

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	◎	－	－
	○	一般小売店 [靴] (経営者)	・特別定額給付金などを活用して、特徴ある商品、サービスの提供を対面型から非対面型へ切り替えていくことで、時代のニーズに合わせた展開を一層強め続けられる経営環境をつくることができた。今後もインターネットを通じた販売促進に力を入れていく。
	○	スーパー (店長)	・近隣地域の営業状況をみる限り、景気は上向きになる。
	○	スーパー (販売担当)	・新型コロナウイルスの報道で密が叫ばれるほど、郊外立地の店の客が増加する傾向にあり、今後もこの傾向が続く。
	○	コンビニ (エリア担当)	・景気は良くなったり悪くなったりの状況を繰り返す。
	○	乗用車販売店 (店長)	・新型車が発売されるため、新型コロナウイルスの影響があっても多少は上向き。
	○	乗用車販売店 (営業担当)	・キャンペーンの開催や一部車種のマイナーチェンジが予定されているため、景気は良くなる。
	○	その他専門店 [和菓子] (経営者)	・今後景気は緩やかに回復する。
	○	スナック (経営者)	・このままでは店が持たない状況まで落ち込んでいるので、今後は少しは良くなる。
	○	観光型ホテル (営業担当)	・Go To Travelキャンペーンをきっかけに景気の上昇が期待できる。
	○	都市型ホテル (企画担当)	・現状がまだ回復に程遠いので、景気は緩やかに改善していく。
	○	観光名所 (館長)	・新型コロナウイルスの感染が再び拡大しつつあるが、Go To Travelキャンペーンが始まったことで、利用者は増加している。
	○	競艇場 (企画営業担当)	・9月中旬にG1競走が開催されるため、売上が確保できる。
	□	商店街 (理事)	・新型コロナウイルスの先行きが不透明であるため、景気は変わらない。
	□	一般小売店 [茶] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、経営を維持していくことが難しくなってくる。
	□	一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が残っているため、景気の先行きは不透明である。
	□	百貨店 (経理担当)	・今後閉店を予定しているショップもあり、新型コロナウイルスの影響が小さくなくても厳しい状況が続く。
	□	百貨店 (営業担当)	・新型コロナウイルスが少し落ち着けば、ミセスや高齢者の来店も増加するが、先行きは不透明である。アパレル取引先の運営状態が厳しく、秋冬物の入荷状況も一部遅れ気味、また運営の厳しい店舗の退店が相次いでいる状況で、今後も厳しい状況が続く。
	□	百貨店 (売場担当)	・近隣都市エリアへの外出が自粛気味に推移するため、日頃余り見掛けのないような若いファミリーなどの来店が増加する。一方で高齢者の来店は厳しい状況が続くため、全体では今と変わらない。
	□	百貨店 (営業企画担当)	・今後の新型コロナウイルスの状況によって大きく変化するので景気の先がみえない。ただ、今回のステイホームで生まれた新事業への変化に対応することにより景気を良くしていく必要はある。
□	百貨店 (外商担当)	・現在、新型コロナウイルスの影響が一段落し、売上は回復傾向にある。食品が比較的好調な一方で、婦人衣料はなかなか上昇気流に乗っていない。今後、景気の一進一退が予想されるが、新型コロナウイルスの感染者数の増加の報道が消費者心理の減退につながるため、景気は良くならない。	
□	スーパー (店長)	・来客数が半年以上、前年の95%程度で推移しており、今後もこの傾向が続く。ただ、新型コロナウイルスの影響で、客が大型商業施設に流出せず、地元の食品スーパーで買物するため、今後も売上は前年を上回る。	
□	スーパー (店長)	・来客数や販売量が増加する要素が見当たらない。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの終息までは、大きな売上が期待できる店内イベントなどの開催が難しいため、前年を上回る売上は当面見込めない。また、お盆期間などの帰省客の減少が大きいことも予想されるため、景気の回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・お盆等で消費が伸びてくる時期ではあるが、新型コロナウイルスの影響で人の動きが更に抑えられ、催事やイベント等の中止、縮小が発生するため、前年ほどの売上が期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（管理担当）	・新型コロナウイルスが終息しない限り現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスが終息すれば景気は回復するが、今のところその兆しがないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・景気は新型コロナウイルスの動向に左右されるが、現状をみる限り景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・客の来店頻度は落ちているが、購入量は増加している。今年のお盆の帰省客がどうなるか分からないが、通常日は今のまま推移する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・消毒液、マスク、ウェットティッシュなどは手に入らないほどの品薄な状況ではなく、食品も今のところ安定しているため買いだめ等の要素はない。日照不足のため野菜が高騰しており、また米国からの輸入が減っているため牛肉や豚肉の価格が高騰しており家計に影響が出てくる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・ライフスタイルが変わっており、夕方に降深夜にかけての来客数が大幅に減少している。今後も新型コロナウイルスの影響が続くため、来客数も横ばいが続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・販売は多少回復の兆しがあるが、新型コロナウイルスの第2波による影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・来客数や販売台数が前年を大幅に下回った状態が続いている。新型コロナウイルスで実際に仕事や収入に影響を受けたり、先行きが不安で購入に踏み切れない客が少ないため、今後も厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加し、今後の経済への不安が高まることから、景気がこれ以上良くなる要素はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	・これ以上景気が悪くなると経営が持続できない状況で、今後も厳しい状況が続く。新型コロナウイルスと共存できる新しい経営スタイルを作らないといけないと考えている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・3密を避けるため、当面は飲食関連が厳しいが、他の部門についても、前年の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、高額品を中心に9月一杯までは厳しくなる。10月以降は新型コロナウイルスの動向次第である。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・现阶段では、明確な判断材料がないため、先行きの判断は難しい。今後は危機感を持ちながら新型コロナウイルスとどう向き合っていくかを考えながら売上が向上する施策を講じていく必要がある。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	・新型コロナウイルスの先行きが不透明なため、消費者マインドが改善しない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・先行き不透明で楽観的にはなれないが、客は徐々に戻ってきており、現状は維持できる。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・身近で旅行したい人が増えているようで、宿泊の予約は4～5月と比べ各段に増加している、しかし、新型コロナウイルス感染の第2波が懸念されているなか、これ以上良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加に伴い、客の外出自粛が再燃している様子で、期待していたGo To Travelキャンペーンも足並みがそろわず、助成金事業の効果も半減している。県外客の流入は期待できないが、施設の新型コロナウイルス対策を講じ、受入れ態勢を整えて、取りあえずは地元、近隣県からの集客にシフトする。

□	都市型ホテル（総支配人）	・Go To Travel キャンペーンの詳細が不確定でAGT商品の販売も進んでない状況から予約も伸び悩んでいる。また、ビジネス、観光共に新型コロナウイルスの感染状況を注視しながらの間際の予約にシフトしていることもあり、先行きは不透明である。
□	旅行代理店（経営者）	・東京、大阪、愛知、福岡、北海道の環境が良くなるまで、旅行の対応は難しく、景気は良くならない。
□	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染者数の状況次第であるが、減少に転じれば各種キャンペーンの活用も期待できる。
□	タクシー運転手	・全国的に新型コロナウイルスの感染者数が増加してきているが、お盆休みなどで人の動きが出てくる。ただ、新型コロナウイルスに対する警戒感もあるので、景気は変わらない。
□	通信会社（経理担当）	・緊急事態宣言は解除されたが、第2波の心配もあり先がみえない状態が続くため、しばらくは景気が上向きになるのは難しい。
□	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの終息の見通しが立たない限り、客が消費を控えるスタイルが続く。
□	通信会社（販売企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で誘客が困難なため、厳しい状況が続く。
□	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は変わらない。
□	テーマパーク（管理担当）	・新型コロナウイルス第2波の影響で景気は変わらない。
□	テーマパーク（営業担当）	・Go To Travel キャンペーンが開始したが、新型コロナウイルスの感染者数が全国で再び増加しており、観光客の動向が不透明である。
□	観光名所（館長）	・新型コロナウイルスの影響がしばらく続き、景気も厳しい状況が続く。
□	ゴルフ場（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加してきており、他県からの訪問客やインバウンド客が見込めないため、この先も傾向は変わらない。
□	その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・営業を再開してから、売上は前年の7割、残りの3割をすぐに回復するのは困難である。新型コロナウイルスの感染者数が増加している現状を考えると、景気は良くならない。
□	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しない状況では、建築の注文は増加しない。
□	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルスが一旦は落ち着きを見せていたが、再び増加傾向にあるので、住まいへの投資はしばらく望めそうにない。
□	設計事務所（経営者）	・客の購入意欲が向上するのにもうしばらく掛かるため、景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスが1～2年くらいは終息しないため、景気は余り変わらない。
□	住宅販売会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が長引くため、景気は変わらない。
▲	商店街（代表者）	・当分の間、新型コロナウイルスが終息しないため、景気は悪くなる。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がなくならないため、通販への移行が常態化する。
▲	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の局面であり、来客数にも影響を与える。また、取引先の春夏の経営状況から、秋冬に向けた商品作りが十分にできておらず、今後販売していく商材が不足するため、景気はやや悪くなる。
▲	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、商材の確保が厳しくなり、来客数も増加しないことから、景気はやや悪くなる。
▲	百貨店（外商担当）	・今後更に新型コロナウイルスの感染者が拡大し、再び緊急事態宣言が発令され、外出自粛要請が出ることになると、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの終息の見通しが立っていないため、景気はやや悪くなる。
▲	コンビニ（支店長）	・新型コロナウイルスの影響で企業の収益が悪化し、客の購買意欲が低下するため、景気はやや悪くなる。
▲	衣料品専門店（代表）	・特別定額給付金が再度支給されたり、消費税が引き下げられたりするなど消費を喚起する対策が取られなければ、景気は良くならない。

▲	家電量販店（企画担当）	・新型コロナウイルスや消費税の引上げの影響で景気はやや悪くなる。
▲	家電量販店（販売担当）	・夏の気温次第であるが、今の様子では景気はやや悪くなる。
▲	乗用車販売店（店長）	・今後も新型コロナウイルスの感染者数が増加し、来客数が減少する。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・新型コロナウイルスが終息してもすぐに景気が戻るとは考えにくく、当分この状態が続く。
▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しないと、地方は高齢者が多いため、人が街に出なくなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・夏休み期間の短縮、お盆の帰省の自粛、夏祭りや花火大会等のイベントの中止などが重なり、来客数は例年以上に減少する。今後更に新型コロナウイルスの感染者数が増加することになれば、夜の外食を控える風潮が拡大し、自粛ムードが高まる。また、家飲み、ホームパーティー、テイクアウトが進むことになれば、外食の機会が圧迫される。こうしたなか、今後、ますます食に関する分野で業態間の競争が激しくなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・今後、新型コロナウイルスと共生していくのだが、店舗対策を講じてもスタッフが感染する可能性もあり、自衛手段だけでは限界を感じる。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波が発生しつつある状況から考えると、景気は一段と悪くなる。
▲	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響で景気はやや悪くなる。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が増加してきているため、景気は良くはならない。
▲	タクシー運転手	・近県でも新型コロナウイルスの感染拡大が進行しており、再度、緊急事態宣言を発令されることを懸念している。新型コロナウイルスが終息するまでは厳しい状況は変わらない。
▲	タクシー運転手	・景気は今後も悪化傾向が続く。
▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスとの共生が続いている状況で、徐々に客の消費意欲が低下していく。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・特別定額給付金の効果で、家計は一時的に改善したが、今後は新型コロナウイルス感染の長期化による企業業績の悪化が家計に悪影響を及ぼす。
▲	テーマパーク（業務担当）	・このまま全国的に新型コロナウイルスの感染者数が増加してくると、外出の自粛などで景気が悪くなる。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続き、客の意識が自粛に向かっているため、景気の回復には時間が掛かる。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しないので、当分の間景気は良くならない。
▲	住宅販売会社（営業所長）	・新型コロナウイルスの影響による客の収入に対する不安もあり、景気はやや悪くなる。
×	商店街（代表者）	・今後も現状から変化がなく、消費を控えることに慣れてしまった客が一層余計なものを購入しなくなるので、景気は悪くなる。
×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの第2波が懸念されており、景気は悪くなる。
×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で景気の先行きは暗い。
×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で景気の停滞ムードはまだまだこれからも続く。日本では地域で感染者が1人でも出れば一斉に自粛が広がるので景気が元に戻るとはとても思えない。効果的なワクチンが開発され接種が可能になるまで景気はこのまま変わらない。
×	一般小売店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で景気後退が進み、デフレ基調がますます強くなる。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今は緊急対策で資金が回っているが、年末までには倒産や廃業が多くなる。
×	百貨店（販売計画担当）	・新型コロナウイルス第2波の到来や冬のボーナス支給額の減少に対する懸念もあり、客の買い控えムードが加速する。
×	スーパー（財務担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業の終了や新型コロナウイルスの影響による客の収入減少のため、来客数や購入単価が減少し、売上も減少する。

	×	コンビニ（エリア担当）	・Go To Travelキャンペーンで他県からの訪問者が増加すると、新型コロナウイルス感染を懸念し、来客数が増加せず、売上が減少する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で廃業する卸業者が出てきており、今後も景気は悪くなる。
	×	家電量販店（店長）	・前年の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動、新型コロナウイルスによる巣籠りや特別定額給付金の給付等による需要の先食いなどから、今後景気はかなり厳しくなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・このまま新型コロナウイルスが終息せず、感染者数が増加すると、再び緊急事態宣言が発令され、日本経済は最悪の事態を迎えるかもしれない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・自粛が原因で経済がますます低迷する。
	×	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルスの感染拡大が続けば、Go To Travelキャンペーンどころではなく、景気はますます冷え込む一方となる。
	×	観光型ホテル（宿泊担当）	・Go To Travelキャンペーンで新型コロナウイルスの感染者が拡大し、個人客が増加しても、団体客は減少する一方である。
	×	通信会社（広報担当）	・新型コロナウイルスが終息するまでは、景気は回復しない。
	×	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの終息の見通しが立たないと生活スタイルが元に戻らないので、景気はどんどん悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・景気が上向いており、今後もこの傾向が続く。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・納期が延期にならない限り生産量が回復し、景気が良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示では1日当たりの受注量が増加しているため、今後景気は良くなる。
	○	輸送業（支店長）	・宅配便は好調であるが、経済活動が停滞している状況で、法人関係の荷動きが低迷している。ただ、一方でネット通販は増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルスの第2波の影響で景気はまた逆戻りする。
	□	食料品製造業（経営者）	・Go To Travelキャンペーンに対する期待はあるが、新型コロナウイルスの感染者数の増加が景気に打撃を与えることが懸念される。
	□	食料品製造業（総務担当）	・多少は良くなっているが、現在の悪い状況が続く。
	□	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響がしばらく続く。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で景気は良くならない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・景気はこれ以上悪くならないが、良くもならず、厳しい状況が長期化する。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・液晶関連素材の販売量に改善の兆しが見られないため、厳しい状況が続く。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・受注案件が増加しないため、工場は現状の定時割れの状況が続く。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから、今後も景気は変わらない。
	□	輸送業（総務担当）	・しばらく新型コロナウイルスの影響が続く。
	□	通信業（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染の拡大傾向により、鈍っていた新規取組への動きが周辺の客の中から出てきているが、まだまだ積極的ではないため、2～3か月では今よりも景気は良くならない。
	□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続く限り需要喚起は望み薄であり、営業スタイルの変革も受け止めながら戦略を考えていくしかない。
	□	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売が回復し、生産台数も増加する。このため、系列の地元部品メーカーの8月以降の受注は増加するが、前年比でみると依然として1～2割のマイナスが続く。
	□	金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルス第2波の兆しが見え始め、地域によっては一部自粛要請の動きもあることから、全国的にその動きが波及していく。

	□	不動産業（総務担当）	・9月を除き、今月と余り変わらない。例年9月は、法人の異動等でやや良くなる月になるが、今年は異動を控えるようになる。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で受注量の減少が進行しており、回復は難しい。
	□	会計事務所（経営者）	・企業活動の再開、強化が必要であるが、新型コロナウイルスの第2波も懸念され、先行き不透明感が強い。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・全国的に新型コロナウイルスの感染拡大が続き、第2波が発生しているようで、景気もやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・災害復旧が落ち着くため、景気はやや悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・民間企業の受注の不透明感が続く。
	▲	輸送業（総務・人事担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、客が消極的な動きをする。
	×	繊維工業（監査担当）	・新型コロナウイルスの影響で、しばらくの間、人の動きが止まる。通販では僅かしか売れない業界なので、人が動かない限り好転しない。
	×	化学工業（経営者）	・1か月先の受注量を決めるのにも苦慮している状況で、引き続き手探りで生産調整となっており、景気の先行きが不透明である。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・緊急事態宣言前よりも新型コロナウイルスの感染者数が増え、今以上に営業活動が制限され、また取引先への装置据付時期の見直し等が行われているため、今後も景気は悪くなる。
	×	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・足元の手持ち工事量の減少で、今後操業が減速する。
	×	建設業（総務担当）	・今後、客が設備投資を控えるリスクが高いため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの動向にもよるが、景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響や米国と中国の対立が顕著になっており、国内においても引き続き積極的な人材投資を控える傾向が続く。
	□	人材派遣会社（支店長）	・新型コロナウイルス感染の第2波が懸念されているが、このままの状況が維持されれば求職者や求人者の動きもあり、雇用のマッチングも進む。ただ、経済の回復が見込まれない状況になると企業の体力がもつか心配になってくる。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・緊急事態宣言解除後、経済は徐々に活発化しており、地元完成車メーカーの協力会社の次年度の採用も今のところ若干減少する程度ではほぼ変わらない。インターンシップを就業型で実施するのは困難で、Webインターンシップを検討する企業が出てきており、全体的にはインターンシップのサイト掲載企業が減少している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・飲食業やサービス業に加え、輸出産業や製造業も大きな打撃を受けており、新型コロナウイルスの今後が見通せない状況で、経済の停滞、更なる景気の減速も懸念される。
	□	職業安定所（事業所担当）	・新型コロナウイルスの影響が様々な業種に現れ、雇用調整助成金等の申請相談も多く、雇用環境の悪化も継続している。雇用保険関係を前年同期と比較すると、適用事業所数は、5月が1.8%増、6月も1.8%増、被保険者数は5月が1.4%増、6月が0.9%増と共に微増で推移している。新規求職者数を前年同期と比較すると、5月が17.8%減、6月が9.4%増となり、有効求職者数を前年同期と比較すると、5月が11.1%減、6月が3.5%減となっている。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・説明会の開催を再開している企業も見受けられるが、新卒採用に積極的な企業の数は減少傾向にある。
	▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	・足元で起きている新型コロナウイルスの拡大が続けば、ここまで高水準で推移していた有効求人倍率が1.0倍を割る水準まで下落する。そうなれば、これまで雇用維持に動いていた企業が、固定費の削減へと態度を変える可能性が出てくる。
	▲	職業安定所（雇用関連担当）	・新型コロナウイルスの感染が拡大しているため、景気はやや悪くなる。

▲	民間職業紹介機関（職員）	・緊急事態宣言解除後、新型コロナウイルスの感染者が拡大し、経済とのバランスをどう保つのがはっきりしないなか、投資も含め様子見状態が続くため、景気の先行きは不透明である。
▲	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	・ホテル、ブライダル業界では、毎年行っていた新卒採用を取りやめる企業も多い。新型コロナウイルスの再拡大に伴い、新規雇用を控える企業が出始めていることから、今後景気は悪くなる。
▲	学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気が悪くなる材料しかないため、今後、景気は悪くなる。
×	人材派遣会社（支社長）	・人材業界では、契約期間の節目となる9月末に更新なしによる契約終了が増加すると見込まれており、大手各社では20%程度が契約を終了する見込みである。新型コロナウイルス発生以前とは一転して、極端な買手市場になる。
×	求人情報誌制作会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの第2波が懸念されるため、景気は悪くなる。
×	職業安定所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で、特に製造業、宿泊業、飲食サービス業では雇用環境が急激に悪化し、求人募集の取りやめや採用計画の見直しをする事業所が見受けられているため、今後景気は悪くなる。
×	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスの影響で人の流通が阻害され、経済活動に悪影響を与えており、今後も求人の回復には至らない。