

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 (東海)	◎	乗用車販売店（従業員）	・全体の動きは潜在的には悪くない。今後需要が増えて景気が良くなるのではないかと漠然と見込んでいる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスの第3波が来なければ、確実に回復する。第3波が来たとしても、第1波、第2波での経験が活き、経済へのダメージを最小化しつつ対応できると考える。
	○	一般小売店〔書店〕（経営者）	・最近再び新型コロナウイルスの影響が少しずつ出て、余り良くない状況になっているが、期待を込めて良くなってほしいと思っている。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き新型コロナウイルス禍の影響が残ると思われるが、例年、秋期以降年度末までは受注増加が予測される。
	○	コンビニ（エリア担当）	・良くなる根拠などないが、人の動きが今よりは増えてくると思う。
	○	乗用車販売店（従業員）	・前年と比較しても徐々に販売台数は戻りつつある。
	○	旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの効果が出てくると見込み、やや良くなると判断する。
	○	テーマパーク（職員）	・屋外施設なので出掛ける先に選ばれやすい。
	○	ゴルフ場（支配人）	・9～10月はゴルフシーズンとなるが、入場者予約数は前年同日と比べ伸び悩んでいる。今もなお新型コロナウイルス感染症は拡大しており、先行き不安であるが、今よりは少し良くなると期待する。
	○	美顔美容室（経営者）	・8月から新たなキャンペーンを始めるため、セット販売商品の売上が見込める。
	○	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・県内の新型コロナウイルス感染者が増加してきているが、営業自粛を求められる限り、客に必要なサービスを提供し続けられると見込んでいる。
	○	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・ここ数か月はリフォーム工事を主体に受注していたが、内装の新築工事を数件受注した。
	□	商店街（代表者）	・このまま続けるか、全く新しい考えで商売をするか思い付かない。
	□	商店街（代表者）	・再び新型コロナウイルス流行の兆しが出てきていることから、インターネット以外の物販は厳しくなりそうである。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの第2波となる感染者数の増加傾向で、来客数が極端に減少している。先行きが分からない。
	□	商店街（代表者）	・連日新型コロナウイルス感染者が増えつつあるなか、Go To Travelキャンペーンなどにより、今後も感染者が減少傾向に向かう可能性は低い。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が減らないため、このままの状況が続くと思われる。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国と地方の考え方の差異を埋めることが今後を左右する。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響を受ける業種のため、先行きに関しては新型コロナウイルスがどのように終息するかによると考える。
□	百貨店（経理担当）	・今後の景気については、実際のところ想像が付かない。新型コロナウイルス次第で大きく変わると思う。ただし、良くなるとしても徐々にしか良くならないと思う。	
□	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルスの状況が読めないため、どうなるか見通しを立てられない。	
□	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの終息がみえない限り、この状況は続くと考えている。	
□	スーパー（総務）	・新型コロナウイルスの第2波が来ており、外食を控えているためか食料品の売上が良く、このままの状況が続くと見込まれる。	
□	スーパー（販売担当）	・夏休みになりイベントが多く、例年のように来客数も増加すると思われる。	
□	スーパー（ブロック長）	・新型コロナウイルスの第2波への警戒から食品スーパーには追い風となるかもしれないが、帰省や行楽関連の消費がない分、大きな伸びは見込めない。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染者数増加もあり、内食は続くと思う。いまだにパスタ、たこ焼き粉、ホットケーキ粉など入荷が不安定な商品がある。それが安定供給されれば更に売れると思う。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・新型コロナウイルスの収束状況にもよるが、当面は現在の状況が続くことが予想されるため、引き続き内食の需要は高く、食料品店にとっては好況が期待できる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染拡大は一時的に沈静化したが、ここに来て再び感染拡大傾向にあり、オフィス立地店や駅前立地店などの来客数が減少傾向にある。来店動機となる販促・サービスで拡大を目指す。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス対策の抜本的な改善が進まない想定することから、現在の過度に少ない来店状況は持続すると思われる。また、季節も寒くなっていくことから、夏季よりも購買意欲が減少していく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響がどこまで出てくるのかが分からない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの終息宣言が出たとしても、慎重に行動する人が多いため、来店しての購入は望めない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・当店に来店する客に関しては、余り変化は感じられない。例年どおりである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・このところの感染者数の推移を考えると、戻ってきていた人の動きがまた鈍くなる可能性がある。皆、様子をうかがっている状況に見受けられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスに関する不安からか収入面での変化からか、先行きに不安を感じるのので、国の補償や対策がみえない限り景気が良くなると思えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後も変わらないだろう。今年は覚悟しなければならない。このままでは年末の社員ボーナスも出せない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの再拡大で、今まで以上に厳しい状況になると思われる。感染者が出れば店舗の閉鎖もあり得るので、他人事では済まない状況に置かれていると身に染みて感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔書籍〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響によりテレワークや巣籠り需要が多い状況が続くと思われるため、しばらくは売上アップの状態が続くと見込まれる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・新型コロナウイルスの対策として、国はもっと主導権を持って発信してほしい。自治体の方が優先されているように見受けられるが、それは違うと考える。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・新型コロナウイルスへの対応により、これまでと同様とはいかないが、消費者は消費対象としての新たな楽しみを探している。Go To Travel キャンペーンや給付金の給付も、購入意欲の増加につながっている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・7月中旬以降感染者が広がっており、ネガティブな情報が流れている。政府には経済を止めたくない意向がみえるが、1週間ごとに状況が変わっている。ある程度感染を許容している客もあり、宿泊予約にも大きなキャンセルはなく、このような状況の中でもレジャーを楽しむ客も根強くいる。感染状況によるが不透明な状況を迎えている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・宿泊者数と食堂は今月と変わらないとみるが、宴会が前年の20%台では全社で40%台に乗せることもできない。さらに、年末年始の恒常的な大型宴会も解約され始めており、間違いなく年内は今と同じ状況が続き、前年比5割回復は相当先になる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・Go To Travel キャンペーンが予想より早く始まり、準備ができていないなかで全国的に感染者が増え、徐々に増えてきた問合せも、旅行＝反社会的発想、といった風潮になり、キャンペーンが始まる前よりも悪い状況になってしまった。

□	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス禍のGo To Travelキャンペーンは不安だらけで、効果が現れにくいと考える。キャンペーン枠をもらっても9月以降の旅行ではどうなるのか等、Go To Travelキャンペーンは不明なことだけである。説明会だけでは説明が不十分で、コールセンターも回線が繋がらない。割引をいつからしたらいいのか、既に出発した分はどうしたらいいのかなど困惑する状態で不安である。
□	旅行代理店（営業担当）	・多少感染が拡大しても、Go To Travelキャンペーンが継続する限り、熱心な旅行ファン層は取り込めるため、一定の効果はあると思う。しかし広い層にキャンペーンを利用させるには、各業界のガイドラインをその時点の状況に見合った内容に常に見直すことなどが必要である。当初策定されたまま1文字も見直されないのは疑問である。
□	タクシー運転手	・長い間繁華街の人出が少ない状況が続いている。3か月前という短期間で状況が変わることはないと思われる。
□	タクシー運転手	・一度落ち込んだ景気はなかなか戻らない。
□	通信会社（企画担当）	・本市では新型コロナウイルス感染が拡大しており、外出自粛や他社による訪問営業抑制が進むと、当社のサービスが選ばれることも期待できるものの、低価格サービスへの移行は進むものと考えてるので、結果的には横ばいが見込まれる。
□	通信会社（営業担当）	・またしばらくは有線インターネットを希望する状況が続くと思われる。
□	観光名所（案内係）	・新型コロナウイルスの先行きによって変わってくるが、景気が良くなることはないのではないかと思う。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・県内の新型コロナウイルス感染者が増えてくることで、公共施設の利用が控えられるとみられるので、現在の状況が続くと見込まれる。観光列車も予約が入っていない状況である。
□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により客が外出を控えている。8～9月は暑さにより車で来店する客も少ないため、景気は悪いままである。
□	設計事務所（経営者）	・悪い状態のまま変化しないのではないかと。良くなる条件がそろわない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・客足は回復傾向にあるが、再び新型コロナウイルス感染者数が県内で増加傾向にあり、4月の状況に戻るのかと懸念している。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染者が広がりをみせている。以前のような自粛をすれば景気は停滞すると思う。
▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・新型コロナウイルスのワクチン、治療薬が開発されると景気は変わる。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染者が増え続ける限り客足は遠のく。景気の落ち込みは深刻になる。
▲	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・2～3か月先も新型コロナウイルスが終息して景気が良くなっているとは思えない。人との付き合いが狭まり、法人関係も売上が上がらずコストダウンで広告宣伝費を削っていく方向にあると思われる。一部には自己、社員ののために使う会社もあるため多少の売上はあるが、全体的にみれば2～3か月先もマイナス傾向が続き、やや悪くなると考える。
▲	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの対策により外出自粛となると、新しい靴を買う必要もなく売上也厳しい状況となる。メーカー側も大量には製造しておらずサイズも少ない状態であり、厳しい売上也となっていくことを懸念する。
▲	百貨店（総務担当）	・感染の再拡大等により客足が鈍っている。また、お盆の帰省等の客による土産等の購入も少なくなる可能性が高く、売上也とても、大変厳しい状況である。
▲	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染者数の急激な増加のタイミングにあわせて、繁華街に滞在する人の数が一気に減ったように感じられる。それに伴って来客数の減少が顕著にみられるため、やや戻りつつあった消費意欲が減退していくように見受けられる。
▲	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの発生状況が改善されないため、各店舗の来客数が落ち込んでいる。

▲	スーパー（店長）	・地域の新型コロナウイルス感染者数が増加しており、幾ら感染対策を行っていても、いつ自店から感染者が出てもおかしくないため、今は良くても先のことは分からない。
▲	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスによる地元の夏祭りの中止で飲食店の買上はゼロになり、長雨による影響で野菜の価格が高騰し始めているので、しばらくは我慢が続くと思う。
▲	スーパー（商品開発担当）	・新型コロナウイルスの影響により大きく変わるため、何ともいえない。現行の売上は通常よりもやや良いが、これが継続する見込みはなく、今以上に良くなることは難しいように感じる。
▲	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの第2波が来たといわれ、全ての商品の売上回復が望めない。青果部門の天候不順による商品供給の縮小や、輸入商品の供給回復の遅れも懸念材料になる。
▲	コンビニ（企画担当）	・新型コロナウイルスは感染拡大傾向にあり、再び外出自粛の状況になれば、4～5月の状態に戻る可能性がある。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者が増加傾向であり、再び自粛生活に戻れば売上も低迷しそうである。
▲	コンビニ（本部管理担当）	・長梅雨による天候不順と新型コロナウイルス第2波で、先行きの景気に期待感がない。特に小売業界は天候不順により売上に影響を受ける。また、新型コロナウイルス第2波に対するテレワークの推進も、都心部では来客数減少の大きな要因となる。ウィズコロナの試行錯誤が続き、景気にも影響が出ると考える。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大次第である。見通しが立たない。
▲	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの第2波を受け、外出などを控える傾向になっていくように見受けられる。今後の動向としては、秋～冬に掛けて新型コロナウイルスも活発になり非常に経済状態も厳しくなっていくと、第1波の状況を踏まえると推測ができる。早く新型コロナウイルスに対応できるワクチンができることを祈っている。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルスの第2波が到来するなか、Go To Travelキャンペーンなどの外的外れな施策による感染拡大が懸念される。家電業界では新型コロナウイルスの影響はプラスに働いた面もあるが、第2波では店舗での感染拡大も懸念され、店舗休業、感染対策費用や来客数減少等への不安は募る。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・現在も新型コロナウイルス感染者が増えてきているが、秋～冬に掛けて更に感染者が増えて、外出自粛により消費が落ち込むと思う。
▲	乗用車販売店（経営者）	・今後新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛が、業況に大きく影響しそうである。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・来店客の雰囲気から悪い話はなく、販売量も戻り回復傾向に感じていた矢先、連日の全国的な新型コロナウイルス感染者数増加に、先行きの不安を感じている。感染者がこのまま増加するようなら、逆戻りするのではないかと思う。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・今の状況だと新型コロナウイルスの感染者数は増えてくるため、客の消費マインドも下がってくるとみられる。
▲	その他専門店 [貴金属]（経営者）	・新型コロナウイルス第2波の影響次第で変わってくると思われるが、万一緊急事態宣言の再発があれば、最悪のシナリオになる。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・売上高は前年比マイナス4.3%、来客数は前年比マイナス8.8%である。
▲	高級レストラン（経営企画）	・第2波、第3波を想定せざるを得ない。安全安心の対策は行っていくものの、営業自粛要請の可能性や来店頻度の低下など、先行きが見えない。
▲	一般レストラン [居酒屋]（経営者）	・飲食店は悪という世の中のムードがある。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加しており、落ち着くとは思えない。
▲	一般レストラン（経営者）	・県内でも7月中旬から、また新型コロナウイルス感染者が増えている。売上は見当が付かない。少しの先もみえず、今は最低限のスタッフで店を営業している状態である。

▲	その他飲食 [仕出し] (経営者)	・ 順を追って治療法や薬などが確立されていくと思われるが、安心できるまではまだまだ当面は右往左往し、経済も不透明である。体力がなければ次々に廃業せざるを得ない。新型コロナウイルスは、人々には2週間、会社には2か月後くらいでボディーブローのように効いてくる。
▲	タクシー運転手	・ 緊急事態宣言が解除されてちょうど2か月であるが、売上も最悪の4～5月頃と比較すると倍になった。しかし、この1週間の感染拡大で客が夜の飲食をしなくなり、前に戻ってしまうのではないかと懸念する。
▲	通信会社 (サービス担当)	・ 既存客向けの新サービス等も考えていかないと、客離れが生じ通信業界の景気も悪くなる一方である。
▲	テーマパーク職員 (総務担当)	・ 新型コロナウイルスの感染者数が増加していて、東京だけでなく全国に拡大してきているため、外出を抑制する懸念がある。
▲	パチンコ店 (経営者)	・ 新型コロナウイルスの影響で客の来店控えが顕著のため、来客数及び売上も減少傾向にある。
▲	その他レジャー [スポーツレジャー紙] (広告担当)	・ 新型コロナウイルス第2波の影響が大きそうである。
▲	理美容室 (経営者)	・ 客との会話でも皆が外出を控えているようであるため、景気は悪くなっていくと考える。
▲	設計事務所 (職員)	・ 新型コロナウイルスの影響により、ワクチンが開発されない限りは悪い状態が続く。
▲	住宅販売会社 (従業員)	・ 会社も存続を掛けて人事等でいろいろな手を打ち出した。先行きがみえない状況で、悪くなっていくと思われる。
▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	・ 新型コロナウイルス対策の自粛解除後も仕事はなかなか増えず、屋外での仕事だけとなり苦戦している。景気回復には時間が掛かる。
×	商店街 (代表者)	・ 駅や空港などステーション系の売店は前年比で90%ダウンである。これが回復しなければ、景気の回復はない。
×	商店街 (代表者)	・ 新型コロナウイルスの影響で訪問活動が積極的にできず、また、長梅雨でエアコン商材の動きが良くない。この影響はまだまだ続くように感じている。
×	一般小売店 [酒類] (経営者)	・ 新型コロナウイルスの感染が拡大しているとみられるため、外での飲食需要の回復は限定的と考える。しばらく景気回復は望めない。
×	百貨店 (経理担当)	・ 足元における新型コロナウイルス感染症の再拡大によって、今後、緊急事態宣言が再発動される可能性が高く、3か月先には、経済の停滞と失業者の増大によって景気が更に悪化すると考える。
×	百貨店 (営業担当)	・ 新型コロナウイルスの終息がみえず、地方へ広がりつつあり予断を許さない状態にある。
×	百貨店 (販売促進担当)	・ 百貨店でも新型コロナウイルス感染者が続出し、第2波が全国的に猛威を振るっている現状から更に悪化し、百貨店は壊滅的な打撃を受ける。
×	百貨店 (業績管理担当)	・ 新型コロナウイルスの影響の拡大を懸念し、一層の来客数、売上の減少が見込まれる。
×	百貨店 (計画担当)	・ ここ最近になって新型コロナウイルスの感染者数が急増し、来客数が急減しており、この状況が更に続いていくと考えられる。
×	百貨店 (販売担当)	・ 自粛明けで徐々に回復しつつあり特に地方の回復は早かったが、ここに来てまた下がってしまいそうである。客の滞在時間も短く、人数も少ない。
×	スーパー (支店長)	・ 新型コロナウイルス禍の収束に見通しが立たない限り、全てにおいて厳しくなっていくと思われる。経済も個人消費も期待はできないと考える。明るい材料が見当たらない。
×	コンビニ (店長)	・ 新型コロナウイルスの影響から徐々に持ち直していたが、感染者の増加傾向から再び販売量の低下がみられる。また、記録的な長雨と冷夏のために飲料の売上が不振である。秋までのイベントが全て中止のため、売上減少となる。
×	コンビニ (店長)	・ 新型コロナウイルスの終息のめどが立たなければ、良くなることは考えられない。
×	コンビニ (商品企画担当)	・ 新型コロナウイルス感染の拡大懸念により、Go To Travelキャンペーンの縮小が想定されるため、次月以降も客足が更に鈍くなると見込む。

	×	衣料品専門店（売場担当）	・7月に入り県内における新型コロナウイルスの感染者が急増しており、春先の緊急事態宣言時よりも消費者の不安感が増しているように思われる。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・新型コロナウイルスの影響が大きい。感染者が増えれば当たり前だと思う。
	×	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの第2波が来ているため、間違いなく景気は悪くなる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染拡大に伴い客の新車購買意欲の減退は進み、さらに、多くの客から収入が減っているのでは車どころではないという声を聞く。客の店舗への誘導もなかなか難しい状況がまだまだ続くと考えられるので、厳しい状況にあると考える。
	×	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増加し、外出も厳しくなっている。自動車購入の話になるような雰囲気、環境ではなくなると見込む。
	×	住関連専門店（営業担当）	・商業施設の新築及び改修工事では、新型コロナウイルスの影響で延期や中止になっている案件がある。その他の大型工事や中小の建築案件にも同じような影響が出ている。住宅の改修工事も同様で、新型コロナウイルスが終息しなければ、しばらくは良くなる見通しはない。
	×	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・どこのチャンネルでもテレビでは新型コロナウイルス感染者数の話題と災害被害のニュースばかりであり、消費マインドが上向きわけがない。
	×	一般レストラン（従業員）	・第2波の影響が見込まれる。
	×	都市型ホテル（従業員）	・予約数から景気は悪くなると判断する。
	×	都市型ホテル（総支配人）	・当市での感染拡大状況で宿泊予約がない。レストランにも予約のキャンセルが入る。過去にない最悪の状況で、事業存続が危ぶまれるほどである。
	×	旅行代理店（経営者）	・何とか今までは様々な給付金でしのいできたが、あと数か月で廃業をせざるを得ないという話を周辺でも耳にするようになった。
	×	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス第2波が完全にやってきた今、Go To Travelキャンペーン等で申込みを頂いた旅行予約や静観中だった秋口の団体旅行も軒並み再取消しが発生している。4～5月の前年比マイナス97%に匹敵する減少率が旅行業界に再び襲ってくるのは必至である。観光業界の景気が戻る気配は全くない。
	×	レジャーランド（職員）	・学校の夏休みの短縮、新型コロナウイルス感染者数の急激な増加などマイナス要素が多い。Go To Travelキャンペーンは未確定な部分が多く、どれだけの効果が期待できるのか見通せない。
	×	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染の収束がみえない限り難しい。
	×	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波が怖い。
	×	理容室（経営者）	・まだ当分は仕事が少ないと思われる。
	×	美容室（経営者）	・今後新型コロナウイルスの影響がひどくなると見込まれるため、明るい情報もなく、より一層厳しくなると思われる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がこのまま続くと、資本金が少ない会社は倒産に追い込まれるのではないかと心配である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・更に悪化する。倒産なども増えるはずである。住宅の購入どころではない。経済優先で考えてはいけませんが、災害での住宅建築は増えそうである。
	×	住宅販売会社（従業員）	・高齢の一人親方達が廃業する事例も出てきた。将来、仕事量が増えても職人を確保できなくなる可能性が高くなってきた。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・移動制限があつて客先を訪問できないが、北米での引き合い数が少しずつ増えてきている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの終息を迎え、客先の業界も活気を取り戻し、設備投資も増えるのではないかと期待も込めて、景気は良くなるのではないかと見込む。
	○	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・現在の売上よりは良くなると見込んでいるが、利益が出るほどの売上水準になるかは分からない。

○	通信業（総務担当）	・科学的な新型コロナウイルス対策がみえてくれば、人が自由に活動することになり、一気に消費が戻ってくるはずである。
○	不動産業（経営者）	・8月は例年同様に晴天の日が多くなるとの予報であるが、今後も新型コロナウイルスの影響が少なからず続くともみている。公共交通機関利用者が減少している間の売上は厳しい状況が継続するが、少しずつ改善傾向になっていくともみている。
○	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新型コロナウイルスで客側のプロジェクトが停滞したが、再開されて開発案件の依頼が増加すると思われる。
○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・先は読めないが、新しい製品を常に作り続けていればそのうちヒットすると考える。足元の不況は3年続くといわれているが、先のこととは分からないため、努力し続けるしかないと思っている。
□	化学工業（総務秘書）	・自粛は疲れるし後ろ向きな方法であるため、共存の工夫が進むし、進めなければならない。感染者を責めず感染場所を開示し、共存していくマインドが必要だが、自粛疲れで政策や国民感情が逆の方向に向かっている。これ以上経済を犠牲にしてはならないという危機感が芽生えている。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加するなかで、訪問しての打合せが再度難しくなり、新規案件が進められず伸び悩みが懸念される。
□	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、変わらないものと考えている。
□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みが変わらない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・どのような影響が出るかは、依然として不透明である。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの状況次第であるが、生産が止まることはない製品を作っていることもあり、現在の状況が横ばいで続くと見込む。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍の中、IT関連産業は好調であるものの、一方で飲食産業や旅行産業等の落ち込みが大きく、今後社会全体にどのような影響を及ぼしていくのかが気になる。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・米国の景気が回復しなければこのまま下がる一方であり、良くなる要素がない。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・新型コロナウイルス第2波による外出控え等で、良くはならないように見受けられる。
□	建設業（営業担当）	・業種によって新型コロナウイルスの影響は変わるため、政府の対策も現場に寄り添ったものにしていかないと、新型コロナウイルスの第2波、第3波となったときに景気自体が悪くなると考える。
□	輸送業（従業員）	・やや良くなると考えたいところであるが、7月の新型コロナウイルスの状況では、物流の回復はまだまだ先になりそうに感じられ、全く見通しが立たない。
□	輸送業（エリア担当）	・新型コロナウイルス拡大で、改めて宅配は増えると思われるが、商流貨物は減っている。
□	輸送業（エリア担当）	・世界中でノーマルな活動に戻らない限り、物流量は元に戻らない。
□	輸送業（エリア担当）	・景気が変わらないというよりは、分からないというのが近い。今月に入り1日の荷物取扱量が徐々に増えてきているが、これが本当の景気回復かは分からない。お盆辺りの荷物取扱量をみて見極めたいと思っている。
□	通信業（法人営業担当）	・新型コロナウイルスの第2波といわれるように感染者が増え続けている。緊急事態宣言が解除されたこともあり、気の緩みが大きくなっている。こうした状況では経済活動にも思うような動きが出てこない。
□	広告代理店（制作担当）	・例年なら秋の商戦に向けて様々なイベントの準備等が始まる時期だが、今年は新型コロナウイルス感染拡大のため延期や中止になりそうな案件が多い。
□	会計事務所（職員）	・テレワークが終わり通常勤務を再開したところが多いが、社内で感染者が出ると、また外部業者は出入り禁止になる。飲食店等でも客足が以前の6割程度しか戻っていない。

	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・当面はこの状況が続くことが予測され、回復には更に時間が掛かると思われる。
	▲	化学工業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染者が増加傾向にあり、先行き不透明である。良くなる要素が今のところない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・先行きの開発案件などが滞り気味という声をあちらこちらから聞くので、仕事量が余り出てこないという懸念が強い。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響は当分続くと思われる。それに加えて米中の対立が先鋭化しており、先が見通しにくくなっている。サプライチェーンの再構築は進められているが、変化のスピードについていけるかは未知数である。
	▲	輸送業（経営者）	・今の経済状況を満たす分だけの物の供給では、前年並みの物量を確保できない。
	▲	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で消費需要が伸びない結果、物量が伸びてこない。特に、消費減少に伴う設備投資の縮小などで、景気回復への好材料が見当たらない。
	▲	金融業（企画担当）	・直近の新型コロナウイルスの感染拡大もあり、やや緩んだ感染対策を再度強化する企業が増えてきている。これが続くと、景気は更に悪化するとみられる。
	▲	不動産業（経営者）	・7～8月の企業業績、個人消費は低迷する。物件数は増加すると思われるが、成立率は低迷しそうである。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・自粛と緩和を繰り返しながら、やや悪い状態がしばらく続く。
	▲	行政書士	・新型コロナウイルスの影響が続く。ドライバーを1週間交替で休ませている業者もある。
	▲	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの感染が再び拡大しており、特にサービス業などでは、既に予約のキャンセルなど消費活動が低迷し始めている。何かの対策をしない限り、この先感染拡大が続き景気も低迷する。
	×	食料品製造業（営業担当）	・取引先の休業等今後の回復の見込みはなく、更に深刻な状況になると見込まれる。
	×	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・新型コロナウイルスの第2波が表面化し、今後の受注量、販売量もいつ回復するか見通しが立たず、景気は悪くなる。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が出ている。特に外食産業や小売業等は大変になっている。今後、更に感染者が増加して緊急事態宣言が出されると、考えるだけでも怖い状態になる。
	×	鉄鋼業（経営者）	・製造業はこれから悪化が加速すると思われる。今年度の企業の収支見込みが明らかに悪くなると予想されているため、新規設備などの案件が大幅に落ち込むことに加え、公共工事も新型コロナウイルス対策予算へのシフトを受けて、増加は見込めないという話が出ている。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・米中関係が不透明で、我が国の立ち位置としてどちらかを選択するようになれば半分がなくなるということもありうる。中国での生産について今のところ悪い情報は無いが、米国との関係を考慮に入れると逆に心配になる。それこそ突然のロックダウンもありうる。
	×	建設業（役員）	・新型コロナウイルスの第2波が確実ななか、今後は自粛要請や厳しい規制が考えられるので、市場は冷え切るだろう。
	×	通信業（法人営業担当）	・新型コロナウイルス第2波は予想より早く来た。経済の立て直しもできないまま、より一層深刻な状態になっていくように感じる。働く人のマインドが新しいことに向かわないのが、一番の問題である。
	×	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの第2波が来ており、将来的な不安もあり製造業の生産や飲食店の集客にも不安ばかりである。この先数か月は、景気としては評価するに値しないほど悪くなるイメージを抱いている。
	×	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症の影響は、この後本格的に発生すると思われる。新型コロナウイルス感染症の終息がみえない。新型コロナウイルス感染症により、人々の生活様式や消費行動が変わり、ウィズコロナの企業業績への影響は甚大と見込まれる。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・最大手の自動車メーカーにおいては、新型車種や北米向け輸出の生産ラインは上向きに推移し、別の大手自動車メーカーも徐々に良くなっている。厳しい状況が続く自動車メーカーもある。

□	人材派遣会社（社員）	・まだまだホテル業界には良くなる兆しが見えない。
□	人材派遣会社（営業担当）	・主要客の自動車メーカーとの受託取引は、10月から予算削減が始まるという意味では景気が悪くなるが、予算削減に伴う業務終了者はほぼ出ない予定で、エンジニア稼働率は今と大きく変わらない。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・既に第2波が始まり、市民のマインドは自粛モードに支配されつつある。
□	職業安定所（所長）	・6月に新規求人数の減少幅はやや縮小したが、最近の新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、先行きは厳しい。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響が続いており、感染状況がどうなるかによって景気の方向が変わると見込まれる。
□	職業安定所（職員）	・会社都合の離職者が増加してきているので、まだまだ厳しい状況が続く。
□	民間職業紹介機関（支社長）	・揺り戻しはあったが、ここから先に良くなる材料は今のところ見受けられない。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルス禍の影響により事業の見通しや予測が立たない企業が多く、回復はまだ先になる可能性がある。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・看護学部において、新型コロナウイルスの影響で病院の採用試験が中止又は延期となり、前年同期と比べて内定率も下回っている。
▲	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの感染者数が増大しており、景気動向は見通せない状況にある。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・リモートワークが増加するなかでオフィスワークの人材派遣需要が減少し、9月末契約終了は前年を上回る見込みである。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響はまだ続く。行ったり来たりを繰り返すと見込まれ、体力のない企業の倒産や廃業が増えていくと考える。
▲	職業安定所（職員）	・県内や隣県の新型コロナウイルス感染者数の増加が著しい。第2波という見解もあり今後自粛要請等が出された場合、持ち直し始めた経済活動の流れが鈍化又は後退し、求人、求職に影響が出る可能性がある。
▲	職業安定所（次長）	・引き続き派遣労働者を中心として雇止めが多い状況にある。
▲	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの感染拡大が一旦落ち着きをみせた時期があり、それに伴い求人求職の数値に改善がみられたところもある。最近では感染が拡大している状況にあり、状況を注視する必要がある。もし感染が今以上に拡大すると、景気は悪くなると考えられる。
▲	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの感染拡大傾向が顕著となり、新規求人数の減少傾向が続いている。また、事業主都合による離職者が増加傾向となっている。
▲	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルスの第2波ともいわれる感染状況が、景気回復を妨げている状況である。先が見えないため求人を見合わせている企業が多く、例年より依頼数は減少したままである。逆に求職者は増えているが、業務経験やスキルなどがマッチング可能な層とは異なる。
×	人材派遣業（営業担当）	・自粛傾向が再度強まる可能性がある。これにより消費は更に落ち込み、再び国民への給付金を求める声が大きくなると考える。
×	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス第2波の動きから、企業のテレワークの再開と求人数の落ち込みが見込まれる。
×	人材派遣会社（営業担当）	・各企業が中途採用を抑制しており、有効求人倍率が下がり続けている。特に派遣の新規受入れはほとんどの企業がストップしており、しばらくは変わらないと見込んでいる。
×	人材派遣会社（営業担当）	・先行き不透明感が強い。