

## 1. 景気の現状に対する判断理由等

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                          | 景気の現状判断 | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------------|---------|----------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) |         | *              | *      | *  |
|                             |         | 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たことで来街者が増え、人の動きが活発になってきた。  |
|                             |         | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・売上は前年比で181.2%、前々年比で168.2%となっている。新型コロナウイルス発生前の2019年と比べると42.1%にとどまっているものの、上向いてきている。   |
|                             |         | 一般小売店〔酒〕（経営者）  | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除された22日以降、売上が急回復している。ただ、3月全体としては前年比50%ほどの売上にとどまっている。  |
|                             |         | 百貨店（売場主任）      | 来客数の動き | ・3月中旬以降、来客数が前年を超えるようになってきている。まん延防止等重点措置が3月21日で解除されたこと、気温が平年を上回る温暖な日が続いていることが客の外出意欲につながっている。売上についてみると、特選や宝飾時計などの高額商材の動きが良い。 |
|                             |         | 百貨店（販売促進担当）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴って、まん延防止等重点措置が全国的に解除されたことから、来街者、来店者が増加している。   |
|                             |         | スーパー（店長）       | それ以外   | ・1～3月は新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴って、まん延防止等重点措置が適用されたことで客足が鈍っていたものの、まん延防止等重点措置が解除されたことで徐々に来客数が戻り始めている。                           |
|                             |         | コンビニ（エリア担当）    | お客様の様子 | ・値上げを含めて商材単価が上がっていることで、客が一度に購入する買上点数が増えていることがプラスとなっている。  |
|                             |         | コンビニ（エリア担当）    | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除されたことで、客に動きが出ている。  |
|                             |         | 衣料品専門店（店長）     | 販売量の動き | ・経済活動再開の兆しを受けて、衣替えや新社会人のスーツ需要が2年ぶりに回復したことが大きな要因となり、景気はやや良くなっている。   |
|                             |         | 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たことで、僅かではあるが来客数が増えつつある。  |
|                             |         | 高級レストラン（スタッフ）  | 来客数の動き | ・これまで時短営業、休業を余儀なくされていたが、まん延防止等重点措置が解除されたことから、通常営業に戻した。ランチの利用客がやや増えているほか、週末には満席になり、待ちの客がみられるようになるなど、景気はやや良くなっている。           |
|                             |         | 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の解除に伴って、来客数が緩やかな回復基調にある。  |
|                             |         | 旅行代理店（従業員）     | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除されたことで、街中に少し活気が戻ってきた様子がみられる。また、今後の客の予定などをみても、新型コロナウイルスがある程度終息に向かうことを前提とした話が多くなってきた。                          |
|                             |         | 旅行代理店（従業員）     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に伴って、道民割が再開されたこともあり、来客数や問合せ件数が増えてきた。   |
|                             |         | 旅行代理店（従業員）     | 販売量の動き | ・北海道のまん延防止等重点措置が解除されたことで、道内の宿泊及び道外への人流が増加に転じた。ただ、水準としては、新型コロナウイルス発生前の20～30%での推移となっている。                                     |
|                             |         | タクシー運転手        | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置期間も終了し、売上も少しずつ上向いてきているが、従前の売上には届いていない。人流も感染への警戒感が強いことから、以前のようにするにはしばらく時間が掛かることになる。                              |
|                             |         | 通信会社（企画担当）     | 販売量の動き | ・廉価版通信端末の売上が冬に比べて好調で全道で大きく販売量を伸ばしている。ただ、競合他社も同じ通信端末の売上を伸ばしており、量販店や出張販売において客の取り合いになっていることから、引き続き動向を注視している。                  |

| 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   |
|----|---------|------------------------------|--------|--|
|    |         | 観光名所（従業員）                    | 来客数の動き | ・3か月前は利用者数が1000人以下だったが、3月は1000人台後半へと回復している。ただ、新型コロナウイルス発生前は冬季において1日平均3000人の来客数があり、それに比べればまだまだ来客数は少ない。  |
|    |         | 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 | ・北海道のまん延防止等重点措置が解除されたことから、徐々にではあるが、輸送量が戻ってきている。  |
|    |         | 商店街（代表者）                     | 単価の動き  | ・客の様子をみると、新型コロナウイルスとウクライナ情勢のことを気に掛けているようであるが、景気には何も影響が出ていない。   |
|    |         | 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たものの、依然として来街者数の増加を確認できない。水曜日や週末の土日に区域を訪れる客の数は、昼夜共に激減したままである。また、ウクライナ情勢の影響によって物価が徐々に上昇している影響もあり、地域住民の足は遠のいたままである。   |
|    |         | 商店街（代表者）                     | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が3月21日をもって解除される報道が前の週から出ていたことで、19日の3連休から徐々に人通りが増えており、現在もその傾向が続いている。就職や新入学のシーズンであることから、関連業界の売上は増加している。一方、酒類を提供する飲食店は、1次会需要こそ徐々に回復傾向にあるものの、2次会については依然として客が戻っていない。終電までに帰宅する習慣ができあがっていることでタクシーも閑散としている。客に染み付いた習慣を戻すことは容易ではないことがうかがえる。 |
|    |         | 一般小売店〔土産〕（経営者）               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が全面的に解除されたこともあって、修学旅行が延期となった学生が春休みを利用して当地を訪れる姿が目立つ。また、卒業旅行のような小グループの旅行客も増えている。ただ、年初の帰省客と現在の旅行客の全体的な数は余り変わっていない。   |
|    |         | 百貨店（マネージャー）                  | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が3月21日まで続いていたこともあり、来客数の前年比の推移は1月が前年比93%、2月が前年比89%、3月が26日現在で前年比93%となっている。景気について、新型コロナウイルス新規感染者数に左右される傾向がみられ、上向きとも下向きともいえない状況にある。   |
|    |         | スーパー（店長）                     | 来客数の動き | ・年末も来客数が伸びていたため、景気は良い意味で変わらない。衣料品は前年並みにとどまるが、携帯電話やインテリア関連など、新生活用品が好調に動いている。  |
|    |         | スーパー（役員）                     | お客様の様子 | ・客の買物の様子を見ると、これまではカップ麺など、巣籠りのためのまとめ買いが多かったが、最近はケチャップ、マヨネーズ、パスタ、ティッシュペーパーなど、値上げ前の商材を生活防衛のためにまとめ買いする傾向に変化している。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                  | 来客数の動き | ・前年と比べて来客数が増加している。2年前と比べても同様の伸びがみられる。ただ、新型コロナウイルスの影響がなかった3年前と比べると、客足が完全に戻ったともいえない状況である。  |
|    |         | 家電量販店（店員）                    | 販売量の動き | ・新入学需要などの大きな波はみられなかった。当地の新規感染者数が下がりきらないため、客が警戒している。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                  | 販売量の動き | ・決算期である3月としては販売台数に物足りない面がある。ただ、前月まで好調だったことから、需要を先取りしてしまった影響も考えられる。そのため、全体的な景気は変わらないというのが正直なところである。また、ウクライナ情勢の影響で部品の供給体制にも影響が出始めている。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）                  | 販売量の動き | ・メーカーの半導体不足の影響で半年以上前に受注した納期遅れの車両が入庫してくるタイミングによって売上が若干増減している。一方、受注についてはそれほど多くないため、余り変化はみられない。   |
|    |         | 自動車備品販売店（店長）                 | 来客数の動き | ・来客数に大きな変化のみられ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  |
|----|---------|----------------------------|--------|---|
|    |         | その他専門店<br>[ガソリンスタンド] (経営者) | 販売量の動き | ・石油製品価格が引き続き高値で推移しており、販売量の厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 高級レストラン<br>(スタッフ)          | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が適用されていた3月21日までの売上は例年の4割以下であり、解除後も5割を超えるかどうかであり、景気はやや悪い。当てにしていた歓送迎会などの団体客もごく僅かであった。いかにして例年並みの売上に近づけていくかが、これからの目標となるが、悲しくも材料の値上げについての連絡がたくさん届いている。まともに原価計算すると採算が合わないが、値上げは当分厳しい状況である。   |
|    |         | スナック (経営者)                 | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されてから、まだそれほど日にちはたっていないが、少しずつ客が戻りつつある。景気はこれから少しずつ良くなるとみられる。  |
|    |         | タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・3月上旬は雪の日が多く、タクシーの注文も多かった。しかし、市内の除排雪が遅れていることで、多くの車が雪に埋まるなどしており、輸送効率が悪く、売上増加とはならなかった。中旬以降は道路状況が良くなったこと、まん延防止等重点措置が3月21日で解除されたことから、夜の人出も回復し、タクシー1台当たりの売上は前年比プラス20%ほどとなった。ただ、乗務員不足の影響でタクシーの稼働が前年より20%減ったことから、会社の売上は前年並みとなった。新型コロナウイルス発生前と比較するとマイナス40%と大きな減収が続いている。 |
|    |         | タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置延長の影響で、特に夕方から夜間の来客数が減少したままであり、状況は変わっていない。イベント関係の予約についても、予約後間もないタイミングでキャンセルされる状況が繰り返されている。  |
|    |         | 美容室 (経営者)                  | 販売量の動き | ・2月の売上は悪かったが、3月は3か月前の水準まで回復している。ただ、良いとはいえない売上が続いている。  |
|    |         | 美容室 (経営者)                  | 単価の動き  | ・3月から価格を値上げしたことで一時的に売上が増えているものの、経費も増えているため、利益的にはさほど変わっていない。   |
|    |         | 住宅販売会社<br>(経営者)            | お客様の様子 | ・分譲マンションのモデルルームへ来訪する客の動きは悪くなく、どちらかといえば活発である。商談に掛かる時間も比較的短く、購入を急いでいるようにみえる。  |
|    |         | スーパー (企画担当)                | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されて以降、来客数が明らかに減少しており、それまでの追い風のあった状態から通常の状態に変わりつつある。   |
|    |         | スーパー (企画担当)                | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたことで、内食需要が弱くなる傾向がみられる上、価格高騰が1人当たりの買上点数の減少を招いている。必要な物や安い物以外は買い控える傾向がみられる。  |
|    |         | スーパー (従業員)                 | お客様の様子 | ・原材料価格の高騰から、商材の価格上昇が続いており、消費マインドの低下が懸念される。今後もこの傾向が継続することが見込まれる。   |
|    |         | 乗用車販売店<br>(従業員)            | 販売量の動き | ・決算の数字もみえてきたが、自動車の生産が予定していた台数を達成していない状況から、売上に大きな影響を及ぼしている。また、決算手当の出ない企業が増えていることで、販売量にやや陰りがみえてきている。  |
|    |         | その他専門店<br>[医薬品] (経営者)      | 来客数の動き | ・2020~2021年に掛けて医療業界はバブル期だったのかもしれないと思えるほど、来客数が落ち込んでいる。   |
|    |         | その他専門店<br>[造花] (店長)        | それ以外   | ・業績の悪化までには及んでいないが、物流の停滞や価格の高騰などを要因とした買い控え傾向がみられる。商材を欲しいタイミングで仕入れできないことが営業悪化の一因となっている。   |
|    |         | 旅行代理店 (従業員)                | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、2~3月に掛けて人の動きが抑制され、航空利用者数の伸びもみられない状態が続いていたが、3月下旬にまん延防止等重点措置が解除されたことで、空港においてもビジネス需要や生活需要を中心に少しずつ人の動きが戻ってきた。ようやく回復の端緒に就いたとみられる。   |

| 分野                          | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------------|---------|--------------------------|--------------|--|
|                             |         | 美容室（経営者）                 | 販売量の動き       | ・2～3月の売上は前年から10%以上落ち込んでいる。様々な警戒感から、客の来店サイクルが伸び、来客数が減少していることが原因となっている。  |
|                             |         | 住宅販売会社（経営者）              | お客様の様子       | ・ウクライナ情勢などの影響もあって、客のムードが非常に悪い。円安や原油高の影響でガソリンを始め、様々な商材がコストアップしており、需要に見合わないような値上がりが続いていることから、非常に良くない状況にある。   |
|                             | ×       | 商店街（代表者）                 | それ以外         | ・原材料費が上がり続けている。ウクライナ情勢が早めに解決しなければ、じわじわと影響が出てくることになる。   |
|                             | ×       | 百貨店（営業販売担当）              | お客様の様子       | ・前年12月は衣料品にも回復の兆しがみえてきていたが、1月末にまん延防止等重点措置が適用されてから、商材の動きは必要に迫られたものだけに限られている。特に婦人服や婦人服飾関連は苦戦傾向にある。   |
|                             | ×       | 乗用車販売店（経営者）              | 販売量の動き       | ・新車の需給状況が一向に改善されないなか、地震の影響による工場の稼働停止もあり、年度末であるにもかかわらず売上が大幅に減少している。中古車販売にも影響が生じており、大変な状況となっている。   |
|                             | ×       | 観光型ホテル（経営者）              | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置など、長期間継続した人流抑制策が生活に根付きつつあり、解除されても客が戻らない。構造的なダメージから抜け出すためには強力な経済対策が必要である。  |
|                             | ×       | タクシー運転手                  | 販売量の動き       | ・数度のまん延防止等重点措置期間の中でも最悪の売上となった。夜間の飲食店への人出は皆無となり、昼間の人出も少ない。消費者の消費マインドは落ち込んでいる。   |
|                             | ×       | タクシー運転手                  | 来客数の動き       | ・北海道のまん延防止等重点措置は3月21日で解除されたが、まだ人の動きがみえてこない。非常に厳しい状況であり、先行きが見通せない状況にある。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) |         | 食料品製造業（従業員）              | 受注量や販売量の動き   | ・3月の販売量は前年比プラス1%だったが、3か月前の12月の販売量は前年比マイナス36%だったため、景気は良くなっている。  |
|                             |         | 建設業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き   | ・年度末を迎えて、来年度発注予定の案件を前倒しする動きがみられる。各自治体では、新型コロナウイルスの影響で経済が落ち込んだことへの対策として仕事を発注したいのかもしれないが、今年度の案件が既に出つくしていたことから、予算が付いた来年度の案件を出し始めているようにみえる。ただ、各自治体の予算には限りがあるため、来年度後半に失速することが懸念される。 |
|                             |         | 輸送業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・紙パルプや生乳の荷動きは好調というほどではないが、まずまずである。年度末ということもあり、一般雑貨のトレーラー輸送が見込みよりも伸びている。ただ、今後については、物価上昇に伴う物流の停滞が懸念される。  |
|                             |         | その他サービス業【建設機械レンタル】（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・当社主力のレンタル事業は公共工事の下支えがあり、前年比微増で推移している。   |
|                             |         | 食料品製造業（従業員）              | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前と変わらない売上となっている。   |
|                             |         | 家具製造業（経営者）               | 受注量や販売量の動き   | ・ウクライナ情勢が景気に影を落としている。  |
|                             |         | 建設業（役員）                  | 受注量や販売量の動き   | ・年度内工事は予定どおりにしゅん工を迎えている。工期短縮と追加工事による上積みもあり、3月末決算では見込みどおりに計画を上回る利益を確保できた。   |
|                             |         | 輸送業（支店長）                 | 取引先の様子       | ・ウクライナ情勢に伴う影響が、まだ関係先にまで波及していないこともあり、大きな変化はみられない。   |
|                             |         | 司法書士                     | 受注量や販売量の動き   | ・住宅購入などの個人の借入れは若干だが増えている。ただ、金融機関から企業への融資が少なく、全体的な受注量に大きな変化はみられない。企業の設備投資への融資が行わなければ、景気は現状維持にとどまる。  |
|                             |         | その他非製造業【鋼材卸売】（従業員）       | 受注量や販売量の動き   | ・ベース商材の動きが非常に悪いなか、4月からの値上げの影響などもあり、一部の商材ではメーカー側の欠品がみられている。欲しい商材がすぐに入手できないこともあり、売上への影響が出ている。  |

| 分野            | 景気の現状判断 | 業種・職種                  | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------------|---------|------------------------|--------------|--|
|               |         | 金属製品製造業（従業員）           | 受注価格や販売価格の動き | ・ロシアによるウクライナ侵襲が始まってから様々な影響が出ている。ステンレスが高騰し入手困難な状況となっているほか、半導体不足はいつ解決するか見通しが立たない状況となっている。また、1月の住宅着工棟数は前年比80%と大幅な落ち込みとなっている。                                    |
|               |         | 金融業（従業員）               | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置やエネルギー価格を中心とした消費者物価の上昇が、個人消費の重しとなっている。このため、道内景気はコロナ禍からの持ち直しの兆しのあった3か月前と比べると、やや悪くなっている。  |
|               |         | 司法書士                   | それ以外         | ・新型コロナウイルスの第6波も山を越え、まん延防止等重点措置も全国的に解除され、旅行や会合なども動き始めているが、依然として新規感染者数が高止まりしているなど、注意の必要な状況にあることから、景気が回復するほどの勢いがみられない。また、諸物価の上昇が止まらないことから、生活にゆとりがみえない。          |
|               |         | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響、ウクライナ情勢、円安、原料の価格高騰など、後ろ向きの要因が多いことから、景気はやや悪い。   |
|               | x       | *                      | *            | *  |
| 雇用関連<br>(北海道) |         | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き       | ・ウクライナ情勢の影響による原料高、仕入価格の上昇が見込まれるものの、今のところ、求人意欲は旺盛で、3月までの累計求人数は前年から4割の増加となっている。新型コロナウイルスの終息を見込んで転職を検討する人材が多くなっていることから、その欠員を埋めるための需要もみられ、全体的に企業の求人意欲は底堅く推移している。 |
|               |         | 求人情報誌製作会社（編集者）         | 求人数の動き       | ・まん延防止等重点措置の影響を強く受けていた飲食業やホテルなどの観光産業を除けば、多くの業種で雇用形態を問わず求人ニーズが発生している。   |
|               |         | 求人情報誌製作会社（編集者）         | 周辺企業の様子      | ・求人申込件数は前年の1.2倍程度と回復傾向にある。ただし、求職者数の応募意欲はむしろ低下しているようにみえる。   |
|               |         | 職業安定所（職員）              | 求人数の動き       | ・当地における2月の有効求人倍率は0.88倍であり、3か月前との比較では0.03ポイント下回った。  |
|               |         | 学校〔大学〕（就職担当）           | 求人数の動き       | ・企業の新卒採用活動が前年より活発で、それに伴って学生の動きも良くなっている。新卒採用活動は企業の事業展開計画に沿ったものとなることから、景気は上向いている。  |
|               |         | 求人情報誌製作会社（編集者）         | 求人数の動き       | ・まん延防止等重点措置が解除されたこともあって、企業の人材獲得意欲は旺盛である。ただし、新型コロナウイルス新規感染者数が思ったほど減っていないことから、いまだ様子見の企業も多くみられる。  |
|               |         | 求人情報誌製作会社（編集者）         | 求人数の動き       | ・まん延防止等重点措置の期間が延長されたことで3月上旬は様子見ムードがみられたが、徐々に新型コロナウイルスの影響が緩和されてきている。すすきの飲食店やスナックからの求人募集がやや増え始めた。企業においても、ここに来て正社員求人が順調に伸びている。                                  |
|               |         | 職業安定所（職員）              | 求職者数の動き      | ・有効求職者数の高止まりがしばらく続いている。なかなか就職に踏み切れない人材がみられる一方で、企業においても人手不足分野を除けば、それほど積極的に採用を行っておらず、閉塞感が漂っている。  |
|               |         | 職業安定所（職員）              | 求職者数の動き      | ・2月の新規求職者数が前年から10.9%減少している。求職者数は依然として新型コロナウイルスの感染状況をみながら求職活動の開始時期を見計らっている。   |

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

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断        | 業種・職種                               | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|----------------|-------------------------------------|---|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(東北) |                | コンビニ（店<br>長）                        | お客様の様子  | ・ウクライナ情勢により原油価格が上がっているが、大分慣れてきたようで、客は普通の買物になってきている感じがある。   |
|                            |                | 衣料品専門店<br>（店長）                      | 来客数の動き  | ・前年のこの時期は卒業式、入学式、入社式といったものが延期や中止、リモートになるなどしたため、4月に向けた準備をする人が減る状況にあった。今年はそのような春の準備は順調に推移しており、来客数が前年よりも増加している。   |
|                            |                | 一般小売店〔医<br>薬品〕（経営<br>者）             | 販売量の動き  | ・3回目のワクチン接種の開始に伴い、鎮痛剤や体力をつけるための商品が動いているので、通常よりは良くなっている。  |
|                            |                | 一般小売店〔医<br>薬品〕（経営<br>者）             | 販売量の動き  | ・来客数は横ばいだが客単価が上がってきている。エネルギー価格等の上昇で消費者の節約志向が強まるとみていたが、店頭の様子はそうではない。危機感が逆に健康志向につながり、医薬品・健康食品等の需要が増しているような感じがある。   |
|                            |                | 百貨店（経営<br>者）                        | 販売量の動き  | ・月中の地震の影響は2～3日みられたが、年度末の人の移動が増え、手土産を含むギフト需要なども前年よりは活発に動いている。新型コロナウイルス新規感染者数は高止まっているが、販売量は以前ほどの減少傾向にはなっていない。  |
|                            |                | コンビニ（経営<br>者）                       | 単価の動き   | ・単価の増加が来客数減少をカバーし、結果、販売増加につながっている。   |
|                            |                | コンビニ（エリ<br>ア担当）                     | 販売量の動き  | ・季節的にも気温が上がっているのと同時に、新型コロナウイルスに慣れてきている感じがある。   |
|                            |                | 衣料品専門店<br>（店長）                      | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除されてからは、入学、卒業などのモチベーション需要に加え、ふだん着需要も少しずつ以前の状態に戻りつつある。   |
|                            |                | 衣料品専門店<br>（店長）                      | 来客数の動き  | ・入学式を開催する学校が増加したことで、スーツ需要が大幅に回復している。   |
|                            |                | 乗用車販売店<br>（従業員）                     | 販売量の動き  | ・来客数は徐々に増加中であり、僅かだが受注も伸びつつある。ただし、新型コロナウイルス等の影響による稼働遅れ、配車遅れにより登録に結び付かない状況で、直近の売上が伸びない。  |
|                            |                | その他専門店<br>〔白衣・ユニ<br>フォーム〕（営<br>業担当） | 販売量の動き  | ・飲食店や観光業の状況はまだまだ厳しいが、少しずつ動きも出てきているようである。年度末、春の観光シーズンということもあり、その準備、事前発注という形で注文が入ってきている。前年は動きが全くなかったが、今年は動きがあるので有り難い。また、制服リニューアルの話も結構出てきている。今まで我慢していた企業もそろそろ買換えのタイミングなのかもしれない。 |
|                            |                | 高級レストラン<br>（スタッフ）                   | 来客数の動き  | ・ワクチン接種は2回でもう十分と考える人が多く、3回目を打つ人が少なくなっている。  |
|                            |                | 一般レストラン<br>（経営者）                    | 来客数の動き  | ・3月になり、土日の昼は2月よりは客が訪れる雰囲気が出てきている。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に比例して、客が少し増えてきたのかと思う。しかし、例年の3月と比べればまだ半分にも届かない状況である。  |
|                            |                | 一般レストラン<br>（経営者）                    | お客様の様子  | ・今月に入って予約の件数がやや増えてきている。まん延防止等重点措置の適用地域ではなかったが、濃厚接触者の扱いの変更が大きいという感じがする。   |
|                            |                | 観光型旅館（ス<br>タッフ）                     | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除になり、全国的な新規感染者数の減少が明らかになるにつれ、宿泊者の動きが出てきている。   |
|                            |                | 旅行代理店（従<br>業員）                      | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置の解除により、個人旅行の先行予約が緩やかに増加している。団体旅行においては相談案件数が個人旅行同様に緩やかに増加傾向にあり、申込み案件も数件発生していることから、3か月前と比較すればやや上向いている。  |
|                            | 旅行代理店（従<br>業員） | 販売量の動き                              | ・年度末決算の関係で自治体関係の受託事業の精算月となっており、3か月前から比べれば良くなっている。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種        | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------|--------|--|
|    |         | 旅行代理店（従業員）   | 販売量の動き | ・旅行業につき、感染者数、人流動向と販売動向は一定相関する。3月に入り新規感染者数が減少し、まん延防止等重点措置が解除され、人流が活発になってきている。   |
|    |         | 遊園地（経営者）     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が収まってはいないが、マインド的に良くなっている。比較的天候も良く、新型コロナウイルス発生前には届かないものの、前年、前々年より上向いている。   |
|    |         | 美容室（経営者）     | 来客数の動き | ・暖かくなってきたので、客も少しずつ増えてきている。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）   | お客様の様子 | ・ロシアのウクライナ侵攻や半導体不足により、建設材の高騰が懸念され建設ニーズが減少していた。しかし、3月16日の福島県沖地震の影響で、地域により被害の状況は大きく異なるが、県内の自治体より災害復旧の見積りや現地確認の依頼が出ており、今後着手する予定がある。                     |
|    |         | 商店街（代表者）     | 販売量の動き | ・本来なら上向きが期待される年度末を前にして、地震による物流の停止や輸入の不安定などにより、販売が伸び悩んでいる。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染のピークを過ぎたことで来客はようやく回復の動きを見せ、シーズンの購買動向が上がってきている。しかし、大きな改善というほどの勢いはない。  |
|    |         | 百貨店（買付担当）    | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりし、連日死者が出る等、高齢者を中心に外出を控える傾向がみられ、一時は回復傾向だった来客数も減少に転じている。   |
|    |         | スーパー（経営者）    | 単価の動き  | ・3月は平均1品単価が前年と同じであった。他方、来客数は前年比が前月と同推移で、また買上点数もそれに比例して減少している。とはいえ、消費の推移は前月とほぼ同じとなっている。   |
|    |         | スーパー（店長）     | 販売量の動き | ・3月の売上は前年比102.7%と、前月から0.6ポイント上がっている状況である。来客数は前年比99.4%と前月から0.2ポイント減少しており、買物回数が更に減ってきている状況である。   |
|    |         | スーパー（営業担当）   | お客様の様子 | ・客は値上げに対して敏感になっている。日替わり商品の購入や、ポイント還元、クーポンなどの利用が増えており、意外な価格での需要増加も発生して計画が立てにくくなっている。特に、油や粉製品などの価格には敏感になっている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）    | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除になった。4月1日から商品が値上がりするので、どれだけ人の動きがあるのか心配だが、低い水準でも横ばいでいてくれれば幸いである。  |
|    |         | 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余り良くない。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）  | 来客数の動き | ・1月と比べても、季節トレンドによる来客数に変化はない。前年との比較でも変化はない。競合激化エリア以外の外的環境にも変化はみられない。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）  | 来客数の動き | ・全国的に経済回復の傾向が出てきたことは非常に有り難い。新型コロナウイルス対策の自粛緩和も進んできて、このままの動きでGo To Travelキャンペーンができるようになれば、景気も新型コロナウイルス発生前までに戻ってくるとの期待感がある。現状では、来客数の動きを見てもまだ回復半ばの状態である。 |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数が依然多いため、来客数は少なく、観光客も激減しており土産品の売上がほとんどない。3月は私立高校の制服売上で何とか予算が達成できそうである。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）  | 販売量の動き | ・出掛ける機会がないなど、相変わらず消費にはつながらない。新型コロナウイルスの感染拡大や、ガソリン・灯油を始めとする生活に直結する物の値上がり、ロシアのウクライナ侵攻など明るい要素がないなか、気持ちの上向きにならないようである。寒さが和らがないことも購買意欲へのブレーキになっている。       |
|    |         | 衣料品専門店（総務担当） | 来客数の動き | ・コロナ禍のまん延防止等重点措置により来客数が減少している。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）  | 販売量の動き | ・個人客の販売量はなかなか伸びないが、法人客はそれなりに伸びている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-------------------|--------|--|
|    |         | 乗用車販売店<br>(従業員)   | お客様の様子 | ・タイヤ交換時期であるが、まだ雪が残っているせいか客の来場件数が伸びてこない。売上台数も生産が正常化されていないため、いまだ納期は不安定なままである。  |
|    |         | 乗用車販売店<br>(従業員)   | 販売量の動き | ・自動車業界は納期遅延が目立っている。売上になるのは納車後なので、依然、売上にならない状況は変わっていない。   |
|    |         | 住関連専門店<br>(経営者)   | 販売量の動き | ・受注いただいているものを生産して納める受注生産だが、今月はさほど多くない。   |
|    |         | 住関連専門店<br>(経営者)   | 販売量の動き | ・今月はお彼岸の月で、細かい商品で売上をキープした。しかし、仕入商品の値上げが著しく、価格に転嫁できない状況である。   |
|    |         | 観光型ホテル<br>(スタッフ)  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスによる影響をまだ引きずっている。Go Toキャンペーンに期待したいところである。   |
|    |         | 観光型ホテル<br>(スタッフ)  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然減っていない。自粛ムードが薄れ少しずつ動いてきていたが、地震の影響でまた止まった。東北新幹線が動いていないので首都圏から集客が厳しい。                                    |
|    |         | 観光型旅館(経営者)        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあるものの、来客数に大きな変化はなく横ばいである。  |
|    |         | タクシー運転手           | 来客数の動き | ・3月21日をもって全ての都道府県でのまん延防止等重点措置が解除された。その3日前から人の動きが活発になってきているが、月の後半のため3か月前とは変わらない。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの第6波が高止まり傾向で推移している。国民は感染症対策に慣れてきており、外出の自粛も緩み消費も回復しつつあるものの、景気の変化はみられない。   |
|    |         | 通信会社(営業担当)        | お客様の様子 | ・客の設備投資意欲には変化はなく、継続して余り良くない状況である。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)        | お客様の様子 | ・特段の状況変化がない。   |
|    |         | 観光名所(職員)          | 来客数の動き | ・大手旅行会社の募集団体は少ないが何とか動いている。日々の予約に関しては5～6人の大きなものはないが、2～3人の予約は日々少しずつ増えている。新型コロナウイルスの感染状況はまだまだ厳しいが、幾らかずつ人が動いており回復しているという感じがある。 |
|    |         | 美容室(経営者)          | 来客数の動き | ・来客数は前年比90%前後の状況が続いている。一時期よりは良くなっているが、今月発生した震度6の地震によって、ドル箱の卒業式関係で規模の縮小や延期、被災による会場の変更などがあり、売上がダメージを受けている。                   |
|    |         | 住宅販売会社<br>(経営者)   | お客様の様子 | ・戸建て住宅用宅地の検索依頼が増え、徐々に受注につながるきっかけも増えてきた。  |
|    |         | その他住宅[リフォーム](従業員) | 販売量の動き | ・住宅設備機器はコンロ、レンジフード、暖房器具の交換工事が増えている。リフォームは屋外の塗装と屋内の増改築工事が減っている。   |
|    |         | 商店街(代表者)          | お客様の様子 | ・学校や家庭内で新型コロナウイルスの感染が拡大している。加えて、電気・ガス・石油・ガソリン、原材料等の値上げもあり、景気は減退している。   |
|    |         | 一般小売店[酒](経営者)     | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除後もなかなか人が動かない状況が続く。それに加えて、旅館ホテル関係の客先では地震による影響でまたキャンセルが多数発生し、販売量が更に減少している。                                     |
|    |         | 一般小売店[寝具](経営者)    | 販売量の動き | ・3月は多少なりとも商品が動くが、今年はほとんど動かない。コロナ禍で客回りができないこともネックになっている。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)         | 来客数の動き | ・1月以降、来客数が前年を下回っており、まだ回復していない。   |
|    |         | スーパー(店長)          | 販売量の動き | ・原油高の影響で商品は値上げ傾向にある。さらに、原価の高騰が予測されるため、商品の価格上昇による買上点数などの減少が心配される。   |
|    |         | スーパー(営業担当)        | 来客数の動き | ・来客数は98.6%と前年を割り込み、買上点数は前年から少し落ち込んでいる。コロナ禍の影響と、値上げ等による節約意識の高まりがあるとみている。  |



| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                      | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|----------------------------|--------|---|
|    |         | コンビニ（経営者）                  | 来客数の動き | ・来客数が伸びず、前年比で8%減少している。一時戻りかけたとみられた来客数も中旬以降再び減少に転じている。新型コロナウイルスの影響が長引いている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）                  | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大のため、来客数の前年割れが続いている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                  | 来客数の動き | ・例年の冬の来客数減少に加えて、新型コロナウイルスの影響で売上が下がり、除雪代の支払に電気代の高騰と地獄が続いている。さらに、人手不足も加速している。利益は出ず、休みはないなかでどうやって継続していけばよいのであろうか。本部は売上を上げると言っているが、それは加盟店に更なる負担を強いることに他ならない。今年を乗り切れるのか不安しかない。 |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                | 販売量の動き | ・原材料価格の高騰や社会情勢による値上げラッシュが消費意識を低下させている傾向にある。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）                | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が全面解除されたが、県外からの来客数は伸びず、前月同様日々の売上は厳しい状況である。   |
|    |         | 家電量販店（店長）                  | 販売量の動き | ・ウクライナ情勢やガソリン価格高騰など、いろいろな要素が客の購買意識に働いている。やや財布のひもが固くなってきている。   |
|    |         | 家電量販店（従業員）                 | 販売量の動き | ・3月16日に発生した地震の影響がある。  |
|    |         | 乗用車販売店（店長）                 | 販売量の動き | ・回復基調だった車両生産だが、再度の工場ストップで見通しが狂ってきた。納車待ち客の対応を余儀なくされ、現場も混乱している。   |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）              | お客様の様子 | ・当県もここに来て新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、歓送迎会なども昼食会に切り替える等、人と会う時間を減らすなどの工夫をしている。また、飲酒は1次会で切上げているようである。   |
|    |         | その他専門店<br>[ガソリンスタンド]（営業担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症対策などは一段落したものの、地震などの自然災害と石油製品価格の高騰により、販売量が減っている。  |
|    |         | その他小売<br>[ショッピングセンター]（統括）  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染は落ち着いてきたものの、地震の影響で新幹線等交通機関が止まっている影響がかなり出てきている。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・当県はまん延防止等重点措置の適用はなかったとはいえ、他県から客は来ることができず、県内客も自粛していたため、ひどい状態であった。それに加えて大きな地震もあり、人出が鈍っている。月の終わりに少しずつ予約が入ってきそうな状態になっているので、そこだけが唯一の光である。                                     |
|    |         | タクシー運転手                    | お客様の様子 | ・3月16日に東日本で震度6強の大きな地震があった。生活は良くなっていないが、タクシー業界的には地震に関する調査などの仕事がほどほどに増えている。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）                 | お客様の様子 | ・地震、ウクライナ情勢、新型コロナウイルス感染の負の要因が刺激となって物価が上昇しており、少しずつ景気を下降させている。燃料の価格高騰、人流鈍化、雇用悪化等に関する客の声が前月より身近に感じられるようになった。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）                 | お客様の様子 | ・新年度に向けての人事異動や引っ越しの時期ではあるが、新型コロナウイルスの感染拡大が続いているため、新生活準備にブレーキが掛かっている。訪問営業の自粛や延期により思うような営業活動ができていない。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）                 | お客様の様子 | ・地方は電気、ガソリンの価格高騰の影響が大きい。コスト削減の話ばかりになっている。   |
|    |         | 競艇場（職員）                    | 来客数の動き | ・天候が悪く雪が多かったり、地震があったりで客足が悪くなった模様である。  |
|    |         | その他サービス<br>[自動車整備業]（経営者）   | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの市中感染が収まらず高止まりで、全ての面で低調である。加えて、石油製品、ガソリン、油脂類の価格高騰、部品や材料の値上がりで、収支が悪化し深刻な状態である。   |

| 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  |
|----------------------------|-----------|-----------------------|--|---|
|                            |           | その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員） | 来客数の動き                                     | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が平均的に高いまま推移していることもあり、イベントなどへの反応が薄い状況が続いている。3回目のワクチン接種が進み、新規感染者数が減少しないと来場者数の増加は難しい。   |
|                            | ×         | 一般小売店〔書籍〕（経営者）        | 販売量の動き                                     | ・新型コロナウイルスや地震の影響がある。また、出版点数が少しずつ減っているために、売行きが良い書籍やアイテムが少なくなっている。  |
|                            | ×         | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）       | 来客数の動き                                     | ・3月は新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が減らず、繁華街には人が出てきていない。3月21日をもって全国的にまん延防止等重点措置が解除になったが、その前に地震がきており、当地には旅行客も来ていないため、当店の来客数も減っている。                          |
|                            | ×         | スーパー（経営者）             | お客様の様子                                     | ・あらゆる商品、サービス等が値上がりしている。さらに、ウクライナ情勢により客のマインドも低下しており、景気が悪くなっている。  |
|                            | ×         | その他専門店〔酒〕（経営者）        | 来客数の動き                                     | ・元々止まっていた飲食店に加え、2月頃から店頭販売も停滞している。まん延防止等重点措置が解除されたが、動きが出てくるにはまだ時間が掛かるとみている。  |
|                            | ×         | その他専門店〔靴〕（従業員）        | 販売量の動き                                     | ・新入学、新生活用の需要のある月だが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、人混みを避ける状況が続いており、来客数、売上額共に大きく減少している。ある高校ではショッピングセンターへの立入りを禁止している。                                    |
|                            | ×         | 高級レストラン（経営者）          | お客様の様子                                     | ・新型コロナウイルスの影響は少しなくなってきているが、今回の地震やそれによる新幹線の運転見合せの影響が心配である。良くなる要素がない。   |
|                            | ×         | 一般レストラン（経営者）          | お客様の様子                                     | ・まん延防止等重点措置が解除され、大学や高校の受験発表も終わり、歓送迎会の時期である。しかし、新型コロナウイルスへの警戒心は簡単には消えないようで、まん延防止等重点措置の解除後も人が動いていない。感染や後遺症を気にしなくても良いレベルの治療薬が出るまでは、夜の街の人出は見込めない。 |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東北) |           | 金属製品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き                                 | ・3か月前と比べ、1割ほど受注増加となっている。  |
|                            |           | 建設業（従業員）              | 受注量や販売量の動き                                 | ・大型の民間設備投資案件の受注があった。  |
|                            |           | 出版・印刷・同関連産業（経営者）      | 受注量や販売量の動き                                 | ・年度末の予算消化の意味合いもあり、2年前の受注まで回復しつつある。  |
|                            |           | 公認会計士                 | 取引先の様子                                     | ・客の月次、あるいは決算状況から判断している。建設関係はある程度の利益を確保しているが、飲食関係は支援金で持ちこたえている状況である。小売、サービス関係は少し客が戻りつつあるようで、3か月前よりはおおむね改善している。                                 |
|                            |           | 食料品製造業（営業担当）          | 受注量や販売量の動き                                 | ・販売量が前年比5～10%減少の状態であり、悪い状況に変化はない。   |
|                            |           | 出版・印刷・同関連産業（経営者）      | 受注量や販売量の動き                                 | ・イベントが開催されないため印刷物がない。   |
|                            |           | 電気機械器具製造業（企画担当）       | 受注価格や販売価格の動き                               | ・半導体大口価格が我々の景気に大きく影響するが、現状の変動は想定内であり、景気としては変わっていない。   |
|                            |           | 輸送用機械器具製造業（経営者）       | 取引先の様子                                     | ・購入部品の不足により設備の客先への納期が遅延している。それにより、全体的な生産納期が後ろにスライドし、計画の見直し等でいまだ先が見えてきていない状況にある。   |
|                            |           | 建設業（従業員）              | 取引先の様子                                     | ・原油価格の高騰から、4月以降、原材料の値上げの要請が多く届いている。   |
|                            |           | 輸送業（経営者）              | 受注量や販売量の動き                                 | ・1～3月の売上は、前年を上回ることがほぼ確定であるが、前々年1～3月の売上にはまだ届いていない。そのためか景気が戻ってきたところまで達していない。  |
|                            | 輸送業（従業員）  | 受注量や販売量の動き            | ・ロシアのウクライナ侵攻により、欧州向けの輸出が減少している。            |   |
|                            | 通信業（営業担当） | 取引先の様子                | ・少しずつではあるが、これまでの継続契約関係の深さに応じた客の反応が見え始めている。 |   |

| 分野   | 景気の現状判断 | 業種・職種                 | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------|---------|-----------------------|--------------|--|
|      |         | 広告業協会（役員）             | 受注量や販売量の動き   | ・新規感染者数は減っていないが、3回目のワクチン接種が進んだことに加え、陽気もよくなり、若干ではあるが消費意欲も活発になる兆しがみえてきた。しかし、年度末の広告出稿増を期待したが、新型コロナウイルス発生前には遠く及ばない状況である。               |
|      |         | 農林水産業（従業者）            | それ以外         | ・前年の収入は例年と変わらなかったが、春の生産資材が1～2割程度値上がりしている。  |
|      |         | 食料品製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・地震の影響で東北新幹線が止まっているため、駅店舗の売上が減少している。さらに、前年はテレビ番組に取り上げられたので通販が大きく伸びたが、今年はその分がなく通販が大きく減少している。  |
|      |         | 窯業・土石製品製造業（役員）        | 受注量や販売量の動き   | ・出荷は前年比でマイナス10%以上がずっと続いている。原材料や燃料の価格高騰で経営が圧迫されており、非常に厳しい状況である。   |
|      |         | 電気機械器具製造業（営業担当）       | 受注価格や販売価格の動き | ・これまでの市場価格実績よりも、大幅な価格低減提案を求められている。   |
|      |         | 広告代理店（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍が明けないうちに、今度はウクライナ情勢によって、原油や原材料価格の高騰や物価の上昇による消費低迷の懸念が高まっている。   |
|      |         | 経営コンサルタント             | それ以外         | ・ロシアのウクライナ侵攻に伴う地政学的リスクが、資材調達難といった経済環境に影響し始めている。  |
|      |         | コピーサービス業（従業員）         | 受注量や販売量の動き   | ・相変わらず主力商品であるIT関連商材の納期が見通せない状況が続いている。一部の商品の遅延で全体のシステムの構築ができず検収を受けられない案件が多々ある。非常に厳しい状況である。  |
|      |         | 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 | ・ウクライナ情勢により世界的に経済が悪化しており、食品の原料価格が非常に高くなってきていることから、値上げで日々困っている状況である。取引先の農家も価格に対する警戒心が非常に強く、販売するにも大変困っている。                           |
|      | ×       | 農林水産業（従業者）            | それ以外         | ・燃料や農業関係資材の価格高騰で、収益が圧迫されている。   |
|      | ×       | 食料品製造業（製造担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・元来落ち込む時期ではあるが、関東地方のまん延防止等重点措置、地震による交通障害等が人流の停滞に拍車を掛けている。  |
|      | ×       | 金融業（広報担当）             | 取引先の様子       | ・住宅関連では、新型コロナウイルスの影響により展示場の閉鎖や商談キャンセル、契約の中止や延期が増加している。建築資材等の値上がりから新築価格上昇、中古住宅やマンションに流れる傾向もみられる。                                    |
|      | ×       | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の適用などがあったことにより、外食における制約条件が3か月前より厳しくなっている。また、3月16日の地震の影響で新幹線が不通になっていることも交流人口を減らしている。                                     |
|      | ×       | その他企業〔企画業〕（経営者）       | それ以外         | ・3月16日の地震で震度6強が観測され、それが大きく報道されたことから、当地温泉街の予約の大半がキャンセルとなった。その後も続く余震で客足が遠のいた状況が続いている。新型コロナウイルスの感染が幾分落ち着きを見せた矢先の災害で経済的に大きな打撃を受けている。   |
| 雇用関連 |         | -                     | -            | -  |
| (東北) |         | 人材派遣会社（社員）            | 求人数の動き       | ・来期の採用予定人数は増加傾向にあり、求人数も増加している。   |
|      |         | 職業安定所（職員）             | 求人数の動き       | ・3か月前と比較して、新規求人数は約200人、有効求人数は約1500人増加している。   |
|      |         | 人材派遣会社（社員）            | 周辺企業の様子      | ・3か月前と比べると新型コロナウイルスの感染は収束しているが、円安により家畜の飼料や原材料の仕入価格が高騰しており、売値に転嫁できず利益を圧迫している。また、ウクライナ情勢も不透明であるため、人を採用して事業を拡大するという動きを一旦保留する企業が増えている。 |
|      |         | 人材派遣会社（社員）            | 求人数の動き       | ・首都圏に比べてオーダー数が前年を割っている状況である。企業はまだまだ新型コロナウイルスの影響を強く受けており、採用に投下できる予算がないと思われる状況である。   |
|      |         | 人材派遣会社（社員）            | それ以外         | ・ロシアのウクライナ侵攻や東北の地震の影響、新型コロナウイルスの感染の収束鈍化などで、一部に企業活動停滞の動きが出ており、景気抑制の要因になっている感じがある。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|----------------|---------|--|
|    |         | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・景気を支えていた大型商業施設や統合高校の建設工事は終了した。しかし、洋上発電工事が始まり作業員の食事や宿泊先の需要があるため、飲食店や宿泊施設への新型コロナウイルスの影響は引き続き最小限に抑えられている。              |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・直近3か月は、前年同月比の新規求人数の増加幅に大きな変化はみられない。   |
|    |         | 民間職業紹介機関（職員）   | 周辺企業の様子 | ・前月から求人数自体に余り動きがない。  |
|    |         | 学校〔専門学校〕       | 周辺企業の様子 | ・県内の新型コロナウイルス新規感染者数が減少せず横ばいとなっているため、経済活動も現状維持か低下している様子がある。   |
|    |         | アウトソーシング企業（社員） | それ以外    | ・3月の受注が例年より少ない。  |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（経営者） | 周辺企業の様子 | ・ウクライナ情勢で企業が先を見通せない状況になっている。具体的には広告費が前年以上に抑えられている。   |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・東北新幹線の区間運休の影響で、温泉地や観光地でキャンセルが相次いでいる。  |
|    |         | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・求人数が増えているが、求職者数の減少により企業は思うような採用活動ができていない。資材の高騰に加え、部品が入荷されないなどで仕事を休まざるを得ない状況となっている企業もある。娯楽業においても閉店を余儀なくされるケースが続いている。 |
|    | x       | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が解除になり期待していた面もあるが、多くの客先で想定以上の落ち込みがあった。その上、大きな地震があり、新幹線の復旧が長引くなどしている。マイナス要素ばかりが目立つ。              |

### 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 |         | 観光型ホテル（経営者）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に伴い、来客数が増えている。しかし、求人募集をしてもなかなかスタッフが集まらず、当分は稼働を抑えて営業せざるを得ないのが現状である。                               |
| (北関東)  |         | 百貨店（営業担当）         | 来客数の動き | ・新規テナントの導入で、来客数が前年比で10%増加している。   |
|        |         | 百貨店（店長）           | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴い、徐々に店舗への来客数が増加傾向にある。   |
|        |         | コンビニ（経営者）         | 単価の動き  | ・前年比で売上101%、来客数97%、客単価104.6%となっている。リモートワークが定着化し、来客数は戻らず減少傾向である。客単価の4.6%の伸びも、買上点数の伸びというよりは、商材の値上がり影響していると思われる。  |
|        |         | コンビニ（経営者）         | 販売量の動き | ・競合店の閉店により、来客数及び売上が増加している。   |
|        |         | コンビニ（店長）          | 来客数の動き | ・季節的に暖かくなってきたためか、人の動きが多くなっているようである。  |
|        |         | 家電量販店（店員）         | 販売量の動き | ・前年度は前月比118%で、今年度の前月比は127%と、前月比では伸びがあったものの、前年同月比は94%と前年をクリアできていない。前年をクリアした商品群はエアコン、冷蔵庫、家事家電等である。巣籠り需要はまだ健在である。 |
|        |         | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置適用中も含め、客の外出や外食への欲求の声が増している。解除後は、早々に来客数が激増している。新しい生活様式の定着で、当面の予防対策も常識化し、違和感なく入店頂けるようになって感じている。       |
|        |         | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き | ・3月に入り客足が増え、まん延防止等重点措置も解除され少しずつ通常に戻って来ている。   |
|        |         | 都市型ホテル（支配人）       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、宿泊の稼働率も上がり、会合等の動きも活発になってきている。   |
|        |         | 都市型ホテル（総支配人）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に伴い、宿泊は個人客を中心に予約の動きがかなり活発となってきており、日々の予約数や売上も伸びてきている。しかし、料飲部門に関しては、依然として低調な動きが続いている。              |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-------------------|--------|---|
|    |         | 旅行代理店（所長）         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数が徐々に下降傾向にあり、まん延防止等重点措置も解除され、若年層の客を中心に動きが出てきている。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）        | お客様の様子 | ・4月以降の動きが消えずに残っている。まん延防止等重点措置が解除されたことは大きい。  |
|    |         | テーマパーク（職員）        | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、少しずつ来園者も増えてきている。   |
|    |         | 競輪場（職員）           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置適用期間中ではあったが、全国発売のレース開催もあり、想定よりも多くの来場者がある。  |
|    |         | 設計事務所（所長）         | お客様の様子 | ・年度末だからか、次年度を見据えた活動が開始されているようである。   |
|    |         | 一般小売店〔精肉〕（経営者）    | お客様の様子 | ・花が咲く良い季節になってきて、まん延防止等重点措置も解除となり、少し安心できる状態である。ただし、いまだに新型コロナウイルスオミクロン株の心配があるので、皆、外に出ることを遠慮している。  |
|    |         | 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、依然として新型コロナウイルスの新規感染者数は高い水準にあり、来客数の回復には至っていない。富裕層の動きは堅調であるものの、来客数に連動する中間顧客層については、依然低調である。   |
|    |         | スーパー（商品部担当）       | 単価の動き  | ・来客数の減少、客単価上昇により、売上は前年比100%を維持できているものの、食料品や生活必需品の値上げ等、家計を圧迫する話題は多く、厳しい状況は変わらない。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）      | お客様の様子 | ・大型のリゾートホテルや格安チェーンホテルには、そこそこ客が入っているが、中間層のホテルでは全くといって良いほど入っていないホテルもある。新型コロナウイルスの影響が落ち着くまでは、まだしばらく景気が良くなることはない。特に、日本人従業員が解雇されて、ベトナム、フィリピン等の外国人を雇い直しているようなホテルも増え、人件費も出ないような感じなので、観光地は良くない。 |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）     | 販売量の動き | ・販売量、客の動きは、まあまあといったところで、動きもある。しかし、例年3月の繁忙期の動きまでには至っておらず、なかなか読めない。   |
|    |         | その他専門店〔靴小売業〕（経営者） | 来客数の動き | ・前月と流れは変わらない。客の来店は新型コロナウイルスの影響で、特に、子供が少ない。また、前月と同様にメーカーの商材入荷が不安定で見通しが悪く、不安である。また、この先2～3か月かけて仕入値の値上げが増えてきている。新型コロナウイルスとウクライナ状況の影響が、じわじわ出ている感じである。  |
|    |         | 旅行代理店（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ものの、新型コロナウイルスの新規感染者が多いため、回復してこない。  |
|    |         | タクシー運転手           | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株が流行し出して、また人通りがなくなっている。まん延防止等重点措置が解除になっても変わらない。家飲みで慣れてしまったのか、新型コロナウイルス前には程遠い。これから先も、しばらくはこの状況が続くような雰囲気である。   |
|    |         | タクシー（経営者）         | お客様の様子 | ・昼の動きは良くなってきたが、夜の動きが悪いので、2年前の同月と比べて10%の減少である。   |
|    |         | 通信会社（総務担当）        | 販売量の動き | ・前年同月比2割ダウンの状況が変わらず続いている。   |
|    |         | 通信会社（局長）          | 来客数の動き | ・来客数は2割程度増えてきているものの、先行きが見えない状況のため、このまま好転するとは思えない。   |
|    |         | 美容室（経営者）          | 来客数の動き | ・円安の影響で輸入物価はうなぎ上りである。消費者は食料品購入が最優先のため、おしゃれ産業への出費は財布のひもが固くなっている。   |
|    |         | 設計事務所（所長）         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除されたものの、依然として宴会等は自粛ムードが強く、いまだ景気が回復したとはいえない。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、住宅建築期間が掛かることから、様子見の客が増えている。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                 | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-----------------------|--------|---|
|    |         | 住宅販売会社<br>(経営者)       | お客様の様子 | ・街中では貸店舗、貸家がまだまだ多く目立つ。ここに来て、次なる展開のために事務所を探している方や、貸店舗で営業を始める方からの問合せは、ちらほら増えてきたような感じがする。ただ、依然としてなかなか成約までには至らない。   |
|    |         | その他住宅[住宅管理・リフォーム](営業) | お客様の様子 | ・客のリフォームや修繕への関心は高いものの、引き続き慎重な姿勢が目立っている。   |
|    |         | 商店街(代表者)              | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、高齢者が外出を控える様子が顕著である。ウクライナ情勢の影響による物価高騰の懸念も拭えず、買い控えが進んでいる。  |
|    |         | 一般小売店[家電](経営者)        | 来客数の動き | ・いまだに新型コロナウイルスの影響が続いており、給料、賃金が下がっている状態の客も結構いるので、なかなか購入しようという気にならないようである。  |
|    |         | 一般小売店[青果](店長)         | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、人が出歩かない上に、飲食店等でほぼ休みのところも多いため、かなり悪くなっている。   |
|    |         | 百貨店(店長)               | 販売量の動き | ・売上、客足共に、前年末には回復基調となったものの、まん延防止等重点措置が適用されていたこともあり、再び悪化している。   |
|    |         | コンビニ(経営者)             | 単価の動き  | ・ウクライナ問題や円安等で、原材料価格が上がっており、我々小売の値段もどんどん上がっている。そうしたことから、今後は客が買い控えるのではないかと、スタグフレーションになるのではないかと心配している。   |
|    |         | 衣料品専門店(販売担当)          | 来客数の動き | ・ずっと、まん延防止等重点措置が適用されていたので、悪いなかでも、ずるずると緩い坂道を下っていくような感じで、日に日に悪くなってきている状況であった。客の動きも、来店する以前に本当に街中に出てきていない。こうした状況なので、生きていけるのかという気がしてならない。  |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)           | お客様の様子 | ・ロシアによるウクライナ侵攻が続き、世界が不安に陥っている。また、新型コロナウイルス禍のまん延防止等重点措置が解除されたが、市民はまだ安心には至らないと考えているようで、財布のひもが固い。  |
|    |         | 乗用車販売店(従業員)           | 販売量の動き | ・発注が減少している。   |
|    |         | 住関連専門店(店長)            | それ以外   | ・ウクライナ情勢により、物価が不安定になっている。   |
|    |         | 住関連専門店(仕入担当)          | 単価の動き  | ・商材価格の高騰が食料品から顕在化してきて、低単価品への移行等、消費者の意識が再び生活防衛に傾きつつある。また、好調だったレジャー関連も伸び率が鈍化してきている。生活防衛にウクライナ問題が複合して、消費マインドを押し下げている。  |
|    |         | 一般レストラン[居酒屋](経営者)     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されても、客の動きは鈍い。   |
|    |         | 一般レストラン(経営者)          | それ以外   | ・原材料の値上げはどれと問わず、ぐんとして上がってきている。かといって売値をすぐ上げるわけにもいかないのが辛いところである。  |
|    |         | その他飲食[給食・レストラン](総務)   | 販売量の動き | ・事業所給食部門では、サプライチェーン上の影響で、受託先メーカー工場の一時的な稼働停止があり、幼稚園や保育園、介護施設では新型コロナウイルス感染拡大の影響による休園がある等、急な提供食数の変更等による不安定な業績が続いている。外食部門では、まん延防止等重点措置が解除されたものの、歓送迎会等の実施が見送られていることから、例年並みまで回復するには時間が掛かるものとみられる。 |
|    |         | 通信会社(営業担当)            | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の影響から、来客数は戻らず景気の回復は見られない。21日以降の解除後の動きについては、まだ主だった動きは出ていない。   |
|    |         | その他サービス[自動車整備業](経営者)  | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大の状況で、生活へのもろもろの制限が改善されない。諸物価上昇、ガソリン価格高騰が追い打ちとなり、先の見えない不安感から、ますます財布のひもが固くなっている。車検や整備、板金塗装も、そこそこの仕上げでと希望する客が増えている。  |

| 分野                          | 景気の現状判断        | 業種・職種                 | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------------|----------------|-----------------------|--|--|
|                             | ×              | 一般小売店〔土産〕（経営者）        | 販売量の動き   | ・今月ようやくまん延防止等重点措置が解除され、月の後半に向かって客足、販売量共に増えてきている。ただし、新型コロナウイルス以前の状況と比べると、依然として6割弱の売上しかない。3か月前は新型コロナウイルスオミクロン株流行前の束の間の繁忙期だった頃であり、その時点と比較すると景気は悪いままである。                       |
|                             | ×              | 衣料品専門店（統括）            | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルス感染対策状況に入ってから2年がたつ。ここ数か月、同じような回答しかできない。まん延防止等重点措置が解除になったが、なかなか客が戻ってくる様子はない。   |
|                             | ×              | 家電量販店（営業担当）           | お客様の様子   | ・中小企業の取引先の倒産や業務の縮小等があり、当社の業務が拡大できない。輸入商材の高騰により計画的な業務遂行に支障が出ている。計画時よりも価格が140%以上に値上がりしている。   |
|                             | ×              | 乗用車販売店（経営者）           | お客様の様子   | ・明らかに休業等が増えている。  |
|                             | ×              | 都市型ホテル（経営者）           | 販売量の動き   | ・政府の景気対策が飲食店の景気を悪化させているのは事実である。  |
|                             | ×              | 通信会社（経営者）             | 販売量の動き   | ・販売量は新型コロナウイルス以前の6割減少のままで、いまだに個人店や中小企業に広報の動きはない。   |
|                             | ×              | ゴルフ練習場（経営者）           | お客様の様子   | ・新型コロナウイルスの感染拡大のためのまん延防止等重点措置適用期間は、来店客が激減している。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) |                | 電気機械器具製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・現状、受注は微増しているが、部品がなくて止まっている状況が続いている。受注量は多くなっているが、売上の伸びは厳しい。  |
|                             |                | 化学工業（経営者）             | 受注量や販売量の動き   | ・主力製品の受注量が上向き、横ばいから増加になりつつある。  |
|                             |                | 一般機械器具製造業（経営者）        | 取引先の様子   | ・年度末ということもあるが、取引先からの発注が増加している。当社は通常の製造業と違い、取引先が30社ほどあり多岐にわたっているが、ほぼ全社が改善傾向にある。   |
|                             |                | 輸送用機械器具製造業（経営者）       | 取引先の様子   | ・取引先は十数社あるが、1～2月は最悪だったものの、3月に入り半分くらいの会社で仕事が戻り、やや良い状況になっている。  |
|                             |                | 不動産業（経営者）             | 取引先の様子   | ・4月の新規入居に備えて、室内清掃や全面改装工事などの依頼が多い。費用をかけても回収できると見込んでいる様子を感じる。  |
|                             |                | 窯業・土石製品製造業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・諸物価が上昇し、製品価格も改定しなければならないと考えている。   |
|                             |                | 金属製品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・昇降機の受注量は好転するかと思っていたが、新型コロナウイルス禍前の8割止まりかというところである。   |
|                             |                | 輸送業（営業担当）             | 取引先の様子   | ・今月は新生活用品、白物家電、インテリア用品等の物量は前年並みに確保できている。また、新型コロナウイルス対策のまん延防止等重点措置が解除となり、2年抑えてきた企業の転勤等が多くなり、引っ越し車両が増えている。一般貨物車両が不足している。また、ウクライナ情勢の影響等での原油高もあり、運賃が高騰し用車費が高くなっており、利益は薄くなっている。 |
|                             |                | 不動産業（管理担当）            | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の解除で、滞っていた作業ができるようになり、年度をまたがずに売上計上できるのは良かった。一方で、国際情勢や半導体不足により、資材入荷が遅れて納期が来月にずれ込むものも出ている。  |
|                             |                | 経営コンサルタント             | それ以外   | ・まん延防止等重点措置がようやく解除になり、県内企業のマインドが戻りつつある。飲食店や商店に出向く人の流れもでき始めているが、まだ少し時間を要する。   |
|                             |                | 司法書士                  | 受注量や販売量の動き   | ・世の中がやや動き出したような気がする。   |
|                             |                | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | 取引先の様子   | ・引き合い、商談件数は増加傾向にあるが、いまだ様子見の状況である。  |
|                             | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き            | ・自動車の生産もサプライチェーンの問題や東北で起きた地震の影響で、本来の状態になかなか戻らないなか、受注も前年同月比2割弱減少している。 |  |

| 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   |
|-------------------|---------|---------------|------------|--|
|                   |         | 広告代理店（営業担当）   | それ以外       | ・3月に入って、閉店する飲食店が目立つようになってきている。また、食材や酒の卸会社も相当なダメージを受けている。   |
|                   |         | 社会保険労務士       | 取引先の様子     | ・原材料価格の高騰に対し、上手に価格転嫁できずにいる事業所が多い。  |
|                   | x       | 建設業（開発担当）     | 受注量や販売量の動き | ・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、現政権まで公共工事は順調に推移しており、業界としても大変有り難い。ロシアのウクライナ侵攻は断じて許されることではなく、他国を武力侵攻するのは暴挙でしかない戦争犯罪である。今期公共工事は前年比14%減で、当社受注も前期比10%減と厳しい状況である。       |
| 雇用<br>関連<br>(北関東) |         | -             | -          | -  |
|                   |         | 人材派遣会社（経営者）   | 求人数の動き     | ・今月は、4月からの各種値上げを前にした動きや、卒入学準備で購買意欲が高まっていたと感じている。特に、衣料やギフト関係商材、家電関係は転入転出等による新生活準備の影響もあり、一般的に購買意欲の向上がみられる。   |
|                   |         | 人材派遣会社（社員）    | 求人数の動き     | ・求人数は、新型コロナウイルス以前の水準に戻りつつある。   |
|                   |         | 人材派遣会社（管理担当）  | 求職者数の動き    | ・高時給の仕事に多くの方が応募している。希望する仕事の求人があるのか、求職者が多くなっている。  |
|                   |         | 職業安定所（職員）     | 求人数の動き     | ・自動車関連製造業や食品製造業から、受注増加に伴う求人が増加している。ただし、飲食業等からの求人は低迷している。   |
|                   |         | 職業安定所（職員）     | 求人数の動き     | ・製造業では需要はあるものの、資材調達が遅まっているため、安定供給に支障をきたしている。自動車用金属部品製造、エレベーター、エスカレーター製造、家電電子部品製造業では、半導体不足により生産が停滞する等の影響が出ている。作業量は回復傾向にあるが、材料、電力、原油価格の高騰で利益につながらないので、雇用をちゅうちょしている状況にある。 |
|                   |         | 学校〔専門学校〕（副校長） | 周辺企業の様子    | ・新型コロナウイルスに加え、ウクライナ侵攻問題等で、物流の不安定さや原油価格高騰の影響を受け、取引業者の状況は不透明になっている。  |
|                   |         | *             | *          | *  |
| x                 | *       | *             | *          |  |

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                      | 景気の現状判断      | 業種・職種           | 判断の理由           | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-------------------------|--------------|-----------------|-----------------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br>(南関東) |              | 一般小売店〔生花〕（店員）   | 来客数の動き          | ・3月なので、お彼岸の花の需要がとても多く、卒業式の祝い花の注文もあった。31日までは会社の送別の花の注文が続く（東京都）。                                       |
|                         |              | 高級レストラン（経営者）    | 来客数の動き          | ・飲食業界ではまん延防止等重点措置が解除される直前から来客数が増え、今も増え続けている。   |
|                         |              | 一般レストラン（経営者）    | 来客数の動き          | ・まん延防止等重点措置が解除されてからは、やはり以前の店の雰囲気に戻ったように感じる。3月前半も時短営業はしていたがアルコールは出せたので、緊急事態宣言中に比べれば、まあ客が入った方である（東京都）。 |
|                         |              | 旅行代理店（従業員）      | 販売量の動き          | ・まん延防止等重点措置が解除され、前年同期比200%超えで推移している（東京都）。  |
|                         |              | 商店街（代表者）        | それ以外            | ・クレジットカードの取扱高が回復傾向にある。また、暖かくなってきたことと、新型コロナウイルス感染者数がピークアウトしたことから、来街者数が明らかに増えてきている（東京都）。               |
|                         |              | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 来客数の動き          | ・3月に入り、買物に来る客が増えてきている。新生活に向けて、人の移動が増えたため、来客数が増えている。  |
|                         |              | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | お客様の様子          | ・年度末で需要があり、若干ではあるが上向いている。  |
|                         |              | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | 来客数の動き          | ・3月になって法人客からの注文が増加してきている。また、まん延防止等重点措置が解除され、飲食店の客の来店が増加している（東京都）。                                    |
|                         | 一般小売店〔傘〕（店長） | 来客数の動き          | ・微増だが客足が戻りつつある。 |  |



| 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  |
|----|---------|-------------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔文具〕(販売企画担当) | 販売量の動き | ・当社は店舗が2軒と外商部があり、そのうち1店舗が大変悪く3割減少しているものの、それを埋めるようにもう1店舗に客が集中していることから、売上のには変わらない。外商部は、今月は官公庁の需要と上場会社のスチール家具などの案件が多かったため、3か月前に比べると良い。                                       |
|    |         | 一般小売店〔書店〕(営業担当)   | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で年度未用の受注が減少しているが、まん延防止等重点措置が解除され、新年度向けの受注量が通常に戻っている(東京都)。  |
|    |         | 百貨店(売場主任)         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、子連れや家族連れの来店客も戻ってきている。3~4月は人事異動や卒入園の時期のため、和洋菓子ギフト需要が伸長している。新型コロナウイルス禍のなか、各自工夫しており、前年に比べ少人数の会食での弁当注文の動きも活発化している(東京都)。                                      |
|    |         | 百貨店(総務担当)         | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス禍も2年以上が経過しているが、直近の客の消費行動は、目的意識が高く、必要な物に関しては堅調である。「新たな日常」が「ふだんの日常」となっており、数年前と比較することができない状態のなかで、売上などを数か月前と比べると、やや持ち直している(東京都)。                                    |
|    |         | 百貨店(営業担当)         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除以降、客の行動が活発になっていくように感じる(東京都)。  |
|    |         | 百貨店(経営企画担当)       | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除とともに来街者数が戻りつつあり、消費についても良くなっている。前年の緊急事態宣言解除後の回復状況とは異なるが、衣料品、化粧品等、徐々に動きが出てきたことは期待できる。食料品の値上がりも続き、影響が懸念されたが、ほぼ前年並みを維持しており、物価上昇と販売量減少がバランスを取っている状況が見受けられる(東京都)。 |
|    |         | 百貨店(財務担当)         | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、販売量が若干増加している(東京都)。   |
|    |         | 百貨店(企画宣伝担当)       | 来客数の動き | ・気温が上昇していることに加え、まん延防止等重点措置が解除されたことで、来客数が多くなっている。ただし、過去の同時期に比べると、本格的な回復とまではいえない。   |
|    |         | スーパー(総務担当)        | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、春休みになり、皆が出かけようとしている。花見シーズンも始まり、外食する傾向にある。外出機会が増えて洋服を買う人も増えているようである。前月末には競合店もオープンしている。  |
|    |         | スーパー(販売担当)        | 来客数の動き | ・ガソリン価格の高値安定、食品関連の相次ぐ値上げ等、消費や生活者心理に与える負の影響が大きい事案が多いが、まん延防止等重点措置の解除、気温上昇による花見や行楽への期待感があり、一時期の最悪な景況感、消費者心理よりは回復していると感じる。  |
|    |         | コンビニ(経営者)         | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、人の動きが活発になってきている。解除後は、僅かではあるが、売上が前年を上回ってきている。   |
|    |         | コンビニ(エリア担当)       | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されて、夕方~夜間や週末の売上が戻ってきている(東京都)。   |
|    |         | コンビニ(商品開発担当)      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除後から確実に来客数が増えてきており、1人当たりの来店頻度も増えている(東京都)。  |
|    |         | 衣料品専門店(統括)        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染対策のまん延防止等重点措置の適用に伴い、ショッピングセンターなどの大型商業施設から郊外の店舗に客が流れた。   |
|    |         | 衣料品専門店(役員)        | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除になり、多少は販売量が増えてきている。旅行や行楽用の需要が少しずつ出てきている。  |
|    |         | 家電量販店(店長)         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除や新型コロナウイルスの3回目のワクチン接種が進んでいる影響か、買物を楽しんでいるように見受けられる。社会活動が戻ってきている感じがする。  |
|    |         | 家電量販店(従業員)        | 来客数の動き | ・前月に比べて来客数が増え、引越シーズンも重なり、まとめ買いが多い。平日の来客数も伸びている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-------------------------|--------|---|
|    |         | 乗用車販売店<br>(総務担当)        | 販売量の動き | ・決算月のため販売、サービス共に大きく伸びている。また、中古車市場がいまだに活発化しており、貢献している。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)        | 販売量の動き | ・以前に比べて来客数が著しく増えたという感じはしないが、徐々に戻ってきている。また、若干多めにお金を使ってもらえている(東京都)。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)        | 販売量の動き | ・3月は、まん延防止等重点措置の適用中は前年比で売上が下がっていたが、解除されてからは大分戻ってきている。ただし、30日現在、前年比ではまだ今年の方が落ちている。   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)        | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、気候も暖かくなっていることもあり、街の人流が増えるとともに、消費量も増えている(東京都)。  |
|    |         | その他飲食[カフェ]<br>(経営者)     | それ以外   | ・新幹線や飛行機などの人数が増えてきている。22日以降は顕著である。繁華街には人がいるように感じるが、全体的には変わらず、飲食は厳しい状況である。家族、カップルでの食事は多いものの、ママ友、友人同士、同僚などの食事はいまだに戻っていない。新型コロナウイルスが終息しない限り戻らないとみている(東京都)。 |
|    |         | その他飲食[給食・レストラン]<br>(役員) | それ以外   | ・新型コロナウイルス後の事業環境への対応策が奏功し、効果が徐々に顕現してきている。不良営業店の撤退、人件費削減、インターネットへの大幅移行のほか、各種経費の削減等により収益は新型コロナウイルス発生前の水準以上に改善している(東京都)。                                   |
|    |         | タクシー(経営者)               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置さえ解除されれば、状況は改善する。  |
|    |         | 通信会社(経営者)               | お客様の様子 | ・3月の客からの問合せ件数は、戸建てでは前月比で上昇傾向、集合住宅では横ばいである。前年比では戸建てが約半減と、前月からダウンしている。新型コロナウイルスの影響は残るものの、営業員不足や営業キャンセルの発生は減少傾向で、獲得に大きく影響を受けることはなくなっている(東京都)。              |
|    |         | 通信会社(社員)                | お客様の様子 | ・新しい番組の引き合いが続いて出てきている(東京都)。   |
|    |         | 通信会社(社員)                | 販売量の動き | ・繁忙期であることと、値下げにより契約数が増えている(東京都)。  |
|    |         | 通信会社(営業担当)              | お客様の様子 | ・値上げする商材が増えていくなかで、客がより安価な物を選択するケースが増加している。価格を抑えることのできるサービスには敏感に反応する人が多い。  |
|    |         | ゴルフ場(経営者)               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、暖かい日が続くようになり、外へ出る人が多くなってきている。ゴルフはこれからがシーズンインのため、良い流れだと感じる。   |
|    |         | 設計事務所(経営者)              | お客様の様子 | ・官庁案件の入札前倒しにより受注できた案件がある。利益率は決して良くないが、ぜいたくは言っていない。今までの低調さから一息ついた感じがある。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)         | 販売量の動き | ・受注がやや改善している。   |
|    |         | 商店街(代表者)                | 販売量の動き | ・前年と比較すると、発注先の製油所や化学工場からの注文が3割程度落ちている。  |
|    |         | 一般小売店[和菓子]<br>(経営者)     | 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、お彼岸の連休の頃から降雨や降雪などで寒さが厳しくなり、来客数が減少している。   |
|    |         | 一般小売店[家電]<br>(経理担当)     | 販売量の動き | ・一般ユーザーからの注文は余り良くないが、年度末のためか、業者などからの物件が多くなっている。全体で見ると変わらないのではないかと。  |
|    |         | 一般小売店[印章]<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍のなかで、不急の外出はしない人が多いようで、とても人通りが少ない。需要はあるのだろうが、非常に低迷しているように感じる。   |
|    |         | 一般小売店[眼鏡]<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、特に来客数が増加したようには感じられない。  |
|    |         | 一般小売店[茶]<br>(営業担当)      | 販売量の動き | ・来客数は増えているが、単価が下がり、ギフト需要もなく、売上が減少している。  |

| 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  |
|----|---------|---------------------|---------|---|
|    |         | 一般小売店<br>[茶] (営業担当) | 販売量の動き  | ・まだ新型コロナウイルスの影響が続いており、販売数の伸びもなく、現状を何とかつないでいるような感じで、少しも良いことはない。当然、販売の新規契約などもなく、会社が何とかやっているという状況である(東京都)。   |
|    |         | 百貨店(総務担当)           | お客様の様子  | ・来客数は堅調に推移している。気温の上昇とともに婦人、紳士衣料も堅調に推移しているものの、高額品等の動きが鈍化し、全体として厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 百貨店(営業担当)           | 販売量の動き  | ・今月も来客数は前年比で増加、客単価は低下している。また、原油価格上昇による物流費の値上げや、新型コロナウイルスの影響による国内外での商品流通量の減少により価格上昇が続いており、生活者はより必要な物を厳選して買物をしている(東京都)。                                     |
|    |         | 百貨店(営業担当)           | 来客数の動き  | ・特に都心店舗を中心に、来客数、売上が伸びない(東京都)。   |
|    |         | 百貨店(店長)             | 単価の動き   | ・前年に比べて来客数は伸びているが、客単価が下がっている。日々話題になっている「値上げ」というキーワードに敏感に反応している様子である。  |
|    |         | スーパー(販売担当)          | お客様の様子  | ・客の様子を見ていると、ポイント何倍の日であるとか、タイムセール、広告初日の目玉商品など、少しでも安く買い回れる店舗や時間帯などをしっかり選んで買物をしている状況がよく見受けられる(東京都)。  |
|    |         | スーパー(経営者)           | お客様の様子  | ・厳密にいうと少しずつ良くなっているが、まだ水面下の状態なので、3か月前と変わらない。   |
|    |         | スーパー(店長)            | 競争相手の様子 | ・競合各社において、ディスカウントタイプ店舗の出店が相次いでいる。値上げ基調のなか、従来の価格を更に下回る価格での販売が増え、一時的に客が流れている。   |
|    |         | スーパー(店長)            | 販売量の動き  | ・来客数、単価は維持しているものの、販売数の伸びがみられない。必要最低限の食材しか購入しない様子が見える(東京都)。  |
|    |         | スーパー(総務担当)          | お客様の様子  | ・店全体の売上としては前年をやや上回っているが、売上の分母の大きい食料品が、来客数、客単価共に前年を下回っており、売上が減少している。ステイホームから若干客が外に出てくるようになったことで、おしゃれ着等の売上は伸びているものの、前年まで必要のあったステイホームの日用品関係を含めた売上が前年を下回っている。 |
|    |         | スーパー(営業担当)          | 単価の動き   | ・1品当たりの単価は全般的に上がってきてはいるが、逆に、買上単価は低下しつつある。来客数は横ばいだが、安価な商材を選ぶ傾向にあるのではないかと(東京都)。   |
|    |         | スーパー(仕入担当)          | 販売量の動き  | ・今月はまん延防止等重点措置が適用されており、21日に解除されてからもすぐには人の動きに変化はない。買物頻度が下がり、1回の買上点数が増え、客単価が上がっている。   |
|    |         | コンビニ(経営者)           | 来客数の動き  | ・変化が激しく、どちらともいえない(東京都)。   |
|    |         | コンビニ(経営者)           | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置適用の影響で近隣のイベントが縮小している。  |
|    |         | コンビニ(経営者)           | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されたとはいえ、来客数的にはまだまだ上がってきていないという感触である。  |
|    |         | コンビニ(従業員)           | 来客数の動き  | ・3か月前と比較して、景気は特別大きく変わっていない。コンビニは時短的影響もなく、以前から新型コロナウイルスの影響を大きく受けているわけではなかった。業績が上向きには、世の中の消費が大きく伸びるような動きが必要である。   |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)         | 販売量の動き  | ・春になり、ファッション物が動き始めているが、全体的にはまだまだである(東京都)。   |
|    |         | 衣料品専門店(店長)          | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルス禍が縮小する一方、ロシアのウクライナ侵攻による資源高騰などの外的リスク、円安加速によるインフレが更に加速している。その影響で国内消費は停滞傾向にあり、当社が扱う呉服を含む高付加価値商材は、特に影響を受けている(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   |
|----|---------|------------------------|--------|--|
|    |         | 家電量販店（経営企画担当）          | 販売量の動き | ・3月に入り、新型コロナウイルスの感染拡大が縮小傾向にある。まん延防止等重点措置の解除もあり、国内景気には好材料ではあるものの、ロシアのウクライナ侵攻が始まり約1か月が経過し、世界経済に影を落としている。足元の売上は前年とほぼ同水準にある（東京都）。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）            | 販売量の動き | ・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。前々月と比べて5割減少している。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）            | 販売量の動き | ・新車の登録台数が減少しているが、サービス部門が伸びている。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）           | お客様の様子 | ・現状についてはどちらともいえず、将来的にも変わらない。新型コロナウイルスの影響で一旦悪くなったが、まん延防止等重点措置の解除により人が結構出てきて、車関係のショーなども開催されてくるようになった。今後販売を拡大していけるのではないかと考えていたが、ウクライナ情勢の影響で原油が不足しているなかで、結果的に新型コロナウイルスの影響で悪くなったものが、ウクライナ情勢の影響で元に戻らない状況になっている（東京都）。 |
|    |         | 乗用車販売店（店長）             | 販売量の動き | ・納期遅延により早期買換えが多く、通常の3月の販売台数になっていない。  |
|    |         | 乗用車販売店（渉外担当）           | 販売量の動き | ・自動車の生産が正常化しておらず、売上の見込みが立たない。  |
|    |         | その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）  | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、来客数が少しは戻ってきているが、客単価は上がっていない。余計な物は買わないようである。   |
|    |         | その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）  | 販売量の動き | ・販売量の動きは本当に前月と変わらない。景気はどれも余り良くないような気がする。   |
|    |         | その他専門店 [貴金属]（統括）       | 販売量の動き | ・販売量は減少も増加もすることなく、低調なまま推移している（東京都）。  |
|    |         | その他小売 [ショッピングセンター]（統括） | 販売量の動き | ・業種の違いにより好不調がある。販促活動が実を結び、売上を押し上げている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き | ・3か月前は12月なので、新型コロナウイルス禍ではあったがそれなりに売上があった。今月も人の動きが結構あるので、12月並みの売上がある。これで景気が良くなっていくかは疑問だが、今のところ大幅な落ち込みはなさそうである。ただし、来月からは人の動きも止まるので、また少し下がっていく。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 販売量の動き | ・3か月前の12月1～26日の前年比は、売上87.8%、来客数87.1%である。今月3月1～29日の前年比は、売上84.2%、来客数83.1%である。12月も今月も、5店舗中2店舗のみの営業であった（東京都）。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されるタイミングが遅かった気がする。これでは年度末の夜の宴会予約はほぼ取れそうにない。企業によってはいまだに大人数での会食を避けるように言われているなかでのまん延防止等重点措置の解除は、一体何の意味があるのか全く分からない。   |
|    |         | その他飲食 [居酒屋]（経営者）       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除されても、飲みに行くことがはばかられる雰囲気があり、まだまだ街中には人が出が少ない。当店も来客数が少ない日が多く、完全に良い状態とはいえない（東京都）。   |
|    |         | 都市型ホテル（経営者）            | 来客数の動き | ・ようやくまん延防止等重点措置が解除になり、幾らか客が戻ってきている。ただし、新型コロナウイルス感染者数の減少が鈍化しているため、様子見の客が多く、法人の宴会等はまだまだほとんど戻っていない。非常に不安定ななかで4月を迎えることになる。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）           | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、徐々に販売量も回復傾向にあるものの、レストランを中心に少人数での利用がほとんどであり、件数はあるが大きな売上とはなっていない。解除に伴い一時的には売上も上がるが、継続が難しく、厳しい状況が続いている。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）             | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が解除されたが、なかなか客がこちらまで足を運んでくれるような状態ではない。   |

| 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（従業員）                | お客様の様子 | ・ウクライナ情勢により、訪日、海外渡航に影響が出ている（東京都）。  |
|    |         | 旅行代理店（販売促進担当）             | 販売量の動き | ・今月21日でまん延防止等重点措置は解除されたが、流れはさほど変わっていない。卒業旅行を中心に国内需要があったが、それらを加味しても3か月前と余り変わらない（東京都）。   |
|    |         | タクシー運転手                   | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されてから、少しは人の流れが出てきたが、それまでは人の動きがなく、最悪の状態であった（東京都）。   |
|    |         | タクシー運転手                   | お客様の様子 | ・サラリーマンの利用は元に戻っていないが、その他一般の客の利用がやや良くなっている。高齢者の病院の送迎や大型スーパー帰りの客などの利用がある（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解除されたが、夜間の人出がない。先日の地震の影響か、帰宅時間が早くなっているように感じる。  |
|    |         | 通信会社（経営者）                 | 販売量の動き | ・依然として半導体不足の影響はあるものの、年度末のため納品が増加している（東京都）。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）                | 単価の動き  | ・競合他社との価格競争が激しくなっており、より低料金のサービスに流れる傾向が続いている。   |
|    |         | 通信会社（管理担当）                | 販売量の動き | ・モバイル、電力サービスの切替需要が例年以上に少なく感じる。格安スマートフォンを始め、廉価版サービスが出そろった感があり、動きが非常に鈍い。価格据置きで付加価値を付けないと競合他社との勝負に勝てない状況で、各社共に伸び悩んでいる。  |
|    |         | 通信会社（局長）                  | 販売量の動き | ・いまだに新型コロナウイルスの影響があり、訪問営業に対する客の嫌悪感が拭えないことと、企業の異動時期のずれ込みもあり、契約数の伸長が平時の繁忙期までは盛り上がっていない（東京都）。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）                | お客様の様子 | ・新規加入、コース変更共に、必要最低限の意識を強く感じる。  |
|    |         | 通信会社（経理担当）                | 単価の動き  | ・テレビ及びインターネット接続サービスの平均単価が毎月10円未満で下がっていたが、直近は月10円以上下がっている。とにかく値段で優位性がないと加入してもらえない。  |
|    |         | 通信会社（局長）                  | 単価の動き  | ・ウクライナ情勢が不透明である。   |
|    |         | 観光名所（職員）                  | 来客数の動き | ・来客数に明らかな増減は感じられない（東京都）。   |
|    |         | ゴルフ場（経理担当）                | 来客数の動き | ・3月のうち3週間がまん延防止等重点措置の適用下であったが、季節的要因からもコースは高稼働率で推移した。一方、来場者数の多くを会員が占め、企業名を冠したコンペや法人接待需要の減退によりビジターの来場は限定的である上、新型コロナウイルス感染対策によりレストランの営業形態に制限を設けざるを得ず、稼働率、客単価共に著しく低迷し、収益性が低下している状況が続いている。新型コロナウイルス感染者数が周期関数的に増減を繰り返しているなかで、まん延防止等重点措置が感染者数増加に歯止めを掛ける効果があるかは不明であり、いたずらに経済損失が膨らむ状況が解除されたことは歓迎すべき事象である。 |
|    |         | パチンコ店（経営者）                | 来客数の動き | ・県内のまん延防止等重点措置は解除されたものの、依然として新型コロナウイルス感染者数は高止まりしている。また、ウクライナ情勢や中国上海のロックダウン報道などによるサプライチェーン不安、原油高、円安等々、国内経済に与える不安要素や物価高への懸念が消費者動向に影響し始めている。  |
|    |         | その他サービス [ 保険代理店 ] ( 経営者 ) | 販売量の動き | ・販売量の増減はさほどない。全体の売上にも変わりがない。   |
|    |         | 設計事務所（所長）                 | お客様の様子 | ・計画中の物件は前に進まず、新しい計画の話もほとんどない。現況のコンサルタントのみの仕事だけである（東京都）。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）               | お客様の様子 | ・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。早くGo To Travelキャンペーンが再開されることを期待している。住宅の売行きも良くなく、工事請負業も少ないため、良くない。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 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（従業員）       | 販売量の動き | ・客の様子に目立った変化はなく、受注量にも変動はみられない。  |
|    |         | その他住宅〔住宅資材〕（営業）   | 販売量の動き | ・建築資材の繁忙期としては例年並みで推移している（東京都）。  |
|    |         | 商店街（代表者）          | お客様の様子 | ・最近の客の様子だが、新型コロナウイルスが落ち着きつつあったが、またこの数日で感染が少しずつ増えてきているなかで、やはり客は外出に抵抗感があるようである。そのためか、来客数が減っており、売上にも影響している。  |
|    |         | 一般小売店〔酒類〕（経営者）    | お客様の様子 | ・客の様子から先行きの不安を感じている。  |
|    |         | 百貨店（総務担当）         | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、外出を慎重にする人が増えている（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（広報担当）         | お客様の様子 | ・3か月前の12月は新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いている時期で、来客数も回復基調にあるとともに中間層も含めた消費マインドが堅調であった。現在は新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響で、その頃と比べて状況がやや悪くなっている（東京都）。                                    |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）       | 来客数の動き | ・緊急事態宣言の解除に伴い年末年始の個人消費は回復傾向にあったが、新型コロナウイルスオミクロン株の流行により再度低迷が続いている（東京都）。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の陽性者数増加により1月21日から適用されたまん延防止等重点措置が、3月21日まで延長となったことが影響している。前年3月は、21日までの緊急事態宣言の解除後、来客数、売上共に伸長したが、今年はまん延防止等重点措置の解除後も感染者数が多いことが影響してか、来客数が伸びず、売上にも影響している。 |
|    |         | 百貨店（管理担当）         | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染への不安や天候不順などにより、買物客の出足が鈍い（東京都）。  |
|    |         | スーパー（ネット宅配担当）     | 販売量の動き | ・値上げが相次いでおり、値上げしたカテゴリーは明らかに動きが良くない。また、畜産や水産の動きも良くない。  |
|    |         | コンビニ（経営者）         | 来客数の動き | ・大型店のセールが続いているためか、売上が3か月前に比べて10%減少している。深夜帯の来客数も戻らず、厳しい状況が続いている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）         | 単価の動き  | ・天候の影響により、週末の売上、販売点数、全てが少なくなっている。   |
|    |         | 家電量販店（店長）         | 単価の動き  | ・必需品の需要は堅調だが、価格改定で値上げする商材が大幅に発生しており、客にも買い控えが発生してきている（東京都）。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）      | 販売量の動き | ・決算期なのに全く活気がみられない。  |
|    |         | 乗用車販売店（店長代行）      | 来客数の動き | ・例年3月は決算期である程度は売れるが、今年の3月は来客数及び販売台数の減少が大きい（東京都）。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）      | それ以外   | ・新車の納期が長期化し、売上が上がらない（東京都）。  |
|    |         | 住関連専門店（統括）        | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス禍のなか、来客数が大分減っているため、販売量も少なくなっている。  |
|    |         | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | 単価の動き  | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、インフレ懸念で仕入値が上がり、利幅が取れなくなっている（東京都）。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除後、来客数の伸びを期待していたが、変化は余り感じない。特に夜の来客数は低迷したままである（東京都）。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）      | 単価の動き  | ・3か月前と比べて食材の物価も上がっており、仕入れが厳しくなっている。消費者も生活費等が厳しくなっているので、客単価も下がってきている気がする。  |
|    |         | 旅行代理店（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、気候が春めいて桜の開花が始まり、街ににぎやかさが戻りつつあるが、依然として新型コロナウイルスは収束には程遠い。加えて、ロシアのウクライナ侵攻や北朝鮮によるミサイル発射等、社会的不安が増しているため、人々の消費意欲も低く、前年同時期と比べても来客数及び売上に顕著な伸びはみられない。       |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                  | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|------------------------|---------|---|
|    |         | タクシー運転手                | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、すぐに利用が増えるわけでもなく、いまだに客は少ない。昼間の病院の送迎は以前と変わりなく利用がある。夕方～深夜は今なお利用が少ない。  |
|    |         | 通信会社（経営者）              | お客様の様子  | ・受注案件が先延ばしされるケースが多々発生しているため、予定した工数の清算が遅れている。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）             | 販売量の動き  | ・最近までは低額プランが売れていたが、低額プランすら売れなくなってきている（東京都）。   |
|    |         | ゴルフ場（経営者）              | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除され、家族や友達と出かけることが多くなったのか、週末の来場者数が減少している。同じ理由で、若い年代が多く来ていた夜間の来場者数も減少している。   |
|    |         | ゴルフ場（経営者）              | 単価の動き   | ・日用品や消費財の値上げが消費の鈍化要因となっている。   |
|    |         | 競輪場（職員）                | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響で客入りが鈍化している。インタビューでさえもプレスコントロールをして、本来やるべきことさえできていない。集客施設のチケットは正直売れない。半導体の流通が悪化している影響で、壊れた機材を新たに購入するとしても納期が半年後という物もあり、「できない」ということが起きている。マーケティングの見直しを進めてはいるが、打ち手やターゲット変更を検討しなければならない時期に来ていると感じる。 |
|    |         | 美容室（経営者）               | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響だと思うが、来店頻度がまだ戻ってこない。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）             | お客様の様子  | ・やはり新型コロナウイルスの感染状況次第である。一応まん延防止等重点措置が解除されたものの、まだ設計を依頼されている予約客から答えが返ってきていない。その会社自体が非常に悪くなっていることもあるので、なかなか営業の実績に上げることができない。新型コロナウイルスが収束しないとなかなか思うような方向にはいかない。   |
|    |         | 設計事務所（所長）              | 単価の動き   | ・仕事量がこれからそう増えるようには考えられない。   |
|    |         | 設計事務所（職員）              | それ以外    | ・まん延防止等重点措置は解除されたものの、世界情勢不安もあり、社会に元気がない（東京都）。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）            | 販売量の動き  | ・3か月前と比べて景気は悪くなってきている。用地仕入れも地価の高止まり及び情報の減少などで競合他社との価格競争になっており、薄利の現場が増えてきている。  |
|    |         | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・この難局を切り抜けようと思っており、このところは小規模な業務でしのいでいる。新型コロナウイルスの早期の収束を期待している。  |
|    | ×       | 一般小売店〔家電〕（経営者）         | 販売量の動き  | ・まだ商材が入ってこないため、納期がどんどん遅れており、客から集金ができない。そうした悪循環が続いている（東京都）。  |
|    | ×       | 一般小売店〔家具〕（経営者）         | 販売量の動き  | ・今月も非常に悪い。来客数が少なく、販売量もかなり減っている。やはり懐具合が良くないように見受けられる（東京都）。   |
|    | ×       | 百貨店（販売促進担当）            | 来客数の動き  | ・政府が新型コロナウイルス対策を見直してくれない限り、何も変わらない（東京都）。  |
|    | ×       | 百貨店（店長）                | 来客数の動き  | ・3か月前の前年12月は、2年ぶりに防寒衣料など非食品カテゴリーの高単価商材に動きがある一方で、帰省マーケットでも土産などが一気に回復し、イエナカ需要が継続するなか、おせちなども伸び、食カテゴリーも好調に推移した。それと比較すると現在の動きは悪いが、2月よりは好転してきている（東京都）。  |
|    | ×       | スーパー（店長）               | 来客数の動き  | ・今月に入って来客数の減少が顕著である。買上点数も前年比で1割強減少している。また、単価についても前年比98.9%ということで、来客数の減少分を買上点数、単価で補うことができず、非常に辛い状況である（東京都）。   |
|    | ×       | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員） | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの影響による外出自粛に伴う販売不振に加え、原油高に伴う燃料価格高騰による買い控えがみられる（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   |
|-----------------------------|---------|------------------------------------|------------|--|
|                             | ×       | その他小売<br>[ショッピング<br>センター] (統<br>括) | お客様の様子     | ・値上げに関する情報やエネルギーコストの上昇、世界情勢不安等、将来展望に不安しかない(東京都)。   |
|                             | ×       | 高級レストラン<br>(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とはいえ、飲食店にとっては壊滅的な状況である。急回復は期待できず、当面厳しい状況が続く。令和元年時の数値を基準とすると、来客数は4割である(東京都)。   |
|                             | ×       | 都市型ホテル<br>(スタッフ)                   | 来客数の動き     | ・前年末と比べると圧倒的に悪い。まん延防止等重点措置の延長に伴い、客足が鈍化している。本来なら春休み需要で非常ににぎわうのだが、厳しい状況が続いている。   |
|                             | ×       | タクシー運転手                            | それ以外       | ・東京都は3月7~21日まで新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置の適用を延長した。新型コロナウイルスオミクロン株は感染力が強く、都内全域で感染が拡大するリスクがある。効果的に措置を実施するため、都内全域を対象区域としたことから、飲食店、関連産業が停滞し、タクシー業界にも多大な影響があった。景気は悪いまま推移している(東京都)。 |
|                             | ×       | ゴルフ場(従業員)                          | それ以外       | ・物価が上昇しているものの、給与は上らず、新型コロナウイルス感染者数も再び増えつつある。景気は悪くなっているとしかいえない。   |
|                             | ×       | 住宅販売会社<br>(従業員)                    | 販売量の動き     | ・今月の販売量は目標数字の約64%となり、悪い。3か月前と比べても約74%で、悪くなっている。前月が当社の決算月ということもあり、販売の前倒しをしてみたこと、3月の人事異動により多少の混乱があったという事情もあるが、明らかに景気が悪くなっていると感じる。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) |         | 食料品製造業<br>(経営者)                    | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたことからである(東京都)。   |
|                             |         | 通信業(広報担当)                          | 受注量や販売量の動き | ・今月は改善の動きが加速している(東京都)。   |
|                             |         | その他サービス業[警備](経営者)                  | 受注量や販売量の動き | ・4月から新しい公共事業を受注するので、売上が増加する。   |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業(所<br>長)            | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に向けた動きが活発化している。イベント等の告知案件が非常に多く動いている。  |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業(営業<br>担当)          | 受注量や販売量の動き | ・印鑑、ゴム印、名刺印刷などの仕事をしている。法人向けの納品と店頭受けがある。今月は、大手鉄道会社から木製角正方形の注文で1回に17本という特需があった。今ほどの客もゴム製ののだが、単価の高い木製の注文をもらっている(東京都)。   |
|                             |         | プラスチック製<br>品製造業(経営<br>者)           | 受注量や販売量の動き | ・今月の売上は、予想より大きく伸びている。年度末ということが要因の一つだと思うが、いろいろ物価が上がっていく前の駆け込み需要もあったのだろうと考えている。  |
|                             |         | 不動産業(従業員)                          | 受注量や販売量の動き | ・ホテルの予約件数が増加している(東京都)。   |
|                             |         | 広告代理店(従業員)                         | 受注量や販売量の動き | ・ここ2年は新型コロナウイルス禍で中止となっていた毎年恒例のイベント催事を、今年は開催する方向で動き出している。   |
|                             |         | 広告代理店(従業員)                         | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたこと、少し遡って解除されるであろう見込みが出てきたことによるものと思われる。したがって、3月上旬は悪いが、下旬はやや良くなっている(東京都)。   |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業(経営<br>者)           | 受注量や販売量の動き | ・年末と同じくらいの受注量だが、1~2月と比べるとやや良い(東京都)。  |
|                             |         | 出版・印刷・同<br>関連産業(経営<br>者)           | それ以外       | ・ウィズコロナと共に、周辺環境も目まぐるしく変化している。当業界も変化していかないと、景気は下向きになるしかない。  |
|                             |         | 化学工業(総務<br>担当)                     | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染第6波による個人消費低迷が続いており、相変わらず受注が減少している。   |
|                             |         | 金属製品製造業<br>(経営者)                   | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスの影響が尾を引いており、仕事量が減っている。取引先で新規工事の予定が立たない。4月以降もっと悪くなるようである。   |



| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                   | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-------------------------|--------------|---|
|    |         | 一般機械器具製造業（経営者）          | 取引先の様子       | ・回復し始めたかと思ったら、自動車メーカーのデータ改ざん問題やウクライナ情勢による材料不足など、1週間ごとに状況が変わるため先が読めないが、良い状況ではないことは確かである。   |
|    |         | 電気機械器具製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・人々の心が明るくならないと商売も経済も良くならない。新型コロナウイルスもまん延防止等重点措置は解除されたが、り患率はまだ高止まりしている。ロシアのウクライナ侵攻は今後どうなるのか分からない。輸出が心配である（東京都）。  |
|    |         | 輸送用機械器具製造業（総務担当）        | 取引先の様子       | ・自動車メーカーは、東北地方での大地震、アジア圏での新型コロナウイルス感染拡大の影響で、まだ部品調達が安定していないようである。当初計画していた4月以降の大幅増産も難しくなっている。   |
|    |         | 輸送業（経理担当）               | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響を受ける以前と比べて物流量の低迷が続くなか、燃料価格の上昇もあり、収益が低下している。  |
|    |         | 輸送業（総務担当）               | 取引先の様子       | ・繁忙期の物量が増えなかったこと、燃料価格が高騰したことにより、収益が思った以上に伸び悩んでいる。   |
|    |         | 金融業（従業員）                | 取引先の様子       | ・建設業でいえば、資材の高騰がかなり影響している。他の産業においても、原油価格の高騰がかなり企業に悪影響を及ぼし、利益を食いつぶしている。   |
|    |         | 金融業（総務担当）               | 取引先の様子       | ・取引先の主な業種で、不動産業では、住宅機器類が半導体不足による工期遅れが出ていて、その分経費が増加しているところがある。運送業では、燃料価格の高騰により利幅が減少している。新型コロナウイルスの影響は今でもあり、特に飲食業がまだ低迷している。一方、まん延防止等重点措置の解除により、旅行業や宿泊施設では予約が増加傾向にある（東京都）。 |
|    |         | 不動産業（経営者）               | それ以外         | ・飲食業のテナントが撤退したが、割と早く次のテナントが決まり、入居率としては変わらない。  |
|    |         | 広告代理店（営業担当）             | 受注価格や販売価格の動き | ・前年比で僅かに上がっているが、昨今の働き方改革による人員増で、1人当たりの稼ぎとしては変わらない状況が続いている（東京都）。   |
|    |         | 社会保険労務士                 | 取引先の様子       | ・助成金を活用したい会社や資金繰りが厳しい会社がまだ見受けられる（東京都）。  |
|    |         | 経営コンサルタント               | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置の解除などにより人出が増えているようで、飲食店も店によっては客足が戻っている。ただし、店舗ごとの差が大きいように見える。   |
|    |         | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルス発生前に戻りつつある取引先もあるが、まだまだである。  |
|    |         | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・既存の契約に変更はないが、新規の見積案件が幾らか減っている（東京都）。  |
|    |         | その他サービス業〔映像制作〕（経営者）     | 取引先の様子       | ・世界的な政治、経済の不安定さが影響し、取引先でも不安の声が多く聞かれ、新しい仕事の発注が控えられている（東京都）。  |
|    |         | 食料品製造業（経営者）             | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料、包装資材の値上げが続き、販売価格に転嫁しなければならぬ。この先買い控えが起きて、景気は冷え込むと思われる。  |
|    |         | プラスチック製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだまま、口紅容器の受注には全く回復の兆しがみられない。   |
|    |         | その他製造業〔靴〕（経営者）          | 取引先の様子       | ・周りの同業者からも悪いという言葉が幾らか聞かれなくなってきた。得意先も同様で、特にまん延防止等重点措置が解除されたときはそうしたムードがあった。しかし、まだまだ本当の景気回復というところまでは至っていない。  |
|    |         | 輸送業（経営者）                | 取引先の様子       | ・都心部の中規模な納品先が相次ぎ閉店しており、長期化する新型コロナウイルス禍の影響かと、今後を危惧している（東京都）。   |
|    |         | 金融業（役員）                 | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置が解除されたものの、いまだに客足は伸びず、さらに、ウクライナ情勢に端を発する資源高騰リスクも見込まれることから、事業者マインドとしてはやや悪くなっている。  |

| 分野                    | 景気の現状判断    | 業種・職種                 | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------|------------|-----------------------|--|--|
|                       |            | 不動産業（経営者）             | 競争相手の様子  | ・本年2月半ばに完成した、最寄り駅まで徒歩8分の鉄骨造1DK2階建ての8室は、住宅情報誌に掲載して2月中に申込みが完了したが、残念ながら何室が残っている。設備のいろいろ付いた1DKで募集時期も良かったと思うが、お手上げである（東京都）。                 |
|                       |            | 不動産業（総務担当）            | 取引先の様子   | ・新型コロナウイルスも収束に向かっているが、感染者数の減少ペースが遅いので客足が伸びず、店舗系テナントからの賃料減額要請が続いている。オフィステナントからは、テレワークの定着により賃借スペースを縮小したいという要望が増えるなど、景気の良い話は聞こえてこない（東京都）。 |
|                       |            | 税理士                   | それ以外   | ・夜に近隣駅の商店街を通っているが、まん延防止等重点措置が解除されたものの、店内を見ると客が入っていない。入っていても早い時間帯だけで、今は2次会などには行かないのではないかと（東京都）。   |
|                       |            | 経営コンサルタント             | 取引先の様子   | ・中小の金属加工、機械加工業では受注の減少が続いており、昇給もままならない（東京都）。  |
|                       |            | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）  | それ以外   | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、繁華街に行っても人はまばらで、まだまだ新型コロナウイルスの影響が長引いている（東京都）。  |
|                       |            | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | 取引先の様子   | ・年度末になり、客側の設備投資に関するニーズが出てきているが、もろもろの影響から物品が入ってこない。   |
|                       | x          | 精密機械器具製造業（経営者）        | 競争相手の様子  | ・他社でも取引先による生産調整が月間に何度もあり、生産の平準化ができなかったり、雇用離れも始まったりと、経営を圧迫している。   |
|                       | x          | 建設業（経営者）              | 受注価格や販売価格の動き   | ・物が思ったとおりの希望価格で売れない。   |
|                       | x          | 建設業（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・法人の設備投資意欲が低い。   |
|                       | x          | 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禍、ウクライナ情勢、材料高騰などの影響で計画が止まっている。設備投資も控えられており、見積案件も激減している。  |
| x                     | 輸送業（経営者）   | 受注量や販売量の動き            | ・前年度まではそれなりに物量があったが、今年度は前年度の半分程度まで落ち込んでいる（東京都）。                                  |  |
| 雇用<br>関連<br><br>(南関東) |            | 人材派遣会社（営業担当）          | 求職者数の動き  | ・前期、前々期を超える募集件数がある一方、人材は逼迫している（東京都）。   |
|                       |            | 人材派遣会社（営業担当）          | 周辺企業の様子  | ・エンジニア派遣の需要は月を追うごとに高まっており、製造業の好調さを感じる。   |
|                       |            | 人材派遣会社（社員）            | 求人数の動き   | ・年度末ということもあってか、求人は3か月前よりも増えている。  |
|                       |            | 人材派遣会社（社員）            | 求人数の動き   | ・求人数が元に戻りつつある。人材の供給さえできれば、成長できる市場に戻ってきている（東京都）。  |
|                       |            | 求人情報製作会社（経営者）         | 求人数の動き   | ・前年は採用活動が停滞していた分、事業者の採用に掛ける費用が大きく動き出している感がある。ただし、いまだに残る新型コロナウイルスの感染リスクやウクライナ情勢の影響による様々な物価の値上げなどから、景気は完全回復とまではいえない（東京都）。                |
|                       |            | 求人情報誌制作会社（営業）         | 求人数の動き   | ・求人数がやや増加傾向にある。求人数は景気に直結するところがあるので、世の中の消費が増えてきていると感じる。   |
|                       |            | 求人情報誌制作会社（広報担当）       | 求人数の動き   | ・まん延防止等重点措置の解除により規制が緩和され、人出も回復してきて、イベント等も開催できるようになり、運営等もしやすくなっている。景気は回復していくのではないかと（東京都）。   |
|                       |            | 職業安定所（職員）             | 採用者数の動き  | ・サービス業、情報通信業、飲食業を中心に新規求人が増加しており、採用者数も堅調に増加している。前年の緊急事態宣言期間中と異なり、求職者は新型コロナウイルスを警戒しつつも、求職活動を活発に行っているように見受けられる（東京都）。                      |
|                       |            | 学校〔大学〕（就職担当）          | 求職者数の動き  | ・新卒求職者の動きが早く、採用市場も活発である（東京都）。  |
|                       |            | 人材派遣会社（社員）            | それ以外   | ・会社の業績や周囲の消費動向に変化はない（東京都）。   |
|                       | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き                | ・求人数は3か月前比で101%、前年同月比で107%と堅調に推移している。求人数の上昇トレンドが続いていることから、3か月前と変わらず回復傾向にある（東京都）。 |  |
|                       | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き                | ・新型コロナウイルスの感染状況が求人数に影響を与えないようになってきている。   |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種            | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|------------------|---------|---|
|    |         | 人材派遣会社<br>(支店長)  | それ以外    | ・今年に入り、人材派遣の成果が前年同月を超えている。ただし、年度末に向けて欠員や一時的な繁忙に対応する背景から依頼されているケースも多く、継続的に堅調な成果を出していけるかは不透明である(東京都)。 |
|    |         | 人材派遣会社<br>(経理担当) | それ以外    | ・求人数、求職者数の状況は前月とさほど変わらず推移している。そのため、この数か月で考えると、特に変動はない(東京都)。   |
|    |         | 人材派遣会社<br>(営業担当) | 求人数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除され、経済も回復していくと思うが、現段階ではまだどちらともいえない。  |
|    |         | 職業安定所(職員)        | 採用者数の動き | ・新規求人数は前年度に比べて増加しているが、求職者の動きが鈍く、紹介、就職件数共に伸びていない。  |
|    |         | 民間職業紹介機関(経営者)    | 採用者数の動き | ・就活イベントへの学生の参加数は前年と変わらないが、出展企業の顔ぶれが変化してきている。流通、IT、食品系が多くみられ、中堅メーカーも散見されている(東京都)。                    |
|    |         | 民間職業紹介機関(経営者)    | 採用者数の動き | ・企業からの求人は依然として多く、特に海外勤務要員はなかなか決まりにくい。特に、技術系は、年齢などの要件を幅広く対象としているが、応募者を集めるのが困難である(東京都)。               |
|    |         | -                | -       | -   |
|    | ×       | 求人情報誌製作会社(所長)    | 求人数の動き  | ・求人件数が減っている。  |

### 5. 甲信越(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(- : 回答が存在しない、\* : 主だった回答が存在しない)

| 分野                          | 景気の現状判断 | 業種・職種                 | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------------------|---------|-----------------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(甲信越) |         | 高級レストラン<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、新型コロナウイルスの新規感染者数は減らないものの、年度末とも重なり、家族単位や送別会等の会食の機会も増えてきたようで、順調に回復している。                           |
|                             |         | その他サービス<br>[葬祭業](経営者) | お客様の様子 | ・今月は永代供養墓の依頼がとて多く、墓じまいも同様である。また、自分の家の墓に入れようとしても、お骨がいっぱいでどうしようもないという場合も多く、粉骨はどうかと勧めている。粉骨の依頼も随分あり、これから増えてくるとみている。 |
|                             |         | 商店街(代表者)              | 販売量の動き | ・高校入試が始まり、今は学校指定の体育衣料等の注文を受けている。思った以上に多くの枚数を注文する客が多くいて、驚いている。  |
|                             |         | 一般小売店[家電]<br>(経営者)    | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が一応終了し、また季節も良くなり、合わせて年度末に向かうためか、客の動きが大分良くなってきている。   |
|                             |         | コンビニ(経営者)             | 来客数の動き | ・やや暖かくなり、移動客数も増えてきている。今までは寒かったのが夜は客が来なかったが、出てくる人が増えて、若干上向いている。   |
|                             |         | コンビニ(エリア担当)           | お客様の様子 | ・やや良くなっているものの、来客数の減少が激しい。  |
|                             |         | 家電量販店(店長)             | 来客数の動き | ・当市でプレミアム付商品券発行の施策が始まったため、若干持ち直している。   |
|                             |         | 一般レストラン<br>(経営者)      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大の第6波も下降気味になってきており、また良い意味で、感染予防慣れしてきたため、動きが出てきているようである。多少、春の天候の影響もある。                               |
|                             |         | スナック(経営者)             | 来客数の動き | ・良いも悪いも、2月は1日も営業できなかったのが、店が開けられた時点で良くなっているのだが、例年と比べれば、ひどい状況である。世の中がどこまで元に戻っていくのかを見極めて、駄目そうなら早めに撤退を考える必要がある。      |
|                             |         | 観光名所(職員)              | お客様の様子 | ・ツアー団体の予約は期待できないものの、一般個人からのWeb予約が順調に入ってきている。   |
|                             |         | 商店街(代表者)              | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除になり、週末の人出が良くなってきたものの、新型コロナウイルス禍前の50%でしかない。   |
|                             |         | 一般小売店[家電]<br>(経営者)    | お客様の様子 | ・相変わらず、必需品の購入は必要に応じてしているようであるが、売出イベント等もなかなか仕掛けにくい状況のため、購買意欲を促すことが難しく、売上の伸びはない。                                   |

| 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   |
|----|---------|--------------------|--------|--|
|    |         | スーパー（経営者）          | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置解除後も新型コロナウイルス新規感染者は高止まりしている。生活は急には戻らず、依然として来客数は減少し、買上点数の増加が続いている。   |
|    |         | スーパー（店長）           | 来客数の動き | ・来客数、買上点数、1品単価いずれも前年並みである。   |
|    |         | コンビニ（経営者）          | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、来客数に大きな変化はない。   |
|    |         | コンビニ（店長）           | 販売量の動き | ・売上自体は大分悪いが、3か月前と比べても傾向は余り変わっていない。来客数は少なく、買上点数は増えており、客単価は若干上がっているという状況がずっと続いている。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）        | 販売量の動き | ・春夏物のスーツの需要がない。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）        | 販売量の動き | ・新車の供給不足で納期が遅延していることから、新車受注が伸びない。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）        | 販売量の動き | ・車検、一般整備は、若干ではあるが目標を上回っている。新車納期の遅れから、中古車への問合せが多いものの、以前の相場より中古車価格が上昇しているため、なかなか契約に結び付かない。   |
|    |         | その他専門店【酒】（店長）      | 販売量の動き | ・3月後半の3連休を皮切りに、土日の動きが良くなってきている。春休みや花が咲いたり、暖かくなったりしていることもある。1番大きいのは東京のまん延防止等重点措置が解除されたことである。今月後半は良いが、今後はなかなか難しいのではないかと。                           |
|    |         | 一般レストラン（経営者）       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は一向に減らないが、イベント等には反応がみられるようになってきている。   |
|    |         | スナック（経営者）          | お客様の様子 | ・変わらないとしたが、上昇していけないまま、本当に変わらないという意味である。客は新型コロナウイルス、世界的な戦争にも本当に困っている。どうしたらよいか路頭に迷っている。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）       | 来客数の動き | ・3か月前は非常に動きがあり、伸長していた時期であるため、売上は同程度まではいかないが、客の動きの勢いは同じくらいである。まん延防止等重点措置の解除後は、先の予約、利用共に活発になってきている。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）       | お客様の様子 | ・3か月前の12月は、まん延防止等重点措置適用前だったので、今月はその状態にやや戻っており、前月に比べても客の動きがかなり良くなっている。特に、3月は歓送迎会シーズンであるが、前年は全く歓送迎会を行わなかった企業でも、今年は徐々に行うところが出ており、企業マインドが上がっている気がする。 |
|    |         | 旅行代理店（副支店長）        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大第6波によるまん延防止等重点措置が解除されたが、旅行については、いまだ自粛の影響が強く、消費につながってこない。また、燃料や原材料の値上げにより、多品目で値上げがあり、先行き不安から客の財布のひもは固い。                             |
|    |         | 通信会社（経営者）          | お客様の様子 | ・年度末は異動や就職等の時期だが、新規加入は低調である。   |
|    |         | 通信会社（社員）           | 販売量の動き | ・新入居の時期で、本来ならば問合せも比例して増えてくるが、例年に比べて比較的静かである。   |
|    |         | 遊園地（職員）            | 来客数の動き | ・首都圏にまん延防止等重点措置が適用され、団体予約のキャンセルや一般客の大幅減少につながっていたが、3月22日に解除されてからは、春休みということもあり、にぎわっている。  |
|    |         | ゴルフ場（経営者）          | それ以外   | ・原材料価格や燃料費高騰による原価率の上昇が価格に転嫁できない。新型コロナウイルス禍ではあるが、暖かい日も多く、プレーヤーもびのびとプレーをしている。売店も春の商材が多く売上は順調で、パーティー減少分をカバーしている。                                    |
|    |         | 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感染拡大がなかなか収まらない。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）          | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大で来客数も減っており、物価も上がっているため、客の買い方も慎重になっているようである。   |

| 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  |
|--------|---------|---------------------------|------------|---|
|        |         | スーパー（経営者）                 | 来客数の動き     | ・前年並みだが、来客数は14%減となっている。新型コロナウイルスに続き、戦争もある。春になり、人の移動が活発になるとうれしい。イベントもかなり再開し、前週～今週と忙しく外販で稼いでいるが、店に来店する客がめっきり減った感じがする。                         |
|        |         | 自動車備品販売店（従業員）             | 来客数の動き     | ・半導体不足の影響や自動車製造の遅れもあり、来客数は前年割れが続いている。   |
|        |         | 観光型旅館（経営者）                | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスが発生してから3年目に突入したが、いまだにアップダウンが激しい。3か月前の12月と比べて、1月に発生した感染拡大第6波の影響で、悪い状況である。  |
|        |         | タクシー運転手                   | 販売量の動き     | ・11～1月と徐々に良くなってきたと思っていたが、2月は最悪で前年比91%、今月も多分95%で終わりそうである。夜の動きは良くなってきたようだが、全体的に良くない。  |
|        | ×       | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの悪影響はもちろんあるだろうが、それにしても、人出の少なさは何とも表現できない。天候はまずまずなのに、人影の見えない通りを目の当たりにすると、何ともいえない。   |
|        | ×       | その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（経営者） | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置の影響で、思ったように売上が伸びない。月後半に解除されてからも、まだまだ厳しい状況が続いている。日々の新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりの状態にあり、これが減少していかないと、客足も戻らない。                              |
|        | ×       | その他サービス [ クリーニング ]（経営者）   | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス、インフレ、原油高騰、更に戦争等もあって、本当に厳しい状況である。   |
| 企業動向関連 |         | *                         | *          | *   |
| (甲信越)  |         | 食料品製造業（総務担当）              | 受注量や販売量の動き | ・3月に入り、受注量がやや増加してきたので、今後期待する。   |
|        |         | 窯業・土石製品製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き | ・特注品の受注が多少あるものの、依然として低迷している。  |
|        |         | 食料品製造業（営業統括）              | 受注量や販売量の動き | ・前年同期と比較して、来場者数はやや増加しているが、売上金額はほとんど変わらない。   |
|        |         | 電気機械器具製造業（経営者）            | 受注量や販売量の動き | ・受注量が落ちている。見積案件はあるものの、受注につながらなかったり、形になるまでに今までよりも時間が掛かっている。  |
|        |         | その他製造業 [ 宝石・貴金属 ]（経営者）    | 受注量や販売量の動き | ・一部の小売店舗では、春の卒入学シーズン向けのパール製品の売上が好調で、前年並みの売上は確保できたようだが、多くの店舗や催事では、新型コロナウイルスオミクロン株の影響で、集客難が続き、売上は減少している。金やダイヤモンド価格の高騰で、収益は悪化している。             |
|        |         | 建設業（経営者）                  | 受注量や販売量の動き | ・資材や製品価格の高騰、納入の不安定化のため、成約が先に延びている。  |
|        |         | 金融業（調査担当）                 | 取引先の様子     | ・物価上昇の影響が幅広い産業に影響し始めているが、販売価格への転嫁が進まない企業も多い。円安で海外からの所得移転の恩恵を受ける県内中小企業は少なく、景況感が悪化している。   |
|        |         | 金融業（経営企画担当）               | 取引先の様子     | ・原油価格高騰や円安の影響によるコスト増加に加え、新型コロナウイルスの感染拡大による社会経済活動の停滞により、景気は低迷状況にある。  |
|        |         | 新聞販売店 [ 広告 ]（総務担当）        | それ以外       | ・原油を始めとした燃料費の高騰が大きく、食料品の値上げにも影響を与えている。会社としては経費が増え、従業員の給料も思うように上げられない状況になっている。まん延防止等重点措置は解除されたが、新型コロナウイルスの感染収束には程遠いと感じられ、イベントや旅行等の需要が伸びてこない。 |
|        | ×       | 食料品製造業（製造担当）              | 受注量や販売量の動き | ・商品の発注数が、前年の2割以上減っている。  |
| 雇用関連   |         | -                         | -          | -   |
| (甲信越)  |         | *                         | *          | *   |
|        |         | 人材派遣会社（営業担当）              | 雇用形態の様子    | ・相変わらず、採用条件に変更はなく、合否判定にも時間が掛かり、採用するつもりがあるのか分からない企業が多過ぎる。行政の制度資金を利用したいための求人もあり、働く意欲をそく形となっている。   |
|        |         | 職業安定所（職員）                 | 周辺企業の様子    | ・新型コロナウイルス新規感染者数の減少傾向は、プラス要因ではあるものの、ロシア、ウクライナ問題等のマイナス要因もあるため、変わらない。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種     | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-----------|--------|---|
|    |         | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの感染再拡大による影響も大きく、卸、小売業の求人減少、宿泊、飲食業では特に、飲食業が大きくダメージを受けているものの、宿泊業はそれほど数字が落ちていない。そうしたなかで、ロシアのウクライナ侵攻による世界経済の混乱で、原油高、原料高等の影響が製造業や各方面で始まってきている。 |
|    | 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<br>(東海) |         | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き | ・3月21日をもってまん延防止等重点措置が解除される決定が発表されてから、19日にはマイカーによる観光客の動きが活発になり、通常年の90%ほどを取り戻した。しかし、観光バスはほとんど動いていない。                                       |
|                |         | 百貨店（販売促進担当）    | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除になり、来客数が伸びた。   |
|                |         | 商店街（代表者）       | お客様の様子 | ・ワクチン接種の効果で、新型コロナウイルスの感染が収束に向かって良かったという客の声が多数あった。  |
|                |         | 商店街（代表者）       | お客様の様子 | ・飲食関係はやや改善の兆しはあるが、以前と比べると戻っていないということであった。その他でも、なかなか消費マインドが上向いていないようである。  |
|                |         | 商店街（代表者）       | お客様の様子 | ・客単価は低いが、週末など人出が多くなってきた。   |
|                |         | 百貨店（売場主任）      | 単価の動き  | ・3月前半はまだ旅行も行けないため、近場で食事をしてぶらぶら買物をする人が多かった。中旬になると、一層来客数が増えた。歓送迎会ができないため、饅頭品の単価を少し上げて買物をしている客がいた。  |
|                |         | 百貨店（経理担当）      | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除後は、日中、夜間とも明らかに人出が増加しており、積極的な消費活動が見受けられる。   |
|                |         | 百貨店（営業担当）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が延長されてきたものの、3月中旬から来客数が前年を上回るようになってきた。   |
|                |         | スーパー（販売担当）     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、少し来客数が増えた。来客数が増えると、販売意欲も高まり売上が増える。  |
|                |         | コンビニ（店長）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に伴って多少なりとも来客数、販売量は増えているが、本格的な回復にはまだ程遠く、新型コロナウイルス発生前の水準の80%程度で推移している。   |
|                |         | コンビニ（店長）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の期間が終了して初めての土日は、前週以上に非常に混雑した。店舗のある駅でも、多くの利用客が見受けられた。  |
|                |         | コンビニ（本部管理担当）   | 来客数の動き | ・売上は速報値で前年比101.1%と平均値に回復した。まん延防止等重点措置の解除、株価上昇や良好な天候など小売業にとって好条件がそろい、3か月前と比べ期待感があるなかでの数値である。小売業にとっては非常に重要な指標であり、利益を確保できるほどマインドは確実に上がっている。 |
|                |         | コンビニ（店員）       | 来客数の動き | ・暖かくなってきて、来客数が増えてきた。まん延防止等重点措置が明けたのも影響しているように思う。   |
|                |         | コンビニ（商品企画担当）   | 来客数の動き | ・3月中旬以降は、平年と比較して暖かい日が続いたことから、まん延防止等重点措置の期間中であったものの来客数は増加傾向にあった。特に、レジャー・行楽需要に適したおにぎりやサンドイッチを購入する客が多くみられた。                                 |
|                |         | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・販売の方は、売れてはいるが生産が間に合わず納期がかなり遅れるため、どうしても受注に結び付かない場合が多い。受注残がかなり残っている状況である。   |
|                |         | 乗用車販売店（従業員）    | お客様の様子 | ・問合せ件数が多く決めるまでの期間も早いいため、全体的に流れとして良い。   |
|                |         | 乗用車販売店（営業担当）   | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除で特に変わった様子はないが、少しだけ客足が戻ってきた様子である。前月よりも順調に受注が上がってきた。商品の入荷遅延は変わらず、受注はできて即売上にはつながらない。  |
|                |         | 住関連専門店（営業担当）   | 販売量の動き | ・住宅及びその他店舗、商業施設などでリフォーム、大規模改修物件の見積りや問合せが多くなってきた。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------------|--------|---|
|    |         | 高級レストラン（経営企画）      | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス新規感染者数の減少で、まん延防止等重点措置の解除前から徐々に来客数が回復傾向にあった。特に年度末や季節の変わり目による祝い需要から、週末の来客数の回復が顕著にみられた。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が今月上旬に解除され、客の外出が増えるとともに来客数が増え、1月よりも来店頻度が多くなった。   |
|    |         | 都市型ホテル（従業員）        | 来客数の動き | ・外国人客の宿泊も始まった。  |
|    |         | 都市型ホテル（経営者）        | 販売量の動き | ・一棟貸しの借上げ需要の減少が不安である。   |
|    |         | 都市型ホテル（総支配人）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、若干だがレストランが動き出した。   |
|    |         | 旅行代理店（経営者）         | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたため、やや良くなっている。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置も終わり、暖かくなって外出客も多くなってきている。一方、コロナ禍を通じて対面でなければ購入できない物以外は通販やネットでの購入が進んでおり、消費は、モノの購入からコト消費に変わりつつあるように見受けられる。  |
|    |         | 旅行代理店（経営者）         | 販売量の動き | ・2年前から続いているコロナ禍だが、まん延防止等重点措置が解除され、春休みも重なって少し売上が伸びている。   |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）        | 販売量の動き | ・観光・旅行業は間違いなく新型コロナウイルスの感染状況に左右される。第6波が少しずつ収束傾向になりまん延防止等重点措置が解除されると、個人旅行を中心に旅行申込みが発生している。ただし、新型コロナウイルスオミクロン株の別系統や新しい新型コロナウイルス変異株で次の感染拡大の可能性があるため、また予約取消しが発生するのではとビクビクしながら営業している。 |
|    |         | 通信会社（サービス担当）       | 販売量の動き | ・引越シーズンに伴い、転居先での光回線への切替えや光回線を利用するテレビサービスの注文が増加している。また、ADSLサービスの終了間近による光回線への変更や新規開局ビルの増加で、光回線の注文が増加している。   |
|    |         | テーマパーク（職員）         | 来客数の動き | ・積雪が多かったため、まだ雪遊びができる。   |
|    |         | 美顔美容室（経営者）         | 販売量の動き | ・今年も人気のキャンペーンが始まった。例年購入してくれる客が今年も購入してくれている。   |
|    |         | 美容室（経営者）           | 来客数の動き | ・春になりイベントなどが段々と復活してきたため、それに合わせて来客数も増えた。   |
|    |         | 商店街（代表者）           | お客様の様子 | ・今月前半のまん延防止等重点措置が出ている間は人の流れもなく全く活気がなかったが、後半になりまん延防止等重点措置が解除されてからは一変した。今月トータルで見るとまだ景気は悪いが、少しだけ上向きになっている。   |
|    |         | 一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスやウクライナ情勢の影響で不透明感がある。  |
|    |         | 一般小売店〔結納品〕（経営者）    | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大が収まらない限り、大変である。  |
|    |         | 一般小売店〔書店〕（営業担当）    | 販売量の動き | ・年度末の予算消化が終盤に向かっていているので、この3～4か月は増加傾向であったが、ここで一旦停滞から下降傾向になると思われる。  |
|    |         | 百貨店（計画担当）          | お客様の様子 | ・コロナ禍の状況は変わらず、相変わらず感染状況によって来客数の上下が続いている。ただし、高額品の買上動向は比較的安定しており、富裕層の消費には特に減退は感じられない。   |
|    |         | スーパー（経営者）          | 販売量の動き | ・3か月前は初詣から毎年ぎわう頃だったが、1月中旬にまん延防止等重点措置が適用されて伸び悩んだ。現在は解除されて来客数も回復しつつある。  |
|    |         | スーパー（店長）           | 来客数の動き | ・物価の上昇に伴い表面上は良くみえるが、消費者の所得が変わっているわけではない。ウィズコロナのなかで来客数の増加も見込めない。   |
|    |         | スーパー（店員）           | 単価の動き  | ・みかんも終盤になり売れる季節物が特にない割には、順調に売上があった。まん延防止等重点措置は解かれたが、人々の意識として余り出歩かない影響が出ているのか、夕方以降の客足が伸びない。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|----------------------|--------|--|
|    |         | スーパー（販売担当）           | それ以外   | ・77円均一セールから100円均一セールに変更した。良い物をお買い得にという施策だが、売上は横ばいである。  |
|    |         | スーパー（営業企画）           | お客様の様子 | ・3か月前と比べて、来客数や客単価に大きな変化はみられない。   |
|    |         | スーパー（販売担当）           | 販売量の動き | ・店舗への来客数は増えているが、購買の拡大には必ずしもつながっていない感じである。  |
|    |         | コンビニ（企画担当）           | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が21日まで継続し、前月と同様な傾向が続いている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）          | 来客数の動き | ・12月と比較すると、来客数は変わらないか、むしろ少ないが、今月は新型コロナウイルスによるまん延防止等重点措置が解除される動きとなり、月末に向かうにつれて春の行楽客や旅行者が少しずつ増え始めている。この影響で、米飯や飲料などの商品が月末に向けて上向きとなっている。         |
|    |         | コンビニ（店長）             | お客様の様子 | ・売上は前年比102%程度をキープしており、数か月前からの好調さを継続している。店舗近隣に住む高齢者世帯の旺盛な消費にも支えられているほか、専用アプリ利用者や電子マネー支払の客が急増していることも、好調の要因と判断している。                             |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）          | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除されても、年配客はすぐに外出して買物しようという気持ちにはならないように見受けられる。  |
|    |         | 衣料品専門店（売場担当）         | 単価の動き  | ・来客数は増えていて、家族連れ客の来店もかなり多かった。ただし、単価がいつもほど上がっていない。皆春でいろいろ金が掛かるということで引締め懸かっている、以前より金を使わなくなっている。単価が安い物が多かった。                                     |
|    |         | 衣料品専門店（売場担当）         | お客様の様子 | ・引き続き必要最低限の物の購入のみで、以前のような高額品の購入には至っていない。   |
|    |         | 衣料品専門店（販売企画担当）       | 来客数の動き | ・来客数もずっと少ないままで推移している。ファッション品は総じて厳しい状況が続いている。介護用品は、動きはあるが増えてはいない。   |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）          | お客様の様子 | ・新車の納品遅れ、ガソリン値上げや中古車市場の高騰など、車関係全体でのマイナス要素が多い。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | それ以外   | ・販売台数は前年並みで推移しているが、納車まで半年以上掛かる車がほとんどで、いつ納車できるか分からないような車を販売している。さらに、メーカーの生産がすぐに止まり予定納期が大幅に遅れることが多く、約束した客にも大変迷惑を掛けている。                         |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・年度末の決算期であるにもかかわらず、例年のような市場の動きを全く感じる事ができなかった。店舗では新型コロナウイルス感染症対策を実施した上で営業しているが、やはり店内での活気を感じることはできない。今必要な要件が済めばよいと思っている客に新車の提案をしても、話に乗ってもらえない。 |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・いつもなら決算セールで盛り上がる月であるが、肝心の商品である新車が半導体や部品供給遅れの問題で入荷せず、厳しい状況になった。ただし、中古車市場は大盛況で、トータルで見ると悪いながらも前年並みの実績を確保できており、ホッとしている。                         |
|    |         | その他専門店〔書籍〕（店員）       | 来客数の動き | ・例年は忙しい時期であるが、学生たちは春休みに入り、まん延防止等重点措置が解除され新型コロナウイルスで我慢していた分レジャー代に流れる消費も多い。書籍販売は電子化で紙離れもあって厳しくなっている。   |
|    |         | 一般レストラン（従業員）         | 単価の動き  | ・新規感染者数が減らず、外食を控えている。  |
|    |         | その他飲食〔仕出し〕（経営者）      | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除になり、ある程度上向きな傾向にある。   |
|    |         | その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除により、取引先の飲食店の利用客が増えている。歓送迎会も、人数を絞った開催ではあるが予約が入っている。   |
|    |         | 都市型ホテル（営業担当）         | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に伴い、レストラン、出張宿泊などは若干回復しているが、大幅な良化までは至っていない。全くなかった前月から比べると少し良くなった気がするが、大きな動きが出ていない。  |



| 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  |
|----|---------|----------------------|--------|---|
|    |         | 旅行代理店（経営者）           | 販売量の動き | ・ブロック県民割を期待する予約がある。ただし、政府が幾らブロック県民割を推進していても、当県の場合旅行代理店は県内旅行しか取り扱えないので、全く販売に結び付かない。地元県民が県内の旅行店で北信越や中部圏の旅行を予約できるようになれば販売が広がるので、消費者にも声を掛けやすい。県民割を推進するならば、県内旅行会社からの予約を推進してほしい。旅行会社経由でも最終的にはホテル・旅館に予約が入るのだから、3回目のワクチン接種を推進するならば、必ず旅行会社経由での予約にすべきである。 |
|    |         | 旅行代理店（営業担当）          | 販売量の動き | ・旅行業収入としては1月から大きな変化はなく、出張関連の切符・宿泊のみで、観光要素のある旅行は皆無の状態である。  |
|    |         | タクシー運転手              | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、夜の街は特にならぬ状態だったのが、夜12～1時頃まで客が少しずつ戻っている状況になっている。   |
|    |         | タクシー運転手              | 来客数の動き | ・悪いまま戻らない。  |
|    |         | レジャーランド（職員）          | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されて来客が戻りつつあるが、3か月前の12月と比べると変わらない。   |
|    |         | テーマパーク職員（総務担当）       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、明るい兆しはある。  |
|    |         | 観光名所（案内係）            | お客様の様子 | ・今月20日までは人出も少なかったが、21日過ぎからは人出が増えてきた。したがって、先が明るくなるのではないかと思う。   |
|    |         | ゴルフ場（支配人）            | 来客数の動き | ・3月の入場者数は、前年と比べほぼ変わりなく推移している。3か月前と比べると入場者数は良くなっているが、12月の降雪の影響を考慮すると、景気としては余り変わってないと判断する。  |
|    |         | その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）  | 来客数の動き | ・3か月前と変わりなく、おおむね低調な状況で推移している。   |
|    |         | 美容室（経営者）             | お客様の様子 | ・2年間の新型コロナウイルスの影響で、客は本当に外出を控え、皆我慢してパーマも毛染めも余りしなくなった。  |
|    |         | その他サービス〔介護サービス〕（職員）  | それ以外   | ・原価の高騰に尽きる。   |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）          | 単価の動き  | ・売地が少なく、買主も少ない。土地の価格がなかなか下がらない状況で、先行きも不安である。  |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）          | 販売量の動き | ・コロナ禍も停滞させているが、販売は横ばいである。   |
|    |         | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業） | 単価の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されたので期待はあるが、見当が付かない。  |
|    |         | 一般小売店〔贈答品〕（経営者）      | お客様の様子 | ・3月は決算月のため売上が伸びると予想していたが、12月の方が良かった。コロナ禍の終息を感じるほど新規感染者数が減っていた12月と増加傾向の3月を比べると、来客数や客の様子もどちらかという厳しい状況にあり、3か月前と比べると少し悪くなっている。客自身が自粛をしており、付き合いの幅を狭めている状況である。  |
|    |         | 一般小売店〔酒類〕（経営者）       | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、飲食店には少し客が戻ってきているが、飲料の販売は伸びていない。客は早めに帰る傾向にある。   |
|    |         | 百貨店（総務担当）            | お客様の様子 | ・まだまだ日によって寒の戻りがあり、春物衣料品が苦戦している。また、ガソリン価格の高騰によるのが、車での来店客が減っている。株価の大きな下落もあり資産効果といわれる富裕層の高額消費は低調で、春休みの行楽需要なども新型コロナウイルス新規感染者数が依然として高い水準のため低調である。  |
|    |         | 百貨店（販売担当）            | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の期間中は客足が伸びず、22日の解除後も増えていない。目的買いが多く長居はせず、回遊している様子も余り感じられない。通常であれば家族連れの客でにぎわう時期であるが、この状況では厳しい。   |
|    |         | スーパー（店長）             | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除される前から週末や夜間の外食が増えてきており、内食需要が減少している。加えて商品、ガソリンの値上がりや電気代の上昇もあり、買上点数が減りつつある。   |

| 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（店長）          | 販売量の動き | ・買上点数が減少している。   |
|    |         | スーパー（店員）          | 単価の動き  | ・前月に引き続き売上は前年超えをしているが、値上げによる客単価アップによるもので、来客数、買上点数に関しては引き続き前年割れの状況である。   |
|    |         | コンビニ（店長）          | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減少せず、まだ外出をためらっている人が相当数いるようで、来客数がなかなか上がってこない。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）        | お客様の様子 | ・複数の客から、現在は忙しいが4月以降の仕事が決まっていないという話があった。   |
|    |         | 家電量販店（店員）         | 販売量の動き | ・例年3月は来客数が多く忙しいが、今年は少ない。前年に巣籠り需要で購入が進んだため、反動が出ている。  |
|    |         | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | 来客数の動き | ・3月に入って来客数が減少している。ウィズコロナといっても、命に関わる高齢の客は、経済活動より不安の方が勝っている。高齢の客のシェアが高い店ほど、厳しいのではないかと。  |
|    |         | その他専門店〔貴金属〕（経営者）  | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたにもかかわらず、また、例年ならば春の陽気につられて人が出てくる頃であるが、商店街への人流が増えていない。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）      | それ以外   | ・まん延防止等重点措置が解除されたばかりで、景気状況としてはまだ動きが少ない。周囲の状況は、変わらないか、あるいはウクライナ情勢もあってやや悪くなっているようにも感じる。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き | ・来客数が少ない。多くても3人、通常は1人という日がとても多い。  |
|    |         | バー（経営者）           | お客様の様子 | ・コロナ慣れして、外出や外食をしなくてもいい状況にある。  |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）       | 来客数の動き | ・3か月前は新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きまん延防止等重点措置も緊急事態宣言もなかったため、非常に忙しい日々を送っていた。現在は、まん延防止等重点措置が解除された3月22日以降は徐々に戻っているが、3か月前の12月と比較するとまだまだで、やや悪くなっている。 |
|    |         | 通信会社（企画担当）        | 販売量の動き | ・引越しシーズンで毎年3月は解約件数が増えるが、例年にも増して解約が増えている。一方で転入による新規契約は例年をかなり下回っている状況である。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）        | 販売量の動き | ・新規工事でも、機器未入荷のため遅れが発生している。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）        | お客様の様子 | ・半導体不足も関係してか、機器の更改には慎重な姿勢がうかがえる。費用についても慎重になっている傾向がみられる。   |
|    |         | テーマパーク（職員）        | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置は解除されても、新規感染者数が増えてきており、土日以外の来客数は少ない。   |
|    |         | パチンコ店（経営者）        | 販売量の動き | ・来客数の動きから、やや悪くなっている。  |
|    |         | 理美容室（経営者）         | 来客数の動き | ・客が余り来てくれない。  |
|    |         | 美容室（経営者）          | お客様の様子 | ・やはり新型コロナウイルスの影響である。  |
|    |         | 理容室（経営者）          | それ以外   | ・いろいろと悪いことがありすぎる。   |
|    |         | 設計事務所（経営者）        | 来客数の動き | ・本来は年度末で例年ある程度忙しくなる時期だが、今年は違うようである。   |
|    |         | 設計事務所（職員）         | お客様の様子 | ・客からは景気が良くなる話は聞かない。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）       | 単価の動き  | ・建築材料の単価が上がり続けている。  |
|    | ×       | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当） | 販売量の動き | ・例年3月はギフト需要などもあり年末に次いで売上の良い月であったが、まん延防止等重点措置の下で全く売上が伸びてこない。   |
|    | ×       | 百貨店（業績管理担当）       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の影響を受け、来客数、売上共に3か月前から減少した。  |
|    | ×       | 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製造業の生産が止まっているため、もう何ともならない状態である。   |

| 分野                     | 景気の現状判断 | 業種・職種                        | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|------------------------|---------|------------------------------|--------------|---|
|                        | ×       | 観光型ホテル<br>(支配人)              | 来客数の動き       | ・まん延防止等重点措置が解除されたとはいえ、法人客はもとより個人客も様子見なのか急激な予約増加とはなっていない。今回のまん延防止等重点措置は、本当に営業収入に大きく響いた。全社で悪かった前年を更に下回る見込みであり、食堂に至っては週1回の定休日を2回に増やさざるを得なくなってしまった。 |
|                        | ×       | 旅行代理店(経営者)                   | 販売量の動き       | ・今月は、新型コロナウイルスの影響で旅行の仕事は全くなかった。   |
|                        | ×       | その他レジャー<br>[スポーツレジャー紙](広告担当) | お客様の様子       | ・新型コロナウイルスに加え、ウクライナ情勢を始めた要因で物価や資材が急騰している。   |
|                        | ×       | その他住宅[住宅管理](経営者)             | それ以外         | ・景気対策が進まず地域によっては経済の回復が遅れ、建設業、塗装業の2社が倒産、廃業した。同業者のなかでも生死が分かれつつある。体力のない会社は、ここに来て新年度を迎えられない。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(東海) |         | *                            | *            | *   |
|                        |         | 化学工業(総務秘書)                   | それ以外         | ・まん延防止等重点措置の解除や春の到来により、街の様相は大きく変わり、外出を控えていた人々が街に出てきている。百貨店や飲食店は、感染防止対策の影響もあるが行列ができていく光景をよく見掛けた。ウクライナ情勢は、我が国にとっても他人事ではない恐怖であるが、それが景況感には現れてはいない。  |
|                        |         | 通信業(総務担当)                    | それ以外         | ・まん延防止等重点措置が全国的に解除になり、人流が戻ってきた。観光やホテル宿泊需要も回復しつつある。  |
|                        |         | 金融業(従業員)                     | 取引先の様子       | ・製造業に関しては今までとほぼ変わらない動きであるが、飲食店は、まん延防止等重点措置から解放されて営業時間が延び、店も客も比較的動きが活発化している。   |
|                        |         | 不動産業(経営者)                    | 受注価格や販売価格の動き | ・法人、個人を問わず、投資物件の問合せが多い。   |
|                        |         | 不動産業(経営者)                    | それ以外         | ・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルス新規感染者数も減少傾向にあり、外出や遠出する人が徐々に増加傾向となっている。売上は前年を上回る状況が継続している。  |
|                        |         | 会計事務所(職員)                    | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置が解除され、外食する人が増えたように見受けられる。飲食店がほっと一息つく反面、材料が入荷せず工事を始められない建設業者の話も聞く。全体的には新年度を迎えることもあり、先への期待が高まっているように思う。                                |
|                        |         | 窯業・土石製品製造業(社員)               | 受注量や販売量の動き   | ・受注ペースが一定でなく想定外の急ぎの注文が入るため、計画は立てにくい、受注量としては多い。  |
|                        |         | 一般機械器具製造業(営業担当)              | 受注量や販売量の動き   | ・北米地域向けの輸送経路が確保できない。また、電子部品の供給が滞っているため、引き合いや受注があっても納期が間に合わず失注してしまう案件も出ている。北米地域の自動車向け設備投資の引き合い自体は活発である。  |
|                        |         | 電気機械器具製造業(営業担当)              | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスやウクライナでの戦争の影響は、今のところ余りない。   |
|                        |         | 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の影響で売上が減少しているなかで材料単価が高騰し、さらに円安が進み海外からの仕入単価が上がり、非常に困っている状態である。   |
|                        |         | 電気機械器具製造業(経営者)               | 受注価格や販売価格の動き | ・素材の値上げがあり売上金額は増加しているが、販売量はほぼ横ばいがまだまだ続いている。   |
|                        |         | 建設業(経営者)                     | 受注量や販売量の動き   | ・ウクライナで大変な事態が起きているのに、我が国はどことなく他人事のように相変わらずのんびりしている。   |
|                        |         | 建設業(営業担当)                    | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響とは別に、電子部品等の入荷が遅れている影響もあるが、どの業者でも客先の新年度予算が全体的に下がっていると言っている。具体的にどれくらいになるかは、まだはっきりとは分からない。  |
|                        |         | 輸送業(従業員)                     | 受注量や販売量の動き   | ・3月は本来繁忙期で忙しい状態が続いているはずが、自動車関連など一部業種では部品不足などの影響で荷動きが止まったりして、トータルでは3か月前と余り変わっていない。   |
|                        |         | 輸送業(エリア担当)                   | 受注量や販売量の動き   | ・航空貨物の需要は依然として高い。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種               | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------------|--------------|--|
|    |         | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前の荷動きは前年を下回っており、その流れが今月もまだ続いていて良くなる兆しはみえない。したがって、景気の動向は変わらず、変化なしで低迷している。   |
|    |         | 通信業（法人営業担当）         | それ以外         | ・良い面としては完全失業率も多少良くなっており、地価も少しずつ上昇している。一方、ロシアのウクライナ侵攻に伴う小麦粉や原油等の価格上昇が庶民には響いている。結果的に余り変わらない。   |
|    |         | 通信業（法人営業担当）         | 取引先の様子       | ・官公庁の新年度予算成立を受け、競合他社の動きが活発になっている。これまで競合する企業は軒並み業界大手で顔ぶれに大きな変化はなかったが、昨今は異業種の手と競合するケースが多発している。例えばコールセンター事業の入札に旅行代理店が参加してくるなど、コロナ禍で人流ストップのあおりを受けた企業の官公庁予算狙いのアクションが目につく。 |
|    |         | 金融業（従業員）            | それ以外         | ・まん延防止等重点措置が解除となったが、まだまだ自粛モードが続いているように感じる。   |
|    |         | 金融業（企画担当）           | 取引先の様子       | ・ウクライナ問題により商品の流通が滞っていることや、材料の価格高騰もあり、価格転嫁ができない企業は業績が厳しくなっている。  |
|    |         | 広告代理店（制作担当）         | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置は全国的に解除されたが、企業側の様子には特に変化がみられない。   |
|    |         | 公認会計士               | それ以外         | ・中堅・中小企業の業績は悪く、中堅・中小企業では給与、ボーナスが上がっていない。   |
|    |         | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | それ以外         | ・客層に変化がない。この時期はメンテナンス需要がほとんどで新規購入がない。  |
|    |         | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子       | ・近くの自動車部品関連企業でも本体で生産停止が起きているため苦戦しているようである。競合先でも生産も多くない。営業マンの訪問が少なく非常に対処が難しい。まだまだ当分は厳しい状態が続く。   |
|    |         | 食料品製造業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・受注量からみても、前年比で減少している。  |
|    |         | 食料品製造業（経営企画担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置の解除というせっかくの明るい兆しに、商品値上げのニュースがあふれて水を差された形である。しばらく消費マインドの高まりは期待できない。  |
|    |         | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）   | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルス感染症の拡大、原油高、原材料高、ロシアによるウクライナへの侵攻、さらには円安が急激に進み、これらの影響により景気はやや悪い。   |
|    |         | 化学工業（営業担当）          | 受注価格や販売価格の動き | ・原油価格の高騰により、プラスチック原料の価格が大幅に上がっている。   |
|    |         | 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。原材料を始め仕入品、燃料の購入価格が上がっており、利益が出ない。   |
|    |         | 金属製品製造業（従業員）        | 取引先の様子       | ・何とかそれなりの受注量であったのが、息切れの感じがする。原材料の価格高騰もあり、収益面で苦労することは間違いない。高騰の先が見えないという嘆きを、同業者間でも聞く。  |
|    |         | 電気機械器具製造業（総務担当）     | 受注価格や販売価格の動き | ・前年後半にかけて半導体の供給不足から原材料価格の高騰につながり、一方で販売価格にはすぐには転嫁できないので、適正な利益を得られない状況である。   |
|    |         | 輸送用機械器具製造業（管理担当）    | それ以外         | ・ロシア・ウクライナの戦争の影響を含め、いろいろな物が値上がりしている。特にガソリン価格の高騰は痛い。  |
|    |         | 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   | ・東北の地震で完成車メーカーのラインストップや工場稼働停止の記事が出ていたが、その分生産台数が落ちるため、部品の消費量も下がる。   |
|    |         | 建設業（役員）             | 受注量や販売量の動き   | ・建設業としての受注は予定どおりだが、不動産業の分譲住宅に関しては、繁忙期といわれる3月でも集客、成約が伸びず、悪い。  |
|    |         | 輸送業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・日用雑貨の物量が、前年同期と比べ10%ほど減少している。生産財系の客においても、2～3か月前の生産が追い付かない状況から在庫調整に入るところが出てきている。  |
|    |         | 輸送業（エリア担当）          | それ以外         | ・燃料費が上がっているが、配送単価は変わらない。   |
|    | x       | 鉄鋼業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・中国発の物流荷動きの停滞、自動車生産の低迷や国際情勢の悪化による様子見で、発注や見積り活動にならない状況が続いている。仕事量も見積りも通常の年度末よりは明らかに30%以上落ちている。   |

| 分野                   | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------------|---------|--------------------|------------|---|
|                      | x       | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・ロシア・ウクライナ戦争の影響でロシア向けの輸出がばたっと止まってしまい、景気が悪くなる方向に進んでいる。   |
| 雇用<br>関連<br><br>(東海) |         | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き     | ・管内の企業においては、採用意欲が高まっている。  |
|                      |         | 人材派遣業（営業担当）        | 周辺企業の様子    | ・主に製造業のなかで、外国人の入国規制が緩和されたことで人手不足の歯止めが期待が高まっている。しかし、自動車産業を始め製造業では部品の供給不足に加え、ウクライナ情勢の影響による原油高が景気回復の障害となっている。  |
|                      |         | 人材派遣会社（企画統括）       | 求人数の動き     | ・今年に入り求人数が増加傾向に転じ、前年同期比を上回る水準にある。   |
|                      |         | 人材派遣会社（営業担当）       | 周辺企業の様子    | ・主要客の自動車メーカーで、4月業務開始の派遣募集について数件の契約開始が決まった。また、5月業務開始の派遣募集も前月ほどではないが何件か届いている。   |
|                      |         | 人材派遣会社（営業担当）       | 求人数の動き     | ・派遣求人数は3か月前比、前年比共に上回り、回復基調にある。  |
|                      |         | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）    | 周辺企業の様子    | ・年度末という事情はあるが、営業広告は回復傾向にある。   |
|                      |         | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き     | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減が、新規求人数とは連動しづらくなっており、有効求人数は新型コロナウイルス感染拡大前に近づいてきている。   |
|                      |         | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き     | ・新規求人数は前年同月と比べ増加傾向で、雇用情勢は改善している。製造業の主要業種である輸送用機械器具製造業の求人数は、半導体等の部品供給不足がおおむね改善し回復基調にあることから、前年同月と比べ増加が続いている。全業種の全体での有効求人倍率も、前年7月から1倍台で推移し好調を維持している。     |
|                      |         | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き     | ・新規求人数、有効求人数共に増加傾向にある。卸売業、小売業や宿泊・飲食サービスでも増加傾向にある。   |
|                      |         | 職業安定所（次長）          | 求人数の動き     | ・有効求人数はほぼ全ての職種で前年同月を上回っており、おおむねコロナ禍の影響が出始める前の水準となっている。  |
|                      |         | 人材派遣会社（経営企画）       | 周辺企業の様子    | ・特に変化はない。   |
|                      |         | 人材派遣会社（社員）         | 求人数の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、現状では何も変わらない。   |
|                      |         | アウトソーシング企業（エリア担当）  | 周辺企業の様子    | ・大手自動車メーカー系の部品関連企業は、部品供給・半導体不足や新型コロナウイルスオミクロン株感染による製造ラインの停止で生産調整を受け、売上は前年比10%弱の減少で年間計画比もマイナスで推移している。また、ロシア向けの自動車部品生産がストップし、派遣先がなくなった人材派遣会社には大きな痛手である。 |
|                      |         | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）    | 周辺企業の様子    | ・全体的に景気は停滞したままであるが、久しぶりに年度末の予算消化的な良い動きもあった。一方、新型コロナウイルスに続きウクライナ問題による先行きの不透明感で企業活動は慎重なままで、大きな変化はない状況である。   |
|                      |         | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 採用者数の動き    | ・年度末を迎え求人側の採用意欲も高まり、採用決定数が順調に推移している。  |
|                      |         | *                  | *          | *   |
|                      | x       | -                  | -          | -   |

## 7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断 | 業種・職種    | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|---------|----------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) |         | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・春休みに入り、若者を中心ににぎわいを取り戻しつつある。ネット通販を含め、高額商品の動きが鈍いため、売上の増加にはなかなかつながらない。   |
|                            |         | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・1月が良く、2月が悪く、3月は少し上向きである。入込客が増え、イベントによる盛り上がりが出てきている。駅前での活性化の影響があるようで、この状況が続くことを望んでいる。いずれにせよ、春の陽気が活気につながると期待している。 |

| 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   |
|----|---------|---------------------|------------------|--|
|    |         | 一般小売店〔鮮魚〕(役員)       | 販売量の動き           | ・人の動きは以前から増えていたが、まん延防止等重点措置の解除とともに際立ってきている。3月の3連休も予想以上の人出となった。飲食店や居酒屋など、4月は予約がたくさん入ってきたと聞いている。   |
|    |         | 百貨店(売場主任)           | 来客数の動き           | ・まだまだ全盛期には及ばないが、3連休以降は観光客の姿が戻ってきている。食品やインポートブランドは好調に推移しているが、メンズやレディースの衣料品は苦戦している。月全体では前年及び前々年実績は超える見込みである。   |
|    |         | スーパー(総務担当)          | お客様の様子           | ・まん延防止等重点措置が適用されているなかだったが、新規感染者数が減少したため、集会における弁当等の注文が増えてきている。  |
|    |         | 衣料品専門店(経営者)         | 来客数の動き           | ・季節が変わり新型コロナウイルスに対する認識が変化してくるにつれ、用心しながら消費動向が上がってきているように見える。  |
|    |         | 自動車備品販売店(役員)        | 販売量の動き           | ・タイヤの値上げ前に駆け込み購入が増え、売上は前年より増加している。ガソリン価格の高値安定も影響している。車の販売は相変わらず納車が遅れ、販売台数は回復していない。   |
|    |         | 都市型ホテル(役員)          | 来客数の動き           | ・ビジネス客を中心に個人宿泊客に緩やかな回復基調がみられる。また、まん延防止等重点措置が解除され、週末に駆け込みのレジャー客が大幅に増加した結果、稼働率が10%増加している。  |
|    |         | タクシー運転手<br>美容室(経営者) | 来客数の動き<br>来客数の動き | ・週末になると、夜の飲食店で人が増えてきている。<br>・3月中旬以降、新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトした感じがある。2月は大雪と新型コロナウイルスの新規感染者数の急増で来客数が大幅に減少した。その反動もあり、今月に入って来客数が増えている。  |
|    |         | 一般小売店〔精肉〕(店長)       | 販売量の動き           | ・3か月前以降、ギフト等の高額商材の動きが余り良くない。   |
|    |         | 百貨店(販売担当)           | お客様の様子           | ・2月中旬より新型コロナウイルスの感染状況に多くの人が慣れたためか、来客数が増えてきている。しかし、11~12月頃の来客数や購買意欲はない。目的の商品や必需品などに限定した短時間での購入が続いている。好調なアイテムは、食品とビジネスや新生活関連である。ビジネスは男女共に前年苦戦したスーツの需要が増加している。少ない来客数ながら単価が高く、数値を押し上げている。生活雑貨やギフト関連は改善傾向にある。バッグやカジュアル衣料などの旅行需要はやや回復しているが、まだまだ少なく、本格的な旅行需要の回復には程遠い。 |
|    |         | スーパー(店長)            | 販売量の動き           | ・販売量は変わらず、値上げの影響で1品単価が上がっている状況で、悪い兆候である。   |
|    |         | コンビニ(経営者)           | 来客数の動き           | ・来客数も客単価も変わらない。  |
|    |         | コンビニ(営業)            | お客様の様子           | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、客の買い控えが目立つ。また、繁華街等は人流が回復せず、リモートワークを導入する企業が増えるなど、オフィス街は新型コロナウイルス発生前とは環境が変わっており、客の様子も変わっている。  |
|    |         | 家電量販店(店長)           | 販売量の動き           | ・新生活需要も年々下がっており、洗濯機やエアコンといった高付加価値商品の売行きの良さに助けられている。  |
|    |         | 家電量販店(本部)           | 来客数の動き           | ・売上は若干回復しているが、来客数は伸びてこない。  |
|    |         | 乗用車販売店(経営者)         | 販売量の動き           | ・新車の受注数が例年と比べて悪い。現在使用中の車を買換えるのではなく、車検をして継続使用する人が多いようである。中古車については変わらずに販売数は確保できているが、新車購入には慎重な状況が続いている。   |
|    |         | その他専門店〔酒〕(経営)       | 販売量の動き           | ・最近の物価高騰により、し好品である酒類は我慢の状態にあると考える。   |
|    |         | 高級レストラン(スタッフ)       | 販売量の動き           | ・約2か月ぶりにまん延防止等重点措置が解除されたが、県庁、市役所、病院、学校関係の送別会は当然のように開催されない。一般企業の利用も少なく、新型コロナウイルス発生前と比べると全体で約半分の集客しかない。  |
|    |         | 一般レストラン(店長)         | 来客数の動き           | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、客足は目立つほどには戻っていない。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
|    |         | 観光型旅館（経営者）               | 来客数の動き | ・春休みに入り個人客は増えてきているが、新型コロナウイルス発生前と比べると約40%減少している。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）             | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の適用が延長されて、宴会、宿泊共に前年よりは回復しているが、新型コロナウイルス発生前までに戻る勢いが無い。   |
|    |         | 通信会社（営業担当）               | 販売量の動き | ・本来なら新生活に向けた携帯電話の購入が増える時期であるが、若年層での購入時期が分散しており、単月での販売数が伸び悩んでいる。新型コロナウイルスによる影響は少ないとみている。  |
|    |         | 通信会社（役員）                 | 販売量の動き | ・通信、放送サービス共に3か月前と変わらず、契約者数が前年同期と同程度の獲得数で推移している。  |
|    |         | 通信会社（役員）                 | 販売量の動き | ・半導体不足による電子機器の入手が困難な状況が継続しており懸念はあるが、現時点では在庫不足等は発生しておらず、新規契約者数等に影響は出ていない。   |
|    |         | テーマパーク（役員）               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、全体的な客の戻りはそれほど強くなく、これまでと大きく変わらない状況である。   |
|    |         | その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数が依然として多く、子供の感染者が身近に出てきており、春に向けての特別教室の申込みが圧倒的に少ない。また、休会する会員も引き続き出ており、状況が良くない。  |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）              | 来客数の動き | ・コロナ禍でイベントができず、常設展示場への来場者も少ない。問合せも少なく、契約は増やせなかった。新規の見込み客も少なく、増えそうな気配がない。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）              | 販売量の動き | ・資料請求やキャンペーンへの応募などの数が増えており、展示会への来場も見込める。   |
|    |         | 住宅販売会社（営業）               | お客様の様子 | ・社会情勢としては、もっと景気が下がるものと認識していたが、客の動きはそれほど悪くない状況である。来客数、商談数共に大きな落ち込みはなく、低空飛行ながらも安定している。   |
|    |         | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き | ・北京オリンピックでの盛り上がり期待していたが、新型コロナウイルスオミクロン株の影響の方が大きく、ウクライナ情勢ともあいまって消費マインドは落ち込んでいる。夜間の人出の少なさも顕著で、閉店時間を早める店舗も出てきている。                                   |
|    |         | 一般小売店〔書籍〕（従業員）           | 販売量の動き | ・前月、前々月より販売数、来客数共にかなり減少している。特に販売数、販売額の落ち込みがひどい。  |
|    |         | 百貨店（販売促進担当）              | お客様の様子 | ・入学式、卒業式を中心に、各行事が前年と比べて戻ってきていることは間違いないが、ガソリン価格の高騰や必需品の値上げ等の影響で節約志向が強まりつつある。行事に伴う消費の自粛が大きく影響しており、関連したウェア、レストランの利用、祝いや祝返しの数や単価が減少している。             |
|    |         | 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期間が延長されたことに加え、競合店の出店もあり、来客数が大きく減少している。   |
|    |         | スーパー（店舗管理）               | お客様の様子 | ・原油価格の高騰による生活品全般の値上げの影響は、買上点数の減少からも見て取れる。コロナ禍の影響よりも、値上げによる消費動向の落ち込みが大きい。   |
|    |         | 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新規感染者数はまだ高止まりで、来客数はなかなか回復しない。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）              | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の影響を払拭できず、流行前の売上に戻ることは簡単ではない。   |
|    |         | 乗用車販売店（役員）               | お客様の様子 | ・ガソリン代を始め、物価が上昇しており、不要な支出を避ける思いがうかがえる。   |
|    |         | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）    | 販売量の動き | ・新規感染者数の増加傾向が続き、来客数が伸び悩むと同時に卒業を含めた新生活関連やギフトの需要が伸び悩んでいる。気温の不安定さもあってか、衣料品の春物商材の動きが鈍い。3連休以降にまん延防止等重点措置の解除があったものの、来客数に自粛明けの勢いが感じられず、新規感染者数の減少を期待したい。 |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）              | 販売量の動き | ・資材価格の高騰で物件の動きが鈍くなっている。  |
|    | x       | コンビニ（店舗管理）               | 来客数の動き | ・本県においては感染拡大特別警報が発出され、消費マインドも低迷したままである。来客数は新型コロナウイルス発生前から2割減少している。   |

| 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  |
|----------------|---------|-------------------|--------------|---|
|                | ×       | 任関連専門店（役員）        | 来客数の動き       | ・1月以降、雪や感染拡大の影響を受け、来客数がずっと下がっている。   |
|                | ×       | スナック（経営者）         | 来客数の動き       | ・当店の周囲を歩いている人がいない。他の店舗も当店と同様に早く閉店したり、タクシーを呼んだ場合にも5分以内に到着するという状況である。   |
|                | ×       | 観光型旅館（スタッフ）       | 来客数の動き       | ・総売上は前年比で91.7%、前々年比で50.6%である。まん延防止等重点措置が適用されてから予約が大幅に減少している。  |
|                | ×       | 旅行代理店（従業員）        | 単価の動き        | ・まん延防止等重点措置の影響で、出張など客単価の高い遠方の旅行手配がほぼなくなっている。  |
|                | ×       | タクシー運転手           | 来客数の動き       | ・3か月前には新型コロナウイルスによる第6波が始まっておらず、忘年会などもあり良かった。当地のまん延防止等重点措置は3月21日をもって解除され、少しずつ新規感染者数も減少しているが、元の状態になるには時間が掛かるとみている。                        |
| 企業動向関連<br>(北陸) |         | 通信業（営業）           | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍の影響が落ち着いてきており、設備投資も増加している。また、半導体不足の影響も商品の在庫がある企業にとっては追い風となり、販売量は増加している。  |
|                |         | 税理士（所長）           | 取引先の様子       | ・担当先企業の話では、これまでネックになっていた電子部品関係の調達も、各企業の工夫で大分改善してきたようである。滞っていた製造や電気工事などが、1か月前よりも動き出している実感がある。ただし、円安の影響もあるのか価格が高く、各企業は価格転嫁について悩んでいる様子である。 |
|                |         | プラスチック製品製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き   | ・半導体不足や世界的な新型コロナウイルスの感染状況に加えて、ウクライナでの武力衝突による世界的な輸送遅延や原材料費の高騰等による影響は大きく、引き続き厳しい状況が続く。  |
|                |         | 一般機械器具製造業（総務担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・補助金効果が薄まりつつあり、受注量も落ち着いてきている。   |
|                |         | 建設業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・大型物件の受注があり、この3か月の受注状況は前年同期より増加しているが、景気が上向いたためとは考えられない。   |
|                |         | 金融業（融資担当）         | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置が解除され、経済活動は戻りつつあるが、資源価格高騰の影響が出始めている。売上が回復していないなかで採算は悪化している。既に経費削減を進めている取引先がほとんどであり、業況は改善されていない。                              |
|                |         | 不動産業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・現在、法人客から活発な話を聞くことができない。  |
|                |         | 食料品製造業（経営企画）      | それ以外         | ・受注量や販売量は多少の浮き沈みを繰り返しながらも比較的安定している。しかし、かねてより悪化している原料事情や原油価格高騰に伴う様々なコストアップ、加えて外国人技能実習生の入国制限を主要因とする労働力の減少など、内部のやり繰りがとても厳しい状況になっている。       |
|                |         | 繊維工業（総括）          | 受注価格や販売価格の動き | ・受注は全体としては回復傾向にあるが、原材料価格の高騰が収益を大きく圧迫している。   |
|                |         | 化学工業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・売上が3か月前より下がっている。   |
|                |         | 精密機械器具製造業（役員）     | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除となり、今後の売上の向上を期待するが、地域による感染状況のばらつきや種々の値上げ攻勢、まだみえないウクライナ情勢の悪影響もあり、売上パターンとしては季節変動で伸びてはいるものの、水準としてはまだ厳しい。                     |
|                |         | 輸送業（管理会計担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・3月に入り、物量が減少している。国際物流についても、中国のロックダウンの影響があり低迷している。   |
|                |         | 司法書士              | 取引先の様子       | ・経営の強化や見直しのため、企業再編や関連会社からの役員派遣といった役員変更登記の依頼が多くなっている。  |
|                |         | ×                 | 輸送業（役員）      | 取引先の様子  |
| 雇用             |         | -                 | -            | -   |



| 分野         | 景気の現状判断 | 業種・職種                | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|------------|---------|----------------------|---------|---|
| 関連<br>(北陸) |         | 人材派遣会社<br>(役員)       | 求人数の動き  | ・派遣先企業からの派遣依頼件数や入員数が増えている。一方で求職者からの派遣登録数は減少しており、人手不足感が強くなっている。  |
|            |         | 新聞社 [ 求人広告 ] ( 営業 )  | 周辺企業の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、旅行やレジャー業種に活気が出てきている。   |
|            |         | 求人情報誌制作会社 ( 編集者 )    | 求人数の動き  | ・求人数の変動が余りない。   |
|            |         | 新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 ) | 求人数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の重症化率が低いことや人々のコロナ慣れによって、一時期と比べて経済活動が活発化している。これに伴い、求人広告も徐々に回復傾向にあるが、新型コロナウイルスの発生以前と比較するとまだまだ低調な状況が続いている。 |
|            |         | 民間職業紹介機関 ( 経営者 )     | 求人数の動き  | ・コロナ禍の収束がみえないので、求人数は低位で推移している。まん延防止等重点措置の解除後は、飲食業などは早く活況化すると考える。企業の求人も増加に転ずるとみている。                                      |
|            | x       | -                    | -       | -   |

## 8. 近畿 ( 地域別調査機関 : リ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<br>動向<br>関連<br>(近畿) |                  | 百貨店 ( 外商担当 )                | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除される1週間ほど前から、明らかに客足が増えている。  |
|                        |                  | その他レジャー施設 [ 複合商業施設 ] ( 職員 ) | 来客数の動き  | ・3月に入って徐々に回復基調となっていたが、まん延防止等重点措置の解除後は、更に回復が顕著となっている。世代を問わず、街に人が戻ってきたと感じる。  |
|                        |                  | 一般小売店 [ 時計 ] ( 経営者 )        | 販売量の動き  | ・久しぶりに来客数、売上共に安定し、少し良い月となった。特に目に付いたのは、クレジットカードの使用量の多さであり、今財布にある予算のみで買物するのではなく、先行きに、引き落としができるという、ちょっとした余裕を感じられた。閉鎖的な空気が長く続いていたが、今月は明るい雰囲気を感じられる。  |
|                        |                  | 百貨店 ( 営業推進担当 )              | 来客数の動き  | ・3月中旬以降、特にまん延防止等重点措置が解除される直前から来客数が伸び、株価の上昇も重なって、業況は改善している。   |
|                        |                  | 百貨店 ( マネージャー )              | 来客数の動き  | ・3月22日以降、まん延防止等重点措置が解除された。桜の開花とともに来客数が戻り、地下の食料品フロアを中心に好調に推移している。また、気温の上昇に伴い、春物のアウターやニットといった婦人服の売上も回復傾向にある。   |
|                        |                  | 百貨店 ( マネージャー )              | お客様の様子  | ・3月に入り、まん延防止等重点措置の適用下ではあったが、入学や卒業、新生活関連のモチベーション需要のほか、気温の上昇などで、都心店舗では国内の中間層による購買が活発となり、売上は約15%増えた。特に、婦人洋品、婦人用ハンドバッグ、紳士服などは20%を超える増加となっている。また、富裕層も特選品や宝飾品を中心に、好調を維持している。全体的には慎重な購買姿勢が続いているものの、意味のある選択消費が積極化している。 |
|                        |                  | 百貨店 ( 販売推進担当 )              | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の解除の可能性が出始めた10日頃から、人出が増えてきた。年配層も3回目のワクチン接種の進展もあり、来店し始めている。  |
|                        |                  | 百貨店 ( サービス担当 )              | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除されるまでは、来客数の減少で売上確保に苦戦していたが、解除後は春休みに入った影響や、暖かい日が続いた影響などで来客数も順調に回復し、売上も前年の実績を確保できそうである。  |
|                        | 百貨店 ( 売場マネージャー ) | 販売量の動き                      | ・来客数そのものは、新型コロナウイルス発生前の水準に戻っていないものの、購買率が上向いており、売上に回復の動きがみられる。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種         | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------|--------|--|
|    |         | 百貨店（服飾品担当）    | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の延長で、月前半の来客数はかなり鈍く、特に年配層の来店はまだ控えられている。一方、若年層の来店は順調に増え、コロナ禍への感覚の差が感じられる。ラグジュアリー関連の動きが良く、4月に値上げを予定している多くのブランドで先買いが進むなど、好調に推移している。それに対し、コスメ関連はコロナ禍の影響が強く、対面接客が不可欠なブランドは軒並み苦戦している。一方、まん延防止等重点措置が解除された月後半は来客数が大きく回復し、26日の土曜日は、寅の日と一粒万倍日、天赦日などが重なったこともあり、財布関連のアイテムの売上が大きく伸び、景気回復と金運上昇を願う客の動きが強く感じられる。 |
|    |         | 百貨店（店長）       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除により、かなり来客数が増えている。ただし、食品やレストラン関連は動きが良くなっているが、旅行などの遠出がまだ少なく、アパレル関連は依然として動きが鈍い。   |
|    |         | 百貨店（マネージャー）   | 販売量の動き | ・前月まで苦戦していた雑貨関連の小物の動きが、前年を超えつつある。  |
|    |         | 百貨店（売場マネージャー） | 来客数の動き | ・前年比での来客数の動きは、2月はまん延防止等重点措置の適用で大きく落ち込んだ。直近3か月の動きをみると、1月がマイナス3.2%、2月がマイナス14.7%、3月がマイナス1.6%と、足元の動きは改善傾向にある。  |
|    |         | スーパー（店長）      | お客様の様子 | ・ネットスーパーの利用が減ってきており、その分リアルな買物や趣味、外食などに消費が向かうなど、経済が活発し始めていると感じる。  |
|    |         | スーパー（店長）      | 来客数の動き | ・3月中旬から来客数が3～5%増え、UV関連やリュックサックといった、行楽関連商品が売れ始めている。   |
|    |         | スーパー（店長）      | 販売量の動き | ・3回目のワクチン接種が終了した人も増え、まん延防止等重点措置も解除され、以前よりも人の動きは出てきている。   |
|    |         | スーパー（店員）      | 来客数の動き | ・コロナ禍が少し落ち着いてきたら、人出も多くなり、家族で買物に来る人も増えてきた。価格がかなり下がったイチゴなどは、毎日かなり売れている。お彼岸も天気が良かったせいで、お供え物の果物や墓花がよく売れている。  |
|    |         | コンビニ（経営者）     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されて1週間ほどになるが、来客数が6%増えている。このタイミングで商品の割引券が発行されたため、売上の増加につながっている。   |
|    |         | コンビニ（経営者）     | それ以外   | ・まん延防止等重点措置も解除され、企業活動や雇用情勢について、今まで控えられていた部分が活発になってきたと感じる。  |
|    |         | コンビニ（経営者）     | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除で、ようやく動きが良くなりそうである。  |
|    |         | コンビニ（店員）      | 来客数の動き | ・少しずつ増えつつあった来客数が、安定して増え始めたと感じる。活気や雰囲気も戻りつつあるため、このまま勢いがついて、売上も伸びていくと予想される。物価の上昇などで家計には厳しいが、コンビニも低価格で品質の高い自社製品を開発し始めており、コンビニの商品は高いというイメージは徐々に変わってきている。   |
|    |         | コンビニ（店員）      | お客様の様子 | ・桜の開花とともに人出も多くなり、近隣の公園で花見をする人も増えたため、アルコール類やレジ横商品がよく売れている。  |
|    |         | コンビニ（店員）      | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、客足が増えつつある。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が少し下火になり、それに伴いまん延防止等重点措置が解除となり、来客数が増加しつつある。気候が暖かくなり、桜も咲き始め、客も戻りつつある。  |
|    |         | 家電量販店（経営者）    | 販売量の動き | ・半導体不足による製品不足が少し落ち着き、販売量が増えている。  |
|    |         | 家電量販店（店員）     | 販売量の動き | ・今月は決算の影響や、新生活関連や引っ越し需要、家電価格の値上がり見込みといった効果もあり、コロナ禍の状況にしては、高価な家電の販売量が増えている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                    | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
|    |         | その他専門店<br>〔医薬品〕（管理担当）    | 販売量の動き | ・気温の上昇に伴い、化粧品や花粉症関連の医薬品の販売が伸びている。今後も同様の傾向が続くと予想される。  |
|    |         | その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | 販売量の動き | ・送料の無料キャンペーンを行っているほか、新年度の動きが重なり、制服類の注文が増えている。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）             | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置がようやく解除され、普通に営業ができるようになった。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減らないため、来客数の動きが安定するまでにはまだまだ時間が掛かる。一方、来店客の動きをみると、以前よりも少し値段の高い物を注文したり、客単価も上昇している。今後は景気回復の兆しが少し出てくることを期待している。                              |
|    |         | 一般レストラン（企画）              | 販売量の動き | ・売上の2019年比については、前月に大きくダウンしたが、今月に入って約10%の回復がみられる。ただし、いまだに2019年の水準を超えるまでには至っていない。回復の動きは、関東や西日本と比較して、関西が最も高い水準となっている。   |
|    |         | 観光型ホテル（経営者）              | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除される前から、少しずつ来客数が増えてきた。かなり状況は良くなってきたが、新型コロナウイルス発生前と比べて、まだ販売量は3分の2程度である。  |
|    |         | 観光型旅館（団体役員）              | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に減少し、追加のワクチン接種も進んでいることもあり、観光客が増加している。  |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）             | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染症対策を行っていても、大勢での食事を伴う宴席は、年配客は当面自粛傾向である。一方、40～50代の客は、ルールを守った上での会食を希望している。   |
|    |         | 都市型ホテル（総務担当）             | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除や、3回目のワクチン接種の動きが加速していることで、社会活動の活発化が予想される。飲食店などの制限が完全に解除されれば、更なる活発化も期待できる。  |
|    |         | 都市型ホテル（フロント）             | 単価の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されたものの、大阪は地域割などのキャンペーンが見送りとなっており、レジャー利用の動きはまだ鈍い。   |
|    |         | 都市型ホテル（客室担当）             | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除に対する期待が高まっていたほか、解除後は週末の駅周辺の人流が増え、抑えられていた観光需要にも回復の兆しが見受けられる。  |
|    |         | 都市型ホテル（販売促進担当）           | 来客数の動き | ・3月21日で、まん延防止等重点措置が解除された。2月にピークとなった、新型コロナウイルスの新規感染者数が減るにつれて、宿泊客数も増えて活気が出てきている。客室稼働率は53%程度の見込みで、前月よりも15.3ポイント上がっている。レストランのディナーは今月も休業しているが、ランチは月末にかけて客足が増えている。特に、ビジネス客以外の、主婦層や5～10人のグループ客が多くなっている。 |
|    |         | 旅行代理店（支店長）               | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が3月21日で終了し、客からの問合せが増えている。まだまだ春休みの間際予約が多いものの、ゴールデンウィークや夏休みの問合せも徐々に出ており、少し明るさがみられる。   |
|    |         | 旅行代理店（役員）                | 来客数の動き | ・2年ぶりに県民割やGo To Travelキャンペーンなどの需要喚起策がなくても、客が来店するケースが増えている。3回目のワクチン接種や様々な感染防止策が周知されたことで、安心感が広がっていると感じる。   |
|    |         | タクシー運転手                  | お客様の様子 | ・年度末の歓送迎会のシーズンとなり、若年層の動きが目につく一方、まん延防止等重点措置は解除されたが、中年層の動きは慎重となっている。   |
|    |         | 美容室（店員）                  | 来客数の動き | ・卒業式が行われるようになり、袴や着物で参列する客が増えている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                 | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置の解除で人出は増えているが、売上に大きな変化はない。また、相変わらず客足の引きが早い。   |
|    |         | 一般小売店〔珈琲〕（経営者）           | それ以外   | ・まん延防止等重点措置の解除で動きが出始めたが、解除までの低迷による影響で、今月は大きな変化がない。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                  | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|------------------------|--------|---|
|    |         | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）        | それ以外   | ・売上は、3か月前とほぼ同じ水準である。  |
|    |         | 一般小売店〔衣服〕（経営者）         | 販売量の動き | ・春物衣料の動きが悪い。来客数は前年比で大きく減っていないが、消費者の購買意欲はやや低く感じられる。  |
|    |         | 一般小売店〔野菜〕（店長）          | お客様の様子 | ・物価の上昇で、仕入れも難しくなっているなかで、大手の安売り部門が注目を集め、よく売れている。本場の商売という面ではやりにくくなっている。   |
|    |         | 百貨店（売場主任）              | 販売量の動き | ・月末にかけて店舗周辺の来客数は増えているが、まだその恩恵がはっきりと売上に反映されていない。   |
|    |         | 百貨店（売場主任）              | お客様の様子 | ・今月は目標達成の見込みである。新型コロナウイルスの感染拡大も徐々に落ち着き、来客数は戻りつつある。ただし、新型コロナウイルス発生前と比べると、国内客の消費はまだまだ厳しい状況にある。不要不急の買物が抑制される傾向にも、大きな変化はない。 |
|    |         | 百貨店（企画担当）              | 来客数の動き | ・今月21日まで、まん延防止等重点措置が続いていたため、高齢者の外出が少なかったように感じる。来客数、売上共に前年をやや上回る水準であり、新型コロナウイルスの発生前に比べると80%程度にとどまる。                      |
|    |         | 百貨店（販促担当）              | 来客数の動き | ・コロナ禍が長引くなか、街の入出は夕方以降を中心に減少している。店舗でも滞留時間が短く、まだ目的外のショッピングを楽しむ心理状態にはない。堅調な部門は食品やモチベーション関連で、ファッション関連は苦戦が続いている。             |
|    |         | 百貨店（外商担当）              | 販売量の動き | ・依然として、富裕層による高額品の売上は好調であるが、婦人服や紳士服の売上は低迷している。   |
|    |         | 百貨店（特選品担当）             | 来客数の動き | ・12月は好調に推移したが、今年に入り、新型コロナウイルスの影響で来客数が激減した。3月に入ってコロナ禍も落ち着き、来客数も戻りつつあるが、これまでのことを考えると、良くなっているとはいえない。                       |
|    |         | スーパー（経営者）              | 単価の動き  | ・加工食品に加え、生鮮食品も価格が全般に上がっている。単価アップの影響で買上点数は落ちているものの、売上は前年並みであり、2～3か月前と比べても悪くない。   |
|    |         | スーパー（店長）               | 来客数の動き | ・来客数は、前年を若干下回る状況が続いている。   |
|    |         | スーパー（企画担当）             | 販売量の動き | ・日用品の売上が前年割れとなった一方、自転車や園芸関連が前年以上となり、トータルで前年並みとなっている。  |
|    |         | コンビニ（店長）               | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除で、夜の来店時間は少しばらついてきたが、来客数自体は変わっていない。  |
|    |         | コンビニ（店長）               | お客様の様子 | ・コロナ禍でまん延防止等重点措置が適用されていたため、来客数に大きな変化はない。  |
|    |         | コンビニ（店員）               | 来客数の動き | ・来客数、売上共に、大きな変動はない。   |
|    |         | 家電量販店（営業担当）            | それ以外   | ・取りあえず製品がそろわないほか、価格の上昇も進んでいる。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）           | 販売量の動き | ・半導体不足などを理由とした生産の遅れにより、販売量が伸びない。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）           | 販売量の動き | ・3月にしては低調であり、来客数も減っている。   |
|    |         | 住関連専門店（店員）             | お客様の様子 | ・購買意欲が感じられなくなっている。  |
|    |         | その他専門店〔宝石〕（経営者）        | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響は少し落ち着いてきたが、ウクライナ問題でいろいろな面でバランスが悪くなり、物価も上昇しつつあることが懸念される。   |
|    |         | その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）    | 来客数の動き | ・来客数や売上が前年よりも減少している。まん延防止等重点措置の解除で、外に出掛ける人が増え、買物には行かないようになっている。4月からの値上げには敏感となっているが、さほど売上には影響が出ていない。                     |
|    |         | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）      | お客様の様子 | ・3回目のワクチン接種が進み、人の流れが増えてきた実感はあるが、購買意欲をもって来店する客の割合はまだ低い。  |
|    |         | その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | 販売量の動き | ・紳士物やブランド雑貨が好調で、売上は前年比で2けた増となった。新型コロナウイルスの感染状況が若干落ち着いたなかで、多少なりとも消費意欲の高まりが感じられる。   |

| 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   |
|----|---------|------------------|---------|--|
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）    | 来客数の動き  | ・月末にまん延防止等重点措置が解除されるまでは、大きな回復の動きもみられず、現状維持が続いていた印象を受ける。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）     | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置の延長後は、やや客足が戻り、解除後は桜が開花したこともあって、例年どおりの客足となっている。  |
|    |         | 観光型ホテル（客室担当）     | 来客数の動き  | ・コロナ禍の影響もあり、爆発的な来客数の伸びはみられない。  |
|    |         | 観光型旅館（経営者）       | 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、動きに大きな変化はない。月末まで余り日がなかったほか、解除されてすぐに動ける人も少ない。  |
|    |         | 旅行代理店（店長）        | 販売量の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除され、客の動きがもう少し出てくると期待したが、相変わらず鈍い。  |
|    |         | タクシー運転手          | お客様の様子  | ・街には人流が戻りつつあるが、まだまだ夜の盛り場は寂しい状況である。   |
|    |         | タクシー運転手          | 来客数の動き  | ・宿泊やホテル関係の待ち時間がかなり長くなり、動きは良くない。駅などでの利用は、暖かくなってきたため少し動いているが、大きくは変わらない。                                    |
|    |         | テーマパーク（職員）       | 来客数の動き  | ・ロシアへの経済制裁で世の中全体がインフレ傾向にある。消費者物価が上昇傾向となれば、消費は全体的に悪化していく。   |
|    |         | 競輪場（職員）          | 単価の動き   | ・今月の客単価は1万4130円で、3か月前の1万4623円から微減となっているが、大きな変化はない。   |
|    |         | 美容室（店員）          | 単価の動き   | ・単価自体は変わらないが、来店周期は人によってばらつきがある。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）      | 販売量の動き  | ・建築資材などについては、調達価格の上昇と納期の遅れが続いている。  |
|    |         | 住宅販売会社（経営者）      | お客様の様子  | ・コロナ禍の出口は感じられるものの、今のところ劇的に回復したとは言い難い。  |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）      | お客様の様子  | ・新築分譲マンションの販売に関しては、集客が順調に継続しており、専有面積の広い高額物件が人気を集めている。全体の契約率も高い状態が続いている。                                  |
|    |         | その他住宅〔展示場〕（従業員）  | 来客数の動き  | ・住宅展示場への来場者数は、相変わらず前年比で1割減少という状況が続いている。  |
|    |         | その他住宅〔情報誌〕（編集者）  | お客様の様子  | ・年末から不動産の販売状況には減速感があったが、年度末にかけて横ばいとなっている。ただし、急速なコストアップが発生しており、今後の価格上昇が大きな懸念材料である。                        |
|    |         | 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | 販売量の動き  | ・コロナ禍に加えて、様々な材料の値上げに伴って価格が変わるほか、ウクライナ危機の影響で石油に由来する製品の生産調整が始まっているなど、供給に関する課題が多い。                          |
|    |         | 百貨店（企画担当）        | 販売量の動き  | ・12月の売上は前年比で20%台の増加率であったが、3月は25日現在で10%台前半となっている。ただし、前年の3月は緊急事態宣言の解除により、回復が大きく進んだ月であったため、それを踏まえると数字は悪くない。 |
|    |         | 百貨店（宣伝担当）        | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除され、来客数は回復したものの、売上が伴っていない。世界情勢の悪化や原油価格の上昇、株安などの様々な要因から、客の財布のひもがかなり固くなっていると感じる。              |
|    |         | スーパー（企画担当）       | お客様の様子  | ・様々な原材料や商品が値上げ対象となっているが、競合店もあるなかで、そのまま販売価格に転嫁することは難しい。大手企業との戦いはますます厳しくなっている。                             |
|    |         | スーパー（社員）         | 競争相手の様子 | ・コロナ禍の拡大による内食需要の高まりで、食品スーパーは2年にわたって好調な売上が続いていた。現在はこの反動を徐々に受けており、一時は緩やかであった競争も、再び厳しい状況となっている。             |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）      | 来客数の動き  | ・来客数が低迷している。一部は戻ってきているが、全体的には低調である。  |
|    |         | 家電量販店（店員）        | 来客数の動き  | ・ロシアのウクライナ侵攻により、世の中の流れが不安定になり、来客数が減少しているような気がする。原油価格の高騰もあり、現状は厳しい。                                       |
|    |         | 家電量販店（企画担当）      | 来客数の動き  | ・新生活商戦が始まっているが、シングル用の家電購入を目的とした来店が減っている。携帯電話やスマートフォンを購入する学生の来店も限定的で、例年以上に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  |
|------------------------|---------|---------------------------------|------------|---|
|                        |         | その他専門店<br>[ガソリンスタンド] (経理担当)     | 販売量の動き     | ・原油価格の高騰が社会や経済に与える影響は大きい。また、新型コロナウイルスの新規感染者数はピークアウトしたものの、減少ペースは予想よりも鈍い。                   |
|                        |         | その他小売 [インターネット通販] (経営者)         | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルスの感染症対策のため、外出が控えられており、来客数の減少が深刻である。  |
|                        |         | その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)       | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除されても、大企業によるリモートワークは続くため、オフィス内での売上の増加は見込めない。                                 |
|                        |         | 都市型ホテル (管理担当)                   | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置でキャンセルが多数発生し、新規予約は鈍化するなど、業況は低迷している。  |
|                        |         | 通信会社 (企画担当)                     | お客様の様子     | ・まん延防止等重点措置が解除されても、受注の勢いは感じられず、様子見の取引先が多い。デジタルシフトのニーズは高まっているが、前年のような勢いはなく、受注件数も金額も伸びていない。 |
|                        |         | その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)  | 販売量の動き     | ・物販店やレストランの売上が低迷している。   |
|                        |         | 美容室 (店長)                        | 来客数の動き     | ・コロナ禍が続くなか、当店は高齢者の客が多いため、開店休業状態である。   |
|                        |         | 住宅販売会社 (総務担当)                   | 単価の動き      | ・ウクライナ危機により、資材の調達に時間が掛かるほか、価格が高騰している。   |
|                        |         | その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者) | それ以外       | ・ロシアのウクライナ侵攻による物価の上昇で、景気の減速が進んでいると感じる。  |
|                        |         | その他住宅 [住宅設備] (営業担当)             | 販売量の動き     | ・半導体不足が報じられているが、当社もかなり影響を受けている。基盤以外にも配線ケーブルや各種スイッチなどの電材関係も入荷の予定が立たず、工事が先延ばしになっている。        |
|                        | ×       | 一般小売店 [呉服] (店員)                 | お客様の様子     | ・新型コロナウイルスの影響が続くなか、世界で起きていることが起きている。全ての物が値上がりし、客は買い控えをしている。                               |
|                        | ×       | 衣料品専門店 (経営者)                    | 来客数の動き     | ・今月は寒く、高齢者が今まで以上に買物に出掛けられなくなったため、売上が悪い。もちろん、まん延防止等重点措置や新型コロナウイルスの影響もある。                   |
|                        | ×       | 住関連専門店 (店長)                     | それ以外       | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、客の戻りが遅く、目立った回復の兆しもない。  |
|                        | ×       | 都市型ホテル (管理担当)                   | 来客数の動き     | ・3月21日まで、まん延防止等重点措置が適用されていたため、営業時間の短縮で収入は厳しい状況にある。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(近畿) |         | -                               | -          | -   |
|                        |         | 金属製品製造業 (営業担当)                  | 受注量や販売量の動き | ・資源価格の値上がりを見越して、早めに在庫を確保する動きがある。  |
|                        |         | 建設業 (経営者)                       | 受注量や販売量の動き | ・受注は停滞していたが、ここへきて問合せや案件の依頼が増えつつある。  |
|                        |         | 広告代理店 (営業担当)                    | 受注量や販売量の動き | ・Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を少し上回っている。  |
|                        |         | 広告代理店 (営業担当)                    | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置も解除になり、4月以降のイベントなどの広告出稿が再開されつつある。  |
|                        |         | 食料品製造業 (営業担当)                   | 取引先の様子     | ・まん延防止等重点措置が解除になっても、余り人の流れは変わらず、飲料水の売上も余り変わっていない。   |
|                        |         | パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)             | 受注量や販売量の動き | ・3月は年度末であるが、取引先が在庫調整をしている。  |
|                        |         | 出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)            | 受注量や販売量の動き | ・数か月前と比べても、受注量に変化は感じられず、厳しい状態が続いている。  |
|                        |         | 化学工業 (管理担当)                     | 受注量や販売量の動き | ・前年末までは自動車関連を中心に好調であったが、年明け以降は、出荷量が自動車、家電、建設土木関連共に減少している。                                 |
|                        |         | 電気機械器具製造業 (経理担当)                | 受注量や販売量の動き | ・業態による格差があり、一概に良くなったとはいえない。また、半導体を始めとする電子部品の不足はまだ続いており、改善の兆しがみられない。                       |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種               | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|---------------------|--------------|---|
|    |         | 電気機械器具製造業（宣伝担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・洗濯機や冷蔵庫、エアコンなど、大型の白物家電は前年を上回る動きとなっている。   |
|    |         | 建設業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・半導体などの不足により、給湯器やウォシュレットなどの納期が不確定で苦慮している。建設資材価格も急騰しており、工事の凍結や延期、縮小が増えている。   |
|    |         | 輸送業（営業担当）           | 取引先の様子       | ・学習機が売れるシーズンであるが、商品が入らず配達ができている。  |
|    |         | 金融業〔投資運用業〕（代表）      | それ以外         | ・コロナ禍の影響としか言いようがない。街を歩く人がマスクを着けているのをみると、いつまでも注意や自粛という心理が知らず知らずにはたつき、消費行動にも影響が出るのを感じる。   |
|    |         | 金融業（営業担当）           | 受注価格や販売価格の動き | ・材料や商品が入ってこないため、建設関連では現場の工事が完了できず、資金繰りに支障が出ている。   |
|    |         | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | 取引先の様子       | ・コロナ禍の影響や物価の上昇により、良い方向には進まない。   |
|    |         | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | 受注量や販売量の動き   | ・中旬以降、徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し始めたため、駅構内の店舗の利用者数も徐々に増えた。まん延防止等重点措置の解除を待たずに、観光地の駅の乗降客は一気に増え始めたが、夕方以降の客足の引きは相変わらず早い。  |
|    |         | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・受注量や見積量は、前年と比べてやや少なめで動いている。  |
|    |         | その他非製造業〔商社〕（営業担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・引き合いは増えてきたが、原材料の値上がりに対応し、製品価格を見直す必要がある。その影響がどう出るのが、まだまだ分からない。  |
|    |         | 食料品製造業（従業員）         | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除され、一部の商品は動き出しているが、全体的な荷動きは良くなっていない。   |
|    |         | 繊維工業（団体職員）          | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料費や加工料の値上げが続いている。  |
|    |         | 繊維工業（総務担当）          | それ以外         | ・加工料や原材料の単価が上がってきている。商品価格への転嫁は難しく、利益の減少につながっている。  |
|    |         | プラスチック製品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・世界的な半導体不足の影響で、受注はあるが、納期が2～3か月先の案件も出始めている。単純に1か月当たりの売上が減少している。  |
|    |         | 窯業・土石製品製造業（管理担当）    | それ以外         | ・売上はまず堅調に推移しているが、ロシアのウクライナ侵攻の影響で燃料費の高騰が避けられず、純利益の減少が予想される。ウクライナ情勢がこう着状態で、先行きの見通しがはっきりしないことも不安材料である。またコロナ禍については、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向であるものの、高止まりしており予断を許さない。 |
|    |         | 金属製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・半導体不足や海外からの部品の入荷遅延で、自動車工場の稼働率が改善されていない。さらに、ここへきて鋼材価格や諸物価の上昇により、産業全体に減速感が出てきている。  |
|    |         | 一般機械器具製造業（設計担当）     | それ以外         | ・僅かながらも物価は上昇している。   |
|    |         | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・前年は良好な環境が続き、今年も半導体関連業界は悪くないが、ロシアのウクライナ侵攻が始まり、核戦争の危機も高まっている。また、まん延防止等重点措置が解除されても、コロナ禍の完全な収束は見通せず、とにかく悪い材料が増えている。  |
|    |         | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・材料不足で電子部品の納期が延びているため、思うようには受注ができない。  |
|    |         | 建設業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・資材価格などの上昇分を、販売価格に転嫁しきれない。  |
|    |         | 金融業（副支店長）           | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、取引先からは、消費者の財布のひもは引き続き固いという声が出ている。  |
|    | x       | 一般機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・コロナ禍の影響で受注が激減するなか、更にウクライナ危機の影響で引き合いが減っている。   |

| 分野           | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------------|---------|--------------------|------------|---|
|              | x       | 不動産業（営業担当）         | 取引先の様子     | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、入出は悪く、アパレル会社からは家賃の値下げ交渉がきている。それらの動きに伴い、ますます賃料は下がり、景気が悪くなっていく。  |
|              | x       | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響とウクライナ問題で、世界経済が混乱している。   |
| 雇用関連<br>(近畿) |         | -                  | -          | -   |
|              |         | 人材派遣会社（役員）         | 求人数の動き     | ・求人の動きは引き続き堅調である。   |
|              |         | 人材派遣会社（営業担当）       | 求人数の動き     | ・3月の派遣依頼件数は、前々年の実績を超えている。   |
|              |         | 人材派遣会社（管理担当）       | 求人数の動き     | ・まん延防止等重点措置の解除前から求人数に動きがあり、更に解除後はより一層、動きが出てきている。徐々にではあるが活発になっている。   |
|              |         | 職業安定所（職員）          | 周辺企業の様子    | ・回復は顕著ではないが、周辺企業の話を見ると、良くなる方向に向かっているケースが多い。   |
|              |         | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 求人数の動き     | ・コロナ禍による特需関連の求人に加えて、通常の派遣求人数も増加している。  |
|              |         | 人材派遣会社（経営者）        | 求人数の動き     | ・年度末本来の慌ただしさがなく、淡々としたなご状態が続いている。新年度からの案件は、ほぼ3か月単位の短期が主流で、その後についてもコロナ禍やウクライナ問題で慎重にならざるを得ない。仕事量が増えるという感覚はなく、現状維持となる。  |
|              |         | 人材派遣会社（営業担当）       | それ以外       | ・4月以降は多くの商品の価格が上昇する。今のところ、ウクライナ侵攻に伴うロシアへの経済制裁で、日本が受ける影響は不透明である。   |
|              |         | 新聞社〔求人広告〕（管理担当）    | 求人数の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除され、飲食や旅行、観光業など、これまで大きなダメージを受けた業界の求人も戻ってくる。ただし、現時点では明らかに回復した様子は見られず、他の業界の求人にも目立った増加はみられない。   |
|              |         | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き     | ・新規求人数は前年と比べると増加しており、飲食サービス業の求人数も徐々に持ち直している。  |
|              |         | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き     | ・大阪の有効求人倍率は前月から0.01ポイント上昇したが、有効求職者数の減少幅が有効求人数を上回ったことが要因であり、回復に向けた力強さはみられない。産業別の新規求人数では、卸売・小売業が前年比で3.0%減少するなど、弱い動きが続いている。一方、新規求職では在職者数の増加が目立っており、副業希望者や転職希望者の動きが反映されたと考えられる。   |
|              |         | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 採用者数の動き    | ・コロナ禍でも、学生の就職率に変化はみられない。  |
|              |         | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 周辺企業の様子    | ・新卒採用市場では、3月は広報が解禁され、選考の最中となるため、求人広告メディアでは大きな動きはない。4月以降は早期内定組の結果が出た後なので、広告の増減が目目される。次年度の2024年卒の採用を見越したインターンシップ情報の広告掲載数は、前年並みかやや増加傾向であり、夏のインターンシップの募集に向けて、どれだけ増えるかが景気の判断材料となる。 |
|              |         | 学校〔大学〕（就職担当）       | 雇用形態の様子    | ・医療系の高等教育機関ということもあるが、国家資格を取得することが最優先となっている。資格の取得後に求職活動を行うが、医療施設は人手不足であり、えり好みをしなければ採用活動に成功する。ただし、求人数も多いものの、希望の水準を下げないため、結果が出ていないケースもみられる。                                      |
|              |         | 人材派遣会社（支店長）        | 求職者数の動き    | ・人材の採用がうまくいかず、売上が伸びていない。  |
|              |         | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）    | 周辺企業の様子    | ・一見関係がなさそうな取引先であっても、ロシアのウクライナ侵攻で様々な影響が出ているという話をよく聞く。また、多くの企業が自社商品の値上げに踏み切っていることから、景気は悪くなっているように感じる。   |
|              |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）     | それ以外       | ・新聞広告の動きをみると、まん延防止等重点措置の延長もあり、回復の兆しが全くみえない。   |



| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種            | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|------------------|---------|--|
|    |         | 学校〔大学〕<br>(就職担当) | 周辺企業の様子 | ・現在の地政学的な問題が長引けば、ますます経済に与える影響が強くなる。採用活動には余り影響していないが、今後は不透明であり、先行きを注視する必要がある。 |
|    | x       | -                | -       | -  |

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断          | 業種・職種            | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|------------------|------------------|---|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(中国) |                  | 自動車備品販売店（経営者）    | 販売量の動き  | ・4月からの値上げで、駆け込み需要が思ったより多く、今月だけ見れば販売量がすごく良い。  |
|                            |                  | 観光型ホテル（副支配人）     | 販売量の動き  | ・3か月前はまん延防止等重点措置で施設の休館があって客の動きは全くなかったが、3月に施設が開館して、今まで利用できなかった常連客の利用が急激に増えている。                            |
|                            |                  | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）   | 販売量の動き  | ・前年同月と比べて売上が微増している。  |
|                            |                  | 一般小売店〔印章〕（経営者）   | 販売量の動き  | ・年度末の影響で人の動きが多少良くなっている。  |
|                            |                  | 一般小売店〔靴〕（経営者）    | 来客数の動き  | ・インターネット上での受注だけでなく、実店舗への来客数が微増している。  |
|                            |                  | 一般小売店〔茶〕（経営者）    | お客様の様子  | ・春の陽気で、人の動きが出ている。残念ながら売上は上向いていないが、数か月先のイベント等の話も入ってきている。  |
|                            |                  | 百貨店（営業担当）        | 単価の動き   | ・店舗周辺環境の変化の影響もあるが、来客数は前年を割るなか、売上は前年を上回る。   |
|                            |                  | 百貨店（売場担当）        | お客様の様子  | ・気温が少しずつ上昇し、人の動きも活発になってきている。売上が非常に悪かったトラベルバッグ関係は少しずつ復調の兆しが出てきた。  |
|                            |                  | 百貨店（外商担当）        | お客様の様子  | ・3月に入り新型コロナウイルス新規感染者数が減少し、まん延防止等重点措置の解除に伴って来客数と売上が若干上向き傾向にある。  |
|                            |                  | 百貨店（営業企画担当）      | お客様の様子  | ・2月は気温が低く降雪日も多かったので春物衣料品の売上が悪かったが、3月に入り気温の上昇とともに婦人衣料を中心に回復傾向にある。新型コロナウイルス感染者も横ばい傾向になり、イベントでの客動員は増えてきている。 |
|                            |                  | スーパー（店長）         | 単価の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除されて来客数は少しずつ増加し、客の購買単価も上昇している。  |
|                            |                  | スーパー（販売担当）       | それ以外  | ・客の購入点数が増加している。  |
|                            |                  | スーパー（販売担当）       | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除されてから、売上が前年の92%、来客数が94%と、回復傾向にある。現在、新生活向けのキャンペーンを実施していることもあり、更なる回復が見込まれる。                  |
|                            |                  | コンビニ（副地域ブロック長）   | 販売量の動き  | ・人の動きが出てきており、グループで来店する客が増えているので、今まで低迷していた食品を中心に客の購入点数が増加している。  |
|                            |                  | 衣料品専門店（代表）       | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されてから、客が少しずつ外出するようになってきている。  |
|                            |                  | 家電量販店（企画担当）      | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されて来客数が増加し、売上も上昇している。  |
|                            |                  | 乗用車販売店（営業担当）     | 来客数の動き  | ・3か月前と比較すると点検や新車購入の来客数が増加している。   |
|                            |                  | 自動車備品販売店（経営者）    | 販売量の動き  | ・4月からの値上げに伴い、仮需要が発生している。   |
|                            |                  | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響が薄れている。   |
|                            | その他専門店〔土産物〕（経営者） | 来客数の動き           | ・地元客の動きが少し良くなったが、売上としてはまだまだ低く、盛り返すほどではない。ほとんどの客がゆっくり観光をするというよりは、必要なものを買ったらすぐに帰っている。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|--------------------------------------|--------|---|
|    |         | その他小売<br>[ショッピング<br>センター] (管<br>理担当) | お客様の様子 | ・週末土日の客が少しずつ増えている。ワクチン接種が進んでも新型コロナウイルスの新規感染者数はまだ多い状況であるが、外出の抑止効果は薄くなっている。3月に入って新生活への動きも見られるようになり、客も楽観視はしていないものの、購買意欲も高まりつつある。                                     |
|    |         | 高級レストラン<br>(事業戦略担<br>当)              | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、徐々にではあるが予約数が上向いている。  |
|    |         | 観光型ホテル<br>(営業担当)                     | 来客数の動き | ・県民割の再開で予約数が増えているが、既存の予約数が少なかったため、予約状況としてはまだまだである。  |
|    |         | 都市型ホテル<br>(企画担当)                     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数の減少は緩やかであるが、まん延防止等重点措置の解除後、足元の人流が活発になっている。法人の宴会需要はまだ伸び悩んでいるが、キャンセルや延期は減少しており、先行受注も徐々に回復している。宿泊はビジネス需要は安定しており、県民割も再開し、卒業シーズンに伴う宿泊需要も増加している。 |
|    |         | 旅行代理店(経<br>営者)                       | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が解除されて、良い方向に向かっている。  |
|    |         | 旅行代理店(支<br>店長)                       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスまん延防止等重点措置が解除され、次第に人の動きが活発化しており、個人旅行の受注も近場であるが増えてきている。団体旅行は引き続き警戒ムードはあるものの、先行き案件が少しずつ出てきている。  |
|    |         | タクシー運転手                              | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて街ににぎわいが戻り、3月後半の売上は良くなっている。   |
|    |         | タクシー運転手                              | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置は解除され、飲食店の時短要請や移動制限もなくなって人の動きが活発になりつつある。しかし、燃料代の高騰が気になる。   |
|    |         | タクシー運転手                              | 来客数の動き | ・夜の客の動きが出てきており、来客数は増えている。   |
|    |         | 通信会社(企画<br>担当)                       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除の効果ではなく、年度末の動きとして、年末と比べれば問合せや引き合いは多くなっている。  |
|    |         | 通信会社(工事<br>担当)                       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除で客の動きは良くなっている。  |
|    |         | テーマパーク<br>(業務担当)                     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置解除に伴い、徐々に客足が伸びている。   |
|    |         | ゴルフ場(営業<br>担当)                       | 販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、少しずつ県外の予約が入り、集客が伸びている。   |
|    |         | 美容室(経営<br>者)                         | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、飲食店に行列がみられるなど人の動きが出てきている。特に若者の動きが活発になっているが、高齢者はまだ慎重である。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>(従業員)                      | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴い、まん延防止等重点措置が解除となり、客の動きが活発になっている。  |
|    |         | 住宅販売会社<br>(営業担当)                     | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置の解除により、人出が多くなっている。   |
|    |         | 商店街(代表<br>者)                         | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数が減少せず、客は必要なものを購入するとすぐに帰宅する。  |
|    |         | 商店街(代表<br>者)                         | 単価の動き  | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で来客数が減少しており、来店しても購入にはなかなか至らない状況である。   |
|    |         | 商店街(代表<br>者)                         | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かないと客の消費活動は戻らない。   |
|    |         | 百貨店(経理担<br>当)                        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染に関する記事が毎日のように載っている。外出や長時間の買物を控える人が多く、売上は前年を下回っている。観光部門は回復傾向にあるが、新型コロナウイルスの発生前の状況には戻っていない。   |
|    |         | 百貨店(営業担<br>当)                        | 販売量の動き | ・春物衣料はセット販売の動きが良い。卒業・入学用の洋服を一式購入する客が増えているので、販売量は増加している。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------|--------|--|
|    |         | 百貨店（営業担当）       | お客様の様子 | ・市町村の行動制限解除やまん延防止等重点措置が解除され、多少にぎわいは戻ってきたが、売上が回復するまでには至っていない。食品やイベントは比較的好調であるが、衣料品はまだ新型コロナウイルスの影響を受けている。  |
|    |         | 百貨店（売場担当）       | 販売量の動き | ・半期に1度の催事でブランドバッグや100万円以上の美術品が売れているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため油断はできない。   |
|    |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き | ・食料品を中心とした日用品の値上基調により、割引日へ客が集中し、まとめ買い傾向が強まっている。プライベートブランドの価格維持はあるものの、メーカー商品の値上がりは多く、利益面では厳しい状況が続く。また、ガソリン価格の上昇が継続しており、広域からの集客を狙っている自社にとっては来店機会の減少につながる。                        |
|    |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き | ・来客数は前年並みになっているが、1人当たりの買物点数が減少している状態である。   |
|    |         | スーパー（店長）        | 来客数の動き | ・来客数が前年の4～5%しかない状況が続いている。  |
|    |         | スーパー（店長）        | 来客数の動き | ・来客数は前年比94%で推移している。客の無駄な買物をしない傾向は強く、来店頻度が低下している一方、ケース買いなどが増え、1品単価は前年の103%と上昇している。  |
|    |         | スーパー（財務担当）      | 来客数の動き | ・仕入原価の上昇により、客単価が上がり、売上は前年と変わらないが、来客数と買上点数が前年を下回っている。   |
|    |         | スーパー（業務開発担当）    | 来客数の動き | ・相次ぐ食品の値上げから特売品を買っても1品単価が4ポイントも上がっており、来店頻度が低下しても客単価が7%上昇、売上は前年をクリアしている。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | お客様の様子 | ・客の買い控えが増えている。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | それ以外   | ・3か月前より来客数は0.6%増加しているが、前年数値より悪い。まん延防止等重点措置が解除され、売上と来客数は増加している。   |
|    |         | コンビニ（支店長）       | 来客数の動き | ・客単価が上昇して売上を維持しているが、来客数は減り続けており、特に週末は顕著である。  |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）     | お客様の様子 | ・3月の展示会の来客数が好調であり、客は外出したい気持ちが高い。   |
|    |         | 家電量販店（店長）       | 販売量の動き | ・今月、前月、前々月の売上は前年割れである。改善している雰囲気はまるでないが、悪化し続けているということもない。   |
|    |         | 家電量販店（店長）       | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除されて客の気持ちは明るくなっているが、まだ不要不急の外出を控えている。  |
|    |         | 家電量販店（販売担当）     | 販売量の動き | ・前年と比較すると巣籠り需要の反動がある。  |
|    |         | 乗用車販売店（営業担当）    | 来客数の動き | ・決算月のセールを実施したが、前年並みの来場で売上も伸びなかった。  |
|    |         | 乗用車販売店（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にもかかわらず、来客数が少ない。  |
|    |         | 乗用車販売店（店長）      | 来客数の動き | ・来客数の減少が大きい。時期的要因も考えられるが、今後もしばらく続きそうである。   |
|    |         | その他専門店【布地】（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらず、客足は鈍い。  |
|    |         | 一般レストラン（経営者）    | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの情報に左右されることが多く、感染者が多く出た日は来客数が減少するなどの影響がある。   |
|    |         | 一般レストラン（経営者）    | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置が解除され、気候にも恵まれたため客の心理が落ち着き、今月の売上は、好調であった12月の90%を超えるほど回復している。休日前のディナータイムは卒業祝いや合格祝いファミリー客や若者層の来客数が回復し、この時間帯の売上は12月の売上の100%まで回復している。しかし、20時以降は送別会や宴会の利用は全くなく、売上は低迷している。 |
|    |         | 都市型ホテル（企画担当）    | 来客数の動き | ・いまだ新型コロナウイルスの感染拡大の影響が大きい。   |

| 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  |
|----|---------|-----------------------|---------|---|
|    |         | 都市型ホテル<br>(総支配人)      | 来客数の動き  | ・3月の3連休は一時的に動きがあったものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着く気配がなく、地方版Go To Travelキャンペーンも下旬に再開したが、対象が単県のみでの運用なので来客数の大きな伸びに結び付いていない。 |
|    |         | 放送通信サービス<br>(総務経理担当)  | お客様の様子  | ・客の延滞動向に大きな変動はなく、家計支出は安定している。   |
|    |         | 通信会社(営業担当)            | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、新型コロナウイルスの新規感染者数は下げ止まっており、レジャー等積極的な消費行動は見受けられない。   |
|    |         | テーマパーク<br>(管理担当)      | お客様の様子  | ・コロナ禍において、感染抑止と経済成長を両立させるとの政府・地方自治体の対策について、十分な実効性があった、または、今後景気回復の効果が期待できるとの実感が共にない。                             |
|    |         | 競艇場(企画営業担当)           | 販売量の動き  | ・3か月前と比較して売上は横ばいである。  |
|    |         | 美容室(経営者)              | 競争相手の様子 | ・新年度を迎えるに当たっての準備などで客の動きはあるが大きな変動はない。  |
|    |         | 設計事務所(経営者)            | 来客数の動き  | ・コロナ禍が続き、建築物価が上昇してきた状況で、新築住宅の引き合いが減少したままの状態が続いている。  |
|    |         | 設計事務所(経営者)            | お客様の様子  | ・客の収入増加が見込めないため、総予算を圧縮して考えている。  |
|    |         | 設計事務所(経営者)            | 来客数の動き  | ・今までコロナ禍の影響で景気が低迷していたが、それに加えてウクライナ情勢の悪化で木材などの資源コストに混乱が見受けられるようになり、消費者からの問合せも最近少なくなっている。                         |
|    |         | 一般小売店[食品]<br>(経営者)    | 来客数の動き  | ・コロナ禍の生活に客が慣れてきて、外食の状況も通常に戻ってきているが、原油価格や物価の上昇で消費が停滞気味であることが、来客数の減少で感じられる。                                       |
|    |         | 一般小売店[洋裁附属品]<br>(経営者) | お客様の様子  | ・客の動きが出てきているが、売上につながっていない。  |
|    |         | スーパー(店長)              | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、客の外食頻度が高まり、店の販売量が低下している。   |
|    |         | スーパー(総務担当)            | 販売量の動き  | ・来客数と客単価に動きはないが、販売量は若干減っている。  |
|    |         | 乗用車販売店<br>(統括)        | 販売量の動き  | ・3月の販売量は前年比85%と依然として厳しい状況である。   |
|    |         | 住関連専門店<br>(営業担当)      | 来客数の動き  | ・2月末から明らかに来客数が減少している。   |
|    |         | タクシー運転手               | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が横ばいで、3回目ワクチンのワクチン接種率もまだ低い。客の外出機会が増え、日中は通院客の利用が目立つものの、クラスター発生などで夜の客の動きは鈍い。                     |
|    |         | 通信会社(広報担当)            | お客様の様子  | ・特に自社製品が値上げしているわけではないが、社会的に値上げ物品が多くあり、買い控え傾向である。  |
|    | ×       | 商店街(理事)               | 来客数の動き  | ・来客数が落ち込んでいる。   |
|    | ×       | 商店街(代表者)              | 来客数の動き  | ・まだまだコロナ禍の状況から脱していない。行政を中心に様々なことに及び腰で、不可能なのに新型コロナウイルス新規感染者数のゼロを目指して前に進まない。加えてウクライナ戦況が悪くなり、景気に影響している。            |
|    | ×       | 一般レストラン<br>(経営者)      | 来客数の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、自然災害やウクライナ問題の影響で物価上昇のおそれが出てきて、先行きの暗い状況になっている。  |
|    | ×       | 一般レストラン<br>(店長)       | 来客数の動き  | ・月初にまん延防止等重点措置が解除となったが、来客数はまだ少ない状況で、店前の通りも夜8時以降は極端に人通りが少なくなる。団体予約が入ってもキャンセルになることが多い。                            |
|    | ×       | バー(経営者)               | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス対策で夜は人が動かない。  |
|    | ×       | 美容室(経営者)              | それ以外    | ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響や物価上昇が客の消費行動を低下させている。   |
|    | ×       | 住宅販売会社<br>(営業所長)      | 来客数の動き  | ・予約制の来場が通常になり、客の動きが大きく変わっている。客数が減るなかで、各社し烈な客の取り合いになる傾向である。  |

| 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  |
|----------------------------|--------------------|----------------------------|---|---|
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(中国) |                    | 輸送用機械器具<br>製造業（経営<br>者）    | 受注量や販売量<br>の動き  | ・安定した受注量がある。  |
|                            |                    | 輸送業                        | 受注量や販売量   | ・取引先からの発注数量が増加している。   |
|                            |                    | 農林水産業（従<br>業員）             | 受注量や販売量<br>の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されたため、飲食店が<br>動き出している。  |
|                            |                    | 繊維工業（財務<br>担当）             | 受注価格や販売<br>価格の動き  | ・経済活動が若干活発になっている。しかし原油価格<br>の高騰による物価上昇が客の購買活動の足かせとなる<br>ことが懸念される。   |
|                            |                    | 化学工業（総務<br>担当）             | 取引先の様子  | ・新型コロナウイルスやウクライナ問題といった懸念<br>材料はあるが、景気は少しずつ好転している。   |
|                            |                    | 窯業・土石製品<br>製造業（総務経<br>理担当） | 受注量や販売量<br>の動き  | ・大型案件の生産が本格化し、通常の注文品の受注も<br>好調で生産は多忙な状態となっている。  |
|                            |                    | 金属製品製造業<br>（総務担当）          | 取引先の様子  | ・3月は受注が増加してきたが、短納期が多く、客の<br>希望に合わせる事が難しい状況である。加えて、納<br>期遅れとなっている他社の製品の生産依頼もあり、客<br>の購買責任者が急ぎよ來社する状況もある。     |
|                            |                    | 電気機械器具製<br>造業（総務担<br>当）    | 受注量や販売量<br>の動き  | ・原材料価格の高騰や調達懸念は引き続きあるもの<br>の、5G関連の需要拡大によりプリント基板製造装置<br>関連の売上は増加している。  |
|                            |                    | 不動産業（総務<br>担当）             | それ以外  | ・来客数は、前月と比べ1%程度落ちているが、成約<br>件数は10%伸びている。  |
|                            |                    | 鉄鋼業（総務担<br>当）              | 受注量や販売量<br>の動き  | ・受注動向に陰りはない。  |
|                            |                    | 輸送用機械器具<br>製造業（経営企<br>画担当） | 受注量や販売量<br>の動き  | ・コロナ禍や半導体不足の影響が継続しており、客か<br>らの受注量が大きく下方修正されることが重なってい<br>る。  |
|                            |                    | 建設業（総務担<br>当）              | 受注価格や販売<br>価格の動き  | ・建設資材の価格高騰、納期の遅延に関する情報が<br>次々に入っている。  |
|                            |                    | 輸送業（総務・<br>人事担当）           | 受注量や販売量<br>の動き  | ・新型コロナウイルス感染は落ち着きを見せるが、感<br>染拡大前の受注水準には戻っていない。  |
|                            |                    | 通信業（営業企<br>画担当）            | 受注量や販売量<br>の動き  | ・データセンターやICT関連機器などの引き合い量<br>は好調を維持している。まん延防止等重点措置が解除<br>され、データセンターの見学などが活発化している。                            |
|                            |                    | 金融業（融資企<br>画担当）            | 取引先の様子  | ・地元完成車メーカーの国内生産は、半導体不足や新<br>車販売の不振などから生産能力の8～9割程度にとど<br>まり、低調が続いている。このため、系列地元部品<br>メーカーの受注量も低水準になっている企業が多い。 |
|                            |                    | 金融業（貸付担<br>当）              | 取引先の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除となり、経済活動は活<br>性化しているが、原油価格上昇等のコスト高から取引<br>先の収益改善スピードは鈍い。                                      |
|                            |                    | 広告代理店（営<br>業担当）            | 受注量や販売量<br>の動き  | ・新型コロナウイルスの影響が継続しており、受注量<br>と販売量に変化はない。   |
|                            |                    | 会計事務所（経<br>営者）             | 受注量や販売量<br>の動き  | ・年度末へ向けてのコンサルティング受託案件が順調<br>に推移している。  |
|                            |                    | 食料品製造業<br>（経営者）            | 受注量や販売量<br>の動き  | ・3月に入って受注量が減少傾向で厳しい状況であ<br>る。値上げを実施したが、それ以上に原材料価格や運<br>賃が高騰しており、再値上げが必要な状況である。                              |
|                            |                    | 食料品製造業<br>（総務担当）           | 受注価格や販売<br>価格の動き  | ・まん延防止等重点措置が解除されて外食産業の動き<br>が回復しつつあるが、ウクライナ情勢の影響で原料価<br>格の高騰が景気回復にマイナスに働いている。                               |
|                            | 木材木製品製造<br>業（経理担当） | 受注価格や販売<br>価格の動き           | ・ロシアのウクライナ侵攻を受けて、経済制裁による<br>影響や不確定な不安要素が加わり、今後の景気はやや<br>悪くなる。             |   |
|                            | 非鉄金属製造業<br>（業務担当）  | 受注量や販売量<br>の動き             | ・電子材料分野で半導体不足の影響により受注減少と<br>なる製品がある。さらに、原油高が影響して工業薬品<br>や関連部材の値上げが発生している。 |   |
|                            | 輸送業（業務推<br>進担当）    | 取引先の様子                     | ・燃料費高騰やロシアのウクライナ侵攻により自動車<br>業界など下方修正が止まらない業態がみられる。                        |   |
|                            | x                  | *                          | *   | *   |
| 雇用<br>関連<br><br>(中国)       |                    | -                          | -   | -   |
|                            |                    | 職業安定所（所<br>長）              | 求人数の動き  | ・巣籠り需要で業務量が増加となった製造業の新規求<br>人数が前年同月比で7割の大幅増となり、製造業中心<br>に新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。<br>求人全体では1割増加となっている。       |
|                            |                    | 民間職業紹介機<br>関（職員）           | それ以外  | ・まん延防止等重点措置が解除されて飲食店の売上<br>が増加していることに加え、心理的な解放感もあり、客<br>はこれまでの鬱憤を消費というはけ口で晴らしてい<br>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   |
|----|---------|---------------------|---------|--|
|    |         | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたことにより、求職者からの問合せが前月の121%となっている。季節要因も多少あるかもしれないが、新型コロナウイルスで情報収集程度の動きだった求職者が具体的に動き出している。                             |
|    |         | 人材派遣会社（経営戦略担当）      | 求職者数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあり、求人数は改善傾向がうかがえるが、求職者数の上昇に力強さが無い。   |
|    |         | 求人情報誌製作会社（広告担当）     | 周辺企業の様子 | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大によって景気が下がり続けている。自動車関連業界では地元自動車メーカーの生産台数と販売台数の減少で、工場を定期的に休業している企業も多い。住宅メーカーはウクライナ情勢の影響で、ニーズがあっても材料不足で作業が滞っている。 |
|    |         | 新聞社〔求人広告〕（担当者）      | 周辺企業の様子 | ・まん延防止等重点措置の影響で、2月以降の消費は冷え込んでいる。雇用面では採用意欲はあるものの、売手市場でマッチングしていない。   |
|    |         | 職業安定所（雇用関連担当）       | 求人数の動き  | ・2月の新規求人数は前年同月比10.8%増加、月間有効求人数も11.7%増加している。中でも宿泊・飲食業が91%も増加している。2月はまん延防止等重点措置期間で、宿泊・飲食店の来客者が減少していたが、解除後を見据えて求人を出す動きが見られた。          |
|    |         | 職業安定所（事業所担当）        | 求人数の動き  | ・新規求人数は前年同月比で4.8%増加となっているものの、新型コロナウイルス発生前の前々年同月と比較すると大幅に減少した状況である。ただし、まん延防止等重点措置が解除されたことに伴い、小売業、飲食サービス業などの業種では新規求人数が増加に転じている。      |
|    |         | 学校〔短期大学〕（進路指導担当）    | 求人数の動き  | ・前年同期と比較して求人数に大きな増減はない。  |
|    |         | その他雇用の動向を把握できる者     | それ以外    | ・有効求人倍率は1倍を超えているものの、ガソリン等身近な商品価格が高騰しており、低所得者の生活は苦しくなっている。  |
|    | x       | -                   | -       | -  |

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野     | 景気の現状判断 | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------|---------|-------------------------|--------|---|
| 家計動向関連 |         | -                       | -      | -   |
| (四国)   |         | 商店街（代表者）                | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数は高止まりしている状況であるが、まん延防止等重点措置の解除に伴い、かなりの人出が街に戻ってきている。                      |
|        |         | 一般小売店〔生花〕（経営者）          | それ以外   | ・店頭への来客数はまだ戻ってきていないが、ネット経由で宅配を希望する客が増加した。   |
|        |         | 一般小売店〔書籍〕（営業担当）         | 販売量の動き | ・店頭売上は苦戦しているが、外商売上は好調で、前年同月と比べ増加した。   |
|        |         | 百貨店（企画担当）               | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置の解除後、来客数が回復している。   |
|        |         | 百貨店（販売促進）               | 来客数の動き | ・観光客が増加している。  |
|        |         | スーパー（店長）                | 販売量の動き | ・大容量商品の売上が好調で、単価アップが図れている。  |
|        |         | コンビニ（店長）                | お客様の様子 | ・3月に入ってから来客数が回復している。大多数の人は自粛期間が終了したと感じている。  |
|        |         | 衣料品専門店（経営者）             | 来客数の動き | ・来客数が増加している。  |
|        |         | 衣料品専門店（経営者）             | 単価の動き  | ・当県は新型コロナウイルス新規感染者数が増加傾向にあるものの、客の新型コロナウイルスに対する警戒心が薄れたことや、気候に恵まれたこともあり、売上は良い水準で推移している。 |
|        |         | 乗用車販売業（営業担当）            | 販売量の動き | ・年度末決算の影響もあり、販売量、来客数共に増加している。   |
|        |         | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数がやや落ち着いてきたことに合わせて、少しずつ客足が戻りつつある。                                     |

| 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   |
|--------|---------|----------------|------------|--|
|        |         | 一般レストラン（経営者）   | 来客数の動き     | ・客がコロナ禍の生活に慣れたこともあり、来客数が増加した。  |
|        |         | 観光型旅館（経営者）     | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除されたことにより、卒業旅行や春休みの旅行など個人の需要が一定程度回復した。  |
|        |         | 通信会社（営業部長）     | 販売量の動き     | ・まとめ買いをする客が増えており、売上が増加した。  |
|        |         | 美容室（経営者）       | お客様の様子     | ・前年と比べ、卒業式に参加する客が増加した。   |
|        |         | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置の適用が全国で解除されてから、僅かに飲食店への納品量が増加したが、大きな状況の変化はない。   |
|        |         | スーパー（企画担当）     | 販売量の動き     | ・値上げが続いており、客に買いための動きがみえる。  |
|        |         | スーパー（人事）       | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除され、景気は少し上向きになっているが、値上げラッシュや原油高、ウクライナ問題等の不安要素が山積しており、判断がつかない状況である。                                |
|        |         | スーパー（財務担当）     | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、引き続き地域のスーパーマーケットに人が流れてきており、現状維持の状態が続いている。   |
|        |         | コンビニ（総務）       | 来客数の動き     | ・前年と比べ売上は悪化しているが、全体としては大きな変化はない。   |
|        |         | 家電量販店（店員）      | 来客数の動き     | ・新生活準備で来客数は増加しているが、その他商品の販売が伸びていないため、全体の売上高は変わらない。   |
|        |         | 家電量販店（副店長）     | 来客数の動き     | ・春の新生活需要は購入点数、購入単価共に少なく節約傾向となっている反面、その他の大型商品については購入単価が上がっている。しかし、来客数の減少が続いており、全体の売上については大きな変化はない。              |
|        |         | 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き     | ・今月の新車受注状況は前年同月を上回る推移であるが、新車登録台数は前年比80%の状況で推移しており、どちらともいえない。   |
|        |         | 乗用車販売店（役員）     | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの影響は余りないが、地政学リスクによる原油価格の高騰や株価の不安定さ、資源価格の高騰による今後の影響を心配している。   |
|        |         | 旅行代理店（営業担当）    | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置等は解除されたが、客の動きはまだほとんどない。   |
|        |         | タクシー運転手        | 来客数の動き     | ・当県ではまん延防止等重点措置が解除となり、少しずつ夜の街に人が増えてきたように感じる。しかし、新型コロナウイルス発生前の水準までの回復には程遠い。遍路客の予約も増えているが、キャンセルも一定数あり、どちらともいえない。 |
|        |         | 通信会社（社員）       | 販売量の動き     | ・依然として新型コロナウイルスの情勢も販売量も変わらない状況である。   |
|        |         | 設計事務所（所長）      | お客様の様子     | ・業種によって景気が回復傾向にある事業者と、そうでない事業者に分かれており、全体としては余り変わっていない。   |
|        |         | 商店街（事務局長）      | 来客数の動き     | ・政府は感染状況と経済活動との折り合いをつけるべく、まん延防止等重点措置を全面解除したが、新型コロナウイルスオミクロン株による影響は今後もしばらく続くと思う。                                |
|        |         | 商店街（代表者）       | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス感染症の影響で来客数が減少しており厳しい状況が続いている。年度替わりで多少の来店はあるものの、昼間の少人数での来店に限定されている。                                   |
|        |         | コンビニ（店長）       | 来客数の動き     | ・一向に新型コロナウイルス新規感染者数が減少傾向にならないため、来客数が減少しており、売上は前年よりも更に悪化している。   |
|        |         | 衣料品専門店（営業責任者）  | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置の適用が経営に対してマイナスに作用しており、売上は低調に推移した。   |
|        |         | 競輪競馬（マネージャー）   | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置の適用により2か月間の自粛行動が求められてきた結果、娯楽交遊場の客足は大幅に減少し、売上也減少傾向にある。   |
|        | x       | タクシー運転手        | お客様の様子     | ・まん延防止等重点措置の解除後も利用客は少なく、売上が低調な状況が続いている。  |
| 企業動向関連 |         | *              | *          | *  |
|        |         | 食料品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き | ・外食向け製品の受注が回復基調にある。  |

| 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  |
|------|----------------|-----------------|---------------------------------|---|
| (四国) |                | 木材木製品製造業（営業部長）  | 受注量や販売量の動き                      | ・材料費の高騰や材料の不足が大きな問題となっており、生産が段取りよく進んでおらず利益が非常ににくい状態となっているが、受注量自体は回復傾向にあり、好調に推移している。   |
|      |                | 輸送業（経営者）        | 受注価格や販売価格の動き                    | ・まん延防止等重点措置の解除により、景気が回復傾向にある。   |
|      |                | 農林水産業（職員）       | 受注価格や販売価格の動き                    | ・コロナ禍での消費活動が定着したことから、低調な荷動きの状態が続いており、大きな変化はみられない。   |
|      |                | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き                      | ・各国政府の経済対策により景気は回復基調であるものの、地域的ばらつきが大きく、全体として本格的な回復には至っていない。   |
|      |                | 電気機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き                      | ・ウクライナ情勢の影響で、電子機器の資源や部品が手に入りづらくなっており、先行きが不透明である。  |
|      |                | 建設業（経営者）        | 取引先の様子                          | ・公共事業の発注量、受注量共にやや増加にある。一方、ウクライナ情勢やコロナ禍における行動自粛により、景況感が停滞しているため、先が読めない状況である。   |
|      |                | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き                      | ・依然として受注量が不安定な状況である。  |
|      |                | 通信業（総務担当）       | それ以外                            | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、社外イベント等も自粛が継続されるものが多く、前月までと大きな変化はなかった。  |
|      |                | 広告代理店（経営者）      | 受注量や販売量の動き                      | ・まん延防止等重点措置が当初の期限から延長されたため、年度末の販促活動が中止や規模縮小になったものもあるが、全体的な売上の状況は変わらない。  |
|      |                | 税理士事務所          | 取引先の様子                          | ・取引先の中には売上が増加傾向の企業もあるが、全体としては大きな変化はない。  |
|      |                | 鉄鋼業（総務部長）       | 受注量や販売量の動き                      | ・依然として若年層の新型コロナウイルスの感染拡大に伴う休校や休園、同居家族の感染等により従業員の自宅待機者が増加し、稼働人員が減少傾向にある。   |
|      |                | 輸送業（営業）         | 受注量や販売量の動き                      | ・本来であれば年度末は取扱物量が増加する時期であるが、まん延防止等重点措置が解除され行動制限が緩和されたにもかかわらず、依然として新型コロナウイルス発生前の実績を大きく下回る状態が続いている。また、ウクライナ問題等の国際情勢を背景に燃料油価格が高騰しており、同業者の間では経費増となった分を運賃に転嫁しようとする値上げの動きが徐々に活発化しつつある。 |
|      |                | 輸送業（経理）         | 受注量や販売量の動き                      | ・国内向けの出荷数量は依然として低調に推移している。海外向けの出荷については、ウクライナ情勢によりロシア向けの輸出をストップする会社も出てきており、出荷量が減少する見通しである。   |
|      | x              | 化学工業（所長）        | それ以外                            | ・原油やナフサを取り巻く環境が著しく悪化している。   |
| 雇用関連 |                | -               | -                               | -   |
| (四国) |                | 人材派遣会社（営業担当）    | 求職者数の動き                         | ・派遣だけでなく、正社員としての雇用形態を求めて就職活動をする人が増加している。  |
|      |                | 人材派遣会社（営業）      | 周辺企業の様子                         | ・新型コロナウイルスの感染状況はいまだに高止まり傾向にあるが、イベント催事の規制は徐々に緩和され、集客状況も徐々に戻りつつある。公共施設や公共交通機関は春休み期間中ということで家族連れでの利用者が増加している。   |
|      |                | 職業安定所（求人開発）     | 求人数の動き                          | ・新規求人数が前年同月と比較して増加している。特に製造業の求人数が増加傾向にあるが、中でも機械器具製造業が持ち直している。   |
|      |                | 民間職業紹介機関（所長）    | 求人数の動き                          | ・前年同時期と比較して、ほとんどの職種で求人数が増加している。   |
|      |                | 人材派遣会社（営業担当）    | 求人数の動き                          | ・新型コロナウイルスの影響により、求人数についてはしばらく変動がない。   |
|      |                | 求人情報誌（営業）       | 求人数の動き                          | ・新卒採用や中途採用問わず各業種で求人数が増加しているが、景気回復を起因とした増員等の求人ではなく、人手不足を補うための求人数が多く、どちらともいえない。   |
|      |                | 学校〔大学〕（就職担当）    | 採用者数の動き                         | ・就職内定率に大きな変化はなく、どちらともいえない。  |
|      | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外            | ・各種価格高騰による買い控えにより、個人消費が落ち込んでいる。 |   |



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

11.九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------------|---------|--------------------|--|--|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |         | 一般小売店〔生花〕（経営者）     | お客様の様子   | ・不景気で閉店している花屋もあるため、花屋が少なくなり、卒業式のための花束の注文を断らなければならないほどの忙しさである。人員を増強しても対応ができることではないため、注文を断るケースも発生している。                 |
|                            |         | 家電量販店（店員）          | 販売量の動き   | ・この3年間で、今月の売上は良い。  |
|                            |         | 住関連専門店（従業員）        | 単価の動き  | ・例年同様、新生活需要の高まりで単価は好調に推移している。前年は新型コロナウイルスによる学校閉鎖やリモート授業等もあったために転居自体を控える動きがあったが、今年はそのような傾向はみられない。                     |
|                            |         | 観光型ホテル（専務）         | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除となり、客の動きが出ている。休日の来客数はとても多いが、平日の人の動きはまだ良くない。  |
|                            |         | 商店街（代表者）           | 単価の動き  | ・来客数は変わらず低迷したままであるが、まとめ買いが増え、客単価は増加している。   |
|                            |         | 商店街（代表者）           | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除になり、人出は回復している。   |
|                            |         | 商店街（代表者）           | お客様の様子   | ・まん延防止等重点措置が解除され、来街客も増え、少しずつ活気が戻ってはいるが、消費行動は新型コロナウイルスの感染が発生する前の7割ほどである。  |
|                            |         | 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、需要拡大に期待したが、さほど大きな変化とはなっていない。飲食店向けの食材等が値上げとなり、値上がり前の駆け込み需要で多少売上が上がっている。                              |
|                            |         | 百貨店（企画担当）          | お客様の様子   | ・複数名での来店が増え、短い時間で買物を済ませる客よりも、回遊をしている客が多くなっている。また、県外からの客や観光客等、キャリーケースでの来店も増えている。                                      |
|                            |         | コンビニ（経営者）          | お客様の様子   | ・まん延防止等重点措置が解除され、新型コロナウイルス発生前ほどではないが人流が戻りつつある。イベントの開催や花見行楽の利用が確実に増加している。一方で、自粛の雰囲気により、夜間帯を中心に食事、飲酒、日用品等の在宅需要も継続している。 |
|                            |         | 衣料品専門店（店員）         | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除された時期に暖かくなり、春物を見にくる客が増えている。スプリングコートやジャケット等の上着の売上が良い。   |
|                            |         | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | お客様の様子   | ・前年とは違い外資系半導体工場もでき、移住等により新規の客の増加が見受けられる。   |
|                            |         | 高級レストラン（経営者）       | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルスの感染が少し落ち着いたため、イベントや宴会が始まり、人が外出し始めている。客は決して多くはないが、以前よりも客足も増え、売上に期待ができる。                                     |
|                            |         | 一般レストラン（経営者）       | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除となり、少しずつではあるが来客数や予約数も増加している。新規感染者数はまだ下げ止まりしているが、今後の新型コロナウイルス感染症対策事業の実施に期待している。                         |
|                            |         | 観光旅館組合（職員）         | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置の適用中もかなり客は来ていたが、自粛疲れで動いている状態である。  |
|                            |         | 都市型ホテル（スタッフ）       | 来客数の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除になり、宿泊、レストラン共に好調である。宴会部門はまだ客足は戻っていない。  |
|                            |         | 旅行代理店（職員）          | 販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置が解除となり、3か月前より来客数や販売量が増加している。  |
|                            | タクシー運転手 | 来客数の動き             | ・まん延防止等重点措置が解除となり、卒業、入学等の学校行事や企業の歓送迎会も小規模ではあるが開催している。また、春になり観光客も増え、人の流れが活発になっており、今月の売上は新型コロナウイルス発生前の水準に回復している。 |  |
|                            | タクシー運転手 | それ以外               | ・まん延防止等重点措置が解除されて、人出がかなり戻っている。しかし、第7波の懸念やウクライナ情勢、燃料の価格高騰等、不安要素は多い。   |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|---------------------------------|--------|--|
|    |         | 通信会社（企画担当）                      | 販売量の動き | ・光回線の販売量が予想を上回っている。特に営業面を強化したわけではないが、需要が高まっている。  |
|    |         | 学習塾（従業員）                        | お客様の様子 | ・問合せが増加している。   |
|    |         | その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当） | 来客数の動き | ・1～2月にかけて、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、客の感染によるキャンセル増加や、社員や社員の家族の感染によるサービス縮小により、厳しい経営環境であったが、3月以降の新規感染者数の減少により、客が戻りつつある。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）                     | 販売量の動き | ・展示場への来客数は増加傾向になり、客の動きも少しずつ出てきている。契約者数も増加傾向になっている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                        | それ以外   | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が解除され、人の動きは増え、売上は上がっている。しかし、今までの反動からくる行動であり、景気が良くない判断にはならず、景気は変わらない。  |
|    |         | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き | ・全国的に来客数は、激減している。まん延防止等重点措置が解除になり、若干動きが出始め、売上につながっている。   |
|    |         | 商店街（代表者）                        | お客様の様子 | ・まん延防止等重点措置は解除になったが、ガソリンや灯油の価格高騰に加え、食品の値上げもあり、客の買物の様子は変わってきている。  |
|    |         | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、新規感染者数が減っておらず、商店街で買物する客はまだ少ない状況である。   |
|    |         | 一般小売店〔青果〕（店長）                   | 単価の動き  | ・1～2月は全国的な寒さで、かなり冷え込んだ影響により、県産のピーマンやトマト等の野菜の値段が高騰しており、3月は少し安くはなったものの、消費は下がっている。販売量も少なく、単価も上がらないため、1～2月の売上と余り変わっていない。   |
|    |         | 百貨店（企画担当）                       | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響により、来客数は低調のまま推移している。加えて、ロシアのウクライナへの侵攻の影響もあり、消費意欲は冷え込んでおり、一部店舗では、観光客が増加しているものの、大幅な改善にはつながっていない。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）                       | 来客数の動き | ・月初めは、まん延防止等重点措置の解除で来店回復の兆しがあったが、下旬には感染再拡大で回復が頭打ちになっている。平日の午前には来客数はあるものの、依然土日は減少している。一方、感染防止で開催した物産催事やクレジット催事にはぎわっており、午前の来店や目的買いでの交通機関の利用は減少しているが、店舗周辺での買物待ちの駐車が増えている。来店での購入客数や単価、商品単価は堅調で、Web利用や県下のサテライトショップやギフトショップ利用の地元店舗での購買も好調であるが、感染症対策で外出自粛は継続している。 |
|    |         | スーパー（経理担当）                      | 販売量の動き | ・冬型の鍋物商材が減り、コロナ禍でも行楽用品の売上が好調となっている。ただし、夕方6時以降の売上が減少しており、外食需要の上昇がある。  |
|    |         | スーパー（統括者）                       | 来客数の動き | ・インスタアベーカーリーのレジを撤去し、集中レジでの精算にしたことで来客数の減少はあるものの、買上点数の維持や品単価の上昇による客単価の増加により、売上は前年並みに確保している。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                       | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染が沈静に向かい、消費回復の兆しがあったが、現状は落ち込み続けた2年間の売上をほんの僅かに上回る程度でしかない。最低時給も毎年上がり、運営は非常に厳しい。  |
|    |         | コンビニ（経営者）                       | 来客数の動き | ・まん延防止等重点措置が解除となり、人の動きは多少増えつつあるが、消費者の購買動向や来店状況は今一つ伸び悩んでいる。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）                     | 来客数の動き | ・在宅勤務が定着しており、朝の来客数の減少傾向が続いている。   |
|    |         | コンビニ（店長）                        | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症は少し落ち着いているが、夜の来客数はまだ少ない。  |
|    |         | 衣料品専門店（店長）                      | 来客数の動き | ・来客数の変化はない。  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                                    | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--|---------|--|
|    |         | 衣料品専門店<br>(取締役)                          | お客様の様子  | ・3か月前と比較するとまん延防止等重点措置が解除されたが、ロシア・ウクライナ情勢の影響の不安や、加えて気温の変動が激しい月である。この業界では天候に左右されてしまうため、来店は若干あっても、なかなか購入されない厳しい状況である。   |
|    |         | 家電量販店(店長)                                | 販売量の動き  | ・販売量が前年比では変わらず、3か月前の状況でも横ばいである。  |
|    |         | 家電量販店(従業員)                               | 来客数の動き  | ・来客数がほとんど変わらない。  |
|    |         | 住関連専門店<br>(経営者)                          | 来客数の動き  | ・今月は、以前に下見をしていた客の成約が多い。一方、都市部でのキャンペーンでは、来場者が大きく落ち込んでいる。  |
|    |         | その他小売の動向を把握できる者<br>[ショッピングセンター]<br>(統括者) | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの影響により来客数は減少しており、まだ回復していない。  |
|    |         | 高級レストラン<br>(経営者)                         | 来客数の動き  | ・2月20日をもって、まん延防止等重点措置が解除されたが、それ以降の状況も変化はなく、予約が入らない。3月中旬から予約が入ってはいるが、若干増加した程度で悪い状態が続いている。   |
|    |         | タクシー運転手                                  | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスも少し落ち着き、ゴルフ客や県外の客の利用に期待している。   |
|    |         | 通信会社(営業担当)                               | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株が落ち着く心配がない。  |
|    |         | ゴルフ場(従業員)                                | 来客数の動き  | ・ウクライナ情勢や原油、小麦の価格上昇の影響は限定的であり、3か月前の客の心理に変化がなく、来場者は順調に推移している。   |
|    |         | 美容室(経営者)                                 | 販売量の動き  | ・新型コロナウイルスオミクロン株の発生もあり、まん延防止等重点措置の解除により、少しずつ回復すると思われていたが、春になり、人がおしゃれを楽しむ時期にはなったものの、売上の回復の兆しがみえていない。自粛の期間が長いせいか、客の動きが悪い。  |
|    |         | 美容室(店長)                                  | お客様の様子  | ・まん延防止等重点措置は解除になったが、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少せず、不安を抱えながら生活する客が多い。  |
|    |         | 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  | ・売上や損益にほとんど変化なく推移している。   |
|    |         | 商店街(代表者)                                 | 来客数の動き  | ・例年であれば忙しい時期だが、前年と比べると売上は少ない。2か月前からまん延防止等重点措置が適用され、景気が悪い状況が続いている。  |
|    |         | 一般小売店[鮮魚](店員)                            | お客様の様子  | ・景気の良い話を聞かない。まん延防止等重点措置が解除されても一気に景気は良くならないため、徐々に良くなることを期待している。   |
|    |         | 一般小売店[茶](販売・事務)                          | お客様の様子  | ・新型コロナウイルスに生活は慣れてきているが、相変わらず売上は伸びない。外出は少しずつ増加しており、この生活が長くなったことで暮らし方にも変化があり、通信販売での食材の購入や、外出時のまとめ買いが増加している。何年も取引していた外交販売での売上は取引が途絶えている。新型コロナウイルスの影響であるが、今後もこの状態が続けば、店頭販売だけでは売上は伸びない。 |
|    |         | 百貨店(経理担当)                                | 競争相手の様子 | ・市内大型店4店の売上の前年比は、3か月前102.8%、今月98.7%である。3月は3か月前との対比で苦戦を強いられており、まん延防止等重点措置の解除後もなかなか全品種の売上が伸びていかない。   |
|    |         | 百貨店(業務担当)                                | お客様の様子  | ・ガソリン価格高騰や、生活用品の値上げを受け、コロナ禍、ウクライナ情勢等、世相がこれまでになく不安定なことに対して、多くの客が危惧しており、ゆっくり買物ができる状況ではない。  |
|    |         | スーパー(店長)                                 | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス新規感染者数は少しずつ減少しているが、まだ感染者数自体は下げ止まりしたままで、まん延防止等重点措置は解除されたものの、来客数に変化はない。以前との消費者意識の変化が通常となり、客は必要なときにしか買物をしない。一方で、商品の値上げにより商品単価は上昇しているが、来客数の減少分までは補填ができていない。                  |

| 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  |   |
|----------------------------|---------|----------------------------------|------------|---|---|
|                            |         | スーパー（総務担当）                       | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除となり、新型コロナウイルス新規感染者数も減少したため、まとめ買いは減少し、外食や観光に消費が回っている。  |   |
|                            |         | スーパー（企画担当）                       | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルス感染症の終息が見込めず、ウクライナ情勢による原油価格や原材料費の高騰を受けた商品価格の値上げ等の影響が、消費減少の原因になっている。来客数の減少を販売量の増加で補っていたが、販売量が落ちている。                           |   |
|                            |         | コンビニ（経営者）                        | お客様の様子     | ・まん延防止等重点措置が解除されたが、客の動きはまだ悪く、売上は前年を下回っている。また、行楽の季節ではあるが、酒類の売上は低迷しており、厳しい状態が続いている。   |   |
|                            |         | コンビニ（エリア担当・店長）                   | 来客数の動き     | ・3月中旬にまん延防止等重点措置が解除されたが、立地にもよるが、夜の来客数がやや減少している。   |   |
|                            |         | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | 来客数の動き     | ・前年末は、第6波前でショッピングセンター全館で好調であったが、現在は新型コロナウイルス感染症の終息が見え始め、1～2月前半と比較すると、やや消費者動向に活気が戻っている。しかし、第7波への懸念や、繰り返されるまん延防止等重点措置の影響で財布のひもは固くなっている。 |   |
|                            |         | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）         | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの感染状況により大きく影響を受けている。3月に入り、まん延防止等重点措置は解除し一時的に景気は良くなっているが、再び感染が拡大しており、景気は悪くなる。  |   |
|                            |         | 観光型ホテル（総務）                       | 販売量の動き     | ・まん延防止等重点措置が延長し、歓送迎会の予約キャンセルが多く、レストランの来客数も大きく減っている。   |   |
|                            |         | 通信会社（統括者）                        | 販売量の動き     | ・携帯電話の販売台数は、前年比、計画比共に下回って推移している。来客数も前年と比較しても減少している。   |   |
|                            |         | 美容室（経営者）                         | 来客数の動き     | ・3月は、12月の次に忙しい月であるが、やっとまん延防止等重点措置が解除になったにもかかわらず、来店客は期待したほどではない。   |   |
|                            |         | 設計事務所（代表）                        | 単価の動き      | ・物の原価が上がっている。   |   |
|                            |         | 住宅販売会社（従業員）                      | 来客数の動き     | ・まん延防止等重点措置が解除になり、商店街の客足は増えている。しかし、若年層が卒業式等で外出していることが多いが、購買目的での外出は少ないため、経済的には余り動いていない。  |   |
|                            |         | ×                                | スーパー（店長）   | 販売量の動き  | ・衣食住関連商材において、全て前年割れの数値状況である。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少の停滞に加え、ウクライナ情勢の悪化等、良い話題がない。                      |
|                            |         | ×                                | スナック（経営者）  | 来客数の動き  | ・今月からまん延防止等重点措置が解除されたが、来客数は低迷している。春の異動による歓送迎会の時期であるが、コロナ禍のため会社の行事は自粛され、全く客がない。特に週末の売上の落ち込みが大きい。 |
|                            | ×       | 設計事務所（所長）                        | 単価の動き      | ・素材や製品等の材料単価だけでなく、生活必需品も値上がりしている。一方、収入は変わらないため、自由に使える金が減少している。  |   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |         | 電気機械器具製造業（経営者）                   | 受注量や販売量の動き | ・引き続き、受注が好調である。   |   |
|                            |         | 経営コンサルタント（代表取締役）                 | 取引先の様子     | ・まん延防止等重点措置が解除されてから、店は満席になり、街には多くの人が出ている。今までの規制で抑えていたことで、一気に人の動きが出ており、今後の感染再拡大で景気が懸念されるところである。  |   |
|                            |         | 農林水産業（経営者）                       | 受注量や販売量の動き | ・まん延防止等重点措置が解除され、外食産業から少しずつ注文が増えている。コロナ禍ではあるが、卒業や移動の時期になり、量販店も売上が戻っている。冷食メーカー向けも注文が多い状態で、値上げ交渉も順調に進んでいる。                              |   |
|                            |         | 一般機械器具製造業（経営者）                   | 受注量や販売量の動き | ・半導体製造装置関連機械加工の受注が増えており、大幅な受注量となっている。その他の分野は特に動きはない。  |   |
|                            |         | 電気機械器具製造業（取締役）                   | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染が落ち着き、経済が正常に回復している。ウクライナ情勢で状況は変化する。   |   |
|                            |         | 電気機械器具製造業（総務担当）                  | 受注量や販売量の動き | ・半導体関連客からの受注が継続して好調である。   |   |

| 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   |
|----|---------|--------------------------|--------------|--|
|    |         | その他製造業<br>〔産業廃棄物処理業〕     | 取引先の様子       | ・以前は原料が手に入らず、なかなか生産できない状況が続いていたが、今月から少しずつ原料も調達でき、生産が増えている。   |
|    |         | 輸送業（総務担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・新しい生活様式が浸透し、貨物量は新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。   |
|    |         | 金融業（営業）                  | 取引先の様子       | ・水準としては高くないが、新型コロナウイルスオミクロン株がピークアウトし、まん延防止等重点措置が解除されたため、人流が戻っている。  |
|    |         | 経営コンサルタント（社員）            | 取引先の様子       | ・生活環境の変化で、19時以降の来客数が減り、売上が減少している。  |
|    |         | 繊維工業（営業担当）               | 競争相手の様子      | ・東北地震や新型コロナウイルスの影響で、同業者では悪い状況が続いているため、休みを取ることになり、生産性が落ちている。加えて、機械の老朽化や、部品の不足等でも苦労している。   |
|    |         | 金属製品製造業（事業統括）            | 受注量や販売量の動き   | ・引き合い数は増加傾向にあるが、受注量は増加しない。材料費の高騰、不足により発注延期、又は納期延長が続いている。   |
|    |         | 一般機械器具製造業（経営者）           | 取引先の様子       | ・3か月前と比較すると、少し景気は良いが、新型コロナウイルスや輸出入、円安等の外的要因があるため景気の状態ははっきりつかめない。今後、徐々に回復する見込みである。  |
|    |         | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子       | ・飲食店の時短営業は解除されたが、客足の戻りは鈍く、宿泊施設の宿泊予約状況には徐々に回復がみられる。また、コロナ禍で旅行やレジャー関連の支出を抑制されていた反動もあり、高級腕時計の売上は好調で、在庫が追いつかない店舗もある。自動車販売では決算セールが追い風となったが、納期が見通せないことを理由に購入を見送る客も多い。      |
|    |         | 不動産業（経営者）                | 受注価格や販売価格の動き | ・販売価格が下降している。  |
|    |         | 経営コンサルタント（代表取締役）         | 受注量や販売量の動き   | ・受注件数や金額に大きな変化がない。   |
|    |         | 経営コンサルタント（社員）            | それ以外         | ・4か月間、毎月200枚前後のダイレクトメールを発送しているが、その反応が余り良くない。   |
|    |         | その他サービス業〔物品リース〕（職員）      | 取引先の様子       | ・まん延防止等重点措置の適用により、経済活動が停滞しており、大幅な変化はみられない。   |
|    |         | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | 取引先の様子       | ・市町村からの調査や計画、設計の委託業務の発注は、例年、企画提案型等3月に行われるものがあるが、今年度は、3月に発注される業務が少ない状況である。新年度当初予算に計上されていないためと考えられる。このため受注の機会が少なくなり景気が悪くなる。  |
|    |         | 食料品製造業（経営者）              | 受注価格や販売価格の動き | ・原料の伝染病による歩留低下や材料費の高騰が価格に転嫁できていない。   |
|    |         | 窯業・土石製品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・受注関係は非常に厳しい。卸商社では、新規の商品がほとんどなく、前年の売上が1割落ちており、Web関係でも、若干売上が減少している。   |
|    |         | 輸送業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き   | ・ウクライナ情勢や原油の価格高騰の影響で輸入貨物に影響が出ている。まん延防止等重点措置が解除されても、すぐには消費が回復せず、飲食業や観光業が厳しい状況であり、木材の輸入もかなり減少している。運送会社では、原油の価格高騰による値上げをしたいところであるが、貨物が減少しているため、他社に貨物が流れるのを恐れて値上げできずにいる。 |
|    |         | 通信業（経理担当）                | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響に加え、ウクライナ情勢が悪化している。   |
|    |         | 金融業（従業員）                 | 取引先の様子       | ・新型コロナウイルスの影響に加え、ウクライナ情勢を契機に原材料費の値上がりが目立ち、百貨店の売上が鈍化する等個人消費に勢いがみられない。また、半導体の供給不足等もあり、乗用車の販売が伸び悩んでいる。  |
|    |         | 金融業（営業担当）                | 取引先の様子       | ・ロシアのウクライナへの軍事侵攻により、天然ガスや石油等のエネルギー価格の上昇が懸念されている。また、物価の上昇が続き、半導体関連商品の流通が滞っている状況で、全業種でモノ、カネの流れが鈍化しており、売上の予定が立たない。業種問わず、資金繰りの悪化や赤字が懸念される。                               |

| 分野               | 景気の現状判断        | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|------------------|----------------|----------------|--|---|
|                  |                | 金融業（調査担当）      | 取引先の様子   | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、新規感染者数は高い水準であり、経済活動に一定の抑止力が働いている。また、自動車関連事業者においては、部品不足により工場の稼働が十分ではなく、鉄鋼価格の上昇により材料価格の値上げ圧力が掛かっており、収益力の低下を懸念している。   |
|                  |                | 新聞社〔広告〕（担当者）   | 受注量や販売量の動き   | ・旅行広告等は、少しずつ申込みがありつつも、新聞広告への出稿の動きは鈍い。   |
|                  |                | 広告代理店（従業員）     | 受注量や販売量の動き   | ・まん延防止等重点措置は解除されたものの、ロシアのウクライナへの軍事侵攻による影響で、エネルギー価格が高騰している。物流費用の増加により、収益の減少に歯止めが掛からない。   |
|                  | x              | 建設業（社員）        | 受注量や販売量の動き   | ・令和4年度に向けて、県の舗装工事は入札も執行されたが、十分な発注件数ではない。土木工事では一般競争入札が数本執行されたが、必要な件数ではなく、市の工事についてはほとんど発注されていないため、新年度の発注に期待をしている。   |
| 雇用<br>関連<br>(九州) |                | -              | -  | -   |
|                  |                | 人材派遣会社（社員）     | 採用者数の動き  | ・成約件数が3か月前と比較して1.5倍増えている。3月総体の注文数から考えると、もう少し増えてもよいはずであるが、人材不足が続いている。  |
|                  |                | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き   | ・大型イベントの開催も決まり、イベントの発注が増えている。   |
|                  |                | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外   | ・まん延防止等重点措置が解除され、飲食店を始め中心市街地や郊外のショッピングセンターへの人出が増加している。出張等も解禁され、新幹線の乗客も増加している。   |
|                  |                | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子  | ・まん延防止等重点措置が解除になり、企業や業界、団体の会合が再開し、ホテルや宴会場等の利用が増えている。一方で、宴会や懇談会は講演のみで食事なし、又は酒類なしの形式になってきている。   |
|                  |                | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き   | ・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、新規求職者や有効求職者共に前年比で減少となっているが、新規求人数や有効求人数は前年比を上回っており、有効求人倍率も3か月連続で前年を超えている。   |
|                  |                | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き   | ・新型コロナウイルス対応業務の依頼が相変わらず多く、そこに求職者数が流れている。通常の事務派遣業務の問合せも増えつつあるが、なかなか申込みがなく、人選に苦戦している。   |
|                  |                | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き   | ・まん延防止等重点措置の解除により、春先需要を見込んでいたが、期待したほどの動きはない。先行きに対する不安もあり、街の人の動きも停滞している。   |
|                  |                | 新聞社〔求人広告〕（社員）  | 周辺企業の様子  | ・年初より、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、新聞広告の量は旅行や宿泊関連を中心に落ち込みを見せたが、まん延防止等重点措置が解除になり、現在は新聞広告の量も上向きになっている。旅行や宿泊関連の広告は復活の兆しがあり、更にGo To Travelキャンペーンの再開を期待している。景気全体としては、一旦落ち込んだ後、上向きになっている。 |
|                  |                | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子  | ・まん延防止等重点措置は解除されたが、サービス業や飲食店に客足は戻っていない。   |
|                  | 民間職業紹介機関（職員）   | それ以外           | ・学校間での差はあるが、今年3月に卒業した学生の就職状況は、前年より若干下回っている。企業の採用意欲は高いが、質にもこだわっており、コロナ禍が続く、就活がうまくいかなかった学生が多かったことが影響している。また、外国人留学生については、積極的に採用したい企業が少なく、厳しい状態が続いている。 |   |
|                  | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き         | ・求人数は、前年と比較して増えてきている。企業の採用活動も活発に動いており、既に内定を得ている学生も見受けられる。  |   |
|                  | -              | -              | -  | -   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------|-------|----------------|
|    | 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<br>動向<br>関連<br><br>(沖縄) |               | 百貨店（店舗企画）       | 販売量の動き                            | ・返礼ギフトシーズンの書き入れ時となるタイミングで、まん延防止等重点措置が解除になったことで客足が戻り、物産催事の集客もあり、好調だった前年同月も売上で上回り、回復の兆しがある。   |
|                            |               | コンビニ（副店長）       | 来客数の動き                            | ・前月20日の県内のまん延防止等重点措置の解除、今月21日での全国的なまん延防止等重点措置の解除に伴い来客数が回復している。  |
|                            |               | 観光型ホテル（企画担当）    | 販売量の動き                            | ・ホテルの12月の販売室数が前年比35%減少とマイナスであったのに対して、3月の販売室数は前年比34%増加とプラスに転じている。  |
|                            |               | 一般小売店【酒】（店長）    | 販売量の動き                            | ・全国的にまん延防止等重点措置が解除され、観光客等が増えている。  |
|                            |               | スーパー（企画担当）      | 来客数の動き                            | ・まん延防止等重点措置の解除以降、新規感染者数が下げ止まり、客の来店頻度がやや上向いている。  |
|                            |               | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き                            | ・まん延防止等重点措置が解除となり、以前と比較し、観光客は戻ってきているが、今度はいろいろな値上げの関係で今後の不安から、余り金を使わないようにしている印象がある。  |
|                            |               | その他専門店【陶器】（製造）  | 来客数の動き                            | ・観光客が少しずつ戻ってきている。ただ平日はまだまだ少ないので、完全に楽観的にはなれない状況である。  |
|                            |               | その他飲食【居酒屋】（経営者） | 来客数の動き                            | ・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が解除になってから徐々に観光客が増え始めている。地元客は新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりしているので、まだ、積極的に外食には出てこない。   |
|                            |               | 観光型ホテル（代表取締役）   | 来客数の動き                            | ・まん延防止等重点措置が解除されたこと、春休みに入ったことで、3か月前と比べて観光客、宿泊客が増えている。ただし、2019年と比べても4割程度なので、まだ実情としては厳しい状況にある。飲食に関しては、昼食等は増えているが、夜の宴会については、例年はある企業の歓送迎会が、今年はゼロ件である。 |
|                            |               | 旅行代理店（マネージャー）   | 販売量の動き                            | ・まん延防止等重点措置が解除され、少しずつ取扱量も増えてきている。新型コロナウイルス新規感染者数は依然として高いままなので、ストップが掛からないことを期待する。  |
|                            |               | 通信会社（営業担当）      | 来客数の動き                            | ・月前半は客足が悪く来客数、販売量共に振るわなかったが後半は持ち直している。新型コロナウイルスの感染が落ち着いているのが要因とみられる。  |
|                            |               | 住宅販売会社（役員）      | お客様の様子                            | ・まん延防止等重点措置も全国的に解除され、県内外からの物件の問合せが徐々に増えてきている。今後、人流が活発になれば成約件数の増加も期待できる。   |
|                            |               | スーパー（販売企画）      | 来客数の動き                            | ・客単価は少し良くなっているが、来客数が悪く売上は厳しい状況にある。  |
|                            |               | コンビニ（経営者）       | お客様の様子                            | ・客の購買意欲はこれまでと変わらない。   |
|                            | 住宅販売会社（代表取締役） | 販売量の動き          | ・建築契約件数、金額共に減少傾向にある。客の相談件数も減っている。 |   |
|                            | x             | -               | -                                 | -   |
|                            | x             | 商店街（代表者）        | 来客数の動き                            | ・現在まん延中の新型コロナウイルスへの対応ができなければ、まだ来客数は減っているように見受けられる。早めに新型コロナウイルスに対応できる薬なり何なりがないと、このままでは小企業は大変な危機にひんする。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(沖縄) |               | -               | -                                 | -   |
|                            |               | 食料品製造業（役員）      | 受注量や販売量の動き                        | ・売上に関しては観光客も戻りつつあり、前と比べると好調に推移している。ただし、燃料費の高騰や資材関連の値上げで原価高になり内容は厳しくなっている。   |
|                            |               | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き                        | ・以前から進めていた大型契約の締結や、新規の申込みがある。   |
|                            |               | 輸送業（経営企画室）      | それ以外                              | ・新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着き、受注量も増加傾向にある。また、新規の案件も増えている。  |
|                            | 窯業土石業（取締役）    | 受注量や販売量の動き      | ・受注量、生産量共に大きな変化はなく、横ばいの状況が続いている。  |   |

| 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  |
|------------------|---------|----------------|--------|---|
|                  |         | *              | *      | *   |
|                  | x       | 会計事務所(所長)      | それ以外   | ・海外での紛争による物流、エネルギー供給への不安から物価高騰が続くとみられる。   |
| 雇用<br>関連<br>(沖縄) |         | -              | -      | -   |
|                  |         | 人材派遣会社(総務担当)   | 求人数の動き | ・受注案件が増加している。   |
|                  |         | 求人情報誌製作会社(営業)  | 求人数の動き | ・3か月前と比較し求人数は10%弱増加している。直近3か月では、徐々にではあるが採用活動が活発化する傾向にある。年度末ということもあり、退職や有期契約終了時期などが要因として挙げられる。 |
|                  |         | 職業安定所(職員)      | 求人数の動き | ・ホテル、観光バス、飲食等の求人を久しぶりに出す事業所が多い。   |
|                  |         | 学校[専門学校](就職担当) | 求人数の動き | ・新年度を迎えるに当たり、IT系企業を中心に新卒向けの求人数が例年以上に届いている。  |
|                  |         | *              | *      | *   |
|                  |         | -              | -      | -   |
|                  | x       | -              | -      | -   |