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言を受けて、首都圏を中心にほとんどの店舗が休業している（東京都）。
	x	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・レストランとしての営業は20時までなので、売上がその分少なくなっているが、何とかやっている。ケータリングが前年から一切なく、その分の売上が約半分になっているためかなり悪く、店を維持していくのが大変である。

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
	×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の11月1～26日までの前年比は、売上69.5%、来客数65.3%である。今月2月1～27日までの前年比は、売上38.7%、来客数36.9%である（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止対策の影響で、アルコールの提供は19時ラストオーダーとなっており、夜の客はほぼゼロになっている。
	×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	それ以外	・当商店街の他店の様子を見ると、夜はかなり暇な日が続く、以前であれば予約が取れないような店でも、客がゼロのことがあるようである（東京都）。
	×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・緊急事態宣言再発出の影響を受け一時閉鎖した食堂や、テレワーク等による喫食者数の大幅減から、売上が前年の緊急事態宣言下の5月水準まで低下している（東京都）。
	×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により2月はほとんど休業に近い状態が続いている。僅かに宿泊が稼働しているが、近隣の大型コンベンション施設がほぼ休業しているため、割合としては僅かである。宿泊客がほとんどなく、街自体がゴーストタウン化している。また、2月は日数が少ないこともあり、業績は最悪である。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長に伴い、ホテル全体の売上が回復することのないまま推移している。特に、会食については、元々少なかった問合せもほぼ皆無となり、厳しい。19時までのアルコール提供や、20時閉店の縛りの前に、客が来ないので売上が立たない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により、2月は大変厳しい結果となっている。宿泊、料飲共に全くといっていいほど客足が止まっている。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・2月は前年同期比では80%だが、3か月前と比べると半減である（東京都）。
	×	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・3か月前はGo To Travelキャンペーンが実施されていたが、現在は一時停止になっている。その結果、販売する旅行自体の動きも全体的に止まっている。国内は教育旅行が一部あるが、法人等は一切ない。海外に至っては全くない。そうしたことから、非常に厳しい状態に置かれている（東京都）。
	×	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されず、Go To Travelキャンペーンも一時停止の状態、客の来店が少なく、売上もほとんどない。
	×	旅行代理店（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中でもあり、客は業務渡航における海外赴任者及び海外からの帰国者のみで、一般旅行者の動きはほぼない（東京都）。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が2か月間に及び、無線本数、駅から乗り込む客が激減している。昼間はやや仕事があるが、夕方5時頃からは2時間に1回仕事ができれば良いといった具合で、タクシー利用客が少ないのが現状である。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響が大きい。特に、夜間の人出が全然ない。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・景気の悪化は、まずは中小零細企業に影響する。今となっては大企業にも影響し、かつて就職先として憧れであった大手旅行代理店が中小企業となり、大手航空会社が新卒採用を見送るなどの報道が続いている。景気が悪くなっていると実感する。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・2月の首都圏は天候に恵まれ、ほぼ雪が降らず、季節外れの温暖な日もあって、比較的高稼働率で推移している。一方、新型コロナウイルス感染者で入院やホテル療養ができず自宅で亡くなる事例が多発し、医療提供体制が壊滅的になっている状況下にある。新型コロナウイルスに限らず病気に罹患すること自体が生命の危機に直結する、もはや自分の身は自分で守るしかないと考える高齢層は多く、3密が発生しにくいゴルフプレーすら自重する動きがみられる。
	×	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言下で大規模催事の開催が見送られており、来客数がとても少ない（東京都）。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客の来店頻度が鈍っているような気がする。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	設計事務所（経営者）	それ以外	・現在は新型コロナウイルスの影響で、1～2月は一般、民間の設計受注はゼロとなっている。行政の指名入札の環境も非常に悪化していて、この2月は最低である。営業といっても、取れる術がない。
	x	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。都内数か所に保有している賃貸用のホテルでは、観光客及びビジネス客が極端に減っているため、ホテル運営業者から約定している賃料がほとんど入っていない。また、建設業では、公共工事以外は新規プロジェクトが少なく、民間からの受注もほとんどない。
企業 動向 関連  (南関東)		その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・入札案件の新規受注があり、売上が見込める。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言解除に向けた動きが出てきており、案件依頼が活発になってきている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷、表札の注文などを受けている。路面店だが、外回りで会社にも納めている。今月は会社設立に関連した注文は1件のみである。通信販売で客から印鑑リフォーム、彫り直しの注文も受けているが、こちらは非常に注文が多く、通常は10～20万円くらいのところ、今月は40万円近くの売上となっている（東京都）。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末が近いと、売上の目標に近づけるためか、取引先では発注量を増やす傾向がある。例年のことなので、差し引いて見る必要がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月までは前年、一昨年の売上に引けを取っていたが、今月は超えてきている。理由としては、市場がやや動き出してきたことと、地道に経営努力をしてきた賜物だと考えている（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月から受けた受注量に対して、今月に入ってから、今月納入で約20%の追加発注があったが、設備の問題と原材料の入荷ができず、生産が間に合わない。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・1月よりは少し減少幅が縮小しているが、依然として低迷している（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・街中の人出が少ないように感じる。来客数も減ったままだが、気温の高い日は以前より客が増えているようである。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・1月に緊急事態宣言が再発出されたが、11～12月と比べて受注の勢いが低迷した状況に変化はなく、悪い状況が続いている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・回復傾向にあった化粧品容器の受注が、今回の緊急事態宣言再発出により2割キャンセルとなっている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新しい設備案件がない。見積依頼があっても単価が厳しく、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	・当社が関係している建設機械等は国内、国外共に好調だが、国内の景気は新型コロナウイルスの影響を受けており、良くなっているとは思えない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築案件や計画案件の話がほとんど出てこないという状況は前年から変わらないものの、ここに来て、官庁工事の公告案件が出てきている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・悪いなりに、売上の底は脱したようである（東京都）。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物量が低迷した状態が続いており、厳しい。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が予想していた以上に増えていない。
		金融業（役員）	取引先の様子	・緊急事態宣言の再発出により宿泊業、観光業、飲食店の苦境が継続している。消費者の消費動向が変化し、店内での飲食を控え、食べ歩きの傾向が一層増しており、飲食に関する消費単価の低下傾向が続いている。ただし、湾岸地区のシーフロントエリアの不動産業の動きは活発である。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・引き続き、エンタメ、イベント関連の売上は厳しいが、それ以外は予算が低いながらも変わらずに相談が来ている（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
		税理士	それ以外	・近隣駅周辺の飲食店は、夜8時までの営業となっており、持ち帰り可能な店は流行っているが、そうでない店には客が入っておらず、悲惨である。営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金6万円をもらっているような小さな店は良いのだろうが、チェーン店などは本当に大変である（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年同様に低迷したままである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規契約の時間単価は現状の人手不足を反映して推移しているが、相変わらず既存現場の値上げができない状況にある（東京都）。
		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	・緊急事態宣言が継続しているなか、ホテルや大きい会場での撮影は全くなく、学校関係からの受注も停止している状態である（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末が近いが、特に新たな動きもなく、受注状況に変化はみられない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	それ以外	・依然としてセミナー、委員会、学会はWeb開催が多い。来年度もWeb開催が主流とのことで、データ配信が更に増え、その分、印刷需要減が続く（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、全体としては受注が減ってきている。動きが良いのは医療機器関係だけで、やはり経済が縮小してきているのではないかと感じる。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少傾向を感じる。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注の平均額が落ちている。また、物件自体も減少していると感じる。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の影響か、落ち込んでいる取扱量が更に減少しており、2月の稼働日数減とあいまって、非常に厳しい状況が続いている（東京都）。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・緊急事態宣言中であり、法人の設備投資、個人消費共に冷え込んでいる。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が大分大きくなっている。飲食業やサービス業の売上がかなり落ちており、業界全体が低迷している。不動産業も、客の収入に対する先行き不安感があり、販売が低迷している。生活全般に関する物の売上が減少しているので、新型コロナウイルスの収束が見えない限り、景気は上向かない（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が営業している再開発店舗も、5店舗が空室で、1店舗が2年半ぶりに金物販売店から水販売店に決まったが、他の4店舗はまだそのままである。緊急事態宣言の再発出により休業している店舗もあるが、時短営業で皆大変である。全ての行事が中止となり、静かな2月を終える（東京都）。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・人の動きが減っており、ホテル需要は下降気味である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染防止対策の影響で、飲食店の売上は、持ち帰り販売が好調な店では前年同月比で平均20%減、夜が中心の居酒屋系店舗では平均60%減となっている。賃料も30%程度の減額要請に応じているが、体力のない店舗は閉店に追い込まれている。退店されると、後継テナントが全く見つからず、先行きに対する不安感が増大している（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金を受給したいという会社が増えている（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・緊急事態宣言による営業時間の短縮、来客数減少などがある。
		税理士	取引先の様子	・国と県からの営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金6万円を受給している飲食店は、規模が小さいほど恩恵を受け、開店しているよりも利益が出ている様子だが、それ以外の業種は新型コロナウイルスの影響を受け、相当つらいようである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からの発注条件が厳しくなっている。また、案件が決まらない（東京都）。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	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月は受注量が落ちこむ（東京都）。
	×	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・明るい兆しが見えず、受注率の減少も変わらない。 この様子だと今後も変わることはないだろう。今一度 モチベーションが上がるような言葉が欲しいものである。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・商品が希望どおりに売れない。退去したテナントの 後の再入居がない。
	×	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言再発出の影響がある。
	×	金融業（従業 員）	取引先の様子	・建設業に限って言えば、東京オリンピックをやるか やらないか曖昧な状況下であるため、都内の大型工事 が全てストップしてしまっている。その影響が大き く、受注減少が甚だしい。
	×	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影響でイベント等の業務がない。 また、我々の業界に対しては補助金等もなく、会 社の経営状況が厳しくなっている。
	×	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・中小金属加工業では、受注の大幅減少により、今年 の昇給を見合わせている。投資型の製品に關与する部 品などが、大きく減産になっている模様である（東京 都）。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・募集件数が前年比100%を超えている（東京都）。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響下ではあるが、例年ど おり年度末の繁忙期となる兆しが見えており、求人数が 増加している。また、求職者数も増加傾向にあり、派 遣稼働者数も増加している（東京都）。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人総数は前月と比較して増加しているものの、飲 食など特定の産業は減少したままである（東京都）。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人件数などは緊急事態宣言前と大きく変わら ない。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響による企業活動や業績に 変化はなく、自身を含めた周囲の消費動向等は低調で 変わらない（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、前年同月比共に100%を割っ ている。緩やかな回復トレンドではあるものの、新型 コロナウイルス前の水準に比べて10%程度、長期派遣 労働者が減少している（東京都）。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・依然として受注は前年を3割ほど割り込んだ量で推 移しており、地方では約半分になっている（東京 都）。
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣のニーズはまだ低く、景気の回復傾 向は見えていない（東京都）。
		求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・緊急事態宣言により経済活動が制限されている状態 では、景気が上向くことはなかなか難しい。宣言が解 除され、仕事が回っていくようになって始めて徐々に 良くなっていくのではないかと。
		職業安定所（職 員）	採用者数の動き	・新規求人数の減少は高止まりが続く一方で、就職者 数は前年比3割減の状態が続いている。
		民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・就職戦線は3月のスタート本番を控え、各就職情報 会社がいいろいろ仕掛けているが、企業サイドは新型コ ロナウイルスの影響もあり、それほど無理をしていな い印象である。採用PRに費用を掛けておらず、熱心 に採用しようという機運に乏しい（東京都）。
		民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・求人数には大きな変化はみられず、力強さも感じら れない。技術者、特にIT関連の需要は常に多い（東京 都）。
		人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・技術者や即戦力人材の採用ニーズは底堅いが、なか なかマッチする人が少ない。一方、求職者が多くいる 事務系の派遣依頼は低調かつ既存契約も縮小傾向と なっている（東京都）。
		求人情報誌製作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響で先行きが不透明なた め、採用人数を絞っている周辺企業が多い。当社も同 様である（東京都）。
	×	求人情報誌製作 会社（所長）	求人数の動き	・求人掲載数も採用数もかなり少ない。

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
	x	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・10人以下の中小企業に集金に行くと、もう会社がないとか工場がないということがこの2か月間で20数件もある。求人依頼ももちろん激減しており、とにかく最悪の状況である。

## 5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (甲信越)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・葬儀の依頼の8割はお別れの会である。故人が好きだった物は、業者よりも当事者が良く分かっているということで、花や写真を自分、家族で用意する人が増えてきている。
		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も少し落ち着きをみせ、季節が春に向かって、客の動きが少しずつ出てきているように感じている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・全体ではさほど変わらないと思うが、富裕層の購買が増えているのか、高額商材が売れている。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・人の動きが活発になり、来客数が10%以上伸びて、やや上向いている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染が拡大し、県独自の警戒レベルが5になって、外出自粛要請が出て以来、客足が減っている。1～2月に警戒レベルが1になっても、客足は僅かしか戻っていない。それでも自粛期間中よりは少しずつ戻りつつあり、歓送迎会シーズンには多少の期待を持ってそうである。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・年末年始を除いた1月の宿泊平均稼働率は20%だったが、今月は35%に伸びてきている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・スキー場の入込や飲食で、やや回復傾向がみられるものの、夜の飲食業、特に、宴会需要はほとんど戻っていない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・補助金事業関係も終わり、商材の動きも目に見えて悪くなってきている。人の移動の多い3月を前に、人や商材の動きが見えてこない。必要な物だけを必要に迫られて購入するパターンに戻ってきてしまっている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比5%減、来客数は同14%減である。前年は3月20日までは近隣施設のイベントも何とか実施の方向で動いていたが、実際は練習のみで本番は中止になり、以降、現在まで大きなイベントは全くない。新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、早く収束してもらいたい。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が前年よりやや伸び悩み下回っているため、売上も多少悪い。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・地域的な問題だと思うが、新型コロナウイルスの感染者数も大分落ち着いてきているのに、今までの傾向がほとんど変わっていない。これまでどおりの新型コロナウイルス対応の生活に落ち着いているような状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・休日も商店街の人通りは少ない。リモートワークなどの影響も多少あつたか、スーツ購入の見送りもあるようである。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・今年は降雪や新型コロナウイルスの影響もあり、来客数が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染の終息が見えず、新車販売が停滞している。また、半導体不足と先日の地震の影響で新車の生産が止まったことも、販売減の要因となっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検及び一般整備は前年同月に比べ、若干ではあるが売上増となっている。本来なら、今ごろは4月から新社会人になる若者の車両購入関係の問合せがあるが、今年は極端に少ない。新型コロナウイルスの影響かと思われる。
		その他専門店〔酒〕（店長）	お客様の様子	・2月は本当にひどい。月後半になって土日は少し動くようになったが、アップダウンが激しく、一進一退である。良くなるか悪くなるか本当に分からず、総括するとほどほどということだが、悪くなる懸念もたくさんある。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・来客数は若干多いようだが、売上は単価が低いせいか、横並びで変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スナック（経営者）	来客数の動き	・宴会が1件もない。会食を自粛するようにとコメントを出すなら、全国規模で営業補償をしてくれないと困る。閉店する店舗が増えてきているが、当たり前である。
		旅行代理店（副支店長）	それ以外	・12月のGo To Travelキャンペーンの一時停止と緊急事態宣言の延長により、客の流れが止まっている。また、この延長に伴って自治体による支援事業も一旦停止となっているため、企業の出張も含め、受付が皆無となっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の終息が見えないなか、新規加入は低調である。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・新生活シーズンに向けた新規の問合せは徐々に増えてきているものの、動向としては例年より落ち着いている。
		ゴルフ場（経営者）	それ以外	・冬季降雪クローズ中のため判断しかねるが、予約状況は例年並みとなっている。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・社員1人1人が抱える物件数は増えている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍も1年が経ち、前年と比べると来客数、単価共に下がってきている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少傾向であるものの客単価が好調なため、何とか売上を維持している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で、やや悪くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年と比べて大幅に下がっているが、天候等の影響も大きい。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は観光地内にあるが、首都圏の緊急事態宣言の延長などから、当地への入込客が減少している。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍が始まって1年がたったが、入出が全くなく街が死んだような状態が続き、結果として売上は下がったままである。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・引き続き、主要都市圏の緊急事態宣言が発出中で、駅前立地の商店街は入出が少ない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・売上や商店街への来客数が、ますます少なくなっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きと回答したが、客や競争相手の様子をもみても、新型コロナウイルスで困っている。その割には、競争相手の店が、徐々にまた増えたりしているので、本当にどうなっているのか状況が分からない。
	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・11月まではGo To事業の効果で、団体客は全くいなかったがインターネット経由のカップルや家族客の予約が多く入っていた。個人客なので1部屋に入る人数が少なく、入込は満室でも例年の75%程度にしかならなかった。しかし、Go To事業のお陰で、週末2名の高額な宿泊でも値下げをせずに販売できたため、売上は例年並みとなっていた。その後、Go To事業が止まり、緊急事態宣言が発出され、マスクも大騒ぎしたため、1～2月は実質休業となってしまう。売上は、この3か月で100%の状態から0%まで落ちている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の継続やGo Toキャンペーン停止により、人の動きが非常に悪くなっている。3か月前はGo Toキャンペーンの恩恵を大きく受けていたので、その分、落ち幅が大きい。緊急事態宣言の対象地域ではないものの、県民性なのか、全く人の動きがなく、団体利用はほぼゼロで、さらに夜の動きは少人数でもほとんどない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前の11月はGo To Travelキャンペーンが絶頂期で、プチバブルのような景気だった。11月と比べると、2月の売上は4割減となっている。
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長やGo To事業の一時停止の影響が依然として続き、来園者数は落ち込んでいる。
	×	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出中で、相変わらず団体やグループの利用はない。新型コロナウイルスのワクチン接種も段階的に開始されたが、一般接種はまだまだ先のため、厳しい状況はしばらく続く。
企業動向関連		-	-	-
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年と比べればまだ少ないものの、3か月前と比べれば仕事量は増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(甲信越)		食料品製造業 (製造担当)	取引先の様子	・取引先で平日の客がゼロや1人という日もあり、当社も全く納品できていない。客が入らないので、全体の売上も落ちている。
		食料品製造業 (営業統括)	受注量や販売量の動き	・相変わらず、緊急事態宣言の影響で、他県からの来場者は激減している。飲食業界からの引き合いも少なく、苦しい状況が続いている。
		食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・売上未達の状態が続いており、市況の数字も元気がない。今月もご多分に漏れず、同じ状況が続くとみている。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が全くなくなっている。
		金融業(調査担当)	取引先の様子	・企業の景況感は下げ止まっているが、製造業と非製造業の間で格差が拡大しており、低水準の改善となっている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年、降雪もあり仕事量が少ない時期ではある。今年も仕事は少なく、地域経済に活気はなく停滞気味である。
		金融業(経営企画担当)	取引先の様子	・首都圏を中心に、再度の緊急事態宣言が発出されたこともあり、県外からの観光客は更に減少している。飲食店も時短営業を余儀なくされているため、経営が厳しい状況が続いている。
	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	・2月は東京、名古屋、大阪を中心とした都市部のデパートや小売店では、緊急事態宣言継続の影響を受け、来客は減少したまま戻っていない。積極的な顧客の勧誘を控えたり、催事開催を延期せざるを得ず、売上は大幅に減少している。
雇用 関連 (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影響により、飲食、宿泊関連、土木、建築、設備関係には余り改善がみられないものの、製造業の一部では求人活動が活発になっている感触がある。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の最悪な状態は抜けた感があり、雇用調整弁である派遣求人も増えてきたため、やや良くなっている。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍で、企業内の人事は、社員の60歳再雇用制度や4月の定期異動も合わせ、派遣社員数が見直され、更新しないケースが増えている。新規採用活動もしているものの、採用のない状況が続いている。
		民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・正社員採用が拡大せず、有期雇用の契約社員やパート、アルバイト、派遣の募集が増えている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・Go To Travelキャンペーン事業の一時停止や緊急事態宣言の再発出の影響が、飲食や宿泊業等と関連企業に波及してきている。土産物製造や遊戯用機械器具製造、飲食店向け食材卸などが、再び落ちてきている。
	x	求人情報誌製作会社(経営者)	求人数の動き	・求人数の減少に下げ止まり感がある。従来から求人をしている企業の募集広告が多く、新規企業の求人募集広告は余りない。

## 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。

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（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いくと感ぜられる。
		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えない。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	・気温のせいには分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、解約数は落ち着いてきており、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。
		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が厳しいが、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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数が少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・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%に達してない。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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心配はなく、大分収束に向かっていのように感じるため、取りあえず今はそれほど悪い状態ではないと考える。
		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	・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で、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	・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	・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	・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	・新規申込みが若干減少している。また、料金見直しの問合せが増加している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・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	・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	・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	・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	・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。

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 [介護サービス] (職員)	それ以外	・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	・悪い状態が継続している。
		設計事務所(職員)	お客様の様子	・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	・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	・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	・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	・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	・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	・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たろつか、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。

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
		任関連専門店 (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	・最近で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。プライダー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、旅行業者、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めない。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。



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（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 (東海)		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。
		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。

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（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しんどい。上向くためには、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って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。

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の影響により出費を抑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、投資を抑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	・折込チラシの投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。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社 (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モノも動かない。

#### 7. 北陸(地域別調査機関:一般財団法人北陸経済研究所)

(-:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)		一般小売店[書籍] (従業員)	来客数の動き	・前月同様、来客数や販売量は微増である。
		百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・家の中や近場でできる娯楽が主となっており、食を中心とした需要がある。食品の物産催事やパレンタインの企画等は高額品から品薄となり、自分への御褒美需要が顕著にみられる。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・自治体の景気浮揚策に若干良い効果がみられる。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・競合店の出店が続くなか、新型コロナウイルス禍で下がっていた来客数が上昇傾向に変化してきている。客の話では、食品スーパーとしてワンストップで買物できる利便性が再評価されているようである。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・今月に入り週末の来場者が少しずつ増えてきて、商談数も増えてきている。競合他社でもイベント等が活発に実施されていることで、来場者が増えていると考える。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・子供向けの新規契約や、既存の子供向けの機種をスマートフォンに替える客が増えている。また、ガラケーから替えると購入価格が安くなるため、スマートフォンを購入する傾向が目立つ。
		住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・2月中旬から来客数が増えてきている。県が新型コロナウイルスに対する警戒レベルを1段階引き下げたタイミングと符合している。
		一般小売店[精肉] (店長)	販売量の動き	・3か月前と比較すると、ほぼ横ばいで推移している。
		一般小売店[事務用品] (店員)	販売量の動き	・一部の官公庁や民間企業はオフィスじゅう器等の整備をし始めているが、会社全体の売上増加には程遠い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年2月は中旬以降に県内初の新型コロナウイルス感染者が発生し、来客数が大幅に減って売上が低迷した。今年2月はその反動もあり、前年11月以来3か月ぶりに前年実績を超える見通しである。ただし、前年実績を超えたとはいえ、一昨年実績には程遠い状況である。バレンタイン商戦は店頭もWebも好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・月半ばに雪が降り、春物商材の出ばなをくじかれている。また、ワクチン接種の予定も不透明で、なかなか売上が戻ってこない。
		衣料品専門店（店舗運営）	単価の動き	・例年であれば、新生活や卒入学用品などで定価品が売れる時期であるが、今年は割引商品ばかり売れている状況である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・県外へ移動するための新生活需要が減っている。
		家電量販店（本部）	単価の動き	・テレビ等の大物商材が維持できている。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・1年のうちの最需要期となる2～3月に向け、来客数が徐々に増えてきており、例年と変わらない受注が見込める。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・一部地域限定の還元企画では今までになく客が来店し、ふだんは余り動きの良くない商品が本当に飛ぶように売られている状況である。客は価格等に敏感で、生活が厳しい状況は変わっていない。
		その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・節分が終わってからというもの、商材が動かなくなっている。また、当店取引先の飲食店で、Go To Eatキャンペーンの恩恵が段々と少なくなってきた。
		その他小売【ショッピングセンター】（統括）	来客数の動き	・2月前半は緊急事態宣言の延長に加え、県内の新型コロナウイルス感染者数の増加による夜間飲食店の時短営業や外出自粛などの動きが影響し、来客数が週末を中心に少なく、夕方以降の来客数の減少が顕著だった。20日以降は平日、週末共に前年並みかそれ以上の来客数となり、持ち直しつつある。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前年の新型コロナウイルス禍以来、最悪な状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・この1年間ずっとどん底である。
		通信会社（店舗統括）	来客数の動き	・相変わらず来客数が増えていない。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前同様に、通信、放送共に前年同期並みに契約者数を獲得できている。
		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	・子供向けのスクール事業は通常どおり動き始めている。しかし、成人会員では、いまだに新型コロナウイルスの影響による退会や休会希望が出ている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・特に高齢者の来店頻度が落ちたままである。来客数が減少した分の売上を客単価のアップでカバーしている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・2月は雪の日が多かったため、商談が進まず契約者数は少なかった。また、月初めは問合せも少なく、雪のせいで土地を見ることができず、販売が進まなかった。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・悪い状態が続いている。契約を取るにも時間を要し、1人ではなくチームを組んであらゆる分野の社員が力を合わせないと結果が残せない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響に加え、まれにみる大雪で経済活動は完全に停止した。通勤もままならない状況があり、春に向けた売出しに影響している。雪が多過ぎて冬物は消化不良である。春の大型イベントも中止が発表され、明るい話題が少ない。早く平常に戻らなければ、大変な不況になる心配がしている。

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（販売担当）	お客様の様子	・思ったより客が多い感じはするが、購入につながらない。時期的なものでは、バレンタインなどのギフト需要も非常に少ない。外出自粛に加え、イベント自粛に伴うギフトの自粛も見受けられる。一方、必需品の需要はあるが、安価な商品に目を向ける傾向である。また、旅行や出張の需要は皆無に等しく、旅行バッグなどは動かない状況である。外出で金をほとんど使わないためか、一部に上質で高額な商材を購入する傾向がある。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・固定客の購入点数は横ばい状態で変化は見受けられない。流動客に関しては必要な商品以外は購入しない傾向である。
		コンビニ（営業）	来客数の動き	・特に駅周辺の人の動きが弱まっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響による先行きの不透明感はまだ続きそうである。ワクチン接種が始まったことで、多少の安心感は生まれてきていると感じる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が終息しないと来店しないという常連客からの声があるなかで、売上は前年同月の9割で少しほっとしている。しかし、まだまだ厳しい状態が続く気配を感じている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・繁華街の中心部で新型コロナウイルスの感染クラスターが発生したため、飲食店の営業時間が21時までとなったことから、夜の街に客がほとんど足を運ばなくなっている。タクシー業界は全く仕事にならない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が、客の動きに活気がないようにみえる。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・会計時の釣り銭を両替する頻度が少なくなってきた。むしろ小銭の使用が以前より多くなっていて、両替が必要ないほどである。要するに客単価が減少しており、紙幣を持ち歩かない、金を使わない傾向が顕著にうかがえる。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・少しずつだが、週末を中心に若年層の客足が戻りつつある。しかし、全体としてはまだまだ厳しい状況が続いている。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・大都市における緊急事態宣言は大都市ばかりではなく、当然地方都市にも影響している。当県では第4波が来ているかのように感染者数が増加してきて、緊急事態宣言並みの様相である。当然人々は外出を控え、消費は低迷している。
	×	コンビニ（店舗長）	来客数の動き	・今月は前月同様大雪の影響で来客数が激減している。2月に入ってからも異例の大雪で、店舗の駐車場に客の車が入れられないほどの状況が数日続いた。新型コロナウイルスの影響で前年比で10%程度減少しているなかで、雪の影響からあり得ないほどの来客数の減少となった。売上ベースでは、前年の4割強減少しており、1～2月と2か月続けて固定費の支払もできないほどの状況である。
	×	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・2月前半は来客数の減少が顕著であった。後半は徐々にではあるが、回復基調にある。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大雪以降、販売、サービス共に厳しい状況が続いている。
	×	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・当地の繁華街を対象に、2月22日から飲食店の時短営業が要請されたが、外食が悪いような報道や風潮により、来客数は4割程度に落ち込んでいる。
	×	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・3か月前の11月は、特に北陸では冬の海の幸を求めて多くの県外客がGo Toキャンペーンで来ており、新型コロナウイルス禍とは思えないほどのにぎわいをみせていた。しかし、2月は緊急事態宣言中で、かつ当地は新型コロナウイルスの感染が拡大傾向にあり、県外客の訪問もなければ県民や市民の外出も少なく、外食産業だけでなく北陸全体が低迷している。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加で、1月の入込数は前年比で85%の減少である。今月もほぼ前月並みの減少になる。
	×	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は26%、宿泊人数は23%、宿泊単価は120%となっている。15名以上は4組のみで、個人客が96%を占めている。Go To Travelキャンペーンの一時停止が大きく影響している。

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
	x	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの休止と首都圏等の緊急事態宣言の発出により、旅行客はもとより地元客の動きも止まっている。
	x	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の飲食店は閑散としており、県外からの出張者は非常に少ない。
	x	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により観光客が大幅に減っていることから、ほぼ週末のみの営業であり、大幅に来客数も減少している。
企業 動向 関連 (北陸)		*	*	*
		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	・引き続き新型コロナウイルスの影響が大きいものの、受注、販売共に厳しい状況からやや明るさがみえてきている。特に自動車関連部材が上向いてきている。
		一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・今年に入り、国内市場が回復基調にある。欧米市場も少しずつ動きが出ている。
		精密機械器具製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・前年末頃と比べると、1～2月の販売実績や受注状況は増えてきている。
		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禍で、家庭消費向けを中心とした市販用が前年同月を上回り、低迷が顕著な外食向けを含む業務用が前年同月を下回るパターンが固まりつつある。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注状況は変わらずに推移している。
		建設業(経営者)	取引先の様子	・当社のような公共土木事業をメインとする建設業者は、1～2月の大雪による除雪作業が加わって収入を確保できているが、行きつけの居酒屋や会合で出掛けるホテルなどは閑散としていて、業種間の格差を感じる。
		通信業(営業)	受注価格や販売価格の動き	・上期との比較では明らかに良くなっているが、3か月前と比べると、一部の補助金が終了しているため、特段景気が良くなったようにはみえない。
		税理士(所長)	取引先の様子	・前月と同じく、製造業でも特に設備投資につながる機械製造において受注の先細りが続いている。細々と需要はあるのだが、大口の需要が少し遠のいたままという状態である。一部業種では回復の動きがあるが、トータルすると余り芳しくない状況である。
		不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者から、今は購入客がなかなかいないという話を多く聞いている。
		司法書士	取引先の様子	・金融機関への融資依頼のための議事録作成や定款作成、商業登記手続の依頼が多い。
	x	金融業(融資担当)	取引先の様子	・年末年始の大雪に加えて、緊急事態宣言の延長が重なり、取引先の1月の売上は前年比で大幅に減少している。無利子制度融資が取扱延長や限度額の増額により、相談が増加している。
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
		新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・採用の動きが鈍い状態に変わりはないものの、少しずつだが求人広告数が上向きになりつつある。
		人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・求人数が減少している。
		民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・職業紹介、人材派遣共に新規の受注が少ない。行政関係の派遣や業務委託などの発注はあるが、短期間の案件ばかりで回復には程遠く感じる。
		求人情報誌制作会社(編集者)	求人数の動き	・求人数が減っている。
		新聞社[求人広告](営業)	周辺企業の様子	・年明けの緊急事態宣言の後、どの業種も再び人が動いていないと話すようになっている。
	x	-	-	-

## 8. 近畿(地域別調査機関:りそな総合研究所株式会社)

(-:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		スーパー(経営者)	お客様の様子	・緊急事態宣言も発出され、Go To Travelキャンペーンが実施された時期と比べると、明らかに客が家庭内飲食に回帰している。また、前年よりも寒いため、鍋物需要が増え、買上点数も増加している。外食よりも相当安いという感覚が身についたのが、前年よりも単価の高い青果物の販売点数も伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（社員）	販売量の動き	・今年に入ってから、インターネット契約が順調な伸びをみせている。また、通信速度の早い回線への切替えも増えており、在宅勤務の定着が少し進んでいるように感じる。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。また、前年比では依然としてマイナスの状態であるものの、1月よりも改善している。新型コロナウイルス禍の影響が一巡したことが大きな要因であるが、客は不要不急の購入を控えているものの、新たなスタイルの商品や特選洋品、化粧品といった一部の商品は回復傾向にある。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる売上への影響は続いているが、特選ブティックや宝飾品などの動きは少しずつ良くなっている。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、1月中旬～2月中旬まで来客数が減少していたが、2月中旬からは増えている。
		百貨店（サービス担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が始まってから約1年がたち、営業時間の規制も解消されつつある。今月は売上も前年並みに戻りつつあるため、今までに比べると良くなることが予想される。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長が影響し、月前半は来客数が伸び悩んだものの、月後半は新型コロナウイルスの感染下での行動様式が定着化し、来客数の減少にブレーキが掛かっている。また、感染の拡大開始から1年が経過したこともあり、売上の減少は続いているものの、徐々に改善している。女性の関心が高いバレンタインデーの催事は、インターネット受注と感染対策を行った特設会場への来場が順調で、関心の高さが表れている。
		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・まだ一部の店舗ではあるが、入店待ちの行列が散見されるようになっている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・月後半に入り、関西の3府県では緊急事態宣言の解除が近づいたことで、自粛によるフラストレーションの解消とみられる動きが、大型のファッション催事で目立っている。また、今年は気温の上昇も早く、春物衣料の動きも例年以上に早くなっている。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言中の1月はクリアランスセールが不調であったが、2月は中間層を中心とした国内の現金客で、新卒、新社会人などのモチベーション商材が堅調となり、ほぼ前年並みにまで回復している。また、お得意様が中心の富裕層は特選ブランドの購入が好調で、前年比で2けた増と回復傾向にある。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・今後は新生活関連や単身赴任などの引っ越しが増え、家電のセット販売が増えるため、下見の客が増えてくる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・白物家電の販売が前年比で20～30%の増加で進捗し、客の購買意欲も上がっていると感じる。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り消費や新生活需要、寒波などの影響で、エアコンやテレビ、パソコンの動きが良い。しばらくはこの傾向が続きそうである。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は続いているが、車を買換えるタイミングなどでは、販売量は増えている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・時短営業中のため、来客数は限定されているが、客単価が比較的高い。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前月よりも売上の前年比は回復傾向にあり、12月の水準には戻ってきているが、依然として80%程度であり、厳しい状況が続いている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されれば、企業の動きも良くなると予想している。また、デジタルシフトの傾向が進んでいるため、受注が増えてくると考えている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8826円で、今月は9264円となった。ただし、2か月前や前月に比較すると悪くなっている。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	来客数の動き	・年末から1月に掛けて、新型コロナウイルスの感染第3波や、それに伴う緊急事態宣言で大幅に悪化したのが、2月になって改善傾向となっている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	来客数の動き	・イベントの開催予約がやや増えつつあり、一時期よりも良くなってきていると感じる。ただし、新型コロナウイルスの感染が拡大すれば、多数のキャンセルが発生することから、まだ完全に上向いているとはいえない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築マンションは高額物件の販売が好調であり、戸建て住宅も全般的に非常に好調な状況である。販売用不動産の仕入れはかなり活発な様子で、価格の高騰も一部で顕著となっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・高齢者の人出の減少が続いており、夕方になると人通りが少ない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言下ではあるが、近隣の商業施設は影響を受けているように感じられない。バレンタインデーのイベントが重なったこともあり、週末の人出はふだんと変わらない。その一方、必要な物と、今すぐには必要のない物では動きがはっきりと分かれており、時計関連にもそれが感じられる。全体としては、今月は良いとはいえないものの、かなり悪かったわけでもない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末を前に、例年であればこの時期は年間で最も忙しくなるが、今年は大きく異なる。前年は緊急事態宣言の発出前で、大きな落ち込みはなかった一方、今年は事前の商談も少ないなど、到底例年どおりの売上は見込めない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・前月と同様に来客数が少なく、厳しい状況である。前年比で来客数が2～3割減少している。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・2月も新型コロナウイルスの影響で、一般の飲食関係の注文は激減している。ゴルフ場も自粛の影響か、客は例年に比べて半分程度になっている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍が続いているため、密を避けるという意識や、先行き不安により、来客数が激減している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月の売上は、緊急事態宣言により1時間の時短営業を行っているものの、前年比で8%の減少にとどまる。株価の高騰に反応し、宝飾品や美術品、輸入ブランドの売上が好調である。一方、衣料品や身の回り品は、相変わらず前年比で25%減少と厳しい状況にある。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・食料品での2月の最大のプロモーションであるバレンタイン商戦は、売上が前年比で5.7%増加と前年を大きく上回った。今年は取引先が生産を縮小したこともあり、品切れ商品が続出した。一方、郊外店である当店は、食料品が相変わらず好調であり、売上は1.0%の増加傾向を維持している。ただし、ファッションフロアはブランドの廃止や商品の不足から、回復には程遠い状況である。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で28.8%減少と、3か月前の40%減少に比べれば改善したようにみえるが、既に前年は新型コロナウイルスの影響で来客数が落ち始めていたため、相変わらず悪い状況である。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が長引くなか、当然ながら、来客数は前年の水準を割り込んでいる。午前中が顕著であり、夕方以降も大きく減少している。滞留時間も短くなり、目的買いの傾向が強まるなど、客単価も低下している。気温の変化も激しく、思ったほど寒くならなかったり、暖かい日が少し続いた後に急に寒くなったりと、新たなファッションを取り入れる心理にはなりにくく、販売に苦戦している。
		百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響も1年以上続くことになり、前年との比較では、各指標がプラスとなり始めている。ただし、インターネット通販へのシフトや、購入する物自体が大きく変化しており、回復の兆しは受け取っていない。緊急事態宣言中ではあるが、生活者の意識は宣言前と大きな変化はないため、これがニューノーマルであると判断した方がよい。
		百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・バレンタインデー商戦は、インターネット通販への誘導などを強化した結果、比較的堅調に終えることができた。下旬からは新型コロナウイルスの感染拡大も一巡し、前年の実績はクリアできたが、2年前に比べると、3か月前と大きく変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いてきたものの、依然として緊急事態宣言は続いており、その影響もあって来客数は停滞している。高額の時計や海外ブランド品は好調に売れているものの、婦人服や紳士服の売上は低調である。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・気候が不安定であるほか、緊急事態宣言が続いていることもあり、外出の自粛が続いている。新型コロナウイルスのワクチンといった明るいニュースがあるたびに、少しずつ来店傾向は改善しているように感じるが、買物の内容は食品が中心であることに変わりはなく、購入額が上がってこない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍が続いており、過去1年間の傾向が継続している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により自宅で過ごすことが多いため、節分やバレンタインデーといった催事は好調であるが、何かのきっかけがなければ、食品以外の消費は下降気味となっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・足元では来客数に大きな変化はないが、3キロ以上の遠方からの来店が減ったまま、回復していない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・巣籠り需要が高いレベルで安定している。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の発出もあり、巣籠り消費や家庭での食事が増えると予想したが、さほど伸びていない。売上自体は停滞気味であるが、肉や魚を始めとする冷凍食品の販売は伸びている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響として、前回のようパニック的なまとめ買いは発生しなかった。その一方、肉食需要が底堅く、売上は堅調に推移している。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・買上単価の上昇による売上の増加、まとめ買いによる来客数の減少といった傾向には、引き続き変化がみられない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響で時短営業が続いているため、まだまだ動きが悪い。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年2月は来客数が少ないが、今年は直近の数か月と変わらない水準で、2月としては忙しくなっている。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言が出ても余り変わらず、これまで動いていた客が、若干減ってきたような感覚である。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数、販売量共に横ばいであり、新型コロナウイルスの影響は余り感じられない。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・今後どのようになるか分からず、現状も様子見のような状態である。ただし、月後半は来客数が増えてきている。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前と売上が変わらなかったのは、たまたまマスクミに取り上げられて反響があったからである。それがなければ、新型コロナウイルスで落ち込んだ売上に復調の兆しは見られない。
		その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・株価は高騰しているが、景気には反映されていない。株価と景気は異なるため、景気は良くなるない。一方、新型コロナウイルスの感染が収まりつつあるため、今後どのような動きとなるのかが注目される。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・2月中旬から、新型コロナウイルスの感染者数は減少傾向となっている。その影響もあって少し気が緩んでおり、自粛から解放された感覚から、友人たちと繁華街や喫茶店、娯楽施設などに行く動きが増えたように感じる。ドラッグストア業界にはその影響はないが、一部の業種は上向きとなっている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが一時停止となったことで、休日は前年よりも客が増え、売上も好調であった。ただし、ダイレクトメールやクーポンなどがない日は、来客数が減り、利益も前年比で少し減っている。
		その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	販売量の動き	・購買目的の客は高額品を選んでいるが、全体的に来客数が少ない。購入客の割合や客単価については、更に厳しい状況である。
		その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・今回の緊急事態宣言は、営業活動に大きく響いていない。消費者の活動も鈍くなっていないが、冷えたマインドの復活には時間を要する。緊急事態宣言が解除された後も、Go Toキャンペーンの再開は期待されるが、2年前の状態に戻るまでには時間が掛かる。

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
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	販売量の動き	・ファッションや食品を中心に、売上の大幅な減少傾向が続いている。ファッションでは、通常は比較的悪化しにくい婦人関連も、緊急事態宣言による来客数の減少で厳しい状況にある。
		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	・非接触体温計やパルスオキシメーター、不織布マスクなどがテレビで紹介されると、一時的に受注や問合せが増加するが、すぐに落ち着く。その繰り返しが続いている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により、旅行のトップシーズンであるにもかかわらず、売上は前年比で30%を下回る状態である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前年比で売上は30%減少しており、まだまだ夜の出入は閑散としている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ゲーム機器の販売先であるアミューズメント施設が、緊急事態宣言の発出による時短営業で芳しくない。その結果、販売先の減少につながっている。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	単価の動き	・生徒数は少し戻りつつあるが、受講する教科数が絞られている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言下でもあるため、住宅展示場への来場者は、前月と同様に前年比で3割減少している。
		スーパー（店長）	それ以外	・生活難からの万引きが増えている。
		スーパー（店長）	それ以外	・当店に入っている飲食やアパレル専門店で、退店の動きが数店舗出てきている。現在は、その後の出店予定の店舗はない。ただし、緊急事態宣言が3月1日から解除予定であり、気温上昇とともに来客数は増えることが予想される。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数は少なめである。
		スーパー（社員）	単価の動き	・多くの店舗で、競合店との間で客の買い回りが増えている。それに伴い、販売量を増やして売上を維持するため、店頭価格やチラシ価格を少し引き下げて対応している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出で、企業の出社制限がより強化されたためか、通勤時間やランチでの来客数が減少している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夜20時以降は酒類やおつまみ類が売れなくなり、売上が減少している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・繁華街の人通りは通常よりも少ないとはいえ、ある程度の動きはある。ただし、商業施設の店舗では、客が買物をするわけでもなく、コワーキングスペースや喫茶店などを在宅勤務代わりに使っている印象を受ける。オフィス街の飲食店では飲食の激減した状況が続く、オフィスの食事や休憩時間での利用が少ない状況である。大企業で在宅勤務が増えるなか、飲食についてはオフィス客の来店を待つしかなく、緊急事態宣言での補助に該当しない飲食店は不公平さを感じる。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・営業時間の短縮要請にこたえて、店を早く閉めていることもあるが、来客数が減っている。周囲でも週末などは閉める飲食店が増えてきた。その影響で、週末の夜や日曜日は来客数が激減し、客から明るい話題はほとんど出なくなっている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・まだまだ寒いほか、新型コロナウイルスの影響もあり、来客数が少ない。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出、新型コロナウイルス禍の長期化による先行き不透明感で、客の消費意欲は一段と低下している。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・客がインターネットから間違った情報を入力することで、正しい理解を得ることが困難になってきたと感じる。客に合った内容を提案しようにも、客自身の知識が偏っている場合もある。インターネットの情報と同じように、当社からの情報も扱ってもらいたいと感じる。
		家電量販店（人事担当）	単価の動き	・例年であれば、新生活関連の需要が高まってくる時期であるが、今年は前年よりもスタートが遅く、単価も低下している。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・2度目の緊急事態宣言の発出もあり、行動が制限されるなかで、来客数が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出により、ガソリンの販売量が減少している。
		その他小売 [インターネット通販] (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言発出の影響で来客数が減少している。客が集中するのは近隣のスーパーのみであり、商店街はなす術もなく、ひっそりしている。
		その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出もあるが、解除されてもリモートワークの動きに変化はなく、人の動きが減れば売上は減少する。
		観光型旅館 (団体役員)	来客数の動き	・当地域には関西一円から多くの客が訪れるが、新型コロナウイルスの感染拡大で緊急事態宣言が発出されて以来、回復の兆しは見られない。宣言が解除され、各種のGo Toキャンペーンの再開を期待するしかない。
		都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・3か月前よりも来客数は少ないが、年末年始に比べると上向いている。宿泊稼働率は20%と、他社の休館の影響も少しあるが、12月や1月の10%台に比べると多少戻っている。これには、1月に比べて単価を下げた影響もある。他のホテルの宿泊客数や稼働率をみると、関西での宿泊客はやや増えており、Go To Travelキャンペーンは一時停止であるものの、徐々にビジネス客は戻ってきている。一方、レストランはディナーを休業せざるを得ない状況で、緊急事態宣言が解除され、22時まで営業ができなければ苦しい。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出で落ち込んでいるほか、先の見通しが停滞したまま、動かなくなっている。
		旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・例年であれば、ゴールデンウィークの旅行の申込みが入るタイミングであるが、今年は毎年申込みのある客の動きもなく、完全に動きが止まっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言の発出による外出自粛の影響で、昼夜とも繁華街の人出が減少したため、客の乗車機会が激減している。営業収入は前年比で50%以下に減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーや運転手の数を調整し、休業させたりしているため、昼間しか稼働することができない。ホテルの宿泊者数も激減しているため、動きは良くなく、今は病院など、絶対に行く必要のある部分しか動きはない。特に、世の中の動きがない状態となっている。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響は大きく、来場者がなかなか伸びてこない状況が続いている。
		ゴルフ場 (従業員)	単価の動き	・客の購買意欲が減退しており、単価が低下している。
		美容室 (店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、来客数が半減している。前回の宣言時は様々な援助が受けられたが、今回はそれもなくなり、非常に経営が苦しい。
		住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、展示場への来客が減少しており、今後の契約に悪影響が出る。
		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	・消費は減少傾向にあるため、今後、倒産件数や労働者の雇用状況は悪くなると予想される。
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・当社の東京の部署で新型コロナウイルスの感染者が出た。本人は1か月ほどの自宅療養となったが、1人が抜けた穴のカバーに奔走することになった。東京であったため人員に余裕があったが、感染者が出ると、小さな事業所は機能しなくなることを痛感している。
	×	一般小売店 [珈琲] (経営者)	販売量の動き	・喫茶関連の卸売先からの注引量が減少している。休業補償の申込みのため、時短営業や休店の連絡が増えている。
	×	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	それ以外	・今月の売上は前年比で40%減少しており、直近の日次の売上は50%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
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が減り、販売数は更に落ちている。バーゲンセールが終わり、通常の販売が落ち込む時期ではあるが、今年はその落ち込み具合がひどい。新型コロナウイルスにより、来客数が減少していることも大きく影響している。
	×	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響もあり、26日現在で来客数は前年比で37%減少している。特に、18時以降は厳しい状況である。
	×	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が延長され、客のマインドがすっかり冷え込んでいる。外出だけでなく、不要不急の買物も控えており、来店しても必要な物だけを購入するため、滞在時間が短い。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・政府が新型コロナウイルスへの対応で、家から出ないようにと発信しているため、服が売れない。そういった政策を取るのであれば、飲食店と同じような補償をしてほしい。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・1月の緊急事態宣言の発出以降、全く来店客がいない。また、働き方改革の影響で休業せざるを得なくなっている。小売業自体が効率の良い業種であるため、強制的に有給取得を促進する余裕はない。このままの状況であれば、非正規雇用の増加を検討することになる。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年2月は非常に厳しかったが、今月はそれ以上に来客数が厳しい状況となっている。
	×	衣料品専門店（営業・販売担当）	来客数の動き	・飲食店ばかり救済されているが、物販店も来客数、購入客が少なく、売上も激減している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年の緊急事態宣言発出時に近い売上となっている。20時までの営業時間の短縮で、夜の利用はほとんど需要がない。また、テイクアウト利用者は前回よりもかなり減っている。インターネット販売でのお取り寄せの質が向上しているため、そちらに需要が流れているようである。飲食店として生き残っていくためにも、様々な提供方法の導入を検討する必要がある。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、昼夜を問わず商店街には人通りがなく、閑散としている。
	×	観光型ホテル（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言の延長を受けて、休館日も延長し、2月は全日休業としている。
	×	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出後は、宿泊・宴会・婚礼、食堂の全部門に悪影響が出ている。婚礼もキャンセルされるか、実施されても出席人数が減少となり、最終的には親族のみでの挙式が目立ってきている。
	×	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・1月に大阪府などの11都府県に出された緊急事態宣言の発出により、宿泊部門ではレジャー客が大幅に減少している。また、レストラン部門では10店舗のうち5店舗が休業となっているほか、20時までの時短営業により、売上は大きく落ち込んでいる。宴会部門でもキャンセルが相次ぎ、2月の宴会売上は前年比で約10%と非常に厳しい状況である。
	×	都市型ホテル（客室担当）	それ以外	・政府による緊急事態宣言の発出を受け、新型コロナウイルスの感染拡大を防止する観点から、臨時休業としている。
	×	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止や緊急事態宣言により、来客数は減少したままである。
	×	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・経済対策に遅れがみられる。
	×	旅行代理店（役員）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンの一時停止が長引き、再開の時期も不透明なため、客が動かない状況となっている。
	×	観光名所（経理担当）	お客様の様子	・特に月前半は人通りが少なく、前年の半数程度まで減少している。緊急事態宣言について、早期解除の可能性が浮上といった報道が出るたびに、来客数が段階的に増えているような感覚である。
	×	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・相変わらず購入の低迷が続いている。
企業動向関連		*	*	*
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや良くなっているが、非常に不安定である。日々の受注額をみても、前年と比べて良くなったと思えば、また悪くなるという動きを繰り返している。

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
(近畿)		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は減少傾向にあるが、3か月前に比べると、少しであるが回復傾向がみられる。緊急事態宣言が解除になれば、更に回復すると予想される。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・緊急事態宣言中であるにもかかわらず、受注量は新型コロナウイルス発生以前の活発な動きに戻ってきている。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・12月頃から、売上が前年比でプラスとなる月が出てきている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の発出による店舗の時短営業が続いているため、売上は前年比で2割減少しているが、緊急事態宣言が解除され、春先の繁忙期は改善が見込めるため、先行きには明るい兆しがみられる。商談は徐々に進んできており、店頭への商品投入も前向きに進めているため、3～4月は前年比で100%以上は期待できる。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の売上は、前年を下回ったままで推移している。家庭用は安価な商品を中心に売れているが、業務用はほぼ半減の状況が続いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくほど、取引先の在庫調整が入り、受注量が減少している。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の発出で、上向いたようにみえた受注量が、再び減少となっている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・10月以降は自動車関連の出荷が好調となっている。また、建設関連の出荷もやや好調である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先行きの雰囲気は重苦しいが、受注量、販売量は3か月前の水準を維持している。
		金属製品製造業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・中国が旧正月のため、製品の動きに影響が出ている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この1年は、受注量が前年と比べて極端に少なくなっており、今もその状況が続いている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・街中の人出は少ないため、世間的にはまだまだ厳しい。
		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禍は、これまで全ての面に悪影響を及ぼしている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・今月もテレビや冷蔵庫、電子レンジ、空気清浄機など、実売額が前年や2年前を超えている商品が多数あり、3か月前と同様の推移となっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注は横ばいの状態である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は伸び悩んでいると感じる。例年、年度末はもう少し動きがあるが、今年はそれほどでもない。緊急事態宣言により在宅の客が多いため、動きが鈍い可能性はある。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、設備投資を凍結、延期する企業もあれば、体力のある企業はやるべき計画に集中し、確実に進めている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・海外から商品が入らず、欠品が多くなっている。
		金融業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、取引先全体に活気がない。緊急事態宣言の解除後も自粛の動きは続くため、まだまだ景気の回復にはつながらない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者数は漸減となっている。ワクチンの接種も進むことから、飲食店を中心に1年ぐらいかけて徐々に元の経済状況に戻る。滞りなく東京オリンピックが開催できれば、これも大きな景気浮揚のきっかけとなる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の発出後は、相変わらず悪い状況が続いている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年を下回る状況が続いている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・冬物商材もほぼ動かなくなり、通常の商品だけが動いているが、余り変化はない。全体としては、活発な動きはみられない。	

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
		その他非製造業 [ 商社 ] ( 営業 担当 )	取引先の様子	・緊急事態宣言の発出で取引先に訪問できておらず、明確な情報が入手できていないが、電話での問合せも減少しており、設備投資などは中止か延期になっていると感じる。
		食料品製造業 ( 営業担当 )	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除されない限り、人の流れは良くならないため、飲食店などの売上も少し悪いままである。
		繊維工業 ( 総務 担当 )	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス禍で、催事への集客や勧誘も控え目となっている。少人数の催事が増えている一方、交通費や宿泊費、人件費などの経費が増えており、売上の不振に輪を掛けている。
		建設業 ( 経営 者 )	受注量や販売量 の動き	・個人住宅の問合せは例年並みであるが、企業からの設備投資の話が減っている。
		金融業 ( 副支店 長 )	取引先の様子	・サービス業は、緊急事態宣言の影響で売上が減少している。
		広告代理店 ( 営 業担当 )	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言の発出で、イベントや広告の中止が相次いでいる。
		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	・緊急事態宣言の発出により、前年の1回目ほどではないが、帰宅時間が非常に早くなっており、駅ナカでも夕方以降の売上が大幅に減少している。
	x	繊維工業 ( 団体 職員 )	受注量や販売量 の動き	・今月の生産量は前年比で75%前後となった。特に、当地タオルの主要品である白タオルが大きく減少している。新型コロナウイルスによる需要の減少や、嗜好の変化による影響が大きい。
	x	不動産業 ( 営業 担当 )	取引先の様子	・2回目の緊急事態宣言が出てから、店舗の閉店が増えている。賃料の減額要求もきており、景気が悪くなっていると感じる。
	x	その他非製造業 [ 民間放送 ] ( 従業員 )	取引先の様子	・今年度の業績悪化を受けて、各業界で広告宣伝費の圧縮が既定路線になっていると感じる。
	x	その他非製造業 [ 電気業 ] ( 営 業担当 )	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの感染の収束がみられず、状況は混とんとしている。
雇用 関連 ( 近畿 )		-	-	-
		人材派遣会社 ( 営業担当 )	求人数の動き	・派遣の求人数は、年末までは前年の7割以下で推移していたが、2月以降は例年の水準には届かないものの、上向いている。
		人材派遣会社 ( 支店長 )	採用者数の動き	・前年度に出てこなかった案件が、徐々に始めている。ただし、4月以降は分からない。
		人材派遣会社 ( 役員 )	求人数の動き	・反転を図るべき時に緊急事態宣言が発出されたため、全般的に沈滞ムードが漂い、求人も低位で安定している状況である。
		人材派遣会社 ( 営業担当 )	求人数の動き	・求人数が若干増えている。
		新聞社 [ 求人広 告 ] ( 管理担 当 )	求人数の動き	・緊急事態宣言の発出による影響で、どの業種も求人を含んでいる。新型コロナウイルスのワクチン接種が始まったものの、中小零細企業が多い関西経済は冷え込んでいる。
		職業安定所 ( 職 員 )	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立ってきたため、上向き傾向となっているが、まだ雇用情勢には影響が出ていない。
		職業安定所 ( 職 員 )	求職者数の動き	・1月の関西の有効求人倍率は1.05倍と、前年比で0.04ポイント上昇した。有効求人数が2.5%増え、有効求職者数が2.1%減ったことが要因である。ただし、有効求職者数の減少は、緊急事態宣言による新規求職者数の出控えが響いているとみられ、依然として厳しい状況にあると考えている。
		職業安定所 ( 職 員 )	求人数の動き	・求人数が求職者数を上回っているが、12～1月は公共工事で建設関係の求人は改善しているものの、その他の業種では募集の抑制がみられる。
	民間職業紹介機 関 ( 営業担当 )	求人数の動き	・新卒採用市場では通期で採用人数を決めており、月ごとの大きな変化はないが、21年卒の採用では求人数が減少傾向にある。22年卒の採用においても、その傾向は続く見込みである。就職情報サイトの掲載企業数も、前年の新型コロナウイルスの発生前と比べて、当社を含めた大手サイトで10%前後減少している。ただし、3か月前からの変化はない。	

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
		学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・緊急事態宣言が関西では先行解除されるが、今回の宣言期間中は在宅勤務が余り行われていなかったと感じる。通勤中も混雑の緩和はみられなかった。最近では新型コロナウイルス感染者数が減少気味であるが、また増加する不安があり、先行きは不透明である。今のところは景気の回復感が感じられない。
		人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・年度末が近づいているが、相変わらず景気の動きは鈍い。新型コロナウイルスの影響で、新年度以降の先行きが見通せないため、派遣先企業は必要最小限の人員だけを確保し、3月末で契約を一旦終了させた動きが出ている。一方、新型コロナウイルスの影響で、貸付けの窓口となっている社会福祉協議会が相当忙しくなっており、人材の注文がかなりある。
		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46.4%減少と、大幅に減った。2けたの減少は前年の2月以降、12か月連続であるほか、減少自体も2年前の11月から15か月連続となっている。1月は緊急事態宣言が発出されたことで、企業の採用動向に大きな影響が出ている。
	×	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況をみても、新型コロナウイルスの影響で各企業が宣伝費を削減しているようで、相当悪い。
	×	学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・求人が全くないわけではないが、前年と比べると格段に減少している。求人企業数は同じでも、求人数が減少しているように感じる。

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (中国)		乗用車販売店 （店長）	来客数の動き	・新車購入を目的とした来客数がようやく前年の90%まで回復し、サービスを目的とした来客数を含めた全体の来客数は前年を上回っている。特に20日以降、来客数が増加し、店に活気が戻ってきている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・まだまだ全体の売上は前年に届いていないが、食品、お菓子、リビング・キッチン用品など商品群によっては好調に推移しており、来客数も増加傾向にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品や雑貨の買上点数が増加傾向にある。また、各種行事が徐々に開催されるようになっている。新型コロナウイルスについても、3か月前よりは改善している。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、週末の来客数が増加している。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍ではあるが、次第に人の往来が増加しつつある。県外からの観光客はまだ少ないが、近場でのレジャーは増加しつつあり、日中の来客数の増加につながっている。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・新型車の売行きが好調で、2月の販売台数が前年比105%となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・2月に先行き決算フェアを実施したため、来客数が前年並みとなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が少なく、来客数も販売台数も増加している。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているが、客がそろそろ自粛に飽きてきている様子で、売上も例年並みに戻りつつある。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が徐々に緩和している。
		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への慣れもあり、客の来店頻度が徐々に増加してきている。今後、ますます安心材料が出てくるため、外食需要も高まる。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・職場関係の飲み会や宴会の利用はほとんどないが、家族連れなど一般客の利用の増加が顕著である。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が減少しつつあり、宿泊客数がやや増加している。



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
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、客の動きはまだ鈍い。宿泊稼働率も1月よりやや上昇しているが30%台と低迷している。レストランは営業縮小を継続中で、再開には慎重であるが、スイーツのイベントを企画したところ、予約受注は想定以上に好調である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が減少し、少しずつではあるが、人が街に出始めている。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・暖かくなってきたこともあり、客の動きが活発化している。
		住宅販売会社 (営業担当)	販売量の動き	・物件販売数が伸びている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・相変わらず商店街の人通りは少ない。特に飲食関係の来客数が少なくなっている。
		一般小売店[食品] (経営者)	販売量の動き	・来月からは厳しい状況になりそうだが、現状では新型コロナウイルスの影響で食品スーパーの売上は好調に推移している。
		一般小売店 [茶](経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、相変わらず人出が少なく、商品が動かない。
		一般小売店[眼鏡] (経営者)	お客様の様子	・50代までの客は戻りつつあるが、70代以上の高齢者の来客数が減少している。
		一般小売店 [靴](経営者)	競争相手の様子	・同業者には業績悪化のため人員削減をしている会社や補助金などを活用して事業の転換、再構築を行っている会社がある。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・婦人服の生産が前年から20%減少しており、売上も見込めない。来客数も前年を大幅に下回る状況が続いている。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・1月末から県内でも新型コロナウイルスの感染者数が増加し、来客数が減少したが、2月の後半に入り、回復しつつある。セール最終月ということもあり、セール商材などは購入につながったが、春物商材などの動きは悪い。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が開始した前年と比べると改善しているが、3か月前からは来客数や売上に大きな変化はない。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・高級時計が数本売れ、ブランドの洋服もよく売れている。
		百貨店(外商担当)	販売量の動き	・婦人、紳士衣料が苦戦している一方で、雑貨、菓子やギフト商品を除く食品は比較的好調である。新型コロナウイルス禍で人の動きが固定されてきている。
		百貨店(営業企画担当)	単価の動き	・客は戻ってきているが、衣料品の売上の減少が止まらない。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・東京や大阪で緊急事態宣言が発出されて以降、高齢者を中心に来客数が大幅に減少し、売上也大幅に減少している。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は半年以上、前年の95%程度で推移しているが、売上は前年の105%程度で推移している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・販売量は3か月前から変化がない。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・客の買物回数が減少し、来客数が増加しないため、買上点数が僅かに増加しても来客数の減少を補えない状況である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、ここ数か月、来客数は前年比85%前後で推移している。
		スーパー(総務担当)	単価の動き	・客単価や買上点数は前年並みである。
		スーパー(業務開発担当)	来客数の動き	・客の来店頻度は減少しているが、客単価が上昇しているため、売上は前年を上回っている。
		スーパー(販売担当)	来客数の動き	・中心地より郊外へ、大型ショッピングセンターより路面店へといった客の流れが続いているため、来客数が前年比141%、売上が前年比126%と好調である。
		スーパー(販売担当)	来客数の動き	・3か月前と比べても来客数や客単価に変化はない。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・パンを販売しているが、客が求める商品に片寄りがある。
		家電量販店(販売担当)	販売量の動き	・新生活関連の商品の動きが悪い。
		家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・来客数が前年と比べ10%減少していることで、売上也減少するなど厳しい状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (営業担当)	単価の動き	・来客数や販売台数は増加しているが、値引きに頼っている部分がある。
		その他専門店 [時計](経営者)	来客数の動き	・来客数が減少しており、高単価の商品が販売できていない。
		その他専門店 [土産物](経営者)	販売量の動き	・いちごや殻付きの牡蠣(かき)などが売れる時期だが、観光客が少ないため、販売量は多くない。ただ、Webのネットショップでの販売量は増加している。
		その他小売 [ショッピングセンター](支配人)	販売量の動き	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなど各種キャンペーンが実施されると客の反応が良くなるが、休止や終了になると、厳しい状況に戻ってしまう。また、緊急事態宣言が継続していることが景気回復の逆風となっている。
		その他小売 [ショッピングセンター](管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が減少してきているため、来客数が少しずつ増加してきている。新型コロナウイルスのワクチンの接種が進むにつれて、客の危機感は薄れてくる。ただ、景気が今後どのように回復していくのか、ワクチンの効果がどれほどあるのかを判断するのはまだ早い。
		高級レストラン (事業戦略担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによるGo Toキャンペーンの停止の影響が大きく、景気に回復の兆しはない。
		観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの停止に伴い宿泊の予約は少ないままで、今後の予約も現在余り入っていない。
		都市型ホテル (企画担当)	お客様の様子	・集中対策期間の影響で足元の収入は厳しい状況が続く。
		旅行代理店(経営者)	それ以外	・旅行については全く動きがなく、同業他社も会社を維持するために人員削減や店舗併合などを図っている。
		旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・引き続き出張や福利厚生に絡む法人需要は低迷しており、緊急事態宣言の影響は対象区域外にも及んでいる。Go To Travelキャンペーンが再開されれば、売上は徐々に回復してくる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・暖かくなってきて、新型コロナウイルスの影響もやや緩和して、日中の人の動きは良くなってきているが、飲みのため夜に外出する客は少ない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・消費は低水準で推移している。
		放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・一般家庭からの利用料の支払について延滞動向を注視しているが、大きな変化はない。
		通信会社(経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、リモート等が増加し、ネット環境を必要とする客は多くなっているが、3か月前と比べても、申込みは増加していない。
		通信会社(工事担当)	お客様の様子	・客の様子を見る限り、景気に変化はない。
		観光名所(館長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により、全国的に人々が外出を自粛する傾向にあるため、依然として、観光客は少ない。
		ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・通常であれば3月から予約が回復してくるが、今年は大都市圏が緊急事態宣言中ということもあり、予約が伸びない。
		競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・1日平均の売上はほぼ横ばいである。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、住まいに関する引き合いがほぼない状況が続いている。先が見える状況にならないと、客が大きな投資をする気持ちにならない。
		設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・最近、仕事の発注形式において、大手対象のデザインビルド方式が増加してきたので、大手でない設計事務所が入札できるケースが減少している。また、実際指名されても、仕事にはつながらない状況にある。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・年末年始という季節要因もあるが、来客数や問合せが伸びていない。
		住宅販売会社 (営業所長)	単価の動き	・客の動きが良くなり、購買意欲も高まっているように感じられるが、購入単価は低下傾向にある。
		商店街(理事)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、人々の気持ちが落ち込み、景気が冷え込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	単価の動き	・景気は厳しい状況で、どうしても欲しい商品しか購入してもらえない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で人の動きが悪い。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年を上回る部門がほとんどない。外出を控える人が多いため来客数も前年の80%程度である。物産展を開催しても出店業者が出店を控えたりすることもあり、以前のようなにぎわいが無い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・曜日や時間帯に関係なく、全体的に来客数が減少している。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による一部地域の緊急事態宣言発出及び一部の自治体を実施しているキャッシュレス還元事業により、来客数が前年を上回っていたが、還元事業終了後、来客数が前年を下回っている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、来客数が減少傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、いろいろなイベントが中止となり、客が着物を着る機会が減少している。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客の消費意欲が低下しているため、来客数が少ない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・売上は前年比110%で推移しているものの、来客数が前年比90%に減少しており、肌感覚では景気が良くなっている感じはない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響があり、客の財布のひもは固い。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・例年2月は売上が少ない時期だが、新型コロナウイルスの影響で、人の外出が減っており、廃業する店が出てきている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・例年オフ期であるが、今年は緊急事態宣言やGo To Travelキャンペーンの一時停止が影響し、更に厳しい状況になっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、状況は良くなっていない。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・携帯キャリアの値下げに伴い、利用者の低価格プランへの移行が進んでいるが、当社では他社との差がなくなり、新規の引き合いが減少している。
		テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、景気はやや悪くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で減少した客が戻ってこない。売上も前年から大幅に減少している。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購買量や売上が減少している。駅前通りの人通りが少なくなっており、夜のにぎわいもない。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続き、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	・商店街の人通りも来客数も少ない。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月は来客数が前年の85%であったが、今月は近隣の府県が緊急事態宣言の対象区域となったため、来客数が前年の80%まで落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・自粛期間の延長により、来客数が激減し、売上は前年の4割近くまで減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・平日だけでなく、土日祭日も来客数が少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店の営業時間短縮は解除されたが、営業時間短縮期間中に客が遅くまで外出しないことが日常化したため、解除後も客が戻らない。
	×	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・年末から始まった自粛要請が今月22日に解除されたが、自粛期間中は来客数が非常に少なく、店舗付近の人通りも少なかった。解除されて以降、昼の来客数が少し増加したが、夜に関しては自粛中と変わらない状況である。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出以降、夜の人出が全くなってしまうている。このままでは社交飲食業界で倒産や廃業が相次いで出てくる。
	×	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、景気は悪くなっている。

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
	x	タクシー運転手	来客数の動き	・乗車率が低下している。
	x	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客に新しいものを買おうとする様子がない。
	x	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客が外出を控え、巣籠り需要に金を掛けているため、景気が上向かない。
企業 動向 関連  (中国)		*	*	*
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、家庭用の商品は順調に推移している。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が取引先に影響を与えているが、景気はやや良くなっている。
		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	・鉄鋼業向け生産が回復しており、生産部門で実施している臨時休業も規模が縮小している。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月受注の回復傾向が続いている。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・金属価格が高値で推移し、電子材料素材の受注が伸びてきているため、景気はやや良くなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、景気はやや良くなっている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・通販やフリーマーケット市場を含め、荷物の個数は増加している。特に個人市場の荷物の伸びが目立っている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数が増加している。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・人材不足の影響や新型コロナウイルス禍によるリスクヘッジの動きによって、間接部門のアウトソーシングの新規の引き合いが増加しつつある。
		農林水産業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、飲食店の集客が軒並み落ち込んでいる。
		繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・受注はほぼ前年並みで推移している。ある程度人の動きも戻り、スマートフォンを活用した受注アプリを開発したので、前年並みの受注は確保できる見通しである。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・3か月前から特に変化はない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は生産能力の50%程度しかなく、状況は3か月前と変わっていない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品関連は回復基調にあるものの、機械装置関連は依然として取引先の設備投資再開までには至っておらず、まだまだ時間を要する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが落ち着いているが、主要客からの受注量は、主要客の部材不足により、下方修正となっている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注予定時期が遅れ気味ではあるが、受注は順調に推移している。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気は新型コロナウイルス発生前の水準には戻っていない。
		輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・受注数量に変化がない。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの世界販売が前年比で1割程度の減少となっているため、系列の地元部品メーカーの受注もおおむね前年比で1割の減少となっている。
		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で、受注量が減少傾向にある。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・寒暖差が大きく、季節商材の動きが激しい。全体的に物量が低下している。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年の夏以降、景気は回復傾向にあったが、1月頃から新型コロナウイルスが拡大し、緊急事態宣言が出たこともあり、景気はやや悪くなっている。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の影響で、企業の売上や収益は全般的に悪化傾向にある。
	x	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・データセンターの商談や見学の機会が激減、新規の問合せも少ない。先行きが不透明な状況で、新たな投資目的の活動も鈍い。
雇用 関連		-	-	-
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・全体的に受注は回復傾向で、新型コロナウイルスのワクチン関連の受注も増加している。

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
(中国)		人材派遣会社 (経営戦略担当)	採用者数の動き	・新規求人の回復に伴い、採用者数が前年の水準まで回復している。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・求人需要は相応に高く、一時的に凍結していた人材募集も再開している。
		その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍の厳しい状況から徐々に回復傾向にある。また、3～4月に掛けての求職者の動きの活発化が期待できる。
		人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・求人数、求職者数共にそれなりの数値となったが、求人側と求職側のニーズに違いがあり、マッチングに至らないケースが多くなっている。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	求人数の動き	・新卒採用の求人数は新型コロナウイルス禍でも大きく減少していない。2022年卒の採用活動も始まり、2023年卒のインターンシップを検討する企業も出始めている。
		求人情報誌製作会社(広告担当)	雇用形態の様子	・新型コロナウイルスが企業の売上などに与える影響が前年秋頃から顕著になってきている。採用は新卒が現状維持、中途は見送りの状況が続いてきたが、今年に入ってから徐々に元に戻り、現状は中途採用も前年の7～8割まで戻っている。
		新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率は全国トップレベルの水準ながら、雇用情勢はやや悪化している。企業は人材不足を実感しつつも、新たな求人を出しにくい状況にあり、求職活動は長期化の傾向にある。
		職業安定所(雇用関連担当)	求人数の動き	・新規求人数が前年及び前月と比べ減少する状況が続いている。
		職業安定所(事業所担当)	求人数の動き	・新規求人数は前年から12.4%の減少、有効求人数は前年から19.5%の減少で、新型コロナウイルスの影響による厳しい雇用情勢が続いている。直近3か月の新規求人数も前年から19.3%の減少となっている。1月の有効求人倍率は1.62倍、1月末時点の新規学卒対象の求人状況を前年と比べると、高卒で求人数が25.5%の減少、大卒等で求人数が24.7%の減少となっている。
		民間職業紹介機関(求人・人材採用担当)	求人数の動き	・求人全体の状況に大きな変化はないが、飲食関係の求人は引き続き少ない。
		学校[大学](就職支援担当)	雇用形態の様子	・景気に変化はないが、新型コロナウイルスのワクチンの情報が始まるなど明るい兆しが出てきている。
		求人情報誌製作会社(経営者)	周辺企業の様子	・3か月前と比べ、周辺企業の景気は明らかに悪くなっている。
		職業安定所(所長)	求人数の動き	・企業が求人1件当たりの募集人数を必要最低限にしているため、製造業の新規求人数は前年から4割減少している。
	学校[短期大学](進路指導担当)	求人数の動き	・来年度卒業予定の学生を対象とした求人が例年よりも少なくなっている。	
	x	-	-	-

#### 10. 四国(地域別調査機関: 四国経済連合会)

(- : 回答が存在しない、\* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (四国)		-	-	-
		衣料品専門店 (営業責任者)	販売量の動き	・景気が良いとはいえないが、マイナスの幅は縮小している。売上は前年と比較して90%程度となっており、依然として状況は厳しいが、3か月前よりは良くなっていると感じる。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・新生活の準備のため、白物家電を中心に販売量が増加している。
		家電量販店(副店長)	販売量の動き	・来客数は減少しているが、購入単価や買上点数が増加しているため、売上については計画どおりに推移している。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきており、気分的に緩んできたのか客の動きが活発になりつつある。
		通信会社社員	お客様の様子	・最近では客への通信関連の提案件数が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数はかなり落ち着いてきているように思うが、夕方以降の人出がまばらであり、特に飲食業は苦戦しているように感じる。
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・一部の地域でワクチン接種が始まったが、高齢者が2回の接種を終えるのは秋頃まで掛かりそうな見通しである。緊急事態宣言はようやく解除となる見通しであるが、安心して外出や買物ができる環境にはまだないと考える人が多い。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上、外商売上共に、前年同月比でほぼ同水準であった。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスと寒波の影響で人の動きがなく、外食控えの傾向もあるため、料飲店への納入業者としての販売量が激減している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・ふだん外食をする人が、内食のためスーパーを利用するようになっている。
		コンビニ（商品担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で外食機会が減っても、コンビニ等の中食商品の売上が増えるわけではない。さらに、レジ袋有料化でカウンターフーズも売りにくい状況であり、併売数も落ちている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・前年比で来客数が減少、客単価が増加という傾向は変わっておらず、売上は微増だが企業努力によるものだと考えている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて景気は余り変わっておらず、洋服や衣料品の販売状況も良くないままである。依然として新型コロナウイルスの影響がかなり響いていると感じる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の受注状況は前年並みで推移している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税増税や新型コロナウイルスの感染が懸念されていた前年の数字とほとんど変わっていない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・地元の人は用心深く、外出控えが続いている。
		競輪競馬（マネージャー）	お客様の様子	・都市部を中心に緊急事態宣言が発出され、レジャーや娯楽交遊業界にも自粛ムードが継続しており、事業も大幅な縮小傾向にあるため景気は低調に推移している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・売上は減少したまま停滞している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で都市部に緊急事態宣言が発出されたため、当地域でも営業時短要請が発出され、来客数が伸び悩んでおり販売量が前年比で減少している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・県内の飲食店の営業自粛が解除になり、夜の店も営業を始めたが、依然として人もまばらでほとんど通っていない状況である。居酒屋などは客が2～3人入っているところもあるが、ほとんどの店は開店休業の日が多い。飲食店には給付金の給付があったが、繁華街のその他の業種は救済がなく、経営が悪化している。
		百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・1月に減少した来客数はやや持ち直しつつあるが、依然として低調に推移している。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・キャッシュレス決済事業者が自治体と組んだポイント還元キャンペーンがあり、対象のスーパーやドラッグストアに客が流れている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数の減少を客単価の増加で補ってきた1年であったが、最近は客単価も落ち始めている。当地域の感染状況は落ち着いてきたが、依然として来客数は戻ってこない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・例年2月は非常に厳しい月ではあるが、改正特別措置法の成立の影響により、更に売上が落ちていると感じる。3月以降は気温も上昇し衣替えの時期にもなるため、徐々に売上が回復していくことを期待している。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・年末のキャンペーンが終了し販売台数は苦戦しているが、売上は前年とほぼ同水準で推移している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・緊急事態宣言が一部地域で解除される見通しであるが、依然として不要不急の外出控えは続いており、すぐに景気は回復しないと考えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの第3波及び緊急事態宣言の発出により、Go To Travelキャンペーン事業の再開も未定であり、依然として客の旅行自粛が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・最近では客が減少していることに加え、客の移動も近距離化している。新型コロナウイルスの影響による自粛期間が長引いており、3～4か月ぶりに夜の街に出たという客も多い。
		通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客数が前年度と比べると1～2割減少している。
		設計事務所（所長）	それ以外	・自分が所属する社会奉仕関連のクラブでは、休会をする人が増えてきている。
	x	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍を転機とした、更なる消費者の購買行動の変化が大きな時代転換をもたらすと思われる。商品志向においては従来型の価値観が変わり、購入方法においても更にネット化が進み、新たな流通革命が到来していると感じる。
	x	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による当地域独自の自粛要請があり、人の動きがかなり悪かった。現在は解除となっているが、人の動きは依然としてかなり鈍い状況である。
	x	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の長期化により景気の不透明感が増している。
	x	タクシー運転手	来客数の動き	・依然として夜の街にはほとんどいない。若者は多少出ているが、タクシーを利用してくれる客はおらず、売上もさっぱりな状況である。昼も全体的に暇な状態が多く、当社では休みを通常より5日ほど増やしている。
企業 動向 関連 (四国)		輸送業（経理）	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減少していた出荷量のうち、国内輸送については低水準のままだが、海外向けや特に中国向けの出荷量が増加してきた。
		電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・1～2か月前と同様に、新型コロナウイルスのワクチンを保管する保冷庫の需要が伸びており、一過性の特需に近いものであるが、一部の事業体で受注量や販売量が改善している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和2年度の当初予算やこれまでの補正予算、前年度繰越し等で公共事業量は前年度よりも多く、売上も順調で業界の景気は上向きであった。加えて、年度末の補正予算の執行で更に上乘せされ、新年度以降の仕事量も確保できていることから景況感が好転している。
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・都市部の大企業の広告料は、上期に新型コロナウイルスの影響でCMを控えていた反動で、下期からは復調気味で、特に12月からは前年超えが多い。2月も引き続き前年超えとなっているが、12月と比べると微増である。
		金融業（副支店長）	受注量や販売量の動き	・業種により偏重はあるものの、足元では前年同期比の売上が回復基調にある取引先が増加傾向にある。
		税理士事務所	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響を受けていた企業の業績が回復傾向に向かっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関連の事業については、客からの問合せはあるが、成約まで至らない状況が続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月以降、受注が伸び悩んでいる。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これ以上の下げ幅がない状況である。
		農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は、例年の7～8割程度で推移している。価格を押し上げる業務需要の動きが低調であり、青果物全体の基調価格を押し下げている。家庭消費も一時期のような勢いはなく、巣籠りの定着により家庭での食事が当たり前となり、低価格志向が強まっている傾向にある。春商材の動きも例年より鈍い。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の取引先のうち、地方の雑貨小売店やインテリア家具などセレクト店舗の景気は悪くない状況である。しかし、観光地の景気は低迷しており、それらの地域の小売店は非常に厳しく、全体的には前年比90%前後の売上推移である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の影響が2月後半の売上に出ていると感じている。また、3月の受注量は大きく減少している。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響を大きく受けている状況に変わりはない。ただし、良くなる兆しも感じており、来月以降は現時点より良い状態となると思われる。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、受注残が減少している。また、雇用維持のため臨時休業による雇用調整助成金の受給を余儀なくされている。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・12～1月は第3波到来や二度目の緊急事態宣言発出の影響があったにもかかわらず、大きな減少は見受けられなかったが、2月に入り見受けられた。業界を見渡してみると個人向けの消費を支える宅配便分野が好調である一方、企業向けの商業物流分野は依然として苦戦を強いられており、景気の回復を実感できるような動向ははまだ見受けられない。
	x	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もあって、海外での商談が長引き、需要は前年割れが続いている。
雇用 関連		-	-	-
		*	*	*
(四国)		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・登録者数は例年と変わらず、大きな変動は感じない。
		人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・飲食業の営業時短要請は解けたものの、いまだ警戒期間であるため外食産業の経営状況は回復できていない状況である。旅行業や宿泊業、公共交通機関、公共施設の集客も厳しく、企業は雇用確保の抜本的な見直しを迫られており、離職者も増加している状況がうかがえる。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・サービス業以外の求人はあるが、以前と比べると求人数が伸び悩んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響を受けていなかった分野の広告出稿にも少しずつ影響が出始めている。
		求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・周辺企業では一部業界を除き、軒並み売上や利益が前年と比較して厳しい状態である。観光や飲食を始めとするサービス業界と、その周辺業界では壊滅的なダメージを受けているところもある。
		職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が様々な産業において出ており、事業所閉鎖や事業縮小等による人員整理を実施する事業所の発生が4月以降継続している。緊急事態宣言の発出によって、都市部から地方への人の移動が激減したことによる影響が、解除の時期まで続くと思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が都市部に発出されているなか、時短営業を実施している飲食業や観光業、旅行取扱業者、ホテル業界は深刻な状況が継続している。



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

11.九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (九州)		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・年度末で新型コロナウイルスの影響が始まっていた前年を大きく上回っている。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生後、周辺商店街を含め時短営業や催事DM抑制もあり、高齢者中心に集客力が低下している。来店客の減少や滞留時間短縮は継続しているが、上旬のバレンタインキャンペーンや中旬の全店催事、また、下旬のクレジット催事と午前中心に客足が戻りつつある。店頭では自家需要商品の紳士・婦人衣料雑貨、寝具、家電製品やし好性の高い舶来雑貨・時計・美術工芸品等は依然堅調である。店頭外でのオンライン販売と物産催事開設では、好調な受注が続いている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言下で、コンビニエンスストア利用の幅が広がっており、来客数の改善がみられる。新型コロナウイルス禍にあっても、滞在時間が短くて済むため、客の感じるリスクが軽減されていると考えられる。
		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] (支配人)	来客数の動き	・年末からの新型コロナウイルス感染者数拡大や近隣の県での緊急事態宣言の影響もあり、かなり苦戦していたが、今月に入り回復の兆しが見えてきている。売上としては、全体的に95%程度まで回復しており、旅行等厳しい業種もあるが、客足は戻りつつあると言って問題ない。一方、従業員が感染した場合のパッシングは根強く、誤解を招かないよう行政側の発信を強めてほしい。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・時短営業が解除となり、僅かではあるが、客は戻りつつある。しかし、これまで外出自粛が続いたことにより、外出を控える傾向が強くなっている。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光インターネットのエリア拡大により、販売量が増加している。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・今月中旬に県からの緊急事態宣言が解除されてからは、若干人の動きがあるが、午前中は生鮮食品の買物がほとんどで、商店街を回遊する客は少なく、生鮮食料品以外の物販は厳しい状態が続いている。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・緊急事態宣言が間もなく解除されるが、人の動きが非常に悪いために消費が抑えられている。最低限の必需品以外は、購入しない状況になっている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの政策で、飲食店が少しでも安心して潤うかと考えていたが、厳しい状況は変わらない。新型コロナウイルスの感染状況に慣れてきて、客が戻る気配がなく、不安がある。
		一般小売店[青果](店長)	それ以外	・ピーマン、きゅうり等当地産物の中央市場での相場が上がりにくい。レタス、サニーは他県から入るが、半値から1/3の価格である。品物の動きがなく、業者は苦しんでいる。
		百貨店(企画担当)	販売量の動き	・バレンタインは、プチゼいたくの自家需要もあり好調に推移しているが、催事やイベントの中止、また、延期、縮小等厳しい状況は継続している。家中需要といった家電や生活用品等は、引き続き堅調に推移しているものの、婦人服を中心としたアパレル関連は依然苦戦している。
		百貨店(業務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍が発生し、外出自粛等が始まって1年が経過した。売上の実績は、前年も影響を受けていたため、落ち込みが目立たなくなっているが、来客数や客の外出減少、また、それに伴う購買減少の状況は全く変わっていない。
		百貨店(プロモーション担当)	来客数の動き	・初回ほどの強力な自粛はみられないものの、再び緊急事態宣言を受けて、特に夕方以降の来店が大きく減少している。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・景気動向としては、大きな変動はないが、生活スタイルが家中であることは間違いない。食料品好調に対して、衣料関連は苦戦している。	

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（統括者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、緊急事態宣言もあり、内食率は相変わらず高く推移しており、1人当たり買上点数の増加も続き、客単価は高い数値を維持している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・病院内の店舗であるため、新型コロナウイルス禍の影響で、来店客が激減している。また、医者を含む職員が感染しないための予防策で、買物に消極的で売上が大きく下がっている。ワクチン効果で新型コロナウイルスの感染が終息しなければ、厳しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	お客様の様子	・時短営業が解除され、弁当や総菜等家食のための食材の売上が、アルコールよりも若干落ちている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの感染拡大のため、来街者及び来店客はない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・買物をする人が少なく、来客数が少ない状況が継続している。一部の客では、今まで買い控えていた分をまとめて購入するということがあり、若干の売上はあるが、消費意欲がないことを危惧している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・1月は新型コロナウイルス感染急拡大及び近隣でのクラスター発生で来客数が激減したが、時間が経過し落ち着きをみせると、3か月前と同様に巣籠り需要の恩恵で、前年を上回る状態に戻っている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で2月は、過去5年間のなかでも上位になっており、景気は良い状態である。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス関連の補助金やプレミアム付商品券の後押しも徐々に弱まっている。駆け込み需要の面が大きかったため、今後の反動が懸念される。
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・来客数は減少しているが、巣籠りやテレワーク需要により、テレビや冷蔵庫、洗濯機、パソコン等大型家電が伸びており、前年を上回る売上である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ここ最近では、個人でも全体でも売上が、さほど変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が堅調に推移している。特に人気車種は納期6か月超の車もあり、当面は売上利益の確保ができる。
		乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響を受けている。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月の各種キャンペーンで、新型コロナウイルス発生前の売上まで回復しているが、店舗での販売では決定までに時間が掛かり、来客数も少ない。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・来客数が減少傾向にある。ただし、客の購入単価は、巣籠り等の需要で増加している状態である。売上等は前月と変わらない状態で横ばいである。今後、暖かくなると外出も多くなり、来客も増加傾向になる。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は、やや上げの傾向である。県独自の緊急事態宣言が解除され、感染者も1けた台で推移していることで、客には安心感が出ており、販売量は前年並みを予想している。
		その他小売の動向を把握できる者【ショッピングセンター】（統括者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の緊急事態宣言下で、客の来場が大きく落ち込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・飲食店を含めた宿泊業は、緊急事態宣言の影響を大きく受けており、売上増加が見通せない状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス対策は取っているが、客が少ない。
		ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・ゴルフブームの傾向もあるが、料金や購買状況は余り変わらない。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前から比較すると徐々に上がると予想されるが、緊急事態宣言もあり横ばいの状態が続いており、客の動きも悪くなっている。なかなか活性化していない。
		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の影響で景気が良くない。街に人通りがなく、店の状況が危なくなっている。支援金対象ではないため、何らかの対策を講じてほしい。
		美容室（店長）	お客様の様子	・外出を我慢していた人が、久しぶりに外出している状況である。

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
		設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大防止対策の影響で、観光業や飲食業が閑散としており、金が回っていない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、集客が見込めない割には、Webを通じて客の反応はある。計画どおり進んでいる物件もあるが、外した企画の物件は伸び悩んでいる。景気は、計画に対し若干下降している。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・今回の緊急事態宣言発出後の来場者数は、やや減少しているものの、前年の緊急事態宣言時ほどの減少はない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・年末の第3波発生以来、1～2月は4月の第1波以上に非常に悪い状況である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上は落ちてはいるが、2月は取り立ててイベントもなく、12月の送別やクリスマス、正月の花など需要が見込まれた月と比べると、最悪の状況にはなっていない。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出による外出自粛の影響で、来店客が減少している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月は、緊急事態宣言の発出の影響が一番大きい。新型コロナウイルスの感染拡大で来客数が落ち込んでいく。緊急事態宣言の発出いかんで状況が変わっていく。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・2月に入り緊急事態宣言が延長されたが、1年前のような買いだめに殺到する動きは見られない。1回当たりの客単価は、前年超えで推移しているが、来客数は前年割れが続いている。この1年で、新しい生活様式が浸透しつつあり、デリバリーが普及しているが、これまでのような巣籠り需要は、さほど期待できないと考える。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍による緊急事態宣言が発出されていない地域でも、新型コロナウイルス感染者の増加とともに来店頻度が低下している状況である。家中需要の傾向は変わらず、食品部門は来店頻度の低下に伴い、買上点数増加による客単価増加にはつながってがっているものの、衣服住部門はクリアランス時期にもかかわらず、前年を大きく下回る状況が継続している。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス発生から1年が経過し、前年に売行きが良かった商材が、大幅に落ち込んでいる。また、気温が高いために、鍋物や汁物等の冬型商材の動きが悪い。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは減少しており、巣籠りのための生活必需品や食料品購入の下支えはあるものの、イベントや旅行、行楽での利用は大幅減少している。飲食店の時短営業だけでなく、夜帯の仕事関係者の減少で深夜22時～早朝6時の時間帯は来客数が少ない状態で継続している。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、緊急事態宣言が独自に発出され、また、外出自粛も要請されたため、来街者が極端に少なくなり、来客数も減少している状況である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス特需が落ち着きつつあり、今後この流れが続くのではないかと考えられる。
		住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・秋冬が繁忙期となるため、春が近づくにつれ客単価が低くなっていくが、緊急事態宣言の影響で来客数も落ち込んでいる。加えて、雪等で外出しにくい日が続いたこともあり、落ち込みの要因として挙げられる。また、例年であれば大学進学に合わせた新生活セットを買い求める客も多いが、今年は極端に少ない。
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・時短営業の影響もあり、企業や団体等での宴会等の予約がなくなっている状況である。
		タクシー運転手	それ以外	・現在の新型コロナウイルスの感染状況では、景気は横ばいから下り坂である。ワクチン接種が早く始めれば、かなり内需は上向いてくると考えられるが、まだ先行きが見通せず、厳しいと懸念される。
		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	・会場貸しの引き合いが、全くない。来年度の予算策定に当たって客からの経費削減要求の声が大きくなっている。

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
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	お客様の様子	・季節要因による入院等の客減少に加え、新型コロナウイルス第3波の拡大の影響で、売上高は、前年比及び前月から大きく減少傾向となっている。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・緊急事態宣言を受けて、イベントの開催ができない。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客が商店街に来ることがなく、また、飲食関係の業者も商店街に仕入れに来ることがないため、客が減少している。今の状態では、厳しい状況が続いている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・1年が経過しても新型コロナウイルス禍が収束しないため、一段と景気が落ち込んでいる。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・緊急事態宣言により、来客数が減少している。年度末の繁忙期にしては、余りにも少ない。
	×	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、商店街では高齢者の来街が極端に少なくなっている。緊急事態宣言が解除された後に、客が戻ってくるかどうか心配である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で来客数が大幅に減っている。客に聞くと制限は緩和されているが、外出はできるだけ控えている状態である。
	×	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出を受けて、飲食店向けの販売量が激減している。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・客の購買意欲が変化し、必需品以外は極力買わないようにしている。
	×	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再度発出され、不要不急の外出自粛や飲食店の時短営業要請で、休業している店舗が多く見受けられる。いつもの活気もなくなり、歩行者も少ない状態で売上は上がらない。
	×	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の全体の売上は79%となり、3か月前から16%落ちており景気は悪くなっている。部門別では、一部の店舗で衣料品は87%、喫茶、食堂は56%で悪い状態が継続し、食品も催事が今月はないことから68%になっている。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍での緊急事態宣言の最中であり、テレワークが常態化している企業も多く、平日も週末も、人の動きが戻っていない。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・2店の経営をしているが、どちらも前年の売上を下回り始めている。
	×	コンビニ（店長）	それ以外	・売上の減少や雇用問題、さらに、借金による赤字運営で、飲食業界は限界である。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来店客がなく、例年の半分以下である。
	×	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出されて、来客数は更に減少している。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・お弁当を始めたところ、最初は良かったが、すぐに巣籠りになり、注文も少なくなり、耐えている状態である。新型コロナウイルスの感染が収束し、ワクチン接種が早く始まることを待っている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当店の客層は会社関係が多く、緊急事態宣言発出後は自粛により全く客の来店がない。
	×	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・明らかに客の数が少なく、夜街に出ている人も少ない。
	×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・緊急事態宣言に伴う飲食店への時短営業要請により、売上減少となり景気は下向きとなっている。
	×	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・県独自の緊急事態宣言により、外出自粛や飲食店への時短営業要請があり、特に夜間帯の来客が激減している。新型コロナウイルス感染防止対策として、外食自粛が定着した感が強い。
	×	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・3か月前にはGo To Travelキャンペーンの影響で、これまでにないほど多くの宿泊があった。緊急事態宣言が出ている現在は、ほぼ休館状態になり最悪の状態である。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・緊急事態宣言発出後、稼働は今までにないほどに低迷している。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言のなかでも、昼間の人出はそこそこあるが、イベント縮小や夜間の繁華街の人出のなさ等景気の低迷が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連  (九州)	x	競馬場(職員)	来客数の動き	・客を迎え入れられないため、状況は悪い。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今年に入り受注が急増し、2月以降はキャパオーバーの状態が続いている。
		電気機械器具製造業(取締役)	受注量や販売量の動き	・来期以降の具体的な商談が増加しつつある。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	受注価格や販売価格の動き	・金属相場や貴金属相場は右肩上がりになっているため、徐々に回復傾向にあるが、生産量で考えるとまだ減少傾向である。投機による上昇であり、生産増加による上向きではない。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・E C通販向けは引き続き好調である。店舗販売からE C通販に参入する客が増加しており、また、大手企業からの健康食品の受注が増加している。
		農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・従来下がる時期に上がっており、気候との相関がみられないことから、非常に不透明な需給となっている。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注関係は前年度と比較すると良いが、3か月前と比較するとそこまで良くない。市場関係の状態は、Webでは波があり、通常の販売では思うようにはいかない。今後はWebが主力になると考えている。
		一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・客の体制が大きく変わり、安定していない状態が2~3か月続いている。
		輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・相変わらず例年と比べても物量が下がり、人件費は高騰したままである。
		通信業(経理担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、横ばいが継続している。
		金融業(調査担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染状況は落ち着きつつあるが、飲食やタクシー業界等では、回復への足取りは重い。消費者には、ステイホームの意識が根付いており、割引等の集客イベントへの反応も鈍い。
		金融業(営業)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、モノ、ヒトの流れが止まっている。製造、販売共に需要がない状況である。
		新聞社[広告](担当者)	受注量や販売量の動き	・東京や大阪が回復傾向にあり、広告出稿が少し戻っているが、地元九州の状況が悪い。
		広告代理店(役員)	受注量や販売量の動き	・業績3か月予想がなかなか好転しない。競合プレゼンテーションや新規の案件数も低位で安定してしまっている。
		経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・取引先に人材投資の計画を聞くと、大きな変化がない状況である。
		経営コンサルタント(社員)	それ以外	・2月の研究会で最近の動きについて報告があったが、決算整理が忙しく、新しい動きはみられず、新しい取組は1件のみで低調であった。
		経営コンサルタント(社員)	取引先の様子	・業務用卸売業が倒産寸前である。宅配を主にしている業種は何とか前年比100%を維持している。
		その他サービス業[物品リース](職員)	取引先の様子	・来期不透明感もあり、設備投資を行うか否かの判断が難しいとの意見をヒアリングするケースが多い。
		農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・1月は厳しい状況であったが、2月に入り更に深刻である。今月の売上は、対計画の70%になる過去最低の予想である。好調であった量販店向けも2月は稼働日数が少なく、厳しい売上になっている。冷食メーカー向けも1~2月は本格的な稼働をしないため、3月以降に期待したい。
		繊維工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量が少なく、今月は予定外に5日程休みにした。競合他社では、もっとひどい状況の企業も少なくない。改善されていくのが危惧している。
	金属製品製造業(事業統括)	受注量や販売量の動き	・2021年度の建築案件の先行きが見えない。新型コロナウイルスによる再度の緊急事態宣言にて営業活動に支障を来しており、テレワークでは思うような情報が得られず、受注量が芳しくない。	
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・引き合い案件が乏しい状況である。また、仕事量が減っているため、コストも下がってきている。	
	建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・ゼロ国債、ゼロ県債等の工事発注が大いに期待されているが、なかなか発注されてこない。特に、地方の発注機関では対応が遅く、また、天候も良く工事期間の短縮にもつながったため、今年は例年になく手持ち工事の完成が早かった。工事の早期発注を期待している。	

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
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年の今頃は、新型コロナウイルスにより急激に出庫が減少し、倉庫貨物が滞留し、倉庫は埋まっていたため、荷主もこの状況を踏まえて在庫調整をしている。飲食店の休業や時短営業、在宅勤務等により一部の商品は売れない状況となり大幅に在庫が減少しており、ワクチン接種が始まってもすぐには戻らないと予想される。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言が継続中で、飲食業を始めとするサービス業に関して時短営業要請もあり、夜の人の動きも止まっており、全体的に消費等が下向きである。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・例年では、年度末に近づくと市町村は補正予算の業務を業者へ発注するが、今年度はその動きがほとんどないため、売上が伸びていない。新型コロナウイルス感染対策のために、当県内にある事業所への隣接した県等の市町村からは、問合せもない状況になっている。
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・輸出や公共事業関連企業は比較的高水準で推移している。一方、新型コロナウイルスの感染拡大により、緊急事態宣言が再び発出されたことから、百貨店やスーパーマーケット等の売行きは伸び悩んでいる。
	×	金融業（調査担当）	取引先の様子	・前年12月から新型コロナウイルス第3波の影響が出ており、個人消費や企業生産活動は弱めの動きとなっている。半導体や乗用車の新車登録台数等一部では持ち直しつつあるものの、飲食店や旅行、観光等のサービス業を中心に、感染再拡大の影響を受けており、企業の資金繰りが厳しくなっていることから、3か月前と比較すると景気は悪化している。
雇用 関連 (九州)		-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・県独自の緊急事態宣言も解除され、飲食店等の時短営業や移動制限も緩和されたこともあり、幾分は消費活動も活発になっている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数は相変わらず減少しており、後任を採用しない状況は変わっていない。新型コロナウイルス関連での短期注文はあるが、増員や欠員補充の注文は少ない。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・企業側の採用状況や求職者の動きどちらを見ても停滞している。派遣受注状況が良くないため、新型コロナウイルス関連の事務系も思ったほどの進捗は見られず、前年と比べると減少傾向が続いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・現在、取引ができていない業界は、新型コロナウイルスの影響を受けにくい業界であるが、当社では、新型コロナウイルスの影響で打撃を受けており、緊急事態宣言の解除が一刻も早くされることを期待している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・月間有効求職者数が、前年比で大幅に増加している状況であり、改善する材料が今のところ見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・2022年卒業の3年生の動きは、IT系企業等一部を除き、採用予定人数が減少している。運輸や旅行等は採用見送りのケースも多く、新卒の採用環境も厳しい状況が続いている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2021年卒業生のうち、就職先がまだ決定していない学生もいるが、該当する求人も余り届いていない。2022年卒業の採用活動は、3月を前に少しずつ始まっているが、選考を受けている学生も見受けられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・緊急事態宣言発出後に、受注が激減している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響で外出機会が減少したことで交通事故が減り、損害保険調査の求人募集が減っている。新型コロナウイルスの影響が至る所に出ている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・これまで社員の休業で、新型コロナウイルス禍に対処していた大手の小売や宿泊業で、退職者の募集を開始する等、雇用に直接影響が出始めている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・長年大きな営業をしてきた事業所から、希望退職者募集や出向、又規模縮小、事業譲渡の相談が出ている。

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	新聞社〔求人広告〕(社員)	周辺企業の様子	・緊急事態宣言により、4～5月と同じ状況になっている。イベントの中止は前回ほどではないが、旅行広告や宿泊施設の広告はほぼ止まっており、新聞広告量も、前年と同じ状況まで落ち込んでいる。通勤ラッシュ時はそれなりに混雑しているが、昼間や夜間は緊急事態宣言前と比べて明らかに少なく、通勤以外での人の流れが減少している。

## 12. 沖縄 (地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(- : 回答が存在しない、\* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		スーパー(販売企画)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍により来客数減少と販売量アップで、売上はマイナスが続いていたが、今月は地域プレミアム付商品券や県のプレミアム付クーポン等の効果、また自社によるポイント倍セールを増やしたことにより販売量が増えている。うるう年であった前年との比較では営業日が1日減少となるが、売上は前年並みで終える予想である。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・弁当や総菜の売上が増え、客単価が伸びている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・販売数が前年比110%と好調で、特に他キャリアからの乗換えが計画を上回り全体を引っ張っている。
		百貨店(店舗企画)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出で来客数が減少しているが、限定商品の販売等では、反応があり増加する。前年4月に比べ、感染防止対策が強化され、必要に応じて人の動きが柔軟になっているようにみられる。前年は2月から新型コロナウイルスの影響が出始め、前々年と比べ来客数がマイナス20%となったが、本年は更にマイナス20%となり、まだまだ回復には時間が掛かる。
		その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	それ以外	・緊急事態宣言発出に伴い2月28日までは午後8時までの営業となれば、居酒屋ではこれからという時間で終わりになり、ほとんど入客が取れないので、現在は宣言解除までは全店休業としている。金銭的な面と、スタッフのモチベーションを維持するのが極限に来ている。
		住宅販売会社(代表取締役)	販売量の動き	・個人住宅及び投資建築案件において一定の建築受注を行っている。
		住宅販売会社(役員)	販売量の動き	・沖縄県独自の緊急事態宣言の真っ只中で、売上及び客動向に変化はみられない。
		一般小売店〔酒〕(店長)	販売量の動き	・具体的な新型コロナウイルスワクチン接種の開始や、自粛期間などが曖昧である。
		スーパー(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の影響で内食の恵方巻き関連は好調に推移する。その他旧正月や旧十六日需要は横ばいとなるも来客数の減少が続き、バレンタイン需要等で苦戦となる。
		コンビニ(副店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除の見通しはついていないが、週末や雨天時の来客数は激減している。また近隣の施設も約半数が休業して人通りが全くない。
	x	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチンができない限りは、景気及び売上の向上は難しい状況となっている。
	x	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・1月末からの沖縄県独自の緊急事態宣言発出以降、沖縄県を訪れる観光客、ビジネスマンの姿が激減、1日1000人以上だった来店客が700人程度に減少している。近隣住民も夕方以降は自粛モードとなったことも要因である。
	x	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・そもそも人が歩いていない。客の財布のひもも固いし、緊急事態宣言下であることと、飲食店への時短要請などの影響で人の流れが完全に変わっている。景気が悪くなるのは当然である。
	x	観光型ホテル(代表取締役)	来客数の動き	・大都市の緊急事態宣言と沖縄独自の緊急事態宣言により、宿泊部門は旅行需要が低下し客室稼働率は前年が84%のところ15%と低迷し、飲食部門の時短営業、営業自粛により夜の宴会は0件である。最低の状況にあり、手も足も出ない状態である。

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
	x	観光型ホテル (企画担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンにより前年11月のホテル販売室数が前年比27%増とプラスだったのに対し、緊急事態宣言の影響で休館したことにより2月の販売室数は前年比94%減とマイナスに転じている。
	x	旅行代理店(マネージャー)	販売量の動き	・もともと個人旅行の取扱は少なくGo To Travelキャンペーンの恩恵もそれほどないが、年末から今年に入ってからは新規の個人旅行の予約がほぼない。非常に厳しい状況となっている。
	x	観光名所(職員)	来客数の動き	・観光客は増えていない。土日に沖縄県民が増えてきているが、そもそもの来客数が違う。
企業 動向 関連		-	-	-
(沖縄)		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新築の仮契約が増えてきている。
		会計事務所(所長)	取引先の様子	・建設機材リースについても新規業務が先行き不透明となっており、既存事業終了の後が心配である。
		窯業土石業(取締役)	受注量や販売量の動き	・公共工事、民間工事が減少傾向にあり、特に民間工事の需要が新型コロナウイルスの影響で低調である。
		輸送業(経営企画室)	取引先の様子	・県独自の緊急事態宣言が延長され、外食関連の消費が減少している。
	x	食料品製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・沖縄も緊急事態宣言が2月末まで延長され、観光客の激減と夜の飲食店の時短による影響が大きい。
雇用 関連		-	-	-
(沖縄)		人材派遣会社(総務担当)	求人数の動き	・急募案件が増えてきてはいるが、人手不足感が否めないためマッチングが厳しい状況である。
		学校[専門学校](就職担当)	求人数の動き	・新卒向けの求人が例年と変わらないくらい届いている。
		学校[大学](就職支援担当)	求人数の動き	・前年までは2月にも新卒募集の追い込みがあったが、今年はほとんど話を聞かない。3月新卒の採用活動はおおむね終了したようである。
		求人情報誌製作会社(営業)	求人数の動き	・前年11月と比較すると求人数は減少している。1月に発出された緊急事態宣言による影響で、企業における採用活動の停止継続、再開延長で求人数は減少している。飲食店を含む接客、サービス系の求人数は依然として増えていない。
	x	-	-	-