

1. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------------------|---------|------------------------------|--------|---|
| 家計 動向 関連 (北海道) | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の解除に伴って来街者や来客数が徐々に回復している。 |
| | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・前年に収穫されたりんごが大豊作であったことから売上が良い。また、春に収穫された根菜類も好調である。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き | ・北海道や東京などでの緊急事態宣言が解除されてから人流が増えている。旅行客についても、団体グループや修学旅行の学生を見掛ける日が増えてきた。少しずつではあるが、旅行や出張で人が動き始めている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が発出されたことで、百貨店では、5月から食料品や生活必需品の売場を除き、土日を休業していたため、6月初旬の売上は前年と比べて大きなマイナスとなっていたものの、中旬になり、新型コロナウイルス感染者数が減少し始めたことで来客数が回復してきた。緊急事態宣言が解除された6月21日以降は前年を上回る日が続いており、全体的な売上は回復傾向にある。 |
| | | 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市中感染状況が落ち着きをみせるのに伴って、来客数が増加傾向にあり、買上率も向上している。 |
| | | スーパー（企画担当） | お客様の様子 | ・前年に続き緊急事態宣言が発出された。前年は感染症に対する知識の不足から客の引き籠りが多くみられたが、今年は感染対策が周知されたことやワクチン接種が始まったことから、客の行動が前年と比べて活動的になっている。 |
| | | スーパー（役員） | お客様の様子 | ・前年は自粛の夏だったが、今年は夏の催事が通常の状態に戻りつつある。それに伴って総菜などの販売量も回復してきている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き始めたことで、夜間の来客数が伸び始めている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・5月に発出された緊急事態宣言は6月20日で解除されたが、まん延防止等重点措置が継続しているため、ビジネス、観光共に人の動きが抑制された状態が続いている。ただし、前年と比べると、空港利用者数は回復傾向になってきている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の期間中が底だったため、景気はやや良くなっている。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が発出されたことで、6月20日までは客も外出を控え、夜の街関連の店も休業していた。そのため、タクシーの稼働状況は前年から30%落ち込んだ。ただ、3か月前と比べれば景気はやや良くなっている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・通信機器の取扱店舗も、大型商業施設などでの出張販売も来客数が増えている。客の購買意欲も高く、来客数の伸び以上に通信契約や販売量が増えている。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） | 来客数の動き | ・北海道に発出されていた緊急事態宣言が解除されたことで、旅客の輸送量が急激に増加している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・前々月から他市及び道外ナンバーの車両を見掛けるようになってきているものの、ワクチン接種が順調に進んでいないことから、当区域を訪れる地元客の客足は遠のいたままである。緊急事態宣言解除以降の来街者数も少ないまま変わらない。当地の夏祭りが2年続けて中止となったこともあり、地域全体として沈滞ムードが漂っており、現状を打破する有効な方法も見付けられないままである。 |

| 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（エリア担当） | 単価の動き | ・緊急事態宣言発出後も客単価は変わらずに推移している。周りの飲食店の状況もさほど変わらないため、景気は変わっていない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・客がワイシャツなどの必要最低限の商材しか買わない状況となっている。コロナ禍において、何とか節約して乗り切ろうと考える客が多く、財布のひもは固いままである。 |
| | | 家電量販店（店員） | 来客数の動き | ・来客数は前月から横ばいでの推移となっている。前年との比較では9割程度とやや少なくなっているが、テレビやレコーダーなどが多少売れ始めている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・コロナ禍のなか、大きな打撃を受けている状況に変化はない。販売量の伸びにつながるような変化も見当たらない。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | 単価の動き | ・新型コロナウイルス対策について、政府や自治体も具体的な解決策を見だせていない状況ではあるが、売上は前年の105%と増加傾向にある。ただ、客単価が高いことが要因であり、来客数は前年比95%と前年を下回って推移している。 |
| | | その他専門店【ガソリンスタンド】（経営者） | 販売量の動き | ・徐々にではあるが、販売量が回復してきている。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・沖縄県以外の緊急事態宣言が解除されたこともあり、少しずつ来客数が増えてきている。ただ、全体的な観光客の入込数はいまだに例年を下回って推移している。今後については、東京オリンピックの開催に伴って、感染者数が再び増加に転じてしまったときに、どうなるのかという不安がある。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の解除に伴って来客数が回復してきている雰囲気があるが、その効果がまだ数字に表れていないため、景気は変わらない。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言によるダメージが甚大である。予約も入ってきているが、それを上回るキャンセルがみられる状況が続いている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・6月の3分の2が緊急事態宣言下であったこともあり、新規の予約数が少なかった。道内旅行の申込みもほとんどみられなかった。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | それ以外 | ・緊急事態宣言が解除されたことで、少しは良くなるのではないかとみていたが、東京オリンピックの動きが加速していることがマイナスとなっている。景気が良くなっていくような要素が一向に感じられない状況にある。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響による減収が続いている。昼間の外出自粛、夜の飲み会の廃止などが主な要因だが、なかでもビジネス関係の接待、宴会が皆無となっていることの影響が深刻である。緊急事態宣言の解除に伴って観光客に動きがみられるようになっているが、タクシー需要にはつながっていない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・日中の人出や客の利用状況に変化はみられない。夜間の人出については、これまで減少傾向にあったものが、少しずつ増えてきているものの、全体的な客の利用状況に大きな変化はみられなかった。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・ここ3か月、来客数はほとんど変わっていない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・ワクチン接種が大分進んできていることで少しは安心感もみられるようになってきているが、全国的な新型コロナウイルスの感染者数がそれほど減っていないことから、疑心暗鬼になっている客も多く、客の動きもムードも悪くなっている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・これまで以上に客の予算面での制約が厳しくなってきている。中～高額物件よりも、中～低価格物件を志向している客が増えてきている。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客の様子をみると、景気がやや下向きと捉えている客が多かった。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------|--------|---|
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置に移行したことで、人出が少しずつ戻り始めているものの、購買意欲が低いことから、売上は低迷している。また、時短要請を強いられている飲食店は、酒の提供が夜7時まで制限されているため、商売にならず困惑している。営業再開を諦めた店舗も多い。せめてあと1時間延長してくれるだけでも状況は一変するため、苦境を強いられている飲食店の要望にぜひ応えていただきたい。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・売上は前年比64.3%、前々年比6.9%となっている。隣接している自治体の感染者数が高止まりしていることから、当地もゴーストタウンのような状況が続いている。 |
| | | 百貨店（営業販売担当） | 来客数の動き | ・来客数が回復してこない。緊急事態宣言が解除された6月21日以降もすう勢は余り変わっていない。特に年配客の動きが悪いままである。若い世代の客は徐々に増えてきているが、買上につながらない。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・5月16日に緊急事態宣言が発出され、6月20日まで営業時間や営業日などについて制約が生じたことで景気はやや悪くなっている。生活必需品以外のテナントが土日休業となったことで、来客数が大幅に減少したほか、郊外型のショッピングセンターから、小型のスーパーマーケットに客が流れてしまう傾向がみられている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の解除後、販売量は回復してきているが、宣言前の水準までは戻っていない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響がじわじわと表れ始めている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・6月は客の動きが悪く、達成率が受注予定台数の60%にとどまり、前年実績を下回る結果となった。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | お客様の様子 | ・客の健康志向の高まりは肌で感じるほどだが、テレビやマスコミなどによる過剰な健康宣伝と購買誘導で客が混乱している。正しい情報ばかりではなく、誘導的な情報も多々みられる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・6月21日に緊急事態宣言と営業自粛期間が明けたが、売上は前々年の2割台にとどまりそうで景気は悪い。ただ、宣言解除後は低単価ではあるものの、ランチの売行きが良いなど、明るい材料もみられる。一方、感染再拡大や再度の自粛がいつ生じてもおかしくないため、余り期待しすぎないように淡々と営業していきたい。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・ゴールデンウィーク期間中は道内観光客に動きがみられていたものの、その後、まん延防止等重点措置が発出されてからは平日を中心に来客数が激減し、緊急事態宣言が発出された5月中旬以降は週末も来客数が減少するようになった。その状況はいまだに続いている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置など、人流を強力に抑制する施策が採られていることから、旅行、出張などは引き続き低調に推移している。また、観光需要喚起策も長期間停止しており、万策尽きた状況にある。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・長期間の緊急事態宣言が解除されたものの、まん延防止等重点措置に移行したため、人の流れは停滞したままであり、当社の売上も危機的な状態となっている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・前年から続いているコロナ禍のなか、国内客も地元客も動きが全くみられない。今回の緊急事態宣言は解除されたものの、いまだに人の行動が規制されている雰囲気強いことから、厳しい状況は変わっていない。 |
| | | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・現時点ではまだまん延防止等重点措置の最中であることから、観光施設としては、かなり利用客の少ない状況が続いている。ただ、金曜～土曜などはそれなりに入込があるため、まん延防止等重点措置の解除によってプラスに転じることを期待している。 |

| 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 |
|-----------------------------|---------|--------------------------|------------|---|
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除されたことで来客数が増加しているが、期間中の客の落ち込みが大きかったことから、月全体の売上は通常月に届かないことが見込まれる。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が解除された後も一定数の消費者はそのまま外出を控えているとみられることから、景気はやや悪くなっている。 |
| | × | 一般小売店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・6月20日まで緊急事態宣言が発出されたため、飲食店で酒類を提供することが全くできなかった。酒類は当社の主力商材であるため、当社の売上も壊滅的な状況にある。 |
| | × | スーパー（店長） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの感染拡大により、5月中旬から6月20日まで緊急事態宣言が発出され、当店も土日の休業要請に応じたため、週末の売上が大きく落ち込んだ。 |
| | × | スーパー（従業員） | お客様の様子 | ・前年の緊急事態宣言期間中は来客数が大幅に減少したものの、巣籠り需要に伴う客単価の伸びがみられたことで、売上は好調であった。今年は前年と同様に来客数が減少しているうえ、客単価も大きく落ち込んでおり、景気が悪くなっている。売上は前々年の水準よりも下回っている状況にある。 |
| | × | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴って緊急事態宣言が発出されたことで、新車購入のための来場が減少している。 |
| | × | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が続いているため、営業を行うことができなかった。街中の人通りも余りみられないことから、景気は悪くなっている。 |
| | × | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・5月に緊急事態宣言が発出されたことで、人の動きが一段と少なくなってきた。緊急事態宣言期間中は酒類の提供が禁止されたため、夜の人出はほとんどみられなかった。特に繁華街では20時以降はネオンも消え、人が全く歩いていなかった。そのため、タクシーの利用もなく、6月の売上は前年比マイナス30%となった。新型コロナウイルス発生前の前々年と比べると60%のマイナスとなっており、相当厳しい状況にある。 |
| 企業 動向 関連 (北海道) | | - | - | - |
| | | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・6月の販売量は前年比マイナス46%であったが、3か月前の3月の販売量は前年比マイナス53%であったため、景気はやや良くなっている。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・農産品は本州向けの荷動きがあるものの、保管量は依然として高い水準で推移している。九州方面を中心に、魚粉も動き始めている。飲料関連は夏の需要に期待しているものの、出足は鈍い。一般消費が拡大してきているようだが、物流にはまだ反映されていない。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | 取引先の様子 | ・客の動きは確実に活発になっている。受注量も増加している。景気回復への期待もあり、経済を回す前向きな動きがみられる。 |
| | | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・売上の前年比をみると、5月は微増であったが、6月は10%近い伸びを示していることから、景気はやや良くなっている。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言が解除されてから、設備投資意欲が増している。一方、半導体不足の影響で機械の納期遅れが出てきており、今後に向けて注視が必要となってきた。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス発生以前と比べて、販売量が15%ほど落ち込んでいる状況が続いている。 |
| | | 建設業（従業員） | 取引先の様子 | ・建設施工者の動向は、前月と変わらず悪いままであった。今年度から来年度に掛けての仕事量の減少が目立ってきているようだ。 |
| | | 建設業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・年度前半の工事量は確保済みであり、各現場では本格的な着工期を迎えている。新型コロナウイルスの直接的な影響は出ていないため、工事進行に併せて出来高が順調に積み上がってきている状況に変わりはない。 |
| | | 輸送業（支店長） | 取引先の様子 | ・道内の新型コロナウイルス感染者数は減少傾向にあるものの、まだ景気回復には向かっていない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------------|---------|-------------------------|--------------|--|
| | | 通信業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・一時期の景況感悪化に伴う値下げ圧力が弱まっている。販売量についても、特段大きな増減がなく、計画値で推移していることから、景況感の変化は感じられない。 |
| | | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・現在の状況は、緊急事態宣言が解除され、集中対策期間が終了し、経済活動の一部の規制が緩和された3か月前に近い状況にあることから、景気は3か月前と変わらない。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・コロナ禍のなか、各業種の自粛が前年から続いていることで、業績を大きく落とすまま回復していない取引先が多くみられる。特に運送業などは倒産こそしていないものの、回復もしていない低空飛行状態が続いている。国の支援も余り期待できないことから、今後の回復も期待できない状況にある。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・現在の主要プロジェクト工事が今後しばらく継続するとみられるため、景気は変わらない。 |
| | | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・最近の物流の動きに変化は余りみられないが、全体的に流通量が鈍くなっている雰囲気がある。 |
| | | 家具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響が大きく、景気はやや悪くなっている。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・鋼材、銅、アルミなどの材料費が高騰している。さらに、ウッドショックで新築住宅の着工に悪影響が出てきている。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置による規制が長期間に渡っていることで、全ての面で自粛ムードが広がっている。人との接触もままならない状況のなかで、景気が良いと考える人は一握りの人だけである。 |
| | x | * | * | * |
| 雇用関連 (北海道) | | - | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・コロナ禍ではあるものの、求人数は堅調に推移している。特に営業系の求人が目立っており、業績を回復させようという企業の動きがうかがえる。また、派遣で使っていた人材を社員に登用する動きがみられるなど、企業の採用意欲が増していることもうかがえる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移ったが、飲食店の活気が戻ってこない状況にあるため、求人意欲を上向かせる材料とはならなかった。ただ、3か月前と比べれば景気はやや良くなっている。今後については、感染者数と求人件数が反比例して推移することになる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・緊急事態宣言の解除を受けて、当地では個人経営の飲食店や中小零細企業の採用マインドが上向いてきている。また、ある大手企業からは、数年先を見越した50名程度の正社員採用の相談も受けている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・5月の有効求人倍率は1.27倍と前年を0.25ポイント上回り、新規求人数も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。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・前年は企業側も新卒学生側もコロナ禍での説明会開催や選考に当たったの大きな戸惑いがみられたが、今年は前年の試行錯誤で得られた知見から、上向きに転じている。企業の採用意欲と学生の内定獲得意欲も6月に入ってから上向いてきている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・農業関連の一次加工業、二次加工業において、非正規を含めて人材が不足していることから、弱含みながらも求人数に伸びがみられる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 周辺企業の様子 | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したことで、経済や消費活動への制限が段階的に減っているものの、目に見えるような変化がまだみられないことから、企業では様子見の状況が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・3か月前と大きな変化はみられない。緊急事態宣言が解除され、当地における新型コロナウイルスの感染者もここ数日はほとんど出ていないが、改善にはもう少し時間が掛かるとみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・当地における5月の有効求人倍率は0.82倍であり、3か月前との比較では0.01ポイントの低下にとどまっていることから、景気は変わっていない。 |

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

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------------------|-----------|----------------------------|---|--|
| 家計 動向 関連 (東北) | | 衣料品専門店 (店長) | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除になり、出張でスーツを着るとか、結婚式でのニーズが明らかに増えてきている。また、65歳以上のワクチン接種が進んだことで、り患するおそれがなくなり首都圏から子供が帰省するといった声も2～3聞いているので、少しずつだが経済が回りつつあるのではないかとみている。 |
| | | 一般小売店 [酒] (経営者) | 販売量の動き | ・東京の飲食店がお酒を提供することができるようになったので販売量が少し増えている。 |
| | | 百貨店 (経営者) | 来客数の動き | ・前月より1割ほど来客数が増加している。高齢の客の来店が午前中を中心に増加している。また、県外からの客も多少戻りつつある。 |
| | | コンビニ (経営者) | 販売量の動き | ・売上は徐々に回復傾向にあるが、夜間帯の売上がまだまだ持ち直していない状況である。飲食街に近いせいもあるので、回復にはもう少し時間が必要とみている。 |
| | | コンビニ (経営者) | 来客数の動き | ・来客数の微増に比例し売上も若干上向いているが、前年割れの状況である。 |
| | | 衣料品専門店 (店長) | お客様の様子 | ・ワクチン接種が進んでいる海外では日常を取り戻しつつあるという報道や、ワクチンの職域接種開始への期待、東京オリンピック開催など、気持ち的に前向きなマインドになるようなことが出てきたことで、消費者のマインドが回復してきている感じを受ける。 |
| | | 家電量販店 (店長) | 単価の動き | ・白物家電も黒物家電も高額商品が売れている。来客数は、特別定額給付金が出てコロナバブルとなった前年よりは悪く、前々年と比べても若干落ちている。単価の伸びでカバーできている状況である。 |
| | | 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は少し延びているが、個人客への販売が少し伸びてきている。 |
| | | 住関連専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・来客数も売上もコロナ禍前に近い状態に戻りつつある。高齢客が多い当店としては、ワクチン効果が多分にあるとみられる。 |
| | | その他小売 [ショッピングセンター] (統括) | 来客数の動き | ・首都圏の感染拡大の影響で新幹線を始めた旅客数が戻っていないものの、当エリアの感染の落ち着きにより、来客数が徐々に増えてきている。 |
| | | 観光型旅館 (スタッフ) | 来客数の動き | ・5月までは1割にも満たなかった関東や首都圏からの来客が増えている。また、県内客を始め、隣県や東北各地からの来客も前月よりも30%増加している。 |
| | | 旅行代理店 (従業員) | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除されたことにより、7月の連休、東京オリンピック・パラリンピックの有人観客、夏休み等に対する売上及び売上見込みが、多少ではあるが3か月前よりは良くなっている。 |
| | | 旅行代理店 (従業員) | 販売量の動き | ・旅行業につき、感染者数動向、ワクチン接種状況等を含め客の外出に対する心理的な不安や障壁が予約動向に直結する。その点において、東北6県は感染者数の減少が維持できていることや、高齢者を始めワクチン接種が加速してきていること、東北の一部県のまん延防止等重点措置適用が5月に解除されたこと、首都圏マーケットの緊急事態制限の緩和等により、低迷していた予約が上昇基調にある。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・暑さもほどほどであり、雨も少ない毎日であるが、1日当たりの乗車回数が微妙にアップしている。 |
| | 観光名所 (職員) | お客様の様子 | ・来客数は県内外の新型コロナウイルスの感染状況に大分左右されているが、県内が落ち着いてくるとともに、県内客の来店は増えている。また、県外客の話を聞いても、2回目のワクチン接種が終わったので動いているという人が徐々に増えてきている。大分明るい兆しが見えてきている。 | |
| | 観光名所 (職員) | 来客数の動き | ・県内在住者への割引特典プランを販売している。 | |

| 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 |
|----|---------|-----------------------|--------|--|
| | | 遊園地（経営者） | 来客数の動き | ・ワクチン接種が加速し、徐々にではあるが県内外の客の動きが出てきている。 |
| | | その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員） | 来客数の動き | ・来場者数に大きな変化はないが、9月末の注文住宅の住宅ローン控除の期限が近づいていることにより、住宅購入を直近で考える質の高い客の来場が増えている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | お客様の様子 | ・6月の前半は時間短縮営業だったため、売上は3か月前とほとんど変わらない状況である。6月14日から時間短縮営業が解除になり、少しずつ客が戻りつつある。店を訪れた繁華街を流しているタクシーの運転手が、乗客がおらずにまだに困っているところもほしかった。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が前年の8割である状況が続いている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・依然として景気は良くなっていない。特に前半は、近隣市の飲食店でクラスターが発生したことで、飲食店の中には自主的に営業を自粛する店舗もあった。それにより販売量が著しく低下した。後半は暑さの影響もあり、ようやく少しずつ動き出している。 |
| | | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | 販売量の動き | ・相変わらず仕立ても減少しており、二次製品も動かない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染が3か月前よりも落ち着いてきたにもかかわらず、来客数は3か月前と比べても回復しておらず、前年を下回っている状況である。 |
| | | 百貨店（買付担当） | お客様の様子 | ・月前半は購買意欲が高い傾向にあったが、徐々に落ち着いていった。それでも肌着や靴等必需品に近いものはコンスタントに稼働していたが、衣料品やバッグは外出控えが影響し低調である。クリアランスセールに入っても厳しいブランドが多くなっている。 |
| | | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・6月の平均1品単価、来客数、買上点数の前年比はいずれも下げ止まり感を見せていた前月と同様に推移している状況である。依然、消費は回復傾向に至っていない状況が続いている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・客単価はほぼ前年を維持しているが、来客数の前年比が悪い。特に夜間の来客数が少なくなっている。遅くまで外出している人が少ないようである。 |
| | | 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の動きが鈍いため、来客数が増加しない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・天候要因もあるが安定的な伸長がみられない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数の変化が前年と変わらない。特に夜間の客、ビジネス街の店舗が悪い状況である。売上も緊急事態宣言中だった前年並みであり、まだまだ景気は悪い状況である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・高校生の夏制服で何とか売上を計上しているが、一般客は依然として新型コロナウイルスの影響で客足が鈍い。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・夏のクールビズアイテムのビジネスシャツ、ビジネススラックスの動きが非常に鈍く、来客数は前年の6割の状況である。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言により来客数及び客単価が減少した。今後の東京オリンピック開催による人流増加で感染拡大も懸念され、来客数に影響が出ることも考えられる。 |
| | | 家電量販店（従業員） | 販売量の動き | ・購入点数に変化がみられる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・既存客の入庫状況も、新規客の来場件数も前年と変わらず推移している。3か月前の決算期からの動向も例年どおりで特別変化はない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 来客数の動き | ・来客数、受注共に増えつつあるが、いずれも横ばい状態である。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | 販売量の動き | ・新車の受注数はある程度戻ってきているが、一方で中古車の動きが悪く、前年比70%程度の進捗になっている。程度の良い中古よりも新車を選ぶ傾向が強いようである。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | お客様の様子 | ・物流が少なく、トラックの動きも少ない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-----------------------------|--------|---|
| | | その他専門店 〔食品〕（経営者） | 販売量の動き | ・当県は新型コロナウイルス感染者数も落ち着いているが、県外から訪れる人の数が上向いていないので、厳しい状況が続いている。 |
| | | その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | 来客数の動き | ・夏物の動きがまだまだ良くない。追加注文数も少なく、夏服の変更なども少ない。ほんの一部で注文数が増えているところもあるが、ごく少数であり、飲食店を始め観光業はおしなべて動きがない状態が続いている。 |
| | | 高級レストラン （スタッフ） | 来客数の動き | ・平日及び土日のランチの来客数はコロナ禍以前の8割程度まで戻っているが、ディナーの来客数は厳しい。 |
| | | 観光型ホテル （スタッフ） | 来客数の動き | ・7月も平日の客足は伸びない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・今月も相変わらず動きは鈍いが、6月中旬頃より先の予約に動きが出てきている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・旅行需要における個人の新規申込みは繁忙期でもある夏休みシーズンを前にしても依然として鈍化傾向にある。また、団体旅行においては新規申込みがない状況が継続しており、3か月前と比較してもほぼ変わらない状況である。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で規制が緩和されても、客の動きが戻らない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・ボーナス時期を迎えたが、決算状況の悪化や赤字決算のためボーナスが支給されない企業が多くみられる。よって、自然と消費動向が下降していく。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・客の設備投資意欲に変化はみられない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染が収束せず、相変わらず活動ができない。 |
| | | テーマパーク （職員） | 単価の動き | ・買い控えが続いており、以前よりももっと厳しくなったような印象を受ける。客単価が以前より悪くなった。 |
| | | 遊園地（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き、前年と同程度で推移しているが、コロナ禍前と比較して学校団体が激減しており、低迷している状況に変わりない。 |
| | | 競艇場（職員） | 来客数の動き | ・常連客の来場ばかりで新規客がいない。 |
| | | その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者） | お客様の様子 | ・依然、感染のリスク回避のために人の往来が自粛されている。その結果、来客数、売上単価、売上金額のいずれも低調である。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・新規計画の引き合いが継続的に発生し、業務へ結実している。いい意味で特に変化はない。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・6月のイベントや祭りが新型コロナウイルスの影響で中止となり、来街者が前年比1割程度減少し、景気は停滞している。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が大きく落ちてきている。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・春先と比較すると、安い商品、価格優先の買物動向が強くなってきている。結果として買上点数が減少傾向にある。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・4月と比べて商品の売上が前年比3%のマイナスになっている。来客数は1%のマイナスになっており、客単価が落ちている状況である。 |
| | | スーパー（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数が伸び悩んでいる。特に日曜日が悪く、月間でも前年比98.0%の推移となっている。 |
| | | スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・新型コロナウイルス感染者数が減少傾向になり、外出、外食への需要が高まっているようで、内食に対しては必要最小限の購買にとどめる傾向がみられる。生鮮食品については相場高や県内産の不作もあり、客単価が97%と下がってきている。 |
| | | 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が一番大きく、1年以上続いている。さらに、今月は天候が悪かったこともあり、客の動きが大変悪く、売上が下がっている。 |
| | | 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前年比での売上が落ち続けている。特に今月は前年に特別定額給付金10万円の支給があったので落ち込みがひどい。やはりリモートワークが主流になっているので、朝夕の通勤時間帯の来客数が減っている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------------|--------|--|
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・3～5月は来客数が前年を超える実績だったが、6月は前年比95%と落ち込んでいる。前年より週末の来客数低下が大きい。 |
| | | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・コロナ禍で来客数が減った前年は、10万円の特別定額給付金があったので、単価は前年比100%だった。今年は来客数が大分戻ってきたが、明らかに単価が落ちている。コンビニでは前年比100%となるには厳しい状況である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・ワクチン接種も始まり、少しずつ気持ちも前向きになるはずなのだが、この時期はセールを意識してか来客数が少ない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・コロナ禍での軽衣料ニーズによって、客単価がダウンしている。 |
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・前年は特別定額給付金が配られ多数の客が来店したが、今年は大きく減少している。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・受注生産なので、受注量が少ないことから販売量が減少している。コロナ禍における営業活動がなかなか厳しくなっている。 |
| | | その他専門店〔靴〕（従業員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染者数増加の影響が続いており、客足が戻らない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | 販売量の動き | ・販売量は大きく落ち込んだ前年と同等である。さらに、仕入価格、販売価格の急激な値上げにより、販売量の減少傾向が進んでいる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・コロナ禍で非常に厳しく、全てのものが解決しない宙ぶらりんな状態である。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・6月より時間短縮営業も完全になくなり通常営業に戻ったが、客は2～3割の状態に推移している。まだ様子見といった状態である。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・県独自の緊急事態宣言解除以降、多少は客が来るようになったが、東京などからの客や会社関係はほとんど来ることができない状況のようである。ごく僅かな客で商売をしている。 |
| | | 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や宿泊業の売上がかなり厳しくなっており、廃業せざるを得ない状況となっている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・全国の緊急事態宣言が地方都市まで影響し、人流がストップしている。巣籠り需要から一転し、経費節減のためか解約者も徐々に増えてきている。新規加入者、既存加入者の追加サービスへの加入も止まってしまった。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・前年の今頃は緊急事態宣言が解除され、一旦売上が急激に上がり、その状態が1か月半くらい続いた。しかし、今回まん延防止等重点措置が解除された後は売上の伸びが鈍化しており、来客数も前年よりはるかに少ない。リターン率もかなり悪くなっている状況である。来客数は前年の8～9割程度であり、今のところ回復の兆しが見えず厳しい状況である。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | それ以外 | ・建築受注量は前年を上回っている。一般建築が主だが住宅は減少している。 |
| | | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | 販売量の動き | ・住宅設備機器はエアコンが予測を下回っている。給湯器の交換も減っている。リフォームは簡易な修繕やハウスクリーニングは増えたが、高額の工事は減っている。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・5月の連休明け以降も来客数が増えていない。 |
| | × | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | 販売量の動き | ・出版物の消費傾向は新型コロナウイルスの感染状況や単身生活者の状況にマッチした商品は相変わらず好調に推移している。全体的には、前年のような強烈なベストセラーがないので厳しい。 |
| | × | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・今月に入り地域内の新型コロナウイルスの感染状況が悪化している。飲食店関連だけでなく市中感染も広まったとみられることから、明らかに来客数が減少している。 |
| | × | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・前年6月は特別定額給付金の給付があり、コロナ禍であっても多少の消費に結び付いた部分があった。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------------------|------------|-----------------------|--|---|
| | × | その他専門店 [酒] (経営者) | 来客数の動き | ・飲食店の落ち込みを含め、全国的に良くなる要素がほぼない。飲食店は細々と可能な範囲で営業をしているが、非常に厳しい状況をしのげなくなりつつある。 |
| | × | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・今月の来客もかなり厳しい状況である。平日でせいぜい2～3組程度、ディナータイムはほぼないような状況が相変わらず続いている。ワクチン接種は増えてきたが、来客にはまだ結び付いていないという状況である。 |
| | × | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・連日、新型コロナウイルス感染者数は減少してはいるのだが、まだまだ不安感はなくならないようで、特に繁華街での会食は止まっている。客に聞いたところ、会社からストップが掛かっており出てこれないということである。この状況は新型コロナウイルスの感染が収束するまでは続くと思予想するので、繁華街の飲食店はますます不況になる。 |
| | × | 観光型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・団体客が皆無のため、来客数が減少している。また、個人客もまだまだ少ない。 |
| | × | 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状況は非常に良くなかったが、1回目のワクチン接種が終了し、2回目の高齢者も出てきて、タクシー利用の客にとってはムードが良くなってきつつある。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | - | - | - | - |
| | | 農林水産業 (従業者) | 受注価格や販売価格の動き | ・当園は比較的豊作となっているさくらんぼだが、県内では不作だったため、取引価格が前年よりも上昇している。 |
| | | 食料品製造業 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・販売量が前年同月比105%となり、やや上向いてきた。3か月前と比べても、ギリ貧状態から脱出しつつあるようである。 |
| | | 金属製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・予定が後る倒しになりつつも、受注量は戻ってきている。 |
| | | 建設業 (企画担当) | 取引先の様子 | ・業種によってばらつきはあるが、投資意欲は総じて減っていないようである。 |
| | | 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。サービス業、小売業などは少し回復傾向にある。飲食関係は相変わらず低空飛行で、建設業は業種により業績が別れてきている。全体としてはまだ何ともいえない状況である。 |
| | | その他企業 [企画業] (経営者) | それ以外 | ・近くの温泉街の宿泊や食事の予約が、新型コロナウイルス感染前ほどではないものの増えていると聞いている。これが続くのかまだ予断を許さないが、今は福音と考えているとのことだった。 |
| | | 農林水産業 (従業者) | 受注価格や販売価格の動き | ・天候にも恵まれ果物の生育は順調だが、春の霜被害で品質は低下している。 |
| | | 食料品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・お中元商戦がスタートしたが動きは余り良くない。前年はまずまず良かったが、1人10万円の特別定額給付金の影響があったからかもしれない。新型コロナウイルスの感染がなかなか落ち着かない影響が出ているとみている。 |
| | | 出版・印刷・同 関連産業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・割増商品券など新型コロナウイルス対策の印刷物が受注できたが、それがなければかなりの落ち込みであった。 |
| | | 出版・印刷・同 関連産業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・イベントの中止、延期に加え、各種会合はオンラインや書面開催が多く、業界として受注量の回復に結び付かない状況に変わりない。 |
| | | 電気機械器具製 造業 (企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍における半導体業界の状況は大きな変化がなく、特に我々の景気を大きく左右する受注量・販売量も変化がない状況が続いている。 |
| | | 電気機械器具製 造業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・客と会議や会話をするなかで、以前にも増してコストをシビアに検討するようになってきている等、目下まだまだ厳しい状況が続いている。 |
| | 輸送業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・新たなマイナス要因として運賃の下落が出てきた。新型コロナウイルスの影響により貨物量が減ってきており、競争激化状態になっているのが原因と思われる。6月の売上予想は前年比で7%減、前々年比で16%減である。 | |
| | 通信業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響に自社内のリモートワークもあいまって、客との接触が厳しくなっており、営業対応に苦慮している。 | |

| 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 |
|------------------|-----------|-----------------------------|---------------------------------------|---|
| | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・繁華街での新型コロナウイルス感染が続いており、飲食業は引き続き厳しい状況が続いている。 |
| | | 金融業（広報担当） | 取引先の様子 | ・宿泊、観光、飲食業の苦戦は続いており、人員リストラに踏み切らざるを得ない企業も出てきている。一方で住宅メーカー、自動車ディーラーは需要が高まりつつある。業種によりコロナ禍の影響には大小あるが、個人消費全体としては下げ止まり感がある。 |
| | | 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新規感染者、病床使用率は落ち着いてきたが、依然としてイベントの中止も多く、活発な販促活動を展開するまでには至っていない。広告売上は前年を上回っているものの、前々年比ではまだ遠く及ばない状態である。 |
| | | 広告代理店（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・土産品の売行きが戻らない。それらの包装資材やパッケージ等の売上が悪い。 |
| | | 経営コンサルタント | それ以外 | ・地元の飲食店はアルコール提供時短要請の影響で、経営余力がほとんどない状況である。 |
| | | 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 | ・新型コロナウイルスの感染状況は以前と変わらず、大変な思いで生活や商売している人も多い。しかし、政府が進めているワクチン接種などの対策がかなり進んでいるので安心感が出て、買物なども以前よりは旺盛になったという印象を受ける。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・公共工事、民間工事が減少しており、需要は前年比で90%と低調である。今後もしばらくはこのような状況で推移する見込みである。 |
| | | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・一定の受注はあったものの、年度末の駆け込み契約時と比較すると減少傾向となっている。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | 取引先の様子 | ・商談が小粒になり、受注しても売上高を伸ばすまでに至っていない。助成金を絡めて提案をしているが、動きが鈍い。 |
| | | x | 食料品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き |
| 雇用 関連 (東北) | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・前月に続いて各県のワクチン接種関連の派遣オーダーが増加している。そこに定期増員の外資系生保の事務センターから20名規模の受注が重なっている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・専門商社や飲食店、建設資材の企業など、正社員を中途採用する企業が出てきている。県全体をみても求人に入れている企業が増えてきている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・募集開始企業、採用決定企業の両方が拡大している。総じて中途採用に前向きな企業が増えて印象を受ける。背景には新型コロナウイルスで新卒採用を抑えた部分を中途採用で代替するなどの動きが見えている。 |
| | | 新聞社〔 求人広告 〕（担当者） | 求人数の動き | ・求人広告の扱い件数が増加してきている。業種に偏りはあるが、人手不足感が出ているためとみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・小売業、サービス業の求人数は伸び悩んでいるが、宿泊業において県民向けのキャンペーンやアフターコロナを見据えた募集も出てきている。また、製造業での求人募集も増えており、少しずつ明るい兆しが見えてきている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・6月は求人の大きな動きがなく、求職者の動きに変化がみられなかった。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルスの影響により製造業は厳しい状況にあるが、大型の工場の進出の決定や大型商業施設の開店など、明るさを感じさせる要因もある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・有効求人倍率が上向いていない。 |
| | | アウトソーシング企業（社員） | 求人数の動き | ・現在、新規採用の募集をしているが、かなりの人数が来ている。旅行業、飲食業を辞めた人からの応募もあり、コロナ禍の影響がうかがえる。 |
| | | 新聞社〔 求人広告 〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・実施予定だった大型催事が相次いで中止になっている。告知広告がキャンセルになるなど影響が出ている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・3か月前と比較して、新規求人数、有効求人人数共に約300人減少している。 | |

| 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 |
|----|---------|----------------|---------|--|
| | | 学校〔専門学校〕 | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置への対策を講じなければならない自治体の飲食店においては、タイムリーな補助金給付もなく休店や閉店に追い込まれている状況がみられる。 |
| | × | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・飲食店を含め、給付金制度による補償がなくなった今、以前のような売上見込みが立てられず、人の採用もどうしてよいかの判断ができない。特に個人店舗は非常に苦しい状況に追い込まれている。 |
| | × | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響を受けている。 |

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|---------------------|---------|----------------------|--------|---|
| 家計動向 関連 (北関東) | | - | - | - |
| | | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・3か月前と比べると、少しは上向きになっている。売上は多少伸びているが、来客数は売上ほどは伸びておらず、客単価は前年比103～105%くらいで、総じて多少良くなってきている。客が新型コロナウイルスに慣れてきているということもあるかもしれない。 |
| | | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・夏物商材とテレビの需要が拡大し、やや良くなっている。 |
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・週末の来客はまだ少ないが、平日の少人数での社会人の交流は確実に増えている。 |
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・県独自の時短営業要請等が解除され、徐々に人が街に出始めているものの、日ごとのバラツキの差が大きい。 |
| | | その他飲食〔ファーストフード〕（経営者） | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたこともあり、3か月前と比べ、当社の売上は上昇している。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | お客様の様子 | ・東京オリンピック開催決定や緊急事態宣言の解除等により、人の動きが出てきたため、やや良くなっている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・個人旅行が増えてきている。ただし、東京オリンピックの状況次第で、少し変わりそうである。 |
| | | 通信会社（局長） | 販売量の動き | ・広告収入が前年比で60%増となっている。その反面、飲食業では閉店する店舗もみられる。 |
| | | ゴルフ場（総務担当） | 来客数の動き | ・来客数が新型コロナウイルス禍前の、前々年の水準に戻ってきている。 |
| | | 設計事務所（所長） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、首都圏からの移住を見据えた問合せがきている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が順調に行われている。何とというか、少し喜びの気分がみられるが、人の動きはまだ少ないようである。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたものの、依然として外出自粛の傾向は変わらず、来客数の増加には至っていない。 |
| | | スーパー（商品部担当） | 単価の動き | ・外的要因で売上や来客数は伸びるものの、客単価、買上点数には変化がない。特に、必需品以外の商材の購入は控えている感じがする。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・本来であれば、もう少し来客数が伸びる時期だが、前年に比べて、天候の問題か、あるいは前年は電子マネーの還元キャンペーンがあったことが影響しているのか、来客数が全然増えてこない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・前年比で売上は97.2%、来客数同96.7%、単価同99.3%となっている。2～3か月前より売上の落ち込みは徐々に少なくなっている。新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、行事、イベント等が正常化することに期待したい。在宅、リモートワークと、働き方が変化しているが、対応しきれないため、売上増に結び付いていない。 |
| | | 衣料品専門店（統括） | 来客数の動き | ・来客数、街なかを歩いている人の姿が、本当に少なくなったままの状態である。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|---------------------------|--------|---|
| | | 乗用車販売店 (販売担当) | 来客数の動き | ・自動車販売店だが、来客数がめっきり減っている。新型コロナウイルスのせいもあると思うが、周りが見えないので、客は買うにも買えないし、修理も少し我慢しようということで、来店していない。 |
| | | 乗用車販売店 (販売担当) | 販売量の動き | ・当社は営業とサービス部門の両方ある。営業部門の販売は、輸入、国産の新車、中古車の売行きは3か月前と比べて良くはなく、上向きでないことは確かである。車が売れない分、代わりに修理部門がやや持ち直しているような感じで、車検、一般修理関係の入庫が増えている。トータルすると3か月前と変わらない、余り良い状態ではない。 |
| | | 住関連専門店 (仕入担当) | 来客数の動き | ・販促を強化しても、来客数が想定どおりには伸びない。緊急事態宣言明けの新型コロナウイルス感染者数の推移がリバウンドの様相を示していることも、消費が今一歩活発にならない要因と思われる。 |
| | | その他専門店 [靴小売業] (経営者) | 来客数の動き | ・売上は前年度と前々年度を比較してみている。前年度に比べ来客数は少なく、単価が少し上昇している。前々年度との比較では、依然として本格的な回復のめどが立たない。最近は特に、大手メーカーの海外製品の入荷遅れや在庫が欠品しており、納入直前にならないと納期が分からないため、品ぞろえが難しくなっている。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | それ以外 | ・他店も回っている業者が、「どこも皆仕入が減っている」と毎回こぼしている。仕入を最小限にしようするのは景気が良くなる見込みを感じていないからだと思う。 |
| | | 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、提供食数は既存取引先では漸減しているが、新規受託でカバーするという例年のパターンで推移している。業者委託へ切替える取引先を今年度も獲得できた結果、横ばいで推移している。レストラン部門は、特に、ゴールデンウィーク後から低調なまま、横ばいで推移している。 |
| | | 観光型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・依然として、観光関連事業者と飲食関係は非常に厳しい状況に置かれている。一部の高級路線の宿泊事業者が、業績を維持しているものの、多くの宿泊事業者や飲食店は倒産寸前なのではないか。中途半端にだらだらと国民や事業者に新型コロナウイルスの感染対策の責任を取らせるのではなく、国と政府が覚悟をもって、完全補償付きの通勤通学を含めたロックダウンといった感染対策に踏み切らないと、このような状態は長く続く。 |
| | | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・宿泊は、緊急事態宣言が解除されたにもかかわらず、依然として首都圏からのビジネス客が減少し、学生のスポーツ大会もほぼキャンセルとなっている。料飲部門は、ディナータイムの集客が低調続きである。 |
| | | 旅行代理店(経営者) | 来客数の動き | ・当県のまん延防止等重点措置は解除されたものの、首都圏では、新型コロナウイルスの新規感染者が微増傾向のため、夏の旅行申込みがほとんどない。 |
| | | 旅行代理店(所長) | 来客数の動き | ・首都圏の緊急事態宣言が解除されたものの、引き続きまん延防止等重点措置が適用されている。加えて、都内の新型コロナウイルス感染者数のリバウンドは明らかで、期待していた観光客の動きが見られない。緊急事態宣言の再発出が懸念される。 |
| | | タクシー(経営者) | お客様の様子 | ・6月は新型コロナウイルスのワクチン接種会場まで、タクシーの無料券が出たため、前年同月比23%の増収である。ただし、タクシー無料券分の売上を差し引くと、前年同月比26%の減収である。 |
| | | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・量販店では、ボーナス前の買い控えやボーナス支給後も例年に比べ来店数、販売数が鈍い状況である。新型コロナウイルス禍でのボーナスの減少や今後の見通しがみえないため、消費も消極的になっている。 |
| | | 競輪場(職員) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス禍以前の入場者数に戻る気配はなく、特段変化はみられない。 |
| | | 住宅販売会社 (経営者) | お客様の様子 | ・相変わらず景気は悪く、事務所関係の撤退が目立ってきている。特に、飲食店がかなり悪く、閉店に追い込まれているため、貸店舗の空きも増えてきている。アパート関係は、ほとんど動きはない。貸店舗で飲食店が入居している建物は、打撃を受けている。 |

| 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（営業担当） | 販売量の動き | ・男女問わず、衣料品や化粧品といった売上の大きい部門が不振である。外出自粛とマスク着用生活の影響だと思われる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・非食品ゾーンの欠落したMD（商品計画）が前年夏より100%補填できない状態が継続している。衣料品の既存ブランドについても展開量の減少が目立っている。 |
| | | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・当県のまん延防止等重点措置の適用及び解除後の自主規制方針等により、店舗への来客数が5月から現在まで低迷中である。ただし、今月下旬になり、徐々にではあるが回復の兆しが見られる。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・前年は1人10万円の特別定額給付金が出たため、特需があったが、今年度はその反動で厳しい状況である。売上は前年比65%で、前月比では95%と売上が大きく減ってきている。主要品目の状況は、前年同月比で冷蔵庫60%、映像関連60%、洗濯機60%、スマホ35%と大きく割り込んでいる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・前月同様に、新車、中古車の販売が逡減してきている。その反面、車検等の整備売上は安定している。売上自体は少し下がってはいるが、全体の粗利益は横ばいである。しかし、地域全体の景気動向は確実に低迷している。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・販売は、1～5月くらいまではおおむね良く伸びていたが、6月になって急に冷え込んでいる。ムードも今一つで、来客数や販売量を合わせても決して良くない。 |
| | | 住関連専門店（店長） | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルス禍のなかで、ワクチン接種は進んでいるが、まだ景気が上向いている気配はない。飲食業や小売業も、勝ち組と負け組に分かれてしまっている。 |
| | | その他専門店 〔燃料〕（従業員） | 販売量の動き | ・受注残の減少が続いている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・近隣地域の時短営業が解除になり、ボーナスも支給されたにもかかわらず、前月より落ち込んでいる。これは同業の仲間にも聞いても同じで、いまだに週休2日にしている店舗もある。特別な日以外は外食せず、自粛慣れしていることなども原因かもしれない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | 来客数の動き | ・高齢層の来店が顕著に減っている。 |
| | | その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスへの不安感が外出自粛を押し上げ、消費動向にマイナスの影響を与えている。我々自動車整備業界は前年比10%、前々年比では20%のマイナスになる。加えて、半導体不足の追い打ちがどう影響するか。修理パーツの納期遅れが出始めている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・4月の木材不足によるウッドショック以来、不動産の動きが止まっている。後に控える住宅建築の状況が悪過ぎて、販売が鈍化している。 |
| | × | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客との会話で「新型コロナウイルスのワクチン接種の予約は、いつ、どこで接種する、2回目はいつか」などと、ワクチン接種の話題が多く出ている。早期の安心安全な生活を望んでいる様子がうかがえる。 |
| | × | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍以前の2019年と比較した売上達成率は、3月が57%に対し、今月は34%である。当社の位置する観光地は首都圏からの来客が多くを占めるため、まん延防止等重点措置が発出され続けている状況では、来客は望めない。また、土産物を買って帰っても周囲に配ることができないので、購入も望めない状況である。 |
| | × | コンビニ（経営者） | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、客が全然来ない。それが悪くなっている理由である。 |
| | × | 衣料品専門店（販売担当） | 来客数の動き | ・日を追うごとに来客数が激減している。当店の顧客は年齢層が高いこともあり、今のところ、新型コロナウイルスのワクチンを打つまでは、というような雰囲気を感じている。本当にこの先、店を続けられるのかどうか、相当厳しい状況である。 |
| | × | 都市型ホテル（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響による不景気が継続中で、回復の兆しは見えない。 |

| 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 |
|-----------------------------|------------|-----------------------|--|---|
| | × | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・相変わらず悪過ぎる。緊急事態宣言中の首都圏からの来客がない。新型コロナウイルスワクチン接種で高齢者の利用客がいても、一時的ですぐになくなる。緊急事態宣言が発出されていない地方でも、夜の街はひっそりとしており、タクシー利用客はかなり減少している。1日の売上は、台数調整をしても、1万5000円前後に落ちている。 |
| | × | タクシー（役員） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの感染対策は完全に間違っており、どうにもならない。 |
| | × | 通信会社（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍で、売上は確実に半減している。 |
| | × | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除されたことにより、学生の団体は動き出したが、一般来園客が伸びず、厳しい状況が続いている。 |
| | × | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・日本で自動車のバックモニターが標準装備される頃には、中国では無人タクシーが街を行き交っているだろう。経済成長率の低さにみられるように、技術革新は周回遅れの感がある。家計も企業も貯蓄を積み増すが、使うところがないので需要が盛り上がらない。 |
| 企業 動向 関連 (北関東) | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・自動車や油圧建機の仕事増加に伴い、取引先数社から応援加工依頼がある。また、協力工場である熱処理業者は、どの業者も能力一杯の仕事を抱えており、飛び込みの仕事に対応してもらえない状況となっている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・注文はあるものの、部品が購入できずに止まっている。もしかするとこれから何か月か後にはかなり上向くのかも知れない。 |
| | | 化学工業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注可能性の高い新規の引き合いが出始めている。少し良い方向にあると感じている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響も受けずに、営業している。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・売上は2018～2019年の7割程度となっている。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先は、10社中8社ぐらいがやや良くなってきている。この先はまだどうなるか分からない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体不足が依然として続いており、生産回復への出口が見えない。 |
| | | 建設業（開発担当） | 受注量や販売量の動き | ・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。新年度がスタートして2か月、今期は公共関係の発注が、県で前年比63%、市町村で前年比79%と、大変厳しい。前年は令和元年秋の大雨災害復旧工事の発注があったが、それが終了したためである。当社の今期決算は前年比10%増の受注があったので、厳しいなかではあるが、一安心である。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言下で、インターネット通販向けの物量が増えている。特に、家キャンプ、バーベキュー用品、竹炭等が増えている。また、家具類なども前年並みの輸送量を確保している。しかし、前年は特別定額給付金の支給等により、業績が良かったこともあるので、前年比では5%減だが、予定の物量は確保している。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・前年3月からずっと広告出稿状況は悪いままである。 |
| | | 司法書士 | 受注量や販売量の動き | ・こんなときではあるが、ほぼ同じくらいの売上で推移している。 |
| | | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響を受けている業種は、相変わらず厳しいままである。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | 取引先の様子 | ・商談や販売の件数、売上等に特段変化はみられない。客の情報化投資が動き出し、引き合いも増加しつつある。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、やや悪くなっている。 |
| | 不動産業（管理担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・経費削減のため契約内容を見直し、値下げしてほしいという取引先が多く、売上、利益共に減少傾向にある。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------|---------|-------------------|---------|--|
| | × | 経営コンサルタント | それ以外 | ・街なかや観光地、商業施設等への入出が止まった感があり、地域企業の動きも全体的に緩慢で地域経済に活力はなく、非常に落ち込んでいる。新型コロナウイルス禍で、個別企業の経営業績の格差が、更に極端に拡大している。 |
| 雇用 関連 | | - | - | - |
| (北関東) | | 人材派遣会社 (管理担当) | 求人数の動き | ・サービス業の派遣求人が増加しているため、やや良くなっている。 |
| | | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・製造業への派遣求人が増加している。新型コロナウイルスの影響が大きかった飲食業や小売業も、前年より増加している。 |
| | | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・住宅関連では改装や外壁等の外装塗装については動きがみられたが、新築物件は止まっている。工場製造部門は食品の稼働がかなり活発である。小売関係では、スーパー等で、生鮮食料品、野菜等の動きが良く、客足が多くみられている。 |
| | | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・製造業の求人は回復してきたが、事務系求人数は増えていない。 |
| | | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・有効求人倍率は1.10倍と前月に比べ0.10ポイント下回ったが、14か月連続で下回っていた前年同月比は同率となっている。有効求人数は前年同月比8.1%増と22か月ぶりに増加に転じ、有効求職者も同7.9%増と10か月連続で増加している。 |
| | | 学校[専門学 校](副校長) | 求職者数の動き | ・求人の動きは業種によって異なり、例年以上の求人がきているところもあれば、新型コロナウイルスの影響を受けて採用数を減らしている企業もある。 |
| | | * | * | * |
| × | * | * | * | |

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 関連 | | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除され、旅行者の動きが活発化している(東京都)。 |
| (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の約117%となり、景気は良い。3か月前と比べても販売量が約170%アップしている。販売量は注文建築の請負契約ベースでカウントしているが、契約金、契約工期、土地の有無など社内的な請負契約条件を緩めたという事情もある。 |
| | | 一般小売店[家電] (経理担当) | 来客数の動き | ・5月より少し来客数が増えてきている。ただし、前年と比べると少なく、売上も減っている。 |
| | | 一般小売店 [傘](店長) | 単価の動き | ・自分への投資なのか、高単価商材が動いている。 |
| | | 一般小売店[文具] (販売企画担当) | お客様の様子 | ・店頭における一般消費者の来客数は少なくなっており、単価も下がっている。公共、官庁関係の案件単価は確実に伸びている。競合店が少なくなっていることと、当社がいろいろ取扱商品を転換していることが功を奏しているようで、仕事が増えている。 |
| | | 百貨店(売場主任) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言中ではあったが、父の日需要が伸び、家族連れの前店も増加している。自宅でごちそうを楽しむための高額商材の動きも活発化している(東京都)。 |
| | | 百貨店(総務担当) | 来客数の動き | ・6月より休業要請が緩和されたことで、営業時間、取扱アイテムの拡大が図られ、来客数も戻りつつある(東京都)。 |
| | | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・今月は緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行し、来客数が回復傾向にあり、売上も宝飾品やアクセサリー、ラグジュアリーブランド商材が好調である。食料品は前年に比べて伸びているものの、まとめ買いなどは減少している。アパレルや服飾雑貨、化粧品は依然として苦戦が続いている(東京都)。 |
| | | 百貨店(営業担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したことで、商業施設や商業都市の入出は少し増えているようである(東京都)。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------------------------|---------|---|
| | | 百貨店（販売促進担当） | それ以外 | ・隣接する東京都への緊急事態宣言が解除されたものの、まん延防止等重点措置適用は7月まで継続となっている。3か月前の緊急事態宣言中と比較すると、来客数の推移や客の様子からは景気が良くなったと感じる。 |
| | | 百貨店（財務担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除されたことで、やや良くなっている（東京都）。 |
| | | 百貨店（企画宣伝担当） | 来客数の動き | ・当市がまん延防止等重点措置の対象地域から除外されたことにより、消費者の購買心理に明るさが出てきている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・今月20日で緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置となり、都市部においてはかなり人出が多くなっていることから、コンビニ等の売上も伸びてきているのだと感じている。 |
| | | 衣料品専門店（役員） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、高齢者の外出が少し増えてきている。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（統括） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の解除以降、店舗の営業が可能となったことにより、売上が確保できるようになっている（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・前回までは今後の景気予想を良いか悪いかははっきり回答していたが、今回どちらとも言えないと答えたのは、新型コロナウイルス感染第5波次第だと考えているからである。東京都の緊急事態宣言が解除された21日の前週から予約が入り始め、来客数は24日から増え続けているが、リバウンドで制約が増えれば、来客数は減ってしまう。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | 販売量の動き | ・売上が前年比で回復傾向にあり、4～5月累計でプラス5%超となった結果、経常利益も大幅に改善している。特に、経常利益は、前年度に不採算が継続すると判断した店を積極的に撤退したことが、改善を後押ししている（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・団体利用があったことで、稼働率の向上につながっている。全体的に3か月前と比べて上がってきてはいるものの、まだ赤字は脱出できない。 |
| | | 旅行代理店（販売促進担当） | それ以外 | ・旅行業自体は相変わらず厳しい状態だが、自治体を通じて新型コロナウイルスのワクチン接種会場運営等の仕事を新しく受注した結果、数字が改善している。今正に接種が進んでいるので、その需要にこたえている。来月の東京オリンピック開催も決定したので、仕事を進めている（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営者） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行し、徐々にではあるが新型コロナウイルスの影響がない客からの受注が増えてきている（東京都）。 |
| | | 通信会社（社員） | お客様の様子 | ・番組制作の引き合いが、注文につながっている。続けて2案件がまとまりつつある（東京都）。 |
| | | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響が少なくなっている（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種率が向上している（東京都）。 |
| | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・前月の実感とほとんど変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・3か月前に比べて土地の仕入れが若干良くなっている。まだまだ市場は在庫薄で厳しい状況だが、少しずつ情報が多くなり、土地を仕入れられるようになってきている。夏から秋にかけてもう少し良くなってくると予想している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・例年なら、そろそろ来年の成人式の衣装レンタルを申し込む客がぼつぼつ来店するのだが、今年については余り動きがみられないことが一番心配である。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 販売量の動き | ・エアコンの動きが良く、パソコン関係もそこそこである。テレビは東京オリンピック開催が決定したので、4K、有機ELテレビがぼつぼつ買い求められている。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前の景気と比べて変わらないと回答したが、悪さがそのまま続いているという意味である（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〔印章〕（経営者） | 来客数の動き | ・路面店というハンディキャップはあるが、ほとんど客が歩いていない。非常に冷え切っているというのか、新型コロナウイルス禍のために余計に外出を控えているのかもしれないが、人通りが極端に少ない。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | 来客数の動き | ・今年も行事、イベントの中止が相次ぎ、まだまだ戻る気配がない。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | 販売量の動き | ・徐々にじり貧になっているので、上司からあれこれ言われて営業をしているものの、なかなか実績、成果が出ない。会社も暇で、半日休暇を取ったり、交代で休んだりしている。早く今のまん延防止等重点措置が解除されないとどうしようもない（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・来客数は、前年同月を上回っているものの、婦人、紳士共に衣料品、服飾雑貨の落ち込みが激しく、大きく落ち込んでいる。オケージョンに対する購買は堅調である。 |
| | | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言は解除されたものの、新型コロナウイルス感染への不安が完全に払拭されたわけではなく、客の消費行動は引き続き慎重であることに変わりはない。食料品等の生活必需商材の動きは堅調であるが、外出需要がないこともあり、ファッション関連商材の動きは鈍い（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言下で営業が制限されており、厳しい状況が続いている。月後半にまん延防止等重点措置に移行されたが、特に大きな変化はない（東京都）。 |
| | | 百貨店（経営企画担当） | 販売量の動き | ・食料品は堅調に推移している一方、アパレル関連のセール品の動きは芳しくなく、全体としては大きな変化はみられない。お中元ギフトシーズンに入ったが、来客数は少なく、開店後の午前中は多少混雑するが、午後以降は客がまばらである。全体需要の縮小とインターネットへの移行が進んでいる（東京都）。 |
| | | スーパー（販売担当） | お客様の様子 | ・客の様子を見てみると、広告初日の価格を打ち出した目玉商品であるとか、ポイント何倍の日、あるいはタイムサービス時間帯など、少しでも安く商品を買おうという動向が多くみられる（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・客は来店してくれているが、販売点数がなかなか伸びない。節約しており、余計な物は買わない傾向があるように感じている。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・買上点数、単価が前年を割っていることが大きな要因である。唯一、来客数は新型コロナウイルス禍のなかでも前年を上回っているが、点数と単価が大きく割っているため、数字としては厳しくなっている（東京都）。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・以前に比べて客に危機感が感じられなくなり、ふだんどおりに買物をしている。ただし、高齢客の購入点数は若年客に比べて多い傾向にある。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・売上、来客数は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない（東京都）。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスが今後どうなるか分からず、お金を使って良いのか、節約した方が良いのか、分からない。 |
| | | スーパー（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数が徐々に増え始めてきているが、それに付随して、買上単価が落ち始めてきて、相殺される状況になっている（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・深夜時間帯の来客数は限りなくゼロに近いが、それ以外は来客数、客単価共にほぼ変化はない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・近隣の公共施設がオープンしていないこと、時短営業で人流がない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・天候に左右されるところが強いような気がする。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言は解除されたが、前年と比較しても客の戻りが少なく、販売量の改善が見込めていない（東京都）。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | 販売量の動き | ・空梅雨による消費増を期待したが、販売量は梅雨入り前とほとんど変わっていない（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・路面店で地域密着型の衣料品店3店舗共、新型コロナウイルス発生以降、来客数は2けたアップが続いている。客は近くで買物をしている。 |

| 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 |
|----|---------|----------------------------|---------|---|
| | | 衣料品専門店 (店長) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍の影響のある都府県について、ほぼ緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したが、東京都を中心として感染者数のリバウンドの兆候がみられることから、業績については変わらない(東京都)。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来店はあるが、なかなか契約に結び付いていない。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・新車の受注量は前年よりも増えているが、半導体不足の影響で納期が先延ばしになっており、納車できない状態が続いている。 |
| | | 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展示会などができないため、なかなか積極的な販売ができておらず、販売台数は低迷している。車検については、台数的には大きな影響はないものの、距離を走らなくなり、部品などの交換が少なくなっているために車検の単価が下がっており、総体的に粗利が低い(東京都)。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・ここ数か月変化はないし、これからも特にない(東京都)。 |
| | | その他専門店 [ガソリンスタンド](団体役員) | 来客数の動き | ・長期的需要減少のなかで、新型コロナウイルス禍もあり、景気が上向き気配はない(東京都)。 |
| | | その他小売[生鮮魚介卸売] (営業) | 単価の動き | ・緊急事態宣言で売れていないのに、仕入値が下がらない(東京都)。 |
| | | その他小売 [ショッピングセンター](統括) | 販売量の動き | ・飲食と衣服は低調なものの、巣籠り需要を捉えた店舗は好調である。来客数からみると、全体的に新型コロナウイルス禍に対する緩みが散見される。 |
| | | 高級レストラン (仕入担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に変わったが、相変わらず来客数は少なく、厳しい状況が続いている(東京都)。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 競争相手の様子 | ・同業者間の足並みの乱れを感じる。特に、新規参入店や商店会未加入の店が、緊急事態宣言下でも同調せずに営業しているのがやや目立っている(東京都)。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・3か月前の3月1~30日までの前年比は、売上68.3%、来客数66.2%である。今月6月1~28日までの前年比は、売上63.4%、来客数52.5%である(東京都)。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 競争相手の様子 | ・酒の提供に時間制限があるため、最初頑張っていた同業者たちも、全て夜の営業は取りやめている。閉店も見据えての休業というような話もよく聞かれる(東京都)。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言中は酒類が出せなかったため、全く売上が上がらず、悪いままである。緊急事態宣言が解除され、少し酒が出始めたので、このまま酒の提供ができれば少しは良い方向に行く(東京都)。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 競争相手の様子 | ・外食業界では倒産、休業、閉店が続いており、今後も続くとみている。業界の動向は景気に左右されるところも多く、緊急事態宣言が解除されても、飲食店への規制はまだ多く残っているので、景況感は相変わらず下向きと思われる。東京オリンピック開催による新型コロナウイルスの感染拡大も懸念材料である(東京都)。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・延長が続いているまん延防止等重点措置に伴う酒類提供停止によりディナーの売上はほとんど見込めず、バーは営業を休止している。時間短縮営業も延長となり、ランチタイムはそれなりに客が入るものの、販売量は低空飛行のまま横ばい状態が続いている。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | お客様の様子 | ・一般団体の問合せが1件あったのみである。見積りを提出して検討してもらうものの、結局今年度も実施しないことが決定した。労力をかけても受注、仕事共にゼロという状況は少しも変わらない。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・前年に比べると夏の国内旅行は動いているが、緊急事態宣言が解除され、東京オリンピック、パラリンピック開催で新型コロナウイルス感染第5波が来るとキャンセルになる可能性もあるので、楽観視はできない。ワクチン接種の進捗も影響する(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 |
|----|---------|------------------------|---------|---|
| | | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置等により、旅行の募集ができない（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響により、夜の人の動きがまるっきりなくなっている。昼間も、多少は良くなると思ったが、動きは止まったままである。このまま厳しい状況が続くそうである（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・この現実に慣れただけで、以前のようにサラリーマン中心の営業はできていない（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・6月の客からの問合せ件数は、前年同月と比較してほぼ同じ結果になっている。緊急事態宣言、まん延防止等重点措置の影響を受けて、高齢者宅への訪問拒否やキャンセルは相変わらず一定数発生している（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響が長期化し、積極的な営業活動は依然制限されており、契約獲得数の鈍化傾向が続いている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 競争相手の様子 | ・インターネット固定回線、携帯電話を軸に、他社との競争が激化しており、一進一退の状況である。 |
| | | 通信会社（局長） | 販売量の動き | ・当社インターネットサービスに関して、テレワークの増加に比例して固定インターネットの需要も増加しているものの、他社切替えや当社エリア外への転居による解約も発生していることから、プラスマイナスゼロである（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・新規契約、コース変更共に、無駄を省き、必要最小限の内容を選択する傾向は変わらない。 |
| | | 通信会社（経営企画担当） | お客様の様子 | ・案件や商談の件数が伸びておらず、先行きが不透明である（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言中で在宅ワークが増えている影響か、インターネット回線の加入問合せが増えてきている（東京都）。 |
| | | 通信会社（経理担当） | 単価の動き | ・毎月客単価が10円未満で下がり続けている。契約の乗換えキャンペーン割引が携帯端末代0円から、解約違約金、解約工事費、月額利用料の割引に置き換わっている。端末代は制限されたが、他の制限されていない料金で今も昔も同じようなことが続いている。 |
| | | 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が強く、当社の訪問を避ける世帯も多いなど、営業機会の減少から新規契約獲得件数が伸び悩んでいる（東京都）。 |
| | | ゴルフ場（経理担当） | 来客数の動き | ・日本人女子プロゴルファーのメジャー大会優勝の報道もあり、今年に入り明るい話題も多く、ゴルフは新型コロナウイルス感染リスクが低いスポーツとして定着してきた感がある。夏至の前後で日が長い時期であり、日の出から日没までプレー枠にあてている同業他社においては、特に高稼働率で推移している。ゴルフ関連商材も活況であり、一部には品薄の商材もみられる。会員権相場も上昇基調がみられ、立地や運営などで優位性があるゴルフ場の入会希望者が多くなっている。一方、感染を警戒する高齢層のプレー自らの動きは大きく、足かせとなっている。 |
| | | パチンコ店（経営者） | 来客数の動き | ・相変わらずまん延防止等重点措置による飲食店の時短営業が続いており、街中に活気が戻っていない。人の動きが戻らないため、来客数も以前のもままで変わらない。 |
| | | その他サービス [保険代理店]（経営者） | 単価の動き | ・販売単価の上昇にもかかわらず、全般的に購入してもらっている。販売単価が上がっても、客の様子にさほど変化はない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 競争相手の様子 | ・民間設備投資は厳しいままだが、官庁案件はほぼ例年どおりの入札が行われている。応札業者数も多く、落札は運次第である。もうしばらくこのままの状況が続くそうである。 |
| | | 設計事務所（所長） | お客様の様子 | ・コンサルタント的な計画はあるが、収入にはつながらない。また、相手に夢を与えるだけで、全てにおいて足踏み状態が続いている（東京都）。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・前年同月比で受注量はほとんど変わらず、新型コロナウイルス禍以前の2年前と比べても変動は少ない。 |
| | | その他住宅 [住宅資材]（営業） | 販売量の動き | ・建築資材の需要は、前年並みに落ち込んだ状況が続いている。ここから一歩伸びがみられない（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 |
|----|---------|----------------------|--------|---|
| | | 商店街（代表者） | それ以外 | ・クレジットカード取扱高は、ずっと新型コロナウイルス発生前と比べて7割である。緊急事態宣言の影響もあり、低位で安定してしまっている。販促を掛けられないこと、飲食部門が低調なことから、路面店が広がる街としては厳しい（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨入りして降雨日が多く、また晴れると夏日になるので、客足がかなり鈍くなっている。 |
| | | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | 販売量の動き | ・週末の来街者数は増加傾向にあるが、地域の客はこの状況に怖さを感じているようで、外出を控えており、当店の来客数は減少している。したがって、来客数及び売上が10%強落ち込んでしまっている（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（店員） | 販売量の動き | ・3か月前は3～4月であるが、お彼岸のあった3月は多少は忙しかったものの、前年ほどではなかった。とにかく、お祝い関係の花の需要がないので、本当に厳しい（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | 単価の動き | ・来客数は増えたが、自家需要が多く、客単価が下がっており、売上も減少している。 |
| | | 百貨店（広報担当） | 来客数の動き | ・4月末の緊急事態宣言再発出により、都内の百貨店は大部分が休業し、外出自粛により来客数が大きく減少した。現在では通常営業に戻っているものの、依然として新型コロナウイルスの感染状況は予断を許さず、来客数が宣言前の水準に戻ったとはいえない（東京都）。 |
| | | 百貨店（副店長） | 販売量の動き | ・4月中旬頃までは復調の気配もあったが、3回目の緊急事態宣言、まん延防止等重点措置もあり、厳しい状況が続いている。食品は引き続き堅調であるものの、期待していたお中元ギフトは盛り上がり欠けている（東京都）。 |
| | | スーパー（仕入担当） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の延長により、買物頻度が落ちたままで、1日の来客数が減少している。 |
| | | スーパー（ネット宅配担当） | 販売量の動き | ・来客数は緩やかに戻りつつあるが、販売数が追い付いていない。直近から見ても、やや落ちている。 |
| | | スーパー（販売担当） | お客様の様子 | ・食品以外は飲食を中心に大きく減少している。 |
| | | 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が大きい。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の影響で来客数が減っている（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・前年同時期に比べて、来客数が減少している。 |
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が長引くなか、来客数が減っているリアル店舗とECで使い分けが進んでいるように感じる（東京都）。 |
| | | 家電量販店（経営企画担当） | 来客数の動き | ・6月に入り、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したが、来客数の減少に伴い売上が大きく落ち込んでいる。数字の好転を期待したが、厳しい結果となっている（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | 販売量の動き | ・半導体不足の影響で新車の納期が大幅に遅延していることや、新型コロナウイルスの影響などがあり、販売量が伸び悩んでいる。客の動向もかなり鈍くなっている。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | それ以外 | ・半導体不足の影響により生産が遅れ、登録につながらない。サービス、中古車市場も鈍化傾向にある。 |
| | | 住関連専門店（統括） | 来客数の動き | ・自粛の影響で、来客数が半減している。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | 販売量の動き | ・1品単価と買上点数が明らかに減っている。客は、必要な物に対しても、価格によりシビアになってきている。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | 販売量の動き | ・今まで販売していた商材が品切れになったために、その分売上が落ちている。 |
| | | 高級レストラン（営業担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染対策による酒類提供禁止が来客数減少に大きく影響している。6月の売上は令和元年比19.9%となっている（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 |
|----|---------|------------------------|---------|---|
| | | 高級レストラン（役員） | 販売量の動き | ・国や都の要請に従って営業しているので、緊急事態宣言下でレストラン業態は営業時間の短縮及び酒が出せないことにより、来客数、単価が下がり、売上が減少している（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き | ・飲食業について、東京都に合わせて県がまん延防止等重点措置の期限を延長したことが最も大きな原因である。19時半ラストオーダー、20時閉店では、夕食といってもすぐに閉店になり、落ち着いて食べられないので、外食をする気にはなれない。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・飲食店をターゲットにした新型コロナウイルス対策が続いているうちは、景気は上向きにはならない（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が大分進んでいるようだが、まだちまたに広がってきていないようである。接種予約もかなり待つ期間があるようで、不要不急の外出を自粛するようと言われているので、なかなか客が外を出歩くような状況にはなっていない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・東京オリンピック騒ぎの影響が、夏休みもほぼ動きがない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス変異株により感染拡大の懸念がある（東京都）。 |
| | | タクシー（団体役員） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が多少緩和され、酒類の提供も午後7時まで可能になったが、依然として人の流れがない。 |
| | | 競輪場（職員） | 競争相手の様子 | ・県内に同じ競輪場施設があるが、売上自体が伸びていない。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響か、高齢者の来店頻度が鈍っているような気がする。 |
| | | 設計事務所（職員） | それ以外 | ・民間の動きが停滞しているように感じる（東京都）。 |
| | | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者） | お客様の様子 | ・私どもの仕事は、決まるまでに客と数回会うようになる。したがって、仕事が決まるまでには数か月掛かるため、なかなかまとまった量の仕事をとることができない。 |
| | × | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響がもう2年近くになってきて、大きい工場などでもだんだんと会社を清算するところが出てきている。当社の取引先のなかでも、もう5件ほど出ている。今まであったちょっとした設備投資の仕事がまるでなくなっている（東京都）。 |
| | × | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍の影響がある。 |
| | × | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言がようやく解除されたが、新型コロナウイルス収束の見通しが立たない（東京都）。 |
| | × | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言等の政府要請に伴って、来客数が大きく変動する。5月は営業時間短縮はもとより営業範囲についても随分縮小しており、6月は4月並みに回復してきてはいるが、3月の状況まで戻りきれていない（東京都）。 |
| | × | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・競合店に負けている。 |
| | × | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の繰り返しでストレスが最高潮である。収入減少も顕著になっている（東京都）。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月は売上がかなり悪い。時短営業に加えて、酒類を提供できなくなり、ほとんど客が来店することがなくなったためである。特に、夜は19時ラストオーダー、20時で閉店なので、客が来ない。酒を出せない分、売上も最低になっている。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・3か月前と比べて、景気が良くなっているとは決して思えない。なおかつ、ここでまた新型コロナウイルス感染者数が増えたりしている。飲食店は休業や時短営業をしており、一切売上がないので、景気も何もない。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・飲食店にとってはアルコールの提供が19時までというのは非常に痛手で、しかも当県では90分4人以内となっている。これでは夜に客に来てもらうことは不可能である。 |

| 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 |
|-------------------------|--------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|--|
| | × | 都市型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・当地域も、まん延防止等重点措置が更に再延長となり、状況としては3か月前よりも更に悪くなっている。来月以降はまた変わってくると思うが、現状では夜の動きが全くなく、特に酒の提供に制限がある関係上、非常に厳しい状況である。 |
| | × | 旅行代理店(営業担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいるが、東京では感染者数のリバウンドが懸念されており、日本の社会全体が沈滞ムードにあって、旅行需要には結び付かない。 |
| | × | タクシー運転手 | それ以外 | ・個人タクシー事業者だが、今は新型コロナウイルス禍で収益より経費の方が多く出て、「毎月赤字が続く、営業が成り立たない。廃業して年金暮らしをした方がましだ」と無職になる同業者が続出している。景気は悪い(東京都)。 |
| | × | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・昼間は無線と駅出しでそこそこ仕事ができているものの、夜は6時頃からほとんど無線が鳴らず、駅出しも1時間に1回営業できれば良い方である。何も変わらない。 |
| | × | ゴルフ場(従業員) | それ以外 | ・駅周辺の商店街のシャッターが多く閉じ、店が変わっていたり、景気の悪化を感じている。 |
| | × | その他サービス [フィットネス クラブ](マネージャー) | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染状況により、売上が激減している(東京都)。 |
| | × | 設計事務所(経営者) | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響で、営業を展開できない。新しい客を開拓しつつ、社内から社外に出ることができず、リモートで仕事をしているような状況のなかでは、新しい営業展開ができないのが現実である。行政の仕事も多少あるが、競争が厳しく、ますます悪い状況になっている。 |
| | × | 住宅販売会社 (経営者) | 来客数の動き | ・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内数か所に保有している賃貸用のホテルでは、観光客及びビジネス客が極端に減っているため、賃料がほとんど入らない。また、建設業の方でも、公共工事以外の新規プロジェクトは少なく、民間からの受注のほとんどない状態が続いている。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | | * | * | * |
| | | 食料品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・清酒製造業なので、3か月前頃が一番の底だったが、これから回復するのではないかと(東京都)。 |
| | | 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で、受注案件が増えつつあるが、増えてきている。 |
| | | 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、名刺印刷をしている。法人客と店頭販売の個人客がいる。今月は会社の設立が3件、本数でいうと9本の注文があり、法人の動きが出てきている。設立する会社は医療、メディカル関係が目立つ(東京都)。 |
| | | 輸送用機械器具 製造業(総務担 当) | 取引先の様子 | ・大手自動車メーカーの販売が好調で、1年前に比べて部品の受注量が増えており、景気は上向いている。 |
| | | 通信業(広報担 当) | 受注量や販売量の動き | ・中小企業でも新しい働き方へのシフトが徐々に進み、必要な物が変わってきている(東京都)。 |
| | | 金融業(従業員) | 取引先の様子 | ・飲食店は、時間制限はあるものの酒の提供の再開によって、売上の増加を図ることができている。電子部品関係製造業についても、受注がやや増加傾向にある。 |
| | | 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 | ・前年度からの新型コロナウイルスの影響があるかもしれないが、インターネットを活用した様々な取組が進み、新たな設備導入につながってきている。 |
| | | 食料品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・例年であれば繁忙期だが、まだまだ来客数、客単価が低いままである。今年は顕著にそれが表れている。 |
| | | 出版・印刷・同 関連産業(経営 者) | 取引先の様子 | ・前月までよりは新規案件の話が聞かれるようになったが、東京オリンピックがどうなるか様子をうかがっているのか、決まった話はまだ1つもない。 |
| | 出版・印刷・同 関連産業(経営 者) | それ以外 | ・3か月前と余り変わらないが、少しずつ動きが出てきているように感じられる。 | |

| 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 |
|----|---------|----------------------|--------------|--|
| | | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前から当社にとっては例年の繁忙期を迎えている。前年と比べれば回復傾向にあるものの、前々年のレベルには程遠い。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの収束が見えず、むしろ感染者数が増えているなかで、景気は落ち込んだままほとんど変わっていない。全体の動きが良くない。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で落ち込んでいる化粧品容器、特に口紅容器の受注が回復せず、苦戦が続いている。頼みの医療品容器も、取引先のプロジェクトで新型コロナウイルス関係が優先されているため、当社部門は後回しにされてしまい、新企画が立ち上がらない。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・前月と同じように、新型コロナウイルスの影響で、取引先への海外からの受注がまだ少なく、当社の受注も少ない。 |
| | | 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以前の売上には及ばないが、前年の水準に比べれば良くなっていると感じる。しかし、全体的に良いとも悪いともいえない（東京都）。 |
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | それ以外 | ・受注量は2年前の水準に戻り、3か月前比で10%上昇しているが、原油高、原材料高、品不足感により、仕入価格が3か月前に比べ高く、「なんとかショック」のような景況で、不安定である。 |
| | | 建設業（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か、得意先の動きが少し緩くなっているように感じる。 |
| | | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・従来と比べて、日々の取扱量の変化が小さくなり、少量安定化してきている。月次売上の増加が望めず、厳しい状況が続いている（東京都）。 |
| | | 輸送業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・繁忙期を迎え、少しずつ物量が増加しているが、例年に比べると伸び悩んでいる。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・現在は閑散期で物量が少なく、前月、前年と同じで、収益は伸びない。 |
| | | 金融業（総務担当） | 取引先の様子 | ・いまだに新型コロナウイルスの影響で、飲食業の売上は低迷している。特に、酒類を出している居酒屋は、19時までは酒の提供が可能となったが、売上が大きく伸びることはなく、厳しい状態が続いている。製造業は若干受注が増えてきている。建設不動産業は、海外からの輸入資材のコストが上がり、利益を圧迫している。材料が入ってこないため、建売業者も停滞している。運送業は燃料高騰により、利幅が減少している。総体的に、景気はやや悪い（東京都）。 |
| | | 金融業（役員） | 取引先の様子 | ・現状の資金需要及び条件変更の申込状況等から、景気悪化とまではいえない。ただし、業種によっては資材等の不足に伴う販売価格への転嫁など、対応の必要が出始めている。 |
| | | 広告代理店（経営者） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響によって景気が落ち込むのは次年度以降ではないかとの意見が多い（東京都）。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・全体的に、仕事の件数が落ち着いてしまっており、金額が積み上がってこない（東京都）。 |
| | | 税理士 | それ以外 | ・夜に近隣駅周辺の飲食店を通ると、新型コロナウイルスの影響で客が少ない。ただし、店内では皆マスクも付けず男女が大声で酒を酌み交わしているため、逆に驚く。一部にそのようなケースも見受けられるが、全体的には動きが悪い（東京都）。 |
| | | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・雇用調整助成金の活用等を考えている事業者がある（東京都）。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・まん延防止等重点措置が若干緩和されたが、飲食店は長期にわたる自粛営業でマイナスが大きく、客も戻っていない。 |
| | | 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 | ・取引先工場等の稼働率はまだ悪い状態が続いており、受注量も回復していない。 |
| | | その他サービス業〔警備〕（経営者） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス関連の仕事も落ち着いてきて、売上の横ばい状態である。 |

| 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 |
|-----------------------|---------|-------------------------|--------------|--|
| | | 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 | ・新規物件の契約単価は上がっているが、既存契約単価は現状維持のままである（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 | ・例年行われている教育機関の卒業記念アルバムコピーなどの仕事がほとんどない状態で、前年と変わらない（東京都）。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・受注量や予定も現状維持である（東京都）。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・自動車関係の取引先は、乗用車主体の会社は減産、トラック主体の会社は増産という状況である。その他の業種は、電気関係、公共工事関係の会社が増産となっている。自動車関係の取引先が主体であるため、全体としてはやや悪くなっている。 |
| | | その他製造業〔鞆〕（経営者） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、まだまだ客が少ない状況のなか、店を開けるわけにはいかないということで、大変厳しい状態が続いている。周りの職人、材料屋関係からもそのような話が多い。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・新型コロナウイルス禍で案件が少ないところに、ウッドショックによる材料不足と単価上昇で、なお更受注が減っている。鉄関係も単価が上がっており、様子見の客も出始めている。 |
| | | 不動産業（経営者） | 競争相手の様子 | ・20日に緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置に切り替えられたが、市内は商業施設の新規オープンで大変人出が多く、にぎわっている。新型コロナウイルスのワクチン接種もどんどん進んでおり、自分も1回目の接種を完了した。東京オリンピック開催まで1か月となったが、僅かな外国人選手団の中から陽性者が出ており、このような事態で、なぜ開催するのか疑問である。まずは皆の健康である。飲食業界も苦しんでいる。このところ陽性者数が増えているようなので、東京オリンピック開催中に感染が拡大することを心配している（東京都）。 |
| | | 広告代理店（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・秋口のイベントも、新型コロナウイルスの影響で中止が決まってきている。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が半分くらいに落ちている（東京都）。 |
| | × | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・新型コロナウイルスの影響により経済が下降気味で、デフレ状態である。新型コロナウイルスが収束してデフレが解消されない限り、今の状態が続く。 |
| | × | 建設業（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先が見えないことと、ウッドショックの影響もある。 |
| | × | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・機械加工の中小製造業については、賞与も支給できないほど売上が減少している（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 | ・コスト抑制以上に、ITにける企業投資による人員募集が上回り、募集が増加傾向にある（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人数は前年同月比70%強、前々年同月比で80%強まで回復してきている。再就職支援が前年に比べて鈍化傾向にあることにも回復傾向が出てきている（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（経理担当） | 採用者数の動き | ・派遣求人数は依然として新型コロナウイルスの影響を受けており、以前の7割程度となっているが、契約開始数は大分戻ってきている。また、全体の派遣労働者数も若干ではあるが増加傾向で推移している（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・エンジニア派遣の引き合いが僅かながら回復傾向にある。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・取引先からの派遣依頼に対して、候補者を確保することが難しくなっている。候補者の動きも早くなっており、すぐに他の求人决定着しているケースも増えてきている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | それ以外 | ・収入や会社の業績は変わらないが、新型コロナウイルス禍で消費が伸びない状況が続いている（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・派遣受注に関しての落ち込みは固定されており、前年比70%以上にならない。売上もそれに比例している（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 |
|----|---------|-----------------|---------|--|
| | | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・企業からの求人依頼状況には、特に変化がない。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | それ以外 | ・人材派遣の受注はやや増加傾向だが、紹介予定派遣も含めると前年並みの受注推移となっている（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・引き続き求人数は新型コロナウイルスワクチン関係の特需短期案件が多くなっているものの、通常の求人については横ばいである。新型コロナウイルス禍が落ち着くまでは引き続き同様と考えている。 |
| | | 求人情報誌制作会社（営業） | 求人数の動き | ・新型コロナウイルス禍ということで、客の景気も上向いてきていない。例えば、飲食店などでは酒の提供がままならないことから、客足が相当減っていると聞いている。景気と求人数は密接に連動しているので、景気が良くなっていかなければ求人数が増えることはない。 |
| | | 求人情報誌制作会社（広報担当） | 求人数の動き | ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用状況を気にしながらも、中途採用をし始める企業が、周辺企業、同業他社の中にも多くなっている。当社でも中途採用を再開する動きがある（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | 採用者数の動き | ・新規求職者の動向は新型コロナウイルス発生以前の数値に近いが、有効求職者数は高止まりの状態が続いている。一方、新規求人数は前年度並みの数値で低調な状態が続くが、前年度のような混乱からは脱しており、紹介件数は前年比75%増、就職者数は55%増にまで回復している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・求人数は前年同月比で増加しているが、求人の伸び以上に求職者数が増加している。足元では雇用調整助成金の申請、倒産、解雇等の雇用調整事案が増加しており、引き続き厳しい状況が継続している（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 採用者数の動き | ・学生も企業も、新型コロナウイルス禍なので仕方ないという消極的な活動になっている。特に、学生は就職に対する意欲が少ない。そのため、企業は予算を追加してまで採用しようとは思わない（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 採用者数の動き | ・もうしばらく、少なくとも半年は今の状況が続く。新型コロナウイルス禍による販売は多方面での低迷はやむを得ない。ワクチン接種率が上がれば、経済も少しずつ回復する（東京都）。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 雇用形態の様子 | ・飲食店が壊滅的であり、失業者が多い（東京都）。 |
| | | * | * | * |
| | × | 求人情報誌制作会社（所長） | 求人数の動き | ・仕事量が減ったため、採用を控える企業が増えている。 |
| | × | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・募集があるのは運送、配送関係と看護関係くらいで、あとは全然ない。 |

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------|---------|-------------------|--------|---|
| 家計動向関連 (甲信越) | | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | 来客数の動き | ・今月は葬儀依頼が多い。全てが寺社を呼ばずに行う「お別れの会」である。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・夏物商材のエアコンや冷蔵庫の動きが、大分出てきている。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・買上点数の増加とレジャーや観光関連の客が増えたように感じている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・土日の来客数が増えてきている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、客の動きも活発になってきている。新型車効果もあり、新車受注は増えている。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・東京からなのか、首都圏の緊急事態宣言が緩和されたタイミングで、宿泊予約が増えてきている。久しぶりに常連顧客の顔も見られる。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・数か月前と比べると国内観光客は戻りつつあるが、インバウンドの分は補えていない。新型コロナウイルス流行前と比較すると5分の1程度の来客数と、かなり低調である。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|----------------|--------|---|
| | | 住宅販売会社（経営者） | 来客数の動き | ・別荘を求めてやって来る見学者数は、安定している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・梅雨の時期は1年のうちでも閑散期に当たるが、近隣都府県の外出制限もあり、期待できない。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・季節商材の動きが多少出てきてはいるが、他の商材の動きは鈍い。新型コロナウイルス禍で、娯楽に使わないであろう出費が、物品の消費意欲に向けてほしいところである。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・買上点数は前年を上回っているものの、1品単価がその分下がっている。結果的に客単価が前年を下回っている状況である。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数の影響で、やや来客数が減っている。ただし、その分、客単価は若干伸びているものの、全体の販売量の動きは余り良くなく、やや厳しい状況が続いている。ずっと、若干減っている程度であり、大きく影響するほどまでには至っていない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種率がまだ低く、人の出が悪い。 |
| | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・当店の場合、時間帯による客の来店が若干変わってきている気がする。周りの様子を見ても、特に、大きく生活が変わったような雰囲気はなく、当店が現状なぜこうなっているのか、今一つ分からない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・前月と変わらない。 |
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・前年は特別定額給付金効果もあり、売上が回復していたが、今年は非常に厳しい状況となっている。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | 来客数の動き | ・今月に入り、来客数は前年に比べて大幅に減っているものの、購買客単価は伸びている状況のため、横ばい傾向の変わらずと判断している。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・ずっとどん底のままで変わらない。今より下はない。「酒を飲むな」というなら、お金を配ってくれないと駄目だと思う。多分、当店も半年以上は持たない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | お客様の様子 | ・県としては感染状況が落ち着いてきているが、客の様子は以前の感染が拡大しているときとさほど変わらない。感染状況が落ち着いていても、今度はワクチン接種をするまでは外出は控える、という雰囲気に変わっただけで、ほぼ同じ状況である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・レストラン部門の営業だが、ランチに関しては、そこそこ客が入っており、3か月前と変わらない。ただし、夜の営業は、来客数も少なく、アルコールが全く出ていない分、売上が減少している。これも3か月前と全く同じである。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の延長により旅行者の動きがなく、販売量の増加がみえない。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・相変わらず、新規加入は低調である。 |
| | | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・時期的な要因もあり、動きが少なく強調材料はない。東京オリンピック熱も今一つのように、4K放送などへの問合せも少ない。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・平静を保っていた当地の新型コロナウイルスの感染者数も、ここにきてクラスターの発生もあって急増し、再び気持ちを不安にさせている。当店の顧客である中高年層は、ワクチン接種に一生懸命で、買物どころではない。相変わらず、人通りは途絶えたままである。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・前年の巣籠り状態と以前の買物の、中間のようにみえる。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・6月は前年比で売上は2%減、来客数は4%減となっている。前々年比では売上が35%減、来客数は17%減と、決算も終わったが、周辺でイベントが行われないので赤字である。このままだと、2年後には借入れをしないと営業が続けられない。かなりきつい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・今まで、新型コロナウイルスの感染者を抑えていたが、今月に入って感染者が急増した影響もあり、車両販売に関しては、客からの問合せが少なく低迷している。車検や一般整備は良くも悪くもなく、横ばい状態である。 |

| 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 |
|-------------------------|---------|------------------------|------------|---|
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・当地域では新型コロナウイルスの感染拡大は収まってきているものの、近隣地域ではクラスターの発生、変異株による感染拡大が収まらない。ワクチン接種の遅れが客足の鈍さを表している。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・少しずつ良くなっていて、今月は前年比110%くらいになっているが、前々年に比べると、まだまだである。 |
| | × | 一般小売店〔薬〕（経営者） | 販売量の動き | ・客が少なくなって、めっきり売上も落ちている。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・前年より一層ひどい状況で、人通りが全くない。 |
| | × | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・毎回同じ回答になるが、新型コロナウイルスの影響とは言いたくないが、とにかく営業は悪化している。来客数の動きと回答したが、選択肢全てが当てはまる気がする。何か良い方法はないだろうか。 |
| | × | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・3月頃は、6月には新型コロナウイルスの第3波の影響もなくなって、人の動きもかなり戻ってきているだろうと予想していた。まさかこの3か月間で、感染拡大の第4波が来て、いまだに旅行をする雰囲気になっていないとは思わなかった。旅館は予約で動いているため、6月20日までの緊急事態宣言発出中は、予約が入ってこない。現在の宿泊客は大変少ない状態である。 |
| | × | その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況によって客足は敏感に反応する。近隣でクラスターが発生した影響なのか、一般客の利用が極端に減っている。団体利用は依然として全くなく、ワクチン接種もなかなか進まず、良い方向へ向かうとは考えにくい。 |
| | × | その他サービス〔貸切バス〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの変異株で、更なる自粛が行われている。 |
| | × | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・今まで抱えていた仕事も落ち着いてきていることに加え、新規の依頼も非常に少ない。 |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | | * | * | * |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量はやや増えている。 |
| | | 食料品製造業（製造担当） | 受注量や販売量の動き | ・いまだに飲食店からの注文は半分で、回復していない。 |
| | | 食料品製造業（営業統括） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言は解けたものの、相変わらず飲食関係からの需要は少なく、工場見学者も激減しており、大変苦戦を強いられている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・主要取引先から受注が全くない。 |
| | | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・6月20日の緊急事態宣言解除までは、首都圏や都市部のデパート、路面店の宝飾店は表立ってのイベントができずほぼ休業状態であった。一方、郊外の宝飾店では来客数は少ないものの、来店顧客の購買単価は上がっていることから、前年並みを確保している。新型コロナウイルスのワクチン接種が進めば、これまで我慢していた客が戻ってくる可能性が高い。接種後の景気回復を見込んで、展示会の計画も順次増えている。ただ、東京オリンピック後に再度感染が拡大すれば、また、景気回復に水を差す事態になる。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前月と同じ傾向にあるが、ここに来て、木材、資材の値上がり激しく、納入も遅い。景気に与える影響が心配である。 |
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・製造業の景況感は、新型コロナウイルス以前の水準に近づいているが、非製造業は観光産業を中心に、厳しい状況に変化はなく、零細企業ではかなり深刻な影響が生じている。 |
| | | 金融業（経営企画担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種率が高い欧米の景気動向は良くなってきていると感じるが、国内では、感染者数が増加してきており、厳しい状況には変わりはない。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・高齢者への新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、少しずつ、人の動きも出てきている。 |

| 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 |
|----------|---------|--------------------|------------|---|
| | | 食料品製造業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・今月は販売目標が低く設定されているものの、今のところ達成は難しい。また、市場概況は前年比でわずかに良化しているが、当社では前年割れの状況である。 |
| | x | * | * | * |
| 雇用 関連 | | - | - | - |
| (甲信越) | | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・業者向けの卸売業に改善の動きがある。製造業への派遣求人が安定して増加傾向にある。 |
| | | 人材派遣会社 (営業担当) | 雇用形態の様子 | ・相変わらずの採用条件のため、慎重に人選している。 |
| | | 求人情報誌製作 会社(経営者) | 周辺企業の様子 | ・業種によっては人手不足が続き、募集広告を掲載してもマンネリ化で応募者は少ない。周辺の一部の製造業では正社員の募集広告が微増してきている。 |
| | | - | - | - |
| | x | - | - | - |

6. 東海(地域別調査機関:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------|---------|------------------|--------|--|
| 家計 動向 関連 | | コンビニ(商品 企画担当) | それ以外 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種の進行とともに緊急事態宣言の解除によって、客足が戻りつつある。 |
| (東海) | | 商店街(代表 者) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの変異株が増えてきたため、危険だとの話を客からは聞く。 |
| | | 百貨店(総務担 当) | お客様の様子 | ・緊急事態宣言も解除され、少しずつではあるが客が戻りつつある。ただし、なかなか長い時間の滞留につながらず買い回りが乏しいため、まとまった売上につながっていない状況である。 |
| | | 百貨店(経理担 当) | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が解除されたことによって、明らかに人流が増加しており、外食やレジャーに対する消費マインドは上向いているように感じる。 |
| | | 百貨店(計画担 当) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染が収まりつつあるため、最悪期は脱している。ただし、前年と比べても来客数が少ない状況が続いている。 |
| | | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・競合店が改装オープンし若干の影響はあるが、緊急事態宣言の影響の方が強く外出や外食を控えている。総菜やすしなどが売れ、来客数は前年比102%と増え売上も前年を上回った。 |
| | | スーパー(営業 企画) | お客様の様子 | ・緊急事態宣言解除により人の動きが出てきたが、外食関係の営業時間短縮等の制限で内食需要は引き続き高い。来客数、買上点数共に前年を上回っている。 |
| | | スーパー(ブ ロック長) | 販売量の動き | ・飲食店の時短要請、酒類提供制限の影響は大きく、家飲み・内食により酒、おつまみ、菓子、総菜が好調に売れている。食品部門や日用品カテゴリーは、前年を超えてはいないが来客数が増えている。 |
| | | コンビニ(企画 担当) | 販売量の動き | ・既存店は、緊急事態宣言が発出中であつたが前年実績を上回っており、前月と比べても若干増加傾向にある。ただし、5月は平日が少ないためであり、駅立地の店舗は売上が減少しており楽観視はできない。 |
| | | 衣料品専門店 (売場担当) | 来客数の動き | ・スーツの需要は暑さとともに減ってきているが、その分、ワイシャツ、パンツやジャケットがよく売れてきている。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | 来客数の動き | ・ここに来て新規来店が増えてきた。新型コロナウイルスも落ち着いてきたので購買意欲も上昇傾向にある。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・ワクチン接種が始まっていることに加え、商品の入荷が回復してきたこともあり、少しずつ客の購買意欲も回復しつつある。来客数も少しずつだが戻ってきている感がある。 |
| | | 都市型ホテル (営業担当) | お客様の様子 | ・高齢者のワクチン接種が進んできたので、一部レストランの予約が増えつつある。今後の感染状況次第で、デマンドが大きく変化する。 |
| | | 観光名所(案内 係) | お客様の様子 | ・街の出入りが徐々に増え始めている。飲食業でも来客数の増加がみられる。 |
| | | 美顔美容室(経 営者) | 販売量の動き | ・今月は人気商品の限定販売でとても買い求めやすいキャンペーンが始まったため、多くの客がまとめて購入してくれた。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・グリーン住宅ポイントの流れがあり6月までは好調で、例年以上の販売数できている。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------|--------|--|
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・大きい都市の中心部や郊外型の大規模ショッピングセンターなどは集客も戻ってきておりにぎわっているようだが、それ以外のところは閑散としており、ほとんど客が来ない。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・当地域の人々は非常に真面目で、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に変わって新規感染者数も減っているということは、やはり自粛している人が非常に多いと見受けられる。 |
| | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・商店街の人出はあるが購買する人が少ない。ステーション系売店は、相変わらず乗降客が少ないのでさっぱりである。 |
| | | 一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種により安心感は広まったが、やはり東京オリンピックがどうなるかによってであり、今は様子見である。 |
| | | 一般小売店〔結納品〕（経営者） | 販売量の動き | ・とにかく新型コロナウイルスの感染が収束しないと、店舗型の小売店はどうしようもない。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 来客数の動き | ・元々6月の来客数は少ないのでほぼ同じである。低空飛行が続いて、暇である。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言のたびに厳しい状況になる。 |
| | | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子 | ・6月はお中元の早期受注の時期である。コロナ禍において人との付き合いを減らしているため、売上・来客数全て下がっている。ただし、一部の企業に調子が良いところがあり大口では金額が伸びている。金額全体を考えると、どちらともいえない状況であるが、中身は一部の好景気などに助けてもらって大きなマイナス分をカバーしている状況である。 |
| | | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当） | 販売量の動き | ・来客数は少しずつ戻ってきたように感じるが、まだまだ必需品でなければ買い控えている客が多い。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・来客数は少しずつ増えてきた。ビジネスシューズではなくカジュアルシューズを購入する客が多くなった。昼間は年配客がスニーカーなどを見に来店する。スーツ姿の客も、足元はビジネスシューズというよりも、多くはスニーカーなどのカジュアルな靴を履いて、カジュアルシューズの売場へ入っていく客が多い。その分単価が低くなっている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・ワクチン接種が進むまでは、不要不急の外出を避けた自粛生活が続く。 |
| | | 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言で県の要請に従い20日までの土日が休業となった。休業前平日の集客を見込んだが、状況は変わらず厳しかった。宣言解除後は比較的人出も増え、テナントビルのクリアランスセールや自店のイベントもあり、ここ最近で最も多くにぎわった。中低単価品がメインではあるが、購入率は高くなっている。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・来客数は多少増加しているが、特に熟年層の団体客が来ず、販売増加には至っていない。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・依然として買物頻度は落ち着いており、安価な物の動きが良い。 |
| | | スーパー（店員） | 単価の動き | ・ステイホームの効果なのか、自宅で梅干しや梅焼酎を作るための梅の売上には目を見張るものがあった。徐々に気温も上がり、すいかも売れている。 |
| | | スーパー（販売担当） | お客様の様子 | ・肉食傾向は続いている。 |
| | | スーパー（支店長） | お客様の様子 | ・コロナ禍がいまだに続いているなかで、先行き不安もあるせいか、必需品以外の購買意欲が低下している。まだまだ先行きが怪しいので、このままの変わらない状況が続くそうである。 |
| | | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・土日は相変わらず来客数が多いが平日は少ないため、売上としては今一つである。 |
| | | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・食品、生活必需品の動きは余り変化がみられず安定している。化粧品の動向は回復しておらず、マスクや除菌関連商品等も在庫過剰になっている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・前年のコロナ禍の影響度は図り切れないが、やはり緊急事態宣言の影響のためか、前年比の来客数が前月と比較してマイナス10%と悪化傾向である。回復傾向であった重点管理商品の米飯、ベーカリー及びファーストフードが、マイナス3～5%であった。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------------------|--------|--|
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・まだ来客数が変わらず、前々年はもとより前年にも及ばない状態が続いている。 |
| | | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・気温の上昇とともに飲料水やアイスクリームの売上が増えてきたが、その他の落ち込みを打ち消した程度で、全体の売上は2～3か月間変わらない状態である。 |
| | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染防止対策の時短要請等によって、まだ周りの飲食店等が早く閉まるため、その影響がずっと出ている。 |
| | | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・来客数の多い日と少ない日の差があるので、1か月の平均でみると厳しい。 |
| | | コンビニ（本部管理担当） | 来客数の動き | ・売上は前年比102.5%であった。前年のコロナ禍を加味した場合、前年比105%と想定していたので、約マイナス3%という状況は、やはり先週まで緊急事態宣言であったことが要因である。前月の状況と直近では、変化がない印象を受ける。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・なじみ客への販売量は例年と変わっていないので、メーカーに協力してもらって在庫を少なくしてのいでいる。 |
| | | 衣料品専門店（販売企画担当） | 販売量の動き | ・最低の月間売上高を記録更新した。物が動かない。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | お客様の様子 | ・外商について、3～4月と同様に客の消費意欲が余り感じられない。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・本来なら東京オリンピックでテレビの販売が伸びるはずが、特に反応がない。例年並みの売行きである。 |
| | | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | 単価の動き | ・4～5月と比べると売上は少し回復傾向だが、来客数は前年割れであった。エアコンやテレビ等、単価の高い商品が売れ始めたため客単価は高くなっているが、それでも前年割れであった。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・販売台数は前年並みで推移しているが、納車に半年以上掛かる車も出てきており、販売しても登録に結び付かず、売上にならない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・最近新型コロナウイルス対策に慣れが感じられ、マスクはしているものの外出は多くなってきていると感じる。しかし、自分たちの営業活動に端を發し感染が拡大しては困るので、なかなか積極的に動くことは難しい。最低限の活動では、客のニーズを捉えにくい。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で景気の良くない部分もあるが、製造業での生産が追い付いていないのが現状である。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 単価の動き | ・全体的にそれほど良い状況ではない。車は単価的に安くなってきている。仕入れでは良いが、値段が安くなるということは当社にある全在庫の価値が下がることになるので、良しあしである。景気としては、ガソリンや木材など高騰している物があるなか、中古車全体としては安いという感じである。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・半導体不足による車の生産の遅延がここ最近かなり出ている。カーディーラーからの車をもらおうと思っても、皆もらえない状況のため、販売量もかなり厳しくなっている。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響も含め、新築物件、リフォーム物件など、まだ現場に動きが出てきていない。様子見という状態もあり、秋から来年に掛けてしか見込めない。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（経営者） | 来客数の動き | ・時計宝石小売業としては、来客数が戻らず苦戦する毎日である。催事を実施すればそこそこの集客はあるが、単価が低く、毎月の売上確保が困難を極めている。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（店員） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種も始まって、人出が増えてきた。今まで我慢していた分集籠り需要がなくなりつつあるため、前年のような売上は見込めず、例年どおりの売上に戻ってきている。前年よりは2割ほど売上は落ちている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・いつものようにいつもの客が来てくれる。他の人の話を聞いても、それほど極端に落ち込んでいる様子はない。 |
| | | 一般レストラン（従業員） | 来客数の動き | ・もう本当に一部の常連客のみしか来ない状態で困っている。 |

| 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 |
|----|---------|----------------------|--------|--|
| | | バー（経営者） | 来客数の動き | ・コロナ禍のなか、会社から外食を止められていたり自粛ムードや外食しなくてもいいという慣れ等から、人の動きは少ない。しかし、要請を無視して営業している店には、若い人を中心に多く来店しているところもある。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | 販売量の動き | ・ワクチン接種が始まったが、もう少し分母が増えていかないと上向きな気分にはなっていない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進まないことには、人は動かない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大によるまん延防止等重点措置の適用などで、すっかり旅行需要は冷え込んだままである。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | それ以外 | ・コロナ疲れで人出は回復してきているが、消費に結び付いているのはデパートでも高額商品が多い。ターミナル駅から5分も離れていない大型ビルの飲食店街でも、閉店したり店舗前で弁当を販売するなど、単価も上がっていない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言がやっと解除されたが、まん延防止等重点措置が出ていて全く旅行に出掛けられる状態でもなく、問合せすらほばない。高齢者のワクチン接種が進んでいるが、夫婦共に接種が終わらないと旅行は難しいといわれたり、まだ国民全体の接種率が低いので、秋くらいにはどこか出掛けたいといわれている。早く30～60代も接種して、夏休みの家族旅行に少しでも期待したい。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・ようやく緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が解除されたが、引き続き新型コロナウイルス対策の制限があり、観光旅行需要はまだまだである。東京オリンピック需要も、新規の需要はない。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | お客様の様子 | ・旅行業界を気遣って申込みをしてくれる客もいるが、結局、度重なる自粛要請で出発に至らないのが現状である。 |
| | | 通信会社（サービス担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で在宅時間が増え、インターネットで動画やライブ配信を見たりするために、ネット環境の申込みをする家庭が増えている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・設備都合で利用できなかった有線インターネットが提供できる環境になると即新規申込みがあるので、景気は変わらない。 |
| | | その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス対策が続くなか、客の利用は低調なまま推移している。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客にイベント事がないことと職場がリモートになった客も多数いて、髪の毛などは手入れしなくてもいいという感じになっており、気分的に手入れがしづらくなった限界で来店する客が結構多くなった。 |
| | | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス特需的な販売量の動きが見受けられるが、全般的に上向きとまではいかない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・完了まで余り時間のない案件が舞い込んできた。ただ、忙しいだけで基本的には安定していない。 |
| | | 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が少し落ち着いてきたため、客の動きは良くなってきている。 |
| | | その他住宅〔室内装飾業〕（従業員） | 販売量の動き | ・工務も毎日現場があり100%稼働はしているが、工事の規模が小さい物件が多くなっており、売上金額は思うようには伸びない状況である。 |
| | | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業） | 単価の動き | ・緊急事態宣言のため例年よりもかなり減少しているが、3か月前と同じ状況である。 |
| | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・来客数が少ないのはもう余り変わらないが、今月は注文が全くなかったため、販売量につながらなかった。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（営業担当） | 販売量の動き | ・制限があるなかで営業活動が再開されてはいるが、平常期に入り受注量が落ち着いてきている。 |
| | | スーパー（店員） | 来客数の動き | ・来客数が少なく、商品もとにかく安くないと売れな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 |
|----|---------|----------------------|--------|--|
| | | スーパー（商品開発担当） | 販売量の動き | ・前年は新型コロナウイルスの影響を受け売上が伸び続けたが、今期はその影響がなくなり、前年に比して売上は苦戦している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・毎日必ず来店する客は、前年までは客単価が1000円程度の購入金額だったが、今は500～800円になった印象である。常連客の10～20名程度から同様の印象を受ける。 |
| | | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・弁当や麺類の売上が下がり、おにぎりの売上も下がっている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が減っている。外出が減っているためか事故件数も減っている。サポカー補助金が終了したためか、新車売上も減少している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・ここに来て、半導体不足で車の納期遅れが本格化してきた。在庫車も少なくなってきており、新規生産の新車は半年待ちとなっており、売上が上がり非常に苦慮している。中古車も取り扱っているが、高額車は売れず、50万円くらいの車の販売が中心である。車が必需品の地域ならではかもしれないが、購入費用を抑えようという傾向を感じる。 |
| | | その他専門店【雑貨】（店員） | 来客数の動き | ・6月に入ってから急激に来客数が減少した。緊急事態宣言の影響である。 |
| | | 高級レストラン（経営企画） | 来客数の動き | ・6月中旬に緊急事態宣言の解除とはなったが、アルコール提供時間の制限、時短要請が残るまん延防止等重点措置のなかでは回復が難しい。また、規制に違反して繁盛する店があることに不公平感が残る。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・6月20日まで当地もまん延防止等重点措置で営業時間は20時までで、昼間も外出を控える客が多かった。前々年より売上が10%下がった。 |
| | | その他飲食【ワイン輸入】（経営企画担当） | 来客数の動き | ・飲食店の客では、緊急事態宣言が解除され酒類の提供が開始されても来店客の戻りは限定的で、前々年比で30%程度となっている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・3か月前は春休みということもあり、コロナ禍ではあるが家族客中心に来客があった。6月に入ってから、当地は対象地域ではないが、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などでマスクのネガティブキャンペーンのもと、印象が悪いということで、不要不急の外出を控えるなどかなり影響を受け、大きく需要が減少傾向にある。したがって、悪い状況が続いている。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・営業時間短縮で苦しい。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が解除されたが引き続きまん延防止等重点措置が出ているため、売上は前月とほとんど変わらない。当社を含め市内のタクシー会社は夜の営業が相変わらず悪いため、稼働率をとて低くしており、当社も今月30日までは自宅待機の社員もいて、7月以降はまだ分からない状態である。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・客足が離れてしまった。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・新規契約件数が落ち込んでおり、人の動きが減ってきているように感じる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・1年前からの増設の影響により、最近では販売量の減少が続いている。 |
| | | テーマパーク職員（総務担当） | 来客数の動き | ・天候の影響もあるが、平日に来園する人数が減少している。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | 来客数の動き | ・今月は、コロナ禍の影響を受けた前年より入場者数は増えているが、予算的には少し良くない。雨の予報が出るとキャンセルが多く発生する傾向にある。2月以降の入場者数が好調に推移しているため、今月は少し景気が悪いと判断する。 |
| | | 理美容室（経営者） | 来客数の動き | ・暑くなってきて忙しくなってもいいはずだが、客が余り出歩いていないようである。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・やはりまだまだ新型コロナウイルスの影響がある。 |
| | | 設計事務所（職員） | お客様の様子 | ・客との打合せや会話のなかで景気についての話は全く出てこない。恐らく景気回復の基調はない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数は減少しているが、今後の状況がどうなっていくのかの判断が難しいところである。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|--------------------|---------|--------------------------|------------|--|
| | | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | お客様の様子 | ・最近では来客や商談があっても、先が見えない状況、情勢では大きな出費を控えているようである。受注額の低迷が続いている。 |
| | × | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き | ・当地への旅行客は、マイカー利用の客が平年の4分の1、鉄道利用が同じく5分の1、遠方の行き先を失った当地方の修学旅行生の観光バス利用が若干で、寂しい限りである。長年の経験でも初めてで、いまだに回復の兆しはゼロである。 |
| | × | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | 販売量の動き | ・前月に続き、飲食店での酒類販売自粛で、当社のような業務用酒販店は壊滅的な状況になっている。下旬になり夜7時までは解除されたが、ほとんど販売なしに等しい。飲食店でも、以前の夜7時まで販売可のときは営業していた店も今回は休業している店が多い。 |
| | × | 百貨店（業績管理担当） | 販売量の動き | ・4月の近隣都府県での緊急事態宣言、また県内の新型コロナウイルス警戒レベルの上昇により、売上、来客数共に大幅に減少した。6月になってもその傾向が続いている。 |
| | × | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・6月20日までの緊急事態宣言が影響し、来客数は大幅に下落しており、売上動向は悪い。特に、メイン商材となる米飯やパン類の販売が思わしくない。 |
| | × | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・建設関係全体の仕事量が減っていることと周辺の公共工事が一段落したため、来客数に影響が出ている。また、主要客層以外の一般客も、財布のひもは収入減少により固くなっている。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・人が動いていない。 |
| | × | 観光型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・6月20日をもって、隣県の緊急事態宣言の解除並びにまん延防止等重点措置の適用区域から除外はされたものの、今月もレストランの一部店舗を閉めたり、宿泊を延べ9日間も閉めた。それにより実績は、3か月前の56%、前年の80%ではあるが、前々年の25%にしかならず、悪いとしかいいようがない。 |
| | × | レジャーランド（職員） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置等の自粛要請により、コロナ禍の影響があった前年と同様の低水準となった。 |
| | × | テーマパーク（職員） | お客様の様子 | ・変異株が出てきて、ワクチンが普及するまでは難しい。 |
| | × | パチンコ店（経営者） | 販売量の動き | ・来客数の動きから景気は悪くなっていると判断した。 |
| | × | その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当） | お客様の様子 | ・以前より先行きが見えないという声が多く聞かれる。給料も下がっている様子である。 |
| | × | 美容室（経営者） | それ以外 | ・やはりこの1年半は、新型コロナウイルスの騒ぎで店もとても暇になった。 |
| | × | 理容室（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大はいつまで続くのか、見当が付かない。 |
| | × | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・新聞の一面にウッドショックの記事が掲載されたのは致し方ないことかもしれないが、メーカーではない地元工務店では、折衝を控えていると聞く。 |
| 企業動向 関連 (東海) | | * | * | * |
| | | 化学工業（総務秘書） | それ以外 | ・緊急事態宣言が解除され、東京オリンピックの開催も確定的で、ワクチンの職域接種も始まり、コロナ禍にも動きが見られた。人出は急激に増え、感染対策はしているものの、多くの人が心の中では新型コロナウイルスの終息がみえてきていると感じているのではないかと。 |
| | | 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、アジアの自動車向け設備投資が好調で、引き合いが急激に増えている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・輸送機器の販売量が増えている。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・通信関連機器の受注、販売は、前年と比較して若干減少傾向はみられるものの、依然として好調である。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------|--------------|---|
| | | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・少しずつだが荷主からの引き合いは増えている。6月になってから7月の依頼が続々入ってきているので、荷主側が、今までの遅れをこの夏にばん回するかのような動きになってきている。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | それ以外 | ・取引先の不動産販売会社の話によると、新型コロナウイルスのワクチン接種が始まった頃から、都市部では特に中古マンションの投資用不動産などの売りに係る案件が徐々に件数を伸ばしていると聞き、活況感が出てきたと感じる。 |
| | | 通信業（総務担当） | それ以外 | ・7月の東京オリンピックを控え、国民の気分は少なからず高揚するはずである。景気向上は、期待感から自ら高めていくことになる。ワクチン接種も、64歳以下への展開のアナウンスが身近な自治体からあって、感染阻止の対策も目に見えてきた。 |
| | | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言の解除により、前月と比較すると再開した飲食店もあり、日常が戻りつつあるように感じる。それに伴い、消費活動も回復傾向にある。しかし、全業種での回復とはいえない部分もある。 |
| | | 不動産業（経営者） | それ以外 | ・例年同様に雨の日が多いが、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、徐々に外出する人が増加していると思われる。売上は前年を上回り、回復傾向になっている。 |
| | | 化学工業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・引き続き半導体メーカー向け電材需要が好調である。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・4～5月の受注量が少なめで心配したが、3月の水準に戻った。3月末までに予算消化の注文があり、4～5月はその反動で減少したものと思われる。 |
| | | 鉄鋼業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・メーカー主導の価格上昇が止まらない。マーケットの需要が回復していないのに値上げが先行し、在庫負担だけが増えている。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が減少している。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・原材料が必要量は入ってこなかったり、新型コロナウイルスによるライン停止により、受注残が発生している。先進国が新型コロナウイルスから回復しても、生産地の新型コロナウイルスの感染が収束しないうちは、本格的な回復は期待できない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | それ以外 | ・周りの生活状況を見聞きして、景気は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 | ・需要自体はもっと強いが、半導体不足のために自動車の生産が進まず減産せざるを得ない状況である。 |
| | | 建設業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・5月と比べ6月は集客が減ったが、成約数は横ばいで実需での客の来場が多かった。マンションより戸建て住宅の販売が好調であった。新型コロナウイルスの影響は少なかった。 |
| | | 建設業（営業担当） | 取引先の様子 | ・公の仕事は、補償の兼ね合いもあり金を掛けて新型コロナウイルス対策をしている。企業も静観していたところは実施が決まった感じで、仕事ができるようになったが、根本的な営業面では、企業も公共施設も収入がないので、来期以降は資金的に厳しいのではないかと、業者同士で話をしている。 |
| | | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・消費財、生産財共に国内の物量が安定しているため、利益が出やすい。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | 受注量や販売量の動き | ・航空貨物量は高いレベルを維持している。 |
| | | 通信業（法人営業担当） | それ以外 | ・統計上は改善しているようにみえるが、庶民感覚では景気回復とはとても言い難く、財布のひもはまだまだ固いというのが実感である。 |
| | | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・今の景気は判断しにくい状況である。飲食店などでは営業時間が短くなって新型コロナウイルスの影響が大きく出ているが、自動車産業などにおいてはさほど影響はなく、忙しい部署もある。景気は2極化している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|--------------|---------|---------------------|--------------|---|
| | | 金融業（企画担当） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言が解除されても引き続きまん延防止等重点措置が適用されており、観光、飲食関連の業界を中心に厳しい状況も継続している。人出は相応にあるものの、特に個人消費の回復にはもう少し時間を要する。 |
| | | 不動産業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・コロナ禍の状況にも慣れてきており、移住への認識は一段落した。 |
| | | 広告制作業（経営者） | それ以外 | ・来客数が減少している。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染が地元でも下げ止まりの状態になっているため、広告受注もその影響を受けている。 |
| | | 行政書士 | 受注量や販売量 | ・製造業が悪いため貨物が減っている。 |
| | | 公認会計士 | それ以外 | ・中堅・中小企業の業績悪化や従業員の給与減少、コロナ禍による多くの業種での業績への影響から、景気は変わらないと判断した。 |
| | | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・一般消費者を取引先としない企業では、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置にかかわらず仕事が進められているので、業績に影響がない。しかし、飲食店は、酒類の提供制限が解除されて若干来客数は増えてきているが、まだまだ少ない。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | 受注量や販売量の動き | ・教育関係の注文が芳しくない。コロナ禍の影響を受けて学校活動に注力がされていないようである。 |
| | | 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 | ・6月は普通に過ぎ、良くもないし悪くもないという状態である。ただし、世の中はまだまだ良くなく、競合先や営業マンに聞いても良い話はなかった。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除されたが、これまでの影響が大きくて、まだ予断を許さない状況が続いている。半導体不足の影響で自動車関連の景気もやや悪く、全般的にも景気はやや悪くなっている。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・自社の受注量にも陰りが見えてきているが、協力工場が暇になってきたという声をよく聞くようになった。プロジェクトの動きが止まってきているように感じる。 |
| | | 通信業（法人営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・民間企業への提案は、来るべきデジタルトランスフォーメーション社会に向けて、アウトソーシングやフルフィルメントをキーワードに実施するが、不安定な世の中において、変革を推進するモチベーションは少なく、響かない。行政向けの提案内容は、地方創生交付金頼みになっていることもあり、ことごとく成立しない。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言の影響で百貨店のチラシなどが全く入らない。ダイレクトメールに関しても、旅行関連の物が全く来なくなった。 |
| | × | 食料品製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響により取引先が減少した。倒産の出ている業種も多い。 |
| 雇用関連 (東海) | | - | - | - |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・エンジニアの稼働率は、3か月前とさほど変化なく低水準ではあるものの、主要客からの派遣案件や受託案件の引き合いが増えた。 |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | 採用者数の動き | ・北米や中国の自動車販売が共に好調に推移し、生産における仕事量も確保でき順調に進んでいるが、半導体不足による影響を懸念している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | それ以外 | ・イベント時の来場者数は回復傾向で、緊急事態宣言下ではあったが人の動きが戻ってきた。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・5月の新規求人数は前年同月を9%上回り、有効求人数も8.8%の増加となった。現状は、新型コロナウイルス発生以前と比べれば依然として厳しい状況が続いているが、回復基調になってきている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新規求職者及び有効求職者数が減少に転じたことから、景気は上向きと感ずるものの、有効求職者のうちパート求職者については増加が続いており、先行きの不透明感も感じる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 採用者数の動き | ・当所の紹介による就職者が、前年同月比で増加してきている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-----------------|---------|---|
| | | 職業安定所（次長） | 求人数の動き | ・職種別有効求人数の前年同月比を3か月前と比較すると、前年同月を上回る職種が増加しており、全体でも増加に転じている。前年同月は既にコロナ禍の影響を受けており、前々年同月との比較では全体として大きく減少しているため、コロナ禍以前の水準には達していない。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | 採用者数の動き | ・新型コロナウイルスの環境下において、自社に必要とされる人材要件が企業内でも固まり、今の時代に適した採用フローを身に付けた企業が増加している。 |
| | | 人材派遣会社（経営企画） | 周辺企業の様子 | ・特に大きな変化はなかった。 |
| | | 人材派遣業（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・人手不足は継続しているものの、製造業の生産数の減少、宿泊施設の利用者数の減少は変わらず、景気の回復傾向がみられない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・ホテル関係は相変わらず悪い。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 求職者数の動き | ・求人数は前月までの下降トレンドから戻りつつあり、前年同月比では増加している。 |
| | | 人材派遣会社（企画統括） | 求職者数の動き | ・新規求職者数が引き続き低調である。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・2極化している面があるが、大きくは悪い状態が続いている。特にサービス業では閉店も増えている。 |
| | x | - | - | - |

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|--------------------|---------|----------------|--------|---|
| 家計動向 関連 (北陸) | | - | - | - |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、日を追うごとに人通りが増えている。とはいえ前々年と比較すると、売上は20%にも満たない悲惨な状況が続いている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 来客数の動き | ・来客数が僅かに増えており、周囲の店舗も少しずつ活気付いている。景気は若干だが上向いている。 |
| | | 自動車備品販売店（役員） | 来客数の動き | ・来客数は前年から減少しているが、主要な単価が上がってきている。車の販売も半導体不足からオプション取付けの遅れにより、納車時期がずれているが、商談や成約件数自体は戻ってきている。客の様子も新型コロナウイルス発生前と変わらないように感じている。 |
| | | 一般レストラン（統括） | お客様の様子 | ・当地は6月13日までまん延防止等重点措置期間であったが、解除後、平日のランチタイムや休日は人の動きが活発化し始めている。この状況を維持でき、今後ワクチン接種が進めば、新型コロナウイルス発生前までには戻らないものの、比較的、消費者が外出し、行動する世の中に戻ると期待している。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・客は動いているし、受注高も戻りつつあるが、1物件当たりの単価及び利益率が下がってきている。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（役員） | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置は一応解除されたので、飲食店は一緒にこれで客が戻ると期待していたが、実際にはそれほど戻りはみられない。 |
| | | 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | ・外出や旅行に関連する衣料品やバッグなどの雑貨、更にビジネス関連の商品は引き続き苦戦している。一方、食品や美容と健康関連、目新しい催事などにはコロナ禍とは思えないくらい人が集中している。依然として財布のひもは固く購入に慎重ではあるが、一定の購入はある。実感としては、まだまだ苦戦が続いているが、店舗全体でみると、底を打ってきた感じがある。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・高単価商品の動きが良いのは、旅行や外食などほかに使えないためだと考える。 |
| | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・特売商品の動きは良いが、定番商品の動きが悪い。また、今まで以上に割引商品の動きが早い。 |
| | | スーパー（仕入担当） | 販売量の動き | ・地域限定での電子決済キャンペーンの影響で販売量、単価共に大きく伸びている。一時的なキャンペーンのため、反動を懸念している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・来客数が変わらない。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
| | | コンビニ(店長) | お客様の様子 | ・近隣での道路工事の影響で、数日間は一時的に来客数が増えたが、1か月単位で考えた場合、景気の上向きを感じるほどの数字にはならなかった。季節の変動指数をみても、景気が良くなったというまでの来客数ではないので、変わらないと考える。ただ、今年は例年と比べて雨が少なく、本来であれば来客数、売上共に上がってもおかしくないところだが、平均売上額が例年と変わらないことから、景気自体は余り良くないのかと考えるところでもある。 |
| | | コンビニ(営業) | 販売量の動き | ・販売高が顕著な動きでなく、前々年と比較しても厳しい状況が続いている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | お客様の様子 | ・ワクチン接種は増えているが、新型コロナウイルスに感染する懸念が払拭されたわけではなく、客も来店に消極的にならざるを得ない。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | お客様の様子 | ・ワクチンの接種が進んできているが、感染者数が増え始めているということで、なかなかコロナ禍以前の状態には戻らない。 |
| | | 家電量販店(店長) | 販売量の動き | ・東京オリンピック開催前でテレビや録画機器などに期待していたが、平年と変わらない。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | 販売量の動き | ・車検など整備部門の売上は変わらずに進んでいるが、車両販売量が増えずに苦戦している。コロナ禍でイベント等ができないまま何か月も営業展開をしていることが販売量に影響しているとみている。 |
| | | 乗用車販売店(役員) | それ以外 | ・県内において新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が減少しており、経済活動も徐々に再開に向け働いている。しかし、東京オリンピック開催による悪影響への懸念があり、再び自粛状態に戻ることも考えられ、年内一杯は厳しい状況と考える。 |
| | | その他専門店[酒](経営者) | 販売量の動き | ・とにかく暇である。県で緊急事態宣言が発出され、Go To Eatキャンペーンの発券が中止となり、この先どうなることかという感じである。 |
| | | 一般レストラン(店長) | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除になったが、入出はさほど変わらない。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | 来客数の動き | ・6月は県内小学生の修学旅行が8校で550名程度あったが、個人客の宿泊が少なく、約2000名の宿泊客数である。前々年比の約25%である。 |
| | | 観光型旅館(スタッフ) | 来客数の動き | ・前々年と比較すると31%の売上状況である。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用が終わっても、首都圏で新型コロナウイルスの感染再拡大に対する懸念が大きく、客の戻りを感じられない。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・純粋な個人旅行、団体旅行共にほぼ皆無である。唯一動きがあるのは出張の一部のみである。 |
| | | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・店内で販売が伸びない分、外に打って出る販売を行っているため、販売数に余り影響が出ていない。 |
| | | 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 | ・県内の新型コロナウイルスの発生状況に左右されている。感染者が少なくなったと思ったら、クラスターが発生するなど、皆前向きにはなり切れない様子が伝わってきて、会員の施設利用、新規の入会や体験等が活発にはならない。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・前年の契約高に比べ1割以上アップしている。業界全体としては伸びていないが、土地と建物をセットにした販売方法が磨かれてきたとみている。また、新規分譲地の販売が順調に進んでいることも相乗効果となり、良い傾向である。 |
| | | 住宅販売会社(営業) | お客様の様子 | ・客全体の動きについて、積極性は感じないものの、完全に低調という感じでもない。ここ数か月同様な傾向が続いている。 |
| | | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの終息傾向がなかなかみえない。ワクチン接種が進めば良くなるとの期待があるものの、いつになったらワクチンが行き渡るのか、先が見えない。政府の方針も徹底しておらず、経済ロスは計りしれない。中心商店街は、人が来て初めて商売が成立するものだが、不安のなかでの方針決めはなかなか難しい。 |
| | | 一般小売店[精肉](店長) | 来客数の動き | ・ギフトは前年並みで来ているが、Web受注が増えていることから来客数が少なく、その分デイリーの売上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 |
|------------------------|---------|-----------------------|------------|--|
| | | 一般小売店〔事務用品〕(店長) | 来客数の動き | ・コロナ禍で買物に外出することが少なく、通信販売などを利用しているため、来客数の動きがやや悪くなっている。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | 来客数の動き | ・首都圏等の緊急事態宣言が出ると来客数に影響が開始する。また、前年は特別定額給付金の給付があり、高額寝具やブランド財布等の買上があったが、今年は買物に対してシビアな傾向が強いとみている。アパレルは依然として厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー(店舗管理) | 来客数の動き | ・流動客が依然として増加傾向である。生鮮食品はこの店、加工食品はドラッグストア、更にポイント付与日にはこの店など、すみ分けが一層激化している。そのため高齢者の構成比が高まり、客単価が上がらない傾向にある。 |
| | | コンビニ(店舗管理) | 来客数の動き | ・駅前の再開による周辺人口の減少によって、駅前にある店舗の来客数が大幅に前々年を割っている。もちろん新型コロナウイルス第4波の影響も大きい。 |
| | | 家電量販店(本部) | 販売量の動き | ・前年と比較して暑くなく、特別定額給付金がないので、全体的に厳しい状況である。 |
| | | スナック(経営者) | 来客数の動き | ・ボーナス月に入ってきたが、決まった人だけが来店し、常連客がなかなか戻ってこない状態で不安を隠せない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・6月半ばに、まん延防止等重点措置が1か月ぶりに解除になり、酒の提供もできるようになって少しずつ人出が増えてきている。しかし、まだ大半の人は警戒し、酒を飲みに行かなくなっている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ここ3か月以内で中堅のタクシー会社が2社廃業したが、その分の客が増えたという感じはしない。 |
| | | 通信会社(役員) | 販売量の動き | ・通信、放送共に獲得契約者数が前年同期比で約10%減少しており、若干落ち込んでいる。 |
| | | 美容室(経営者) | 来客数の動き | ・当地では収まりかけていた新型コロナウイルスの感染者数が、10日ほど前から歓楽街を中心に大幅に増えてきており、商店街への人の流れも少なくなってきた。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・ウッドショックによる木材の高騰で、資材確保が難しくなると考える。 |
| | × | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・再び感染が拡大してきたこともあり、平日の人出は極端に減ってきたが、車の通行量が多いように見える。出掛けはするが、短時間で用を済ませるといった傾向のようである。 |
| | × | 百貨店(売場主任) | 来客数の動き | ・中旬にまん延防止等重点措置が解除されたにもかかわらず、依然として外出自粛の傾向が続いていて来客数が減っている。お中元の受注はWebで大幅に伸びているが、ギフトセンターは閑散とした状態が続いている。クリアランスセールも前年割れとなっている。 |
| | × | 住関連専門店(役員) | 販売量の動き | ・今月に入り消費の動きが急速に変化している。前月と比較しても来客数、販売数共に落ち込みをみせている。 |
| | × | その他小売〔ショッピングセンター〕(統括) | 販売量の動き | ・県内外の新型コロナウイルス感染者数の増加傾向に伴い、来客数の伸び悩みが月を通して継続している。夏物商材の購買動向は、前年は臨時休業明けの反動で増加がみられたが、今年は気温も平年並みが続き売上の山場はなく、月を通して落ち着いたものとなっている。 |
| | × | 高級レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、飲食店に対する酒類の提供自粛や20時までの時短営業も解かれたが、客足は通常の6割ほどまでしか回復していない。 |
| | × | テーマパーク(役員) | 来客数の動き | ・大都市部での緊急事態宣言の延長や、まん延防止等重点措置の適用などにより、6月の客の動きは前年同月と比べても、3か月前と比べても非常に厳しく、ほぼ休業に近い状態である。 |
| 企業 動向 関連 (北陸) | | - | - | - |
| | | 食料品製造業(経営企画) | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍のもと、年明け2月頃までは外食向けを中心に業務用商品が大幅に前年割れで推移していたが、ほぼ一巡した3月以降は逆に業務用が大幅に前年超えで推移し始めている。業務用でもテイクアウト需要向けの商材が好調の要因となっている。 |
| | | 一般機械器具製造業(総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・緩やかではあるが受注量が増えてきている。 |

| 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 |
|------|---------|-------------------|------------|--|
| | | 精密機械器具製造業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・ここ2～3か月の国内販売については、ほぼ新型コロナウイルス発生以前の状況に戻りつつあるが、欧米やアジアでの海外販売については、むしろ完全に前々年同期の販売を上回る状況になってきている。 |
| | | 建設業（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの感染者数が東京では1日700人を超え、第5波といわれているが、北陸3県ではゼロの日もあり、3か月前と比べたら業種間の差はあるが全体的にやや良くなっていると感じる。 |
| | | 税理士（所長） | 取引先の様子 | ・客の様子では、6月の収益は3～4月と比べてかなり回復してきている。新型コロナウイルス発生以前に戻りつつあるようである。建設業関係も順調である。製造業も大分需要が戻ってきている。不安定なのは住宅関連業種で、ウッドショックによって非常に厳しくなっている。工事が赤字になったり新しい受注を取れなかったりする心配があり、今後の不安だが、6月現在は以前より良くなっている状況だと認識している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量や販売量は変わらず推移している。 |
| | | プラスチック製品製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染及び自動車業界の半導体不足の影響が継続しており、今一つ回復に力強さが欠ける状況が続いている。 |
| | | 輸送業（役員） | 取引先の様子 | ・コロナ禍で全体的な荷動きがまだ悪い。 |
| | | 輸送業（管理会計担当） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数が減少しない状況は続いており、物流業界においてはネット通販等のB to Cは比較的堅調に推移しているが、企業間物流の荷動きの戻りは鈍い状況が続いている。 |
| | | 通信業（営業） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言解除後の3月以降は上向きになったものの、現在と比較すると同程度の受注量で推移している。業種にもよるが急激な増加もなく、現在は落ち着いた状況とみている。 |
| | | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・同業者からは、景気が良いという話を余り聞かない。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・定時株主総会における役員報酬が前年より減額されている会社が多い一方、子会社設立や会社分割などの積極的な動きも多い。 |
| | | 広告代理店（経営者） | 取引先の様子 | ・取引件数や取引額が減少している。 |
| | × | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言の延長により自粛ムードが継続している。取引先の業況は前年同期比では改善しているものの、3か月前との比較では業況回復が確認できない。 |
| 雇用関連 | | - | - | - |
| (北陸) | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・今まで利用してなかったような新規の会社から求人が増えているように感じる。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | 求人数の動き | ・求人数は依然として伸びない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・求職者は徐々に増えているものの、求人数や成約数は、ほぼ横ばいである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業） | 周辺企業の様子 | ・企業の様子が変わっていない。新しい動きもない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・ここ数か月、求人の動きに大きな変化はなく、活発な動きは感じられない。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・新規求人が減少のまま停滞している状況にある。紹介案件の求人が少ないので、マッチングも更に厳しい。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・求人数が減っている。 |
| | × | - | - | - |

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

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) | | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・今月の客単価は1万842円と、3か月前の8853円よりも上昇した。これは2年ぶりに当施設でレースを再開したほか、グレードの高いレースが開催されたことが要因である。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の再発出など、まだ予断は許されないが、お中元商戦を迎え、前年と比べれば外出が減っている分、贈答品の売上はそれほど減少しないと予想される。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、25日までの来客数は前年比で16.0%の減少と苦戦が続いているが、食品品の売上は0.9%の増加と、好調であった前年を上回っている。特に、家で少しよい物を食べたいという理由から、総菜が5.3%増加と、かなり好調に推移している。 |
| | | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・3月に比べて、6月は営業が制限されているが、3月の売上を上回る見込みであり、前年比でもプラスとなっている。 |
| | | 百貨店（外商担当） | 来客数の動き | ・夏物衣料の先行クリアランスセールへの動員のほか、来客数は増加傾向が続いている。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の解除や、新型コロナウイルスのワクチン接種による心理的な効果などが出ている。クリアランスセールも影響し、26～27日は家族連れを中心に来客数が大幅に増え、婦人靴やサンダルなど、夏物アイテムの購買も活発化している。今月の売上は前年比で19.7%の減少であるが、21日以降は5.5%の増加で推移している。 |
| | | 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月は緊急事態宣言の解除により、営業時間が延長されたため、客も外出して買物や食事などを楽しんでいる状況で、売上の増加につながっている。 |
| | | 百貨店（営業推進担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進むにつれて、消費マインドが回復しつつある。 |
| | | 百貨店（販促担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数などが、今月に入って少し落ち着いてきているほか、自粛慣れによる緩みもあり、来客数や街の人出が増加傾向にある。それに伴い、食品を始めとするデイリー商材は堅調に推移し、気候の変化で季節商材にも動きが出ている。ただし、高額品を筆頭に、不要不急の商品には動きがみられない。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除され、やや来客数が改善された。ただし、前年比では0.5%の増加であるが、2年前と比べると40.3%の減少と、まだまだ完全には戻っていない。 |
| | | 百貨店（売場マネージャー） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の解除以降は、目に見えて来客数が増加しており、何か買物をしようという消費意欲が売場の端々で感じられる。気温の上昇もあり、盛夏の実需商材の動きには顕著にその様子が表れている。 |
| | | 百貨店（宣伝担当） | お客様の様子 | ・今月の初旬から営業を再開したところ、想定以上に客が戻ってきている。前年も同じような時期に休業となったため、季節商材を購入できていない客が多く、購買意欲が高い。 |
| | | 百貨店（売場マネージャー） | 来客数の動き | ・来客数は3か月前よりも良くなってきている。3月が前年比でマイナス16.0%、4月がプラス24.0%、5月がマイナス18.2%、6月がマイナス12.8%と改善傾向にある。 |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・大阪の緊急事態宣言が解除され、人流が増えてきている。感染予防には良くないが、経済は動き始めたと感じる。スーパーでも、会食のための買い出しとみられるグループの来店が見受けられる。 |
| | スーパー（販売促進担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の発出直後と比較すると、来客数は前年を上回るなど、動きが戻ってきている。客単価は少し低下し、まとめ買いの傾向はある程度落ち着いてきたが、総菜やベーカリーの売上は伸びている。外食から中食への需要の移行は、今後も一定の期間は継続すると予想される。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-----------------------|---------|--|
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・6月20日で緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置に移行した。週末までに来客数は10%ほど増えたが、夜20時以降は変わらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | それ以外 | ・緊急事態宣言が解除され、東京オリンピックの開催を控えた環境のなか、まん延防止等重点措置といっても名ばかりのように感じる。国民が行動や飲食、買い物、娯楽などを楽しむ状況になっている。 |
| | | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・オフィスに出勤する社員が増えているため、飲食店や小売店の利用も増加し、良くなっている。 |
| | | コンビニ（店員） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の解除で人の動きが増えたほか、暑さで冷たい物が売れ始めている。 |
| | | 家電量販店（店員） | お客様の様子 | ・梅雨に入り、季節商材の動きが活発になっているが、エアコンの高額品の動きが例年よりも鈍い。気温が思ったほど上がらず、苦戦が続いているほか、ボーナスの支給前であることも要因の1つである。 |
| | | 家電量販店（人事担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の解除により、来客数は増えつつある。ただし、前年は10万円の特別定額給付金もあり、高額商品がよく売れたため、その反動減で苦しい状況にある。 |
| | | その他専門店【医薬品】（管理担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の解除や、気温の上昇に伴い、生活必需品のほか、嗜好品、季節商材の動きも上向きつつある。 |
| | | 高級レストラン（企画） | 来客数の動き | ・単価は低迷しているが、来客数や稼働室数は少しずつ増えている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が出るか出ないかというよりも、客自身の判断で動き始めた印象を受ける。これから先は東京オリンピックもあるため、新型コロナウイルスの感染が再び拡大する可能性があり、旅行するなら今という雰囲気を感じる。 |
| | | 都市型ホテル（フロント） | 来客数の動き | ・予約のリードタイムが非常に短い。直近での予約が多く、稼働率も徐々に上がってきている。ただし、その多くはビジネス利用であり、レジャー需要はまだ回復していない。夏休みに向けたプランを展開しているため、今後の受注に期待している。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | 販売量の動き | ・徐々に来客数が増え始め、稼働率は微増となっている。販売単価は低下が続いているが、今後少し期待がもてる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種の拡大により、東京オリンピック明けの旅行の検討が始まっている。 |
| | | タクシー運転手 | 競争相手の様子 | ・多少は業況が良くなっている。 |
| | | 通信会社（社員） | 来客数の動き | ・例年と比べても、サービスの加入申込みは、おおむね増加傾向にある。 |
| | | その他レジャー施設【複合商業施設】（職員） | 来客数の動き | ・6月20日をもって緊急事態宣言が終了し、土日の営業を再開したことで、来客数は回復傾向にある。 |
| | | 美容室（店員） | 来客数の動き | ・百貨店などの土日営業が可能になったため、人の流れが少しずつ出てきた。それに伴い、遠のいていた客足に動きが出始めている。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・昼間の人出は増加しているが、客足の引きが早く、夕方以降は極端に少なくなっている。 |
| | | 一般小売店【衣服】（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、当店の客にも接種が完了した人が増えてきた。それに伴い、今月の動きには期待していたが、前月と同様に客足が伸びず、苦戦している。 |
| | | 一般小売店【鮮魚】（営業担当） | それ以外 | ・月次の売上のベースはほぼ横ばいであるが、2年前と比べると60%減少しており、景気の回復には程遠い。 |
| | | 一般小売店【野菜】（店長） | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、まん延防止等重点措置が続いているため、各店舗の来客数は減っている。市場の動きを見ても、販売量が増えるような気配はない。 |
| | | 一般小売店【呉服】（店員） | お客様の様子 | ・コロナ禍による買い控えで、先が見えない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・得意客を中心に、新型コロナウイルスの感染に慎重な客が多く、外出を控える状況が続いている。 |
| | | 百貨店（外商担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が6月20日まで続き、間際の土日は臨時休業となったため、来客数、売上共に低迷している。一方、外商の客については、高額の時計や海外ブランド品の注文が順調に入っている。 |

| 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 |
|----|---------|----------------------------|--------|--|
| | | 百貨店（販売推進担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行し、少し自粛の緩みがみられる。今月は、新型コロナウイルスのワクチン接種済みの年配客が増加傾向にあるが、緊急事態宣言中の土日の営業自粛などもあり、6月全体としては引き続き苦戦している。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染者数も減るにつれて、徐々に来客数が戻ってきた。これまでは来店頻度を落とし、まとめ買いをしていたが、来店頻度がコロナ以前に近づいており、買いだめが少なくなったと感じる。夕方以降の客足も着実に回復している。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・今年は地域によってプール開きが解禁されたり、前年よりも売れる商品の幅が広がっているものの、新型コロナウイルス発生前のような動きにはまだ遠い。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・大型商業施設の週末の休業や、平日の時短要請により、消費意欲が減退している。直近の大きな催事についても、父の日商戦は少し弱い動きとなっている。 |
| | | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除されたが、内食傾向は根強く、売上は底堅く推移している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言は解除されたが、企業の在宅勤務が定着している。出勤する人の数が低水準のままであり、来客数が戻ってこない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言は解除されたが、酒類の提供は19時までであり、酒店は依然として厳しい。 |
| | | コンビニ（店員） | お客様の様子 | ・状況は余り変わらず、土日などは家で過ごすためか、アルコール飲料やレジ横の商品がよく売れる。 |
| | | 乗用車販売店（営業企画） | お客様の様子 | ・全体として不安定な状況に変化はない。 |
| | | その他専門店 【食品】（経営者） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の再発出が予想される。 |
| | | その他専門店 【宝飾品】（販売担当） | 単価の動き | ・緊急事態宣言が解除されて来店客もみられるが、外出機会の減少が宝飾品の着用機会にも比例し、購買意欲は上がっていない。売上も固定客の付き合いによる購入が中心で、単価は低い。 |
| | | その他専門店 【ガソリンスタンド】（経理担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言の延長の影響もあり、以前と大きく変わらない。 |
| | | その他専門店 【スポーツ用品】（経理担当） | 販売量の動き | ・コロナ禍の影響もあるが、購買意欲は慢性的に低いままとなっている。飲食業を中心に消費が上向かなければ、その他の業種の売上拡大も難しい。さらに、新型コロナウイルスの感染第5波の到来で、緊急事態宣言が再び発出されれば、次回は飲食を中心に倒産、廃業が増える可能性がある。 |
| | | その他小売 【インターネット通販】（企画担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の発出もあって、来客数が減少し、買上につながらない状況が続いている。特に、外出機会の減少もあり、ファッション関連の苦戦が目立っている。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に切り替わったのが、月後半であったため、まだ上向き始めたとはいえない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・近隣の大型商業施設が休業要請で閉鎖されたときは、ランチ客が大きく増えたが、休業要請の解除後は以前の動きに戻った。当店のよう店は、酒を売らなければ売上が成り立たないので、時短要請や酒類の販売制限が続けば厳しい。飲食業界としても、新型コロナウイルスの感染が収まらなければ、景気は回復しない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月の初旬は、高齢者による新型コロナウイルスのワクチン接種の予約で人通りがなく、中旬はワクチン接種の開始で人通りがなくなった。接種し終わった人から、1～2人でのランチの来客はみられたが、少人数で来てさっと食べるだけなので、客単価は上がらない。 |
| | | 一般レストラン（企画） | 販売量の動き | ・ここ3か月は、ほぼ横ばいの状況で推移している。2年前の約80%の水準であり、来客数は少し上向いているが、酒類の販売禁止で客単価が低下しており、全体の販売量は横ばい傾向である。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------------------------------|--------|---|
| | | その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当) | 販売量の動き | ・売上の推移は平行線であるが、新型コロナウイルスの発生前の状態には戻っていない。 |
| | | 都市型ホテル(管理担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数や政府の措置により、来館者数は大きく左右されるため、景気の推移というよりも、感染次第という部分がある。 |
| | | 都市型ホテル(販売促進担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染者数が少なかった3月は、稼働率も40%まで回復していたが、4月以降は感染が拡大したため、宿泊人数やレストランの来客数が激減した。レストランでは来店が見込めないディナーを休業し、近隣でも夜は営業していない店が増えた。5～6月を経て、緊急事態宣言は解除されたが、大きな回復は見込めない。 |
| | | 都市型ホテル(管理担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除される前後から、直近の宿泊には若干の動きがみられたが、夏休みの旅行については様子見の状況が続いている。また、首都圏からの予約の動きがいまだに悪い。一方、食堂は土日に限り、近隣からの客で若干のにぎわいがみられるが、平日はまだまだである。婚礼についても、相変わらず少人数婚が続いている。 |
| | | 旅行代理店(店長) | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除されたが、大幅な伸びはなく、やっと緊急事態宣言の発出前の水準に戻っただけである。 |
| | | 旅行代理店(役員) | それ以外 | ・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したが、4月以降は全く動きがない。 |
| | | 旅行代理店(支店長) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいる割に、感染状況が大きくは改善しないため、客が疑心暗鬼になっている。年末年始など、先の旅行の相談はあるが、夏休みの申込みの出足は鈍い。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の影響が続いており、病院の送迎関係の需要はあっても、客の利用自体は少ない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ホテルの前で待機しているが、宿泊者はほとんどいない一方、病院関係では多少の動きがある。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・緊急事態宣言は解除されたが、まん延防止等重点措置は続いている。営業収入は2年前よりも約25%減少しており、特に夜間の利用が、飲酒の減少やリモートワークの増加で減っている。来月は東京オリンピックが開催となり、それと同時に客は多少増えることが予想される。 |
| | | 通信会社(経営者) | お客様の様子 | ・受注状況に大きな変化はない。 |
| | | テーマパーク(職員) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言中に生じたキャンセル分を取り戻すことは難しく、現状はその穴を埋める手段がない。 |
| | | その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当) | 来客数の動き | ・引き続き人流が制限されているため、景気は悪いままである。 |
| | | 住宅販売会社(総務担当) | 販売量の動き | ・契約量が前年よりも減少しており、2年前と比べても悪い状況である。 |
| | | 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) | お客様の様子 | ・不動産の価格や取引状況に、変化はみられない。 |
| | | 一般小売店[時計](経営者) | 来客数の動き | ・今月は明らかに来客数が少なく、店の前を歩いている人も少ない。梅雨の割には雨が少ないため、雨で外出を控えているわけではない。実際に、買物帰りに熱中症のような症状が出て、店で休ませてほしいという人がいた。暑いなか、体調を崩してまで買物に出るといった行動は、特に年配の人には考えられない。新型コロナウイルスのワクチン接種が広がれば、安心感が得られるわけではないと、今月はつくづく感じている。 |
| | | 一般小売店[衣服](経営者) | お客様の様子 | ・このところ、商店街の人出も少しずつ増えていると感じる。ただし、新型コロナウイルスの発生前よりも減っている点は変わらない。来客数も減少しており、非常に厳しい状態にある。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|---------------------------|---------|---|
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・今月は目標が未達となりそうである。新型コロナウイルスの影響が続くなか、生活必需品を中心に徐々に営業を再開したものの、客に認知が広がらず、前年の数字も下回っている。ファッション関連を中心に、不要不急の商品の購入はかなり抑えられている。 |
| | | 百貨店（商品担当） | 販売量の動き | ・大阪では緊急事態宣言が再延長され、店舗の大部分で休業となった影響で、減収が続いている。営業が再開された月後半も前年には及ばず、大きな規制がなかった郊外店も含め、来客数や売上は回復していない。ただし、特選雑貨やオンラインでのお中元ギフトの販売などは好調であるほか、商品別にみると、食品部門は堅調に推移している。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き | ・6月21日には緊急事態宣言がまん延防止等重点措置に移行し、同じタイミングでセールが立ち上がったものの、客足は伸びず、季節商材のTシャツやワンピースなどの売上は増えていない。その一方、高額品を扱う特選ブティックの売上は前年よりも増えているため、ふだん用のデイリー商材への消費意欲に低下の動きが見られる。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・客単価が落ちてきたように感じる。 |
| | | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・夏野菜の種類も今は少なく、漬物関連の梅の販売も今年は一瞬で終わるなど、今月は余り良くない。 |
| | | スーパー（企画担当） | 競争相手の様子 | ・前年はコロナ禍による特需の影響で、売上は大きく伸びたが、今年は全体的に2年前の水準に戻りつつある。基幹店の商圈内に競合店が出店した影響が大きく、唯一数字が伸びているのは総菜部門であり、米飯関連が堅調に伸びている。 |
| | | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスに対する緊張感が希薄になり、日用品の動きが鈍化してきている。 |
| | | スーパー（社員） | 競争相手の様子 | ・前年の春からコロナ禍が続くなか、スーパーは家庭内での食事機会の増加を受けて、売上の増加が続いた。ようやくコロナ禍が落ち着きを見せ始めた一方、競合店はチラシを増やし始めており、厳しい競争状態となっている。 |
| | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言は終わったが、特に客の動きが変わった感覚はない。 |
| | | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・平日、土日を含め、客が少し減少していると感じる日が多い。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・21日からは緊急事態宣言が解除されたが、客の出足が良くない。新型コロナウイルスのワクチン接種の2回目完了していないことが、主な要因と考えられる。 |
| | | 家電量販店（店員） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響で、前年よりも依然として売上は厳しい。前年は助成金などによる需要もあり、売上は伸びたが、今年は状況が異なる。梅雨入りが早かった影響で気温がさほど上がらず、売上に占める比率が高いエアコンの販売台数も伸び悩んでいる。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・購入を決めるまでのスピードが速くなっており、客はある程度の情報を入手し、購入の準備をした上で来店する傾向がある。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・海外生産が少しずつ増えているため、徐々に販売台数も増加している。ただし、販売できる台数はまだまだ少ないのが現状である。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | 来客数の動き | ・コロナ禍による自動車需要への影響は比較的少なかったが、徐々に経済活動の鈍化による景気減退の影響が出てきたと感じる。 |
| | | その他専門店 [ドラッグストア]（店員） | お客様の様子 | ・外出の自粛で、しばらくは客の来店する時間帯が朝だけであった。昼から閑散とした状態で、店に活気は感じられなかった。緊急事態宣言の解除後もそれが続いているため、今後どうなるかが不安である。 |
| | | その他小売 [インターネット通販]（経営者） | 来客数の動き | ・度重なる緊急事態宣言の発出を言い訳に、商店街の各店舗の販売は消極的となっており、客離れが目立つ。 |
| | | 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 | ・新しいカタログが発刊されたが、例年よりも受注の少ない状態が続いている。 |

| 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 |
|----|---------|------------------------|--------|--|
| | | 都市型ホテル (総務担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の延長により、6月の宿泊の稼働率は30～50%で推移し、宴会も前年と比較して5分の1の売上しかない。レストランは一部の店舗を休業させたことにより、売上は大きく減少している。 |
| | | 通信会社(企画担当) | それ以外 | ・大阪の北浜に住んでいるが、飲食店だけでなく、歯医者や診療所、オフィスもなくなっており、景気の減退が実感される。 |
| | | 観光名所(経理担当) | 販売量の動き | ・3月は例年の2割減程度であったが、6月は5割減にまで落ち込んでいる。 |
| | | その他レジャー施設[イベントホール](職員) | 来客数の動き | ・長引く行動制限により、経済が回らなくなっていると感じる。 |
| | | 美容室(店長) | 来客数の動き | ・今月は緊急事態宣言の延長により、来客数はかなり少ない状況が続いている。 |
| | | 美容室(店員) | 来客数の動き | ・来店周期が伸び、単価も下がってきている。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | 販売量の動き | ・客との対面営業が減り、ビジネスチャンスが減少してきたように感じる。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | それ以外 | ・新築戸建て住宅の受注は問題ないが、ウッドショックの影響で着工が不安定なため、請負契約の締結をちゅうちょしている。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | 販売量の動き | ・やはり新型コロナウイルスの影響が長引いている。ワクチンの接種による感染の収束は海外でも失敗しており、先が見えない混とんとした状況が続いている。 |
| | | その他住宅[展示場](従業員) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言は解除されたが、住宅展示場への来場者数は低迷したままである。 |
| | | その他住宅[情報誌](編集者) | お客様の様子 | ・新築マンション、戸建て住宅共に、販売は堅調に推移している。特に、手持ちの資産や年収の多い層は、購買意欲が引き続き高い。ただし、ウッドショックの影響で戸建て住宅のコスト上昇が顕著であるほか、着工の遅れが顕在化しているため、市場は不安定な状況となっている。 |
| | | その他住宅[住宅設備](営業担当) | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が解除されたが、新型コロナウイルスの影響は大きく、客の訪問キャンセルは続いている。 |
| | × | 百貨店(服飾品担当) | 来客数の動き | ・6月に入り、緊急事態宣言が20日で解除された。ようやく21日からは、平日だけでなく土日でも営業が再開できる状態になり、売上も前年を上回る形となった。ただし、緊急事態宣言の発出前の来客数には完全に返っておらず、目的のはっきりした客の来店が中心である。好調な食品関係の売上は前年比で2けた伸び、ファッション関連も6～8%の伸びとなっている。一方、化粧品関係は前年割れとなり、コロナ禍での接客にも限りがあるため、完全な復調には至っていない。 |
| | × | 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・食料品の買物はみられるが、衣料品を買いに来る客はいない。緊急事態宣言が解除されても、来客数は増えていない。 |
| | × | 家電量販店(企画担当) | 来客数の動き | ・コロナ禍でのボーナスの減少や、将来への不安からか、例年のようなボーナス商戦の集客がみられない。例年よりも、梅雨入りが早かったことも影響していると感じる。 |
| | × | 住関連専門店(店長) | 単価の動き | ・春以降は、1万円以上の商品を購入する客が激減している。欲しくても数を減らすか、安い商品に変える人が増えている。 |
| | × | 住関連専門店(店員) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で収入が減少している。特に必要でない物には、生活が厳しいときにはお金を掛けない。 |
| | × | 観光型ホテル(経営者) | それ以外 | ・当地区では6月20日まで緊急事態宣言が発出され、その後もまん延防止等重点措置が適用されている。ゴールデンウィーク明けから休館が続き、ようやく6月25日から営業が再開したが、土曜日以外はほとんど客がみられない。 |
| | × | 観光型ホテル(客室担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が収束していない。 |
| 企業 | | * | * | * |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------------|---------------------|---------------------|---|---|
| 動向 関連 (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 | ・依然として新型コロナウイルスの影響が続いているが、ワクチンの接種が徐々に進んでいるほか、沖縄を除き、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したこともあり、回復の期待も出てきている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前年はコロナ禍の影響が直撃し、間違いなく景気は良くなかったが、今年は半導体関連の市場が大変好調となっている。原因はいろいろと挙げられているが、本当のところはよく分からない。ただし、一過性の好況ではなさそうである。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・コロナ禍のなか、将来を見通して現状からの脱却を目指し、必死で努力をしている会社が見られるなど、少し光がみえてきた。販売戦略や人材育成に積極的に取り組む会社が増え、当社の仕事が増えつつある。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・少し景気が良くなると予想したが、緊急事態宣言が延長され、相変わらず業務用商品の動きが停滞している。家庭用もこれまでの伸びがなくなり、例年並みに戻りつつある。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除となり、まん延防止等重点措置に移行したが、飲食店への客の流れには変化がないため、飲料水の売上は変わらない。 |
| | | 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 | ・受注量は相変わらず減少傾向であり、今年度はこのまま微減の状態が続く。 |
| | | 化学工業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・車載向けの製品や電子部品、電気機械のほか、半導体、建設資材向けの製品などで、出荷量は好調な状態が続いている。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・販売量や受注量を見ると、変わらないという評価になるが、雰囲気は悪く感じる。受注量は増えているものの、将来の先取り分が含まれるため、不安を感じる。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体不足の影響で、自動車関連を中心に荷動きが減っている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今年の初めから受注が激減しており、今月も同じ状況である。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き | ・前年の6月は特別定額給付金によって販売が伸びたため、前年比では100%を大きく下回っている。ただし、前々年比ではややプラスとなっている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・全く回復の兆しが見られず、関係産業の設備投資も全て白紙に戻ったまま、具体的な時期の話が出てこない。また、半導体の調達にかなりのリスクがあり、受注が伸びても部品調達の予定が立たない。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量や問合せの動きは変わらず、低調な状態が続いている。 |
| | | 建設業（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、設備投資の延期や凍結の動きが出ており、価格競争も厳しい状況である。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・送料の値上げにより、売上が落ちている。 |
| | | 金融業〔投資運用業〕（代表） | それ以外 | ・緊急事態宣言の影響が全てであり、政府の優柔不断さも事業者を不安にさせている。秋頃にはコロナ禍も一段落するため、今のうちに今後の戦略を練っておくべきである。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まったが、いまだに景気回復は感じられない。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・紙媒体、Web媒体共に、広告売上は2年前と同じ水準となっている。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・ようやく緊急事態宣言は解除されたが、まだ上向きな広告出稿の動きはみられない。 |
| | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・取引先の飲食店は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などに振り回されており、疲れがみられる。国から補助金などが支給されている間は、何とか割り切って休業していたが、ここまで長引いてくると、いよいよ閉店を考えるとこまできている。 | |
| | 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 | ・材料価格の高騰に伴い、商品の値上げを通過している会社が多く、その作業に追われて販売が伸びない。 | |
| | その他非製造業〔商社〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・ある程度は動きが出てきたが、景気が上向くまでには至らない。 | |

| 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 |
|------|---------|--------------------|--------------|---|
| | | ハルブ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言の延長を経て、一段と動きが悪くなった。また、半導体不足による生産量の減少もみられる。 |
| | | 電気機械器具製造業（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かどうかは分からないが、仕事量が減っている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注が増えない。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・民間の大型案件は少なく、入札では考えられないような低価格で決まっている。 |
| | × | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前月の売上は前年比で134%、前々年比では95%と、前年と比べるとさすがに大幅な改善となっているが、例年と比べるとまだ悪い。 |
| | × | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、アパレル関連や飲食店の退店が続いている。それに伴って賃料が下がり、景気も悪化しつつある。 |
| | × | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍で先行きが見通せない。 |
| 雇用関連 | | * | * | * |
| (近畿) | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・関西の景気は戻りつつあると感じる。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数が、新型コロナウイルス発生前の実績を上回り始めている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 採用者数の動き | ・6月に入ってから、採用者数の増加傾向は衰えておらず、業種によっては採用意欲が相当高まっている。一方、求人数は製造業が3か月連続で増加するなど、回復の兆しがみられるものの、2年前の水準には戻っていない。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | それ以外 | ・緊急事態宣言が解除され、今まで外出を控えていた人が、フラストレーションを解消すべく外出し始めている。全体的に、買物客の動向が消費に向かっていくように感じる。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・今年度の第1四半期も終わりに近づいているが、新型コロナウイルスの影響で余り芳しくない動きであった。ただし、区や市の社会福祉協議会などでの政府助成金の窓口業務や、下半期の入札関係の動きが活発化してきている。テレワークも様々な業種で進んでおり、派遣業界は忙しくなっている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | 求人数の動き | ・飲食や旅行、宿泊関係の求人数は、緊急事態宣言の発出によるダメージで更に減少している。東京オリンピックは開催される可能性が高いものの、景気への影響は限定的とみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・大阪の有効求人倍率は1.10倍と前月並みの水準であったが、就業地別にみると0.90倍と、厳しい状況が続いている。新規求人数も2か月連続で増えたものの、前年の大幅な減少の反動であり、2年前の水準は大きく下回っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・景気は雰囲気的には上向きになると予想されるが、各種の数値をみると、新型コロナウイルスの感染第5波のおそれもあり、企業は慎重になっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新型コロナウイルスによる不況が長引き、休業や時短による家庭内の収入の減少につながっている。求職活動を積極的に行う人が若干増え、特に男性の間では、65歳以上のパート希望者が少し増えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年並みであるが、2年前と比べると大きく減少している。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスによる特需が続いているため、景気も同じような水準で推移している。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・例年6月の採用解禁以降、新卒採用市場では内々定通知の動きがピークを迎える。その後の追加募集の動きに伴い、合同企業説明会の出展参加が増えるが、今年は余り大きな動きがなく、イベントの出展参加が増えている様子もない。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | 求人数の動き | ・6月も前年は上回っているものの、4～5月の回復度合いに比べると、かなり伸び率は鈍化している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|--------------------|---------|---|
| | | 人材派遣会社 (営業担当) | 周辺企業の様子 | ・緊急事態宣言は解除され、まん延防止等重点措置に移行したが、飲食や観光業界には依然として先が見えない。 |
| | | 学校[大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・採用担当者の来校も、求人目的ではなく、インターンシップの案内にシフトしてきている。学生の状況を見ると、まだまだ就活は続きそうである。 |
| | × | 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がまだまだ続いている。特に、関西の地元企業からの新聞広告については、プロモーション費用が前年の70%台となっている。 |

9. 中国(地域別調査機関:公益財団法人中国地域創造研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------------------|---------|--------------------|---------|---|
| 家計 動向 関連 (中国) | | - | - | - |
| | | 商店街(代表者) | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、自粛疲れで外出者が増加しているため、人通りが多くなっている。 |
| | | 一般小売店[食品] (経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍で、巣籠り需要が堅調な上に、緊急事態宣言が発出されて、より一層売上が好調に推移している。来客数、客単価がいずれも前年を2~3ポイント上回っている。 |
| | | 一般小売店 [靴](経営者) | お客様の様子 | ・3か月前は売上が前年に比べ50%減少している状況で、新規問合せも前年に比べ90%減少していたが、今月は新規問合せが回復しつつある。来月に向けて新規受注を見込める状況である。 |
| | | 一般小売店 [茶](経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍で、人々に不安があるなかで、新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいることへの安心感や東京オリンピック開催の話題などで、何か人の心が良い方向に向かっている。それに伴い、売上も少しずつ回復している。 |
| | | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・プレクリアランスセールが始まり、売上が順調に回復していたが、クリアランスセールに入り、一般客の来店が盛り上がり上がっていない。 |
| | | 百貨店(営業企画担当) | 単価の動き | ・衣料品の不振もあり、前々年と比べると、売上は減少しているが、前年と比べると回復傾向にある。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、来客数が回復傾向にある。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍ではあるが、来客数も販売点数も回復傾向にある。客が午前中に集中する動きは変わらないが、週末を中心に確実に回復している。まとめ買いの動きが大きくなっており、冷凍食品について特に顕著である。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除されたが、来客数は前年並みで、販売もやや上向いている。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、来客数は上昇傾向にある。父の日の売上も前年を上回っている。外食が減った分、催事に関しては家でプチゼイタクをする傾向にある。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の影響もあり、今月に入り、来客数が前年を上回っている。 |
| | | スーパー(総務担当) | 来客数の動き | ・来客数、客単価がいずれも上昇している。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | 販売量の動き | ・6月に入り、本部で販売促進活動を実施しているため、依然として、来客数は伸び悩んでいるものの、売上は回復している。 |
| | | コンビニ(副地域ブロック長) | 販売量の動き | ・経済活動、レジャー、イベントが少しずつ再開し、主力商品の販売数量が回復傾向にある。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言中は大型商業施設等が土日祝日休館だったこともあり、来客数が比較的多くなっている。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・6月に入り、金曜日に職場関係の少人数の利用が出てきている。土曜日や日曜日の家族の利用も元に戻りつつある。新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、客の安心感が出てきている。 |
| | | 都市型ホテル (企画担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の解除を受け、低迷していた宿泊の稼働率も徐々に回復傾向にあり、完全に止まっていたレストラン予約の問合せもやや増加してきている。全体的にはまだ前々年と比べ3割程度の回復であるが、新型コロナウイルスのワクチン接種の拡大で、駅中心の商業施設も人出が増加してきている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|--------------------------|---------|---|
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除され、店も開き始め、20時からいまでの売上はやや良くなっている。 |
| | | 競艇場（企画営業担当） | 販売量の動き | ・1日平均の売上が3か月前と比べ、少し増加している。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍でも、客の来場意欲や購入意欲は高くなっている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・前年の7割まで落ち込んでいたモデルハウスの来客数が9割近くまで回復してきており、完全予約制イベントを開催しても早い段階で予約が埋まっている。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・商店街の人通りは少しずつ元に戻りつつある。 |
| | | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・外出を自粛する人が多いよう来て客数が前年を下回っている。売上も前年を下回る部門が多くなっているが、学生服、美術品、貴金属は前年を上回っている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除された前年と比べると、来客数が少ない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響もあり、前月後半から来客数が減少している。感染者数が減少しているのに、平日の来客数も少ない。セールがスタートしたが、前年以上にゆっくりとした動きとなっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・数百万円の美術品や200万円くらいのブランドバッグが売れており、売上は好調である。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数が増加しているのが特売日のみで、来客数の減少が続いているため、売上が伸びていない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数は前年を上回っているが、前々年を超えていない。 |
| | | 衣料品専門店（代表） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言は解除されたが、来客数は元に戻らず、景気は悪い状況で推移している。 |
| | | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスが終息する気配がなく、客の消費意欲が低下している。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・6月の販売台数は前年比88%で、大変厳しい状況である。半導体不足で生産制限が設けられていて、車両がない状態である。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・良くも悪くも動きがなく、前年並みで推移している。 |
| | | その他専門店【時計】（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨時で、来客数が減少しており、購買にもつなげられていない。 |
| | | その他専門店【和菓子】（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。 |
| | | その他小売【ショッピングセンター】（支配人） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスが落ち着いた3か月前と同様の状況である。緊急事態宣言が解除されても、客の警戒感が強く、一気に回復とはいかない状況である。特に、夕方以降の来客数が依然として厳しく、業種別では、飲食が引き続き厳しい状況である。 |
| | | 高級レストラン（事業戦略担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス発生以降、景気は変わらない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・職場関係や家族での利用が減少している。 |
| | | バー（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルス禍の時短営業などもあり、景気は良くならない。 |
| | | その他飲食【サービスエリア内レストラン】（店長） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響が続き、景気は変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が影響し、観光客、ビジネス客のいずれも動きが鈍い。特に大会や団体の利用がほとんどない状況である。一方で、地元県民対象のキャンペーン効果により、地元の利用客は増加している。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | 競争相手の様子 | ・若い人の新型コロナウイルスのワクチン接種が済んでいないため、景気に変化はない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------------------|--------|---|
| | | 旅行代理店（支店長） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除されたが、まだまだ旅行という雰囲気ではなく、売上は停滞したままである。現状では東京オリンピック・パラリンピックが景気回復の契機となる可能性も低く、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、Go To Travelキャンペーンが復活した段階である程度需要が回復してくる。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの状況が良くならないため、客の自粛傾向が続いている。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・6月は新型コロナウイルスのワクチン接種も進み、客の動きも出てきたが、依然として、夜の乗車率が上がっておらず、3か月前から余り変わっていない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、緊急事態宣言も解除、感染リスクは下がっている。ただ、サービスに対する関心が上がり、消費が復活するタイミングはまだ先である。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言下で、消費対象が限定されている。 |
| | | 通信会社（工事担当） | お客様の様子 | ・客の様子を見る限り、景気は変わっていない。 |
| | | 通信会社（経理担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言が解除されたが、まだまだ人の動きが活発ではなく、景気は余り変化していない。 |
| | | テーマパーク（管理担当） | お客様の様子 | ・政府の新型コロナウイルス対策が国民目線でないことが原因で国民が疲弊しているため、客の購買意欲も低下傾向にある。 |
| | | ゴルフ場（営業担当） | お客様の様子 | ・客の話題が自粛から新型コロナウイルスのワクチン接種の話題に変わりつつあり、集客の改善が進んでいるようにみられるが、予約は伸びていない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 単価の動き | ・新型コロナウイルス禍で、客からの引き合いが減少していることに加え、木材のコストアップや品薄からプロジェクトが停滞している。 |
| | | 設計事務所（経営者） | 単価の動き | ・現在、建築関係はウッドショックが発生して、木材が不足し、調達が難しくなっている。全体価格も上昇、契約後の変更もできない状態で苦慮している。 |
| | | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・客の購買意欲が低下しており、本当に必要な商品しか購入してもらえない。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、旅行や外食に活気がない。 |
| | | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除され、来客数が少し増加しているが、売上にはつながっていない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・来客数、販売量がいずれも前年の90%前後と非常に厳しい状況が続いており、先が全く見えない状況が続いている。 |
| | | 百貨店（外商担当） | お客様の様子 | ・緊急事態宣言の解除や新型コロナウイルスのワクチン接種の進行により、来客数、売上はいずれも少しずつではあるが、回復しつつある。 |
| | | スーパー（財務担当） | 来客数の動き | ・5月16日の緊急事態宣言発出以降、前年比99%の既存店売上が、6月21日の緊急事態宣言解除後、前年比97%になっている。 |
| | | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、客単価が低下している。 |
| | | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・売上は前年比97.9%、来客数は前年比103.7%となっている。緊急事態宣言下であったため、チラシ広告、イベント等については全て中止となり、集客面においてかなり苦戦している。食品や化粧品といった日常消耗品は比較的好調に推移しているが、それ以外の家具、収納用品等は低調である。 |
| | | コンビニ（支店長） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、人の動きや心理が変化したままで、週末の数字が元に戻らない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいるが、依然として、客が外出を避けている。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が発出され、新規の来客数が大幅に減少し、フェアを実施しても増加していない。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が減少し、客の購買意欲も低下している。 |
| | | その他専門店〔布地〕（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいるが、まだ安心して街に買物に出掛ける人が少ない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------------------|---------|------------------------------|------------|--|
| | | その他専門店 [土産物] (経営者) | 来客数の動き | ・休業や時短営業を余儀なくされ、営業を再開しても客はすぐには戻っていない。 |
| | | その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当) | お客様の様子 | ・5月16日からの緊急事態宣言もあり、平日も土日も来客数は少ない。自粛疲れで休日に出歩く人も多くなっているが、目的買いの客が多いようで、それ以外に金を使う雰囲気がない。 |
| | | 都市型ホテル (企画担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の発出で、来客数が大幅に減少している。 |
| | | 放送通信サービス (総務経理担当) | お客様の様子 | ・料金延滞の件数がやや上向きに推移している。 |
| | | 美容室 (経営者) | お客様の様子 | ・とにかく客が来ない。 |
| | | 住宅販売会社 (営業所長) | お客様の様子 | ・6月の緊急事態宣言時の行動自粛促進により、客の動きが鈍くなっている。 |
| | × | 商店街 (理事) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、景気は悪くなっている。 |
| | × | 一般小売店 [眼鏡] (経営者) | 来客数の動き | ・県外の人が移動を控えているためなのか来客数が減少している。 |
| | × | 家電量販店 (店長) | 販売量の動き | ・前年は巣籠り需要や特別定額給付金による需要があったが、今年はそれがいないため、売上の低下が激しい。 |
| | × | 家電量販店 (企画担当) | 来客数の動き | ・近隣に競合店がオープンしたため、来客数や売上が減少している。 |
| | × | 乗用車販売店 (営業担当) | 来客数の動き | ・来客数がかなり減少し、夕方になると客が余りいない。 |
| | × | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除されたが、客の自粛が習慣的になってきたためか、外出者数が増加していない。 |
| | × | 一般レストラン (店長) | 来客数の動き | ・2度目の緊急事態宣言の発出で、20日まで店舗休業、21日から営業を再開したが、来客数は完全には戻っていない。県からの要請で20時までの時短営業となっているため、夜の売上が非常に少ない。時短要請に従っていない近隣の店舗に客が流れるなど非常に厳しい状況が続いている。 |
| | × | 観光型ホテル (営業担当) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の発出により、宿泊予約のキャンセルが相次いでいる。3か月前と比べて、景気は良くなっておらず、売上の見込みが全く立っていない。 |
| | × | 観光型ホテル (副支配人) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が発出されたことで施設が休業となったため、人の動きが全くなくなっている。 |
| | × | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・緊急事態宣言で夜の勤務ができなくなったため、悪くなっている。 |
| | × | 通信会社 (広報担当) | 単価の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、客が価格の安さにしき興味を持たない状況となっている。 |
| | × | 観光名所 (管理担当) | 販売量の動き | ・5月15日～6月20日まで緊急事態宣言で施設を休館にしていたため、売上がない。 |
| | × | 美容室 (経営者) | 単価の動き | ・新型コロナウイルスの影響が続き、店での滞在時間を短縮するため、クイックメニューを選択する客が増加し、客単価が低下している。 |
| 企業 動向 関連 (中国) | | 輸送用機械器具 製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・若干生産が低下しているが、好調である。 |
| | | 通信業 (営業企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言の間もデータセンターやITに関する引き合いは増加している。客が今年度計画しているIT投資について達成に向けた動きが活発化してきている。 |
| | | 通信業 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・5月期の販売量は前年の30%と大きく低迷したが、緊急事態宣言の解除が近づき始めた頃から客の購買意欲が急激に回復し、6月期の販売量は前年の90%近くになると見込んでいる。さらに、7月期は引き合いの強さから前年超えも期待できる。 |
| | | 繊維工業 (監査担当) | 受注量や販売量の動き | ・閑散期だが、例年と比べ5月以降の荷動きが活発である。例年、ほとんど受注がない時期だが、受注も好調に推移している。 |
| | | 化学工業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・自動車産業の半導体不足問題等、懸念材料はあるが、景気は徐々に良くなっている。 |
| | | 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 | ・生産量が増加している部門があり、時間外労働も多くなっている。 |

| 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 |
|------------------|---------|--------------------|------------|---|
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注が堅調である。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・工作機械や造船向けの受注が増加してきており、工場は定時工数割れから脱却している。新型コロナウイルス禍で人員を減らしているため、納期対応が課題となっている。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・消費財関連、自動車関連の生産や出荷が増加している。 |
| | | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言の対象地域となったため、インターネット通販の需要がかなり増加している。新型コロナウイルス禍で外出を自粛した消費者が、あらためて電子商取引の利便性に気づいてきている。 |
| | | 会計事務所（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・コンサルティング分野においては、事業再構築支援などの補助金取得支援業務が増加、アウトソーシング分野においては、間接部門のアウトソーシング業務受託が増加している。 |
| | | 農林水産業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除されたが、景気は変わらない。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・販売は良くなったり、悪くなったりの繰り返しで、平均すると変わらない。 |
| | | 木材木製品製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除され、少し落ち着いている。しかし、変異株など関東圏を中心に再拡大の兆候があるため、しばらくは新型コロナウイルスとの攻防戦が続く。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響もあり、景気に大幅な変動はない。 |
| | | 非鉄金属製造業（業務担当） | 受注量や販売量の動き | ・金属素材や電子材料関係の受注は堅調に推移している。また、非鉄金属価格も高値で推移している。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・次世代通信規格である5Gの市場拡大に伴い、プリント基板製造装置の受注量が増加している。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | 取引先の様子 | ・取引先の生産台数が半導体不足の影響で減少している。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・建設業の特性で、新型コロナウイルスの受注への影響は数年後に表面化する。現状は資材の価格上昇や納期遅延が多少あるものの、大きな影響は実感していない。 |
| | | 輸送業（総務・人事担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注数量は堅調であるが、新型コロナウイルスの影響を受けた業種からの受注は新型コロナウイルス発生以前に戻っていない。 |
| | | 金融業（貸付担当） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言の対象地域でなかったこともあり、緊急事態宣言が発出されても取引先の業況は大幅に変化していない。 |
| | | 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生産は、主力車種の販売伸び悩みに加え、半導体不足の影響から、計画をやや下回る水準となっている。このため、系列の地元部品メーカーの多くの受注がピーク時の9割程度になっている。 |
| | | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・来客数や成約件数が前月並みとなっている。 |
| | | 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、受注量や販売量が上向かない。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・量販関係の受注が回復傾向にあり、宅配ギフトの受注も上向いているが、全体では依然として厳しい状況が続いている。 |
| | | 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 | ・客からの受注量は、毎月、内示に比べて大幅な減少となっている。 |
| | x | * | * | * |
| 雇用 関連 (中国) | | - | - | - |
| | | 人材派遣会社（支社長） | 求人数の動き | ・間接業務である事務求人においても求人数が回復している。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・増員や体制強化などを目的に、求人数が前年に比べ大幅に増加している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・製造業や建設業を中心に4月の求人倍率が上昇、5月は緊急事態宣言下で低下したが、依然として採用人数が予定に達していない企業が6割である。 |

| 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 |
|----|---------|-----------------------------|---------|---|
| | | 学校〔大学〕 (就職担当) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの影響を受け、業績が低下している企業が多いが、将来を見据えて採用活動を実施している企業も多く存在している。 |
| | | 求人情報誌製作 会社(広告担 当) | 採用者数の動き | ・前年の同時期と比べると、学生の動きは早く、緊急事態宣言地域を中心に対面の面接形式からWebの面接形式に変更になっても特に大きな問題はなく、採用選考が進んでいる。前年は手探りのWeb面接だったが、新型コロナウイルスの発生から1年以上が経過し、企業のWeb化は進み、学生もWeb面接には随分と慣れた様子である。その分学生の見極めは難しくなったという企業が増加している。 |
| | | 職業安定所(所 長) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、繊維関連や宿泊関係の新規求人数が大幅に減少している。業種や取扱品目により繁閑の差が大きい、求人全体では横ばいとなっている。 |
| | | 職業安定所(雇 用関連担当) | 求人数の動き | ・新規求人数は前年から12.1%減少している。派遣の製造求人が前年から大幅に減少したが、福祉では引き続き人手不足が続いている。業界により回復度合いに差が出ているため、景気回復が鈍くなっている。 |
| | | 職業安定所(事 業所担当) | 求人数の動き | ・令和3年4月の新規求人数は前年から2.1%増加しているが、新型コロナウイルス発生前の前々年からは24.6%減少している。特に宿泊業や飲食サービスの求人減少が目立っている。また、全国規模で飲食業や小売業を展開する事業所からの求人が提出されていない状況である。 |
| | | 民間職業紹介機 関(職員) | 採用者数の動き | ・採用時のハードルが高く、従来であれば内定が見込めそうな人材であっても、なかなか内定へとは結び付かない。業界に関係なく、選考が厳しくなっている。 |
| | | 民間職業紹介機 関(求人・人材 採用担当) | 求職者数の動き | ・求職者で比較的多いのが、副業やWワークを希望する人、空いた時間のパートを希望する主婦、高齢者であり、新型コロナウイルス禍での社会不安から正社員での転職を希望する層の動きが鈍い状況が続いている。 |
| | | 学校〔短期大 学〕(進路指導 担当) | 求人数の動き | ・6月1日から企業の選考活動が本格的に開始となったが、求人数に余り大きな伸びがみられない。 |
| | | その他雇用の動 向を把握できる 者 | 求人数の動き | ・求人状況に特段変化はない。 |
| | | 人材派遣会社 (経営戦略担 当) | 求人数の動き | ・5月の緊急事態宣言発出以降、新規受注数が再び減少傾向にある。 |
| | | 求人情報誌製作 会社(経営者) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスに対する懸念が再燃している。景気は今が底である。 |
| | 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) | | 美容室(経営 者) | 来客数の動き | ・飲食店の時短営業や自粛要請が解除され、街に活気が出てきたと感じる。自由に行動できるようになると髪にも気を掛けるようになるため、来客数が増加し、忙しい状態となっている。 |
| | | 一般小売店〔生 花〕(経営者) | それ以外 | ・ワクチン接種が高齢者しか進んでいないため、人出は週末のみ戻りつつあるという程度だが、自粛期間が終了したこと、繁華街の店舗が次々に営業を再開している。 |
| | | 一般小売店〔書 籍〕(営業担 当) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきており、また、65歳以上のワクチン接種が始まったことが店頭売上の増加につながっている。 |
| | | 百貨店(販売促 進) | お客様の様子 | ・高齢者のワクチン接種が進み、客の来店意欲が徐々に出てきていると感じる。 |
| | | コンビニ(店 長) | 来客数の動き | ・7月のピークの時期に向け、来客数が例年どおりに増加している。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、依然として街中の人出は少ないが、以前と比べると人が戻ってきているように感じる。また、売上についても底値から回復している。 |

| 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 |
|----|---------|-----------------------------|---------|---|
| | | 衣料品専門店 (経営者) | 販売量の動き | ・都市部の新型コロナウイルス新規感染者数がかかり減少している。バーゲンセールを境に6月後半から売上が盛り返しており、6月全体では例年と比べると微増という状況である。 |
| | | 乗用車販売店 (役員) | 販売量の動き | ・全車種併売化と新型車の発売効果で、好調に推移した前年を上回る受注数を獲得できている。 |
| | | その他専門店 [酒](経営者) | 来客数の動き | ・父の日の前後に販売数が増加し、売上高が少し回復している。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | 来客数の動き | ・当地域は新型コロナウイルス新規感染者数が低水準であり、まん延防止等重点措置が解除されたため、客足が戻っている。 |
| | | 旅行代理店(営業担当) | 販売量の動き | ・一部地域でのまん延防止等重点措置の適用に伴い、来客数は依然として少ないが、インターネットによる予約は増加傾向にある。 |
| | | 通信会社(営業部長) | 販売量の動き | ・年度当初に設定した計画を大幅に上回る売上高となっている。 |
| | | 通信会社(社員) | 販売量の動き | ・新規申込みの問合せが増加している。 |
| | | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・アルコール飲料提供店の時短営業は終了したが、その後も夕方は来街客の人出が非常に悪い日々が続いており、引き続き厳しい状況である。 |
| | | 商店街(事務局長) | 販売量の動き | ・高齢者を中心にワクチン接種が進んでいるが、2回目の接種が完了するまでは外出自粛は継続すると思われる。また、変異株が出回っており、しばらくは慎重な行動を取る人が多いと予想する。 |
| | | 一般小売店 [酒](販売担当) | 販売量の動き | ・飲食店の時短営業が終了しても客が戻ってこないため、業務用の納品は減少したままである。 |
| | | スーパー(企画担当) | 単価の動き | ・コロナ禍による活動の制限は徐々に緩和されているが、夜の夕食については依然として厳しい状況である。一方、中食需要は増加したままであり、1人当たりの買上金額は高水準で推移している。 |
| | | コンビニ(商品担当) | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除された後も人通りが戻っていない。繁華街以外の場所も夕方から夜間の間は来客数が減少したままである。 |
| | | コンビニ(総務) | 来客数の動き | ・ワクチン接種が進み始めているが、業績に反映されるほど好転はしていない。 |
| | | 衣料品専門店 (営業責任者) | 販売量の動き | ・売上は前年比で82%と厳しい状況が続いている。新しい洋服の需要減少と、外出自粛による来客数の減少が影響している。 |
| | | 乗用車販売業 (営業担当) | 販売量の動き | ・3月末頃から販売台数は増加していないが、来客数は徐々に増加している。 |
| | | 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 | ・都市部の緊急事態宣言が解除され、少しずつ客足が戻りつつあるが、新型コロナウイルス発生以前の水準には到底及ばない。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・焼き肉店は気安く利用しにくい面があるため、コロナ禍で短時間や少人数を推奨される状況では利用先として選択されにくいのではないかと懸念している。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・飲み屋が時短営業をしているため、依然として夜は仕事が少ない状態が続いている。また、例年この時期はお遍路の客が訪れるが、今年はほとんどがキャンセルとなっている。 |
| | | 競輪競馬(マネージャー) | お客様の様子 | ・ワクチン接種が開始されているが、進捗状況が芳しくなく、先行きが不透明であるため、消費者の動向も慎重になっている。 |
| | | 設計事務所(所長) | 競争相手の様子 | ・公共事業の入札で、低価格の入札が増加している。 |
| | | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・依然として新型コロナウイルスの影響で、夜の店の営業が厳しい状況にあると感じる。団体客の動きが全く再開されておらず苦戦が続いている状況である。 |
| | | 商店街(代表者) | それ以外 | ・市の駅前再開発事業で県外大手資本を呼び込み、地元商店街は壊滅的な被害を受けた。しかし、僅か30年で全面撤退したため、その後の再生計画は統一感のない空きスペースへの店舗充当が進んでいる。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・コロナ禍で客の来店頻度が減少している。 |

| 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 |
|--------------------|---------|-----------------|--------------|---|
| | | スーパー（財務担当） | 単価の動き | ・外食への回帰で中食需要が少し減少しており、客単価が低下傾向にある。 |
| | | 家電量販店（店員） | 来客数の動き | ・買換え需要が一巡し、来客数が減少している。 |
| | | 家電量販店（副店長） | 販売量の動き | ・早めの梅雨入りの影響もあり、季節商材の動きが悪い。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新車受注状況が前年比90%程度に減少する見込みである。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・当地域は新型コロナウイルスの特別警戒期となっており、来客数が極端に減少している。消費者マインドがここに来てまた急激に冷え込んでいるように感じる。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大防止のための自粛で来客数が伸びない。 |
| | × | 百貨店（営業管理担当） | 来客数の動き | ・来客数が3割程度減少している。 |
| | × | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・来客数の減少に歯止めが掛からない。週末のイベントやスポーツ大会も徐々に始まっているが、一向に改善がみられない。 |
| | × | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・当地域は新型コロナウイルスの特別警戒期となっており、飲食店や居酒屋、スナック等が時短営業を行っている影響で、乗車率がふだんの3分の1という状況である。 |
| 企業動向 関連 (四国) | | 繊維工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・都心の観光地の小売店は人が戻らず厳しい状況が続いているが、地方の小売店や海外、ネット販売は順調で、年間売上は前年に近い数字であった。期初である6月の売上は前年を上回っており、引き続き好調に推移している。 |
| | | 木材木製品製造業（営業部長） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は若干ではあるが回復傾向にある。また、住宅着工数も伸びてきており、回復の兆しが見え始めている。 |
| | | 鉄鋼業（総務部長） | 受注量や販売量の動き | ・販売量は最低の状態が続いているが、受注案件が少し増加傾向にある。 |
| | | 建設業（経営者） | それ以外 | ・業界の景況については、公共事業の増加により売上、利益共に堅調で、総じて悪くはない。課題は新型コロナウイルスの感染再拡大に伴う事業活動や生活活動の停滞、自粛ムードからの回復である。当地域においては、新規感染者数が減少し、警戒アラートの解除が宣言されたため、以前と比べ景況感が改善されてきていると感じる。 |
| | | 輸送業（営業） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言の解除に対する期待感やワクチン接種の開始を受け、6月中旬頃より低迷が続いていた取扱物量に少し上向きの兆候がみられるようになってきた。 |
| | | 税理士事務所 | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス発生以前の数値に戻りつつある。 |
| | | 農林水産業（職員） | 受注価格や販売価格の動き | ・例年になく早い梅雨入り等の天候要因から、例年と比べ市場入荷量は少なく、卸売価格の単価は前年を上回っている。しかし、数量が10～20%少ないにもかかわらず、単価は5%程度しか上回らないなど、消費に力強さはみられず、価格をけん引していた業務需要の不振の影響が大きく出ている。 |
| | | 化学工業（所長） | 受注量や販売量の動き | ・ワクチン接種が始まり、徐々に新型コロナウイルスの感染状況は落ち着きつつあるが、都市部では第5波の懸念もあるため、全体的な景気回復はもう少し時間が掛かると思う。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・本格的な需要回復の時期は不透明である。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍でも一定数の仕事は確保しているが、多くもなく少なくもないという状況である。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・官民の両方で受注が伸びない。 |
| | | 通信業（企画・売上管理） | 受注量や販売量の動き | ・都市部の大企業を中心に、嗜好飲料や新型コロナウイルス対策グッズ等の広告投下が好調に推移している。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | 受注量や販売量の動き | ・ワクチンを保管する保冷庫の需要が落ち着き、一過性の特需による注文が減少した。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------------|---------|----------------|------------|--|
| | | 輸送業（経理） | 受注量や販売量の動き | ・海外向け出荷量については変化はないが、国内向け出荷量については引き続き減少傾向にある。 |
| | x | * | * | * |
| 雇用 関連 (四国) | | - | - | - |
| | | 人材派遣会社（営業） | 周辺企業の様子 | ・ワクチン接種の場が学校や職場まで拡大され、着々と集団免疫の獲得に向けた環境整備が進んでいる。新型コロナウイルスに関する自粛要請が全て解除されたわけではないが、東京オリンピックの開催ムードも高まり、徐々に景気が回復している。 |
| | | 職業安定所（求人開発） | 採用者数の動き | ・求人数が減少したにもかかわらず、就職件数が増加している。求人充足率も3ポイント上がっており、景気が悪化の一途をたどっているわけではないと思う。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | 採用者数の動き | ・依然として新型コロナウイルスの影響が大きく、求人数は低迷しているが、前年の同時期と比べると少し上向きに感じる。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人数の動きが、新型コロナウイルス発生前の水準まで回復していない。県によっては、求人数の落ち込みが特に激しいところもある。 |
| | | 求人情報誌（営業） | 周辺企業の様子 | ・周辺企業の前年度の決算状況が発表されつつあるが、一部業界を除いて軒並み利益は下がっている。建設業界や介護福祉業界などの慢性的な人手不足の業界では採用活動が活発になっているが、人材の確保には苦戦している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響で、県内の広告主は軒並み動きが鈍くなっている。 |
| | x | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・製造業等で求人数が減少している。また、サービス業での派遣の依頼も少なく悪化している。 |

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------------------|---------|---------------|--------|---|
| 家計 動向 関連 (九州) | | * | * | * |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・高齢者の多い地方の商店街では、ワクチン接種が始まり、若干活気を取り戻しつつある。しかし、商品購入になると慎重な態度がみられる。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言解除で消費が動き始めている。季節的なこともあるが、特にウナギの動きが良くなっており、これで土用の丑の日の希望が大きくなっている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・ワクチン接種率向上と感染者数減少に伴い、来客数は増加している。 |
| | | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・前年のコロナ禍から見れば、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が適用されている状態とはいえ、都市部の客は戻っている。食料品は全般的に前々年には届かないが、前年の売上を超えており、来客数も戻ってきている。 |
| | | スーパー（統括者） | 来客数の動き | ・6月には、1人当たりの買上点数が減少し、客単価は横ばいであるが、緊急事態宣言の延長による巣籠り需要の影響で、来客数が増加し、その結果、売上は前年比を上回っている。特に総菜や酒は2桁の伸びを示している。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・前年の低迷状態から、やや来客数増加になっているが、好調状態には程遠い。しかし、明るい指標であることには間違いないと受け止めている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除され、現在、まん延防止等重点措置下において規制はあるものの、一般的にはコロナ慣れ、日中の人の動きは、コロナ禍前に近づきつつある。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・施策に対する反応が良く、商品実売数が上向き傾向である。スイーツ等では、高額商品の動きが良い。 |
| | | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・時間帯の来客数のリズムが、安定してきている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・例年どおりの状況である。6月は農繁期となるため、動きの少ない時期である。 |
| | | 住関連専門店（従業員） | お客様の様子 | ・外出自粛や時短営業等により、自宅内整理で寝具の買換えをする人が多い。本来であればこの時期は落ち着いているが、冬用寝具も動いている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|---------------------------------|--------|--|
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・県独自の緊急事態宣言が解除され、徐々にではあるが来客数が回復傾向にある。ワクチン接種の影響もあり、感染対策を徹底した上で、イベント等もにぎわいを見せている。 |
| | | 観光型ホテル（専務） | 来客数の動き | ・先週から県民限定の宿泊客1名上限5千円の補助が始まり、個人の予約が入ってきたがまだまだ空室は多い。当社でも職域接種をするため、安心して接客できるようになる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・宿泊は相変わらず低調であるが、レストランの来店客が増えており、新型コロナウイルス発生以前に近づいている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・週末のショッピングやドライブ先でも、店内の客が多くなっている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・販売チャネル強化の結果が出て、販売量が伸びている。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・梅雨らしい天候が続かず、入場者が順調に推移している。しばらくは、梅雨や台風の影響が多少あるが、全体的に増加傾向が続く。 |
| | | ゴルフ場（営業） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言が解除され、人の動きが多くなり、来場者も増加している。 |
| | | 競馬場（職員） | 来客数の動き | ・客の入場が再開されるため、やや良くなる。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当） | 来客数の動き | ・第4波の感染者数減少や高齢者のワクチン接種が進んでいることで、サービスキャンセルが大幅に減少している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街のある地区では、高齢者のワクチン接種が2回終わり、安心して来街する客もいるが、まだまだ不要不急の外出は避けているため、商店街はまばらである。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街のターゲットは年配層のため、新型コロナウイルスの影響で、年配層の来客数減少が続いている。特に、前年の6月は特別定額給付金やクレジット5%還元等の対策により多くの来街客があり、かなり販売することができたため、前年と比較すると大きなダウンになっている。ワクチン接種が進み消費が戻ると期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来客数は新型コロナウイルスの影響で、前年の40%減少となり、悪い商況が続いている。 |
| | | 一般小売店〔食料雑貨〕（店員） | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、各飲食店では客足の戻りに期待していたが、期待外れの状態が継続している。食用油の大幅な値上がりを受けて予約注文があり、一時的に売上が上がったが、今後も厳しい状態は続く。 |
| | | 百貨店（企画担当） | お客様の様子 | ・クリアランスが五月雨式に始まったものの、相変わらず必需品のみを目的に、短時間で買物を済ませる客が多くみられる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・天候や外出自粛の影響で、来客数の回復は鈍いが、県内でのワクチン接種促進や物産催事の再開等で、平日の滞留時間と午前の来客数が回復傾向にある。しかし、お中元商戦も始まり、来客数に期待したが、お中元ギフトセンターへの来場や受注は鈍い。一方、オンラインでの受注や通信販売、地方サテライトショップ、ギフトショップ等は、遠出を避けた地元での購買傾向が今月も継続している。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・売上動向としては、大きな変動はないが、食品の好調さは維持している。衣料品と住居関連商材の苦戦状況は変わらない。特に当県では、緊急事態宣言が6月20日まで実施されたこともあり、外出自粛の影響も大きい。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・今月はワクチン接種が本格的に始まっているが、近隣の県の状況をみると新型コロナウイルス感染者も減少していない。飲食店も時短営業要請があり、来客数が減少している。特に21時以降は、来客数が激減し売上減少が継続している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・来客数は横ばいである。要因は、仕事関係や学生の減少、また、飲食店やイベントの自粛にある。巣籠り需要も大きな伸びはなくなり、来客数減少による客単価減少は、ダメージが大きい。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|--------------------|---------|--|
| | | コンビニ(エリア担当・店長) | 来客数の動き | ・周辺飲食店の営業時間が、少しずつ伸びていることで、夕方から夜に掛けて、客が時間をずらして来店している。全体では、来客数には変化がない。 |
| | | 衣料品専門店(総務担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスは収束に向かわず、来街者数が大幅に落ち、来客数の大幅な減少が顕著になっている。 |
| | | 住関連専門店(経営者) | 販売量の動き | ・前年の6月は巣籠り需要や特別定額給付金等で、大幅な売上回復をしたが、今月の売上は減少している。来客数はあるものの、なかなか決定には至らず、都市部でのキャンペーンは陰りがみられる。 |
| | | その他専門店[コーヒー豆](経営者) | お客様の様子 | ・今月の来客数は、新型コロナウイルスの影響で客足が鈍くなっていた前年同月と変わらないが、客単価が若干上昇し、売上が増加している。したがって、前月との比較ではやや良くなっている。 |
| | | 高級レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・まだまだ新型コロナウイルスの影響で、新しい生活様式に慣れてきており、街での人の動きは少なく、回復には時間が掛かりそうである。しかし、ワクチン接種により状況は良くなるのではと期待をしている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・当地においては、感染者数はかなり減少し、人の動きも徐々に増加しているものの、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置へ移行し、相変わらず夜の繁華街は、活気が戻らない。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・人の動きはほとんど変わりがなく、安心した生活を早く送りたい。 |
| | | 通信会社(営業担当) | 来客数の動き | ・来客数は、コロナ禍前より低水準で推移しており、回復の兆しはない。 |
| | | 美容室(店長) | お客様の様子 | ・冠婚葬祭も思うようにはできず、旅行やコンサートも行けず、今のところ皆限界が来ているようで、周りの景気は変わっていない。 |
| | | 設計事務所(所長) | 単価の動き | ・林業木材関係は、ウッドショックの影響で好調のようであるが、建築業界は材料単価や人件費の上昇で苦戦している。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | 来客数の動き | ・前月はゴールデンウィークの影響も若干あったが、それ以前と比べても来場者数はやや増加傾向になっている。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | 単価の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、集客に苦慮していたが、現在購入意欲がある客は、新型コロナウイルスの状況をよそに購入に至っている。 |
| | | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・人の動きがある季節であるが、梅雨入りが早く、また、新型コロナウイルスの影響で行動が制限され、売上は良くならない。 |
| | | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・商店街では、5～6月の売上が前年比を割っている店が多く出ているため、組合では、7～8月の付加金を全額免除という決定をしている。 |
| | | 一般小売店[青果](店長) | 単価の動き | ・当地の中央市場の相場は、県外からのレタスが1玉50～80円で、前年の60～70%の金額に落ちている。全体が潤っておらず、当県でもそれなりの動きになっている。 |
| | | 百貨店(企画担当) | 来客数の動き | ・3か月前の来客数は回復傾向にあったが、第4波の影響により、再度減少傾向に転じている。また、前年同時期は、特別定額給付金の効果で来客数が増加したが、今年はその施策もなく、今月の来客数は、前年を下回って推移している。 |
| | | 百貨店(売場担当) | 競争相手の様子 | ・今月の売上は、3か月前と比較すると減少している。衣料品関係は全店舗で売上が悪く、足を引っ張っている状況である。一方、食料品の売上は増加している。 |
| | | 百貨店(業務担当) | お客様の様子 | ・コロナ禍の影響を受け2年目を迎えるが、客の来店は前年より戻りつつあるものの、実際の購買をみると購入額が低くなっている。節約志向が習慣化している。 |
| | | スーパー(総務担当) | 来客数の動き | ・感染者数も減少傾向となり、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行され、徐々に外出の機会も増加している。そうしたなか、巣籠り需要は前年ほどの力強さはなく、来客数は前年を下回るペースで推移しており、客の買い回りもコロナ禍以前の状況に戻りつつある。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|----------------------------------|--------|--|
| | | スーパー（企画担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス第4波の影響が、想定以上に大きい。前年は、特別定額給付金の給付等もあり追い風だったが、緊急事態宣言が発出されていない地域でも外出自粛要請があるなど、これまでも増して、人の動きが抑制されている。 |
| | | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・客単価が減少している。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | 来客数の動き | ・20日までの緊急事態宣言中は来店自粛が多かったが、それ以降も客足は回復していない。 |
| | | 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・6月に入り、しびれを切らした客がぼつぼつとあるものの、新型コロナウイルスの影響で買物に出向く人がとても少ない状態である。感染者数増加の懸念があるため、厳しい状況である。 |
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・前年に特別定額給付金が給付され、巣籠り需要が喚起される状況が継続していたが、そうした消費も一巡したようで、今月は若干悪くなっている。 |
| | | 家電量販店（総務担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス特需の反動と長梅雨により気温が上がらず、売上のけん引となる夏物商材の動きが鈍く、来客数にも大きく影響している。早めの梅雨明けを期待している。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・半導体不足の影響で、長納期の新車が多くなっている。長くなると客の購買意欲が低下するため、危惧している。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | 販売量の動き | ・前年比ベースで数値が悪化している。当施設では、6月に入り来客数の減少はないものの、売上がややダウン傾向にある。5月までと比べると東京オリンピックや政治に対する不安から、買い控えが顕著である。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・5月の中旬から6月中旬まで、時短営業要請があり、その間客は全く出てこない。解除になり、若干予約が入っているが、まだまだ回復する状況にない。 |
| | | 観光型ホテル（総務） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス第4波の影響で、運営しているホテルの全館売上は、3か月前の7割ほどである。首都圏の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の解除により、下旬からようやく客足が戻っている状況である。 |
| | | 通信会社（統括者） | 販売量の動き | ・店舗の営業時間は、10～19時となっているため、前年と比較しても変更はないが、6月の携帯電話の販売台数を比較すると前年を下回ると予想している。 |
| | | 通信会社（業務担当） | 販売量の動き | ・5月の緊急事態宣言の影響を受け、売上が落ちている。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・通常では、春は忙しくなり、その後横ばい状態でも現状維持をしていたが、緊急事態宣言とまん延防止等重点措置の影響もあり、全く景気回復にならず、おしゃれ業界は苦戦している。大きな動きがない限り、客の動きがない状態が継続している。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者（所長） | お客様の様子 | ・受注は、取引先の経費削減等で計画より遅くなっている。 |
| | | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・集客のイベントができない。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・緊急事態宣言中に想定していたが、解除になっても売上に変化がない。当店は年配の客が多いこともあり、外出自粛等の新しい生活様式に慣れてきたと考えている。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス対策のため、食料品の買いだめが目立っている。また、ワクチン接種が進み始め、全体的に人通りが止まっている。 |
| | × | 一般小売店〔精肉〕（店員） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響で、大幅に販売量が落ちている。 |
| | × | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・当店は生花がメインの花屋であるため、卒業式シーズンや退職等移動のある3月よりは、販売量が上がらないが、コロナ禍の状況から鑑みると例年同月と比較してそこまで悪くない。 |
| | × | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 来客数の動き | ・梅雨入りが早く、6月とは思えないほどの暑い日が続いているため、日本茶販売にとっては最悪の状況となり、売上減少の要因となっている。来店客も少なく、新茶時期に大量に仕入れた茶葉も眠った状態である。 |

| 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 |
|----------------------------|----------|----------------------------------|--|--|
| | × | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・売上が上向かない状況である。 |
| | × | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数の減少が続いている。他県独自の非常事態宣言解除の影響が、徐々に回復傾向にはあるが、まだまだ来客数回復には時間が掛かる。 |
| | × | 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 | ・緊急事態宣言となり、時短営業や休業もあり、客の動きが非常に悪い。ホテルも観光客減少になり、苦戦している。 |
| | × | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染対策による、緊急事態宣言で飲食店時短営業や酒類提供禁止になり、主に飲食店との取引をしているため、売上激減になっている。 |
| | × | 都市型ホテル（販売担当） | 販売量の動き | ・ビジネス客の動きや週末の家族連れ等の動きも良くない。 |
| | × | タクシー運転手 | それ以外 | ・緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置へ移行されており、ワクチン接種がまだ全体に行き渡っていないが、ワクチン接種率が景気回復の鍵だと考えている。 |
| 企業 動向 関連 (九州) | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・主要取引先からの受注が、3か月前から更に増えている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体の動きが良くなっている。それに伴い、関連電機部品も上昇に向かいつつある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・機械部品加工の受注が増えている。景気上向きや自社努力の効果も現れている。 |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | 受注量や販売量の動き | ・自動車関連の状況が前年悪かったが、その反動で持ち直している印象を受ける。材料費や運搬費等の高騰を見極めたい。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・世界的な半導体不足から、半導体関連事業の生産が好調である。 |
| | | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | 取引先の様子 | ・全体的に取引先の生産が向上している。半導体やデバイス関連が好調である。 |
| | | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前よりは良くないと経営が成り立たないが、実際には横ばいである。県や市にしても令和3年度の予算は減少し、新型コロナウイルスに予算を大幅に持っていかれているのは否めないが、下請や民間工事を利益なしで施工していかなければ、会社の存続に影響が出てくるため、今はどんな工事でも受注することを最優先に考えて営業をしている。 |
| | | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年梅雨時期は期待できないが、今年は更に新型コロナウイルスの影響で、外食の不振も加わり、かなり厳しい売上である。2年前の売上と比較するとかなり落とした計画をしているが、6月は90%の実績になりそうである。第4波により販売不振が大きく影響している。しかし、厳しい状況であるが、量販店向けや冷凍食品向けの取引は、前年並みの動きをしていることが幸いである。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前年から比較すれば良くなっており、今後の消費拡大の予兆になることを期待している。 |
| | | 繊維工業（営業担当） | 競争相手の様子 | ・どの企業も、十分な仕事量が確保できずにいる。従業員には給付金はあるが、中小企業の経営者にはなく、経営は厳しい。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | 受注量や販売量の動き | ・引き合いは増加しているものの、受注に結び付いていかない。営業活動の取組を見直さなければいけない。 |
| | | 通信業（経理担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が開始したものの、現時点での影響は限定的である。 |
| | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・百貨店やスーパーマーケット、コンビニエンスストア等の売上は持ち直しており、また、住宅や乗用車の販売も動きが出ている。しかし、新型コロナウイルスの影響が払拭されていないため、労働需給・雇用者所得とも弱い動きとなっている。 | |

| 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 |
|------|---------|--------------------------|------------|---|
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの感染は沈静化しつつあるが、感染に対する警戒感は払拭されていない。飲食店の客足には、弱いながらも復調の兆しがみられる。一方で、複数の貸切りバス事業者が休業に追い込まれるなど、業種によっては依然として厳しい局面が続いている。 |
| | | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言は解除されたが、まだまだ自粛ムードは強い。目に見えて良くなっている業種は、まだ見当たらない。 |
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・製造業では、自動車や半導体関連を中心に持ち直しの動きがみられる。しかし、百貨店や飲食店等のサービス業では、緊急事態宣言は解除されたものの、まん延防止等重点措置が適用され、客足が十分に戻っておらず、依然として低水準での推移が続いている。業種によっては、回復もみられ始めるようになっているが、総合的には3か月前と同様、景気は悪い状況である。 |
| | | 新聞社〔広告〕（担当者） | 受注量や販売量の動き | ・自治体関連の動きはあるものの、民間広告主の出稿が鈍い。ポータル等、公営競技関連は好調である。 |
| | | 広告代理店（役員） | 受注量や販売量の動き | ・客のなかでは景気回復感を抱いている企業が多くなっているが、コミュニケーションコストへの配分が遅れている。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | 競争相手の様子 | ・恒例の情報交換会を行ったが、新しい動きはみられない。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言の影響で、業務用卸酒販店の売上の落ち込みが激しく、売上高80%ダウンしている。今までに経験したことのないほどである。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・受注件数や金額共に変化がない。 |
| | | その他サービス業〔物品リース〕（職員） | 取引先の様子 | ・緊急事態宣言が解除されたが、解除前に大きく活動が損なわれることがなかったため、大幅な変動はない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・予定していた受託業務の受注率が低下していることが原因で、状況が悪くなっている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・売上を3月と比較すると大きく落ち込んでいる。地域全体の状態は30%減少しており、当店でも15%の落ち込みになる。 |
| | | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・半導体不足の影響で、車以外の家電にも影響が始めている。また、海上コンテナ不足でブッキングが取れない状況が続いており、輸入も輸出も低調である。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言が解除された今も、物量は余り変わらない。タイムラグが発生している可能性もあり、今後良くなるかもしれないが、感染が再拡大している懸念もあり、予断を許さない。 |
| | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響を受けていなかった建築業では、ウッドショックが発生し、木材の確保ができないため、受注した工事の進捗が滞っている。また、受注を予定していた建築物件の工事が延期になるという事態が発生し、業種全体では低迷しているなか、こうした影響を受けていなかった業種でも若干売上等に影響があり、景気が悪くなっている。 |
| | × | 広告代理店（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの終息が見通せず、景気が回復するまで1～2年ほど掛かると予想される。 |
| | × | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・5～6月は、客を含め、前年以上にかなり厳しい状況が続く、過去最悪である。 |
| | × | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | 競争相手の様子 | ・市町村から調査や計画策定の委託を受けているが、市町村の予算は、新型コロナウイルス対策のための経費に多くの予算を当てており、委託業務の予算が少ない状況にある。そのため、指名競争入札の件数も少なく、入札時には予算の5割以下で応札する業者があり、受注できない状況にあることから、景気が悪い。 |
| 雇用関連 | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数がコロナ禍前の状態に戻ってきている。 |
| (九州) | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・ワクチン接種による影響で、依頼求人数が若干増えている。 |

| 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 |
|----|---------|----------------|---------|---|
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 周辺企業の様子 | ・3月下旬から4月に掛け緊急事態宣言が解除されてから、しばらく回復基調であったが、再度緊急事態宣言が発出で、6月20日までほとんど求人の動きはなかった。今後期待も含め、夏シーズンの需要が高まるため、求人ニーズは急速に高まっていく。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・当県にも発出されていたまん延防止等重点措置が解除され、人の流れも増えている。解除後も飲食店の時短営業が続いていたが、その制限がなくなり、活気が出てきている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・注文が増えるでもなく、極端に減少している状況でもない。例年と比較すると減少はしているが、底はみえている。また、直接雇用を考えている企業からの注文も、若干ではあるが増えている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・人材派遣会社では、ワクチン接種会場案内業務を請け負っているが、それ以外の業種は増えていない。スタッフ募集でもほとんどがダブルワークをしており、厳しい現状がみえる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・派遣業界では、求職者の動きも相変わらず鈍く、伸び悩んでいる。企業の求人数も停滞傾向が続いており、新型コロナウイルス関連の業務委託での人の動きはあるものの、派遣としては増加の傾向がみえない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（社員） | 周辺企業の様子 | ・3か月前も緊急事態宣言の直前で決して良くはなく、悪い状態が続いている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・コロナ禍の緊急事態宣言の延長で、引き続き飲食店等の業種は、休業や自粛により厳しい経営であるが、食品や日用品等生活必需品を取り扱っている企業は好調で、業種による景気の強弱がさらにはっきりしている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 採用者数の動き | ・新卒採用に関して、前月までは前年より大きく伸びていたが、今は横ばいになっている。企業の厳選採用もあり、余り伸びが感じられない状況になってきている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き | ・2022年卒業の求人は、例年どおりに動いており、企業の採用活動も活発である。内定報告の連絡も前月より増えているように見受けられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が、4月は前期比40%の増加になったが、前月は新型コロナウイルスの感染拡大により3.7%の減少になっている。新規求職者数は、前期比3か月連続で増加となり、有効求人倍率は3か月連続で、前月を下回っている。 |
| | | 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状況が改善しているものの、人々の外出を控える傾向等は変わらず、業種によっては経営困難に至る所も出ている。 |
| | x | * | * | * |

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 | ・今月は緊急事態宣言で自粛による巣籠り需要があり、客の買上点数が伸びている。その効果で売上も前年を上回ることができている。来客数は減少している。 |
| | | スーパー（企画担当） | 販売量の動き | ・緊急事態宣言下の学校休校に伴い、内食需要が高まり買上点数が伸長している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・来客数、売上高が増えて、前年並みになっている。 |
| | | 観光型ホテル（企画担当） | 販売量の動き | ・ホテルの3月の販売室数が前年比36%減少なのに対し、6月の販売室数は前年比23%減少と、マイナス幅が小さくなっている。 |
| | | コンビニ（副店長） | 来客数の動き | ・沖縄県のみ緊急事態宣言が継続し、ワクチン接種が思うようには進んでおらず、悪天候も続いて人流も日々少なくなってきたり、大変厳しい状況に変わりない。体力が尽きた店も目立ち、閉店している店が多くみられ客足が遠のいている。 |
| | | 旅行代理店（マネージャー） | それ以外 | ・緊急事態宣言中なのでとにかく何も無い。ワクチン接種を受けた人も大分増えてきたが、ただそれだけで、景気回復にはまだ時間が掛かる。 |

| 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 |
|------------------------|------------------------|-------------------------|---|---|
| | | 住宅販売会社 (代表取締役) | 販売量の動き | ・手持ち工事を抱えており、当面の工事高は維持している。 |
| | | 住宅販売会社 (役員) | 販売量の動き | ・緊急事態宣言中であり客の動きは鈍い面もあるが、一方、取引件数は一定数を維持している。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の延長のため来客数が減少している。 |
| | | 観光型ホテル (代表取締役) | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の延長により、宿泊や宴会のキャンセルが増えている。前年同期よりも来客数は少なく売上も悪い。 |
| | | 通信会社(営業 担当) | 来客数の動き | ・感染拡大や緊急事態宣言の延長により予約のキャンセルが増えている。また長引いている梅雨も影響して客足は鈍っている。 |
| | × | 商店街(代表 者) | それ以外 | ・現在、新型コロナウイルスの影響で国や県からのものもろの規制が掛かり、皆苦労している。新型コロナウイルスの感染が収束しない限りは景気の上向きは期待できないのではないかと。 |
| | × | 一般小売店 [酒](店長) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの変異株の感染が止まらない。国民全員が自粛しているため、店も7割閉めている。 |
| | × | 百貨店(店舗企 画) | 販売量の動き | ・6月は緊急事態宣言により商業施設の土日休業要請もあり、予定していた物産展の集客も中途半端となり、苦戦を強いられている。 |
| | × | その他飲食[居 酒屋](経営 者) | それ以外 | ・沖縄は緊急事態宣言も延長され、皆、資金繰りも限界にきており、飲酒やフルタイム営業を再開する店舗が増えてきている。開けている店舗はそれなりに賑わっているため、まだまだ増えそうである。ワクチン接種率が伸びてきているなか、変異株の増加でまた先がみえなくなっており、今の事業形態で政府の指示に従ってはいけず、赤字を解消できない。 |
| | × | 観光名所(職 員) | 来客数の動き | ・航空便の減便が影響している。 |
| 企業 動向 関連 (沖縄) | | - | - | - |
| | | 食料品製造業 (役員) | 受注量や販売量 の動き | ・緊急事態宣言が延長されたが、前月に続き、前年の同期間に比べると大分売上は増加してきている。しかしながら全体的にはまだ新型コロナウイルス発生以前までは回復していない。 |
| | | 窯業土石業(取 締役) | 受注量や販売量 の動き | ・見積依頼は公共工事、民間工事とも4月以降若干増加傾向であったが、今月は横ばいで推移している。 |
| | | 輸送業(経営企 画室) | 取引先の様子 | ・例年であれば夏の繁忙期を念頭においた新規店舗や新商品の展開、物量増加によるスポット依頼等の情報が入ってくる時期であるが特に情報がなく、企業として現状維持の判断をしているとみられる。 |
| | | 会計事務所(所 長) | 取引先の様子 | ・ワクチン接種が始まっているが、まだまだ新型コロナウイルス新規感染者数は多く、積極的な事業攻勢を判断することは難しい。 |
| | | * | * | * |
| | × | 建設業(経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・新規の契約が全く止まっている。 |
| 雇用 関連 (沖縄) | | - | - | - |
| | | * | * | * |
| | | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの感染がなかなか落ち着かない状況で、医療関係の派遣依頼は多く減っているものの、一般派遣依頼は足踏み状態である。 |
| | | 人材派遣会社 (総務担当) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、求人案件が減少している。 |
| | | 職業安定所(職 員) | 求人数の動き | ・トータルの求人の件数に関しては変わらない。 |
| | | 学校[大学] (就職支援担 当) | 求人数の動き | ・緊急事態宣言の延長に伴い、予定していた合同企業説明会が中止や延期となっており、採用活動に遅延がみられる。 |
| | | 求人情報誌製作 会社(営業) | 求人数の動き | ・3か月前の3月は、企業の採用活動が停滞するなかでも多少復調の兆しがみえかけていたが、5～6月とまん延防止等重点措置、緊急事態宣言と続いた影響により求人数は減少している。 |
| × | 学校[専門学 校](就職担 当) | 求人数の動き | ・業務システム開発系やWeb系の求人は前月と変わらないか微増という状況だが、ゲーム系求人が少ないように感じられる。 | |