

1. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で自粛の雰囲気が出始めた時期だったため、かなり売上が落ちた。その時期と比較すると、7月の売上は150%程度となっており、前年とほぼ同様な売上に回復している。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で減少していた客足が、少しずつではあるが回復してきている。
		百貨店（役員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに係る緊急事態宣言の終了後、景気は良くなってきている。ただ、今後も景気の良さが持続するかは見通せない。
		百貨店（営業販売促進担当）	来客数の動き	・6月後半にみられた特別定額給付金の効果が薄まったこと、セール時期を前倒しした前年の反動があったことなどから、7月前半の売上はかなり苦戦したものの、中旬以降は日を追うごとに前年に近い水準まで戻ってきている。ただ、来客数は年配客を中心に大きく落ち込んでおり、回復傾向がみられない。
		スーパー（店長）	それ以外	・3か月前は新型コロナウイルスの第1波のピークであり、店舗内の専門店街は営業を自粛して休館した。一方、現在は来客数、売上共に回復傾向にあることから、景気はやや良くなっている。ただ、実際には景気が不安定なまま推移している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・自粛要請のあった3か月前と比較すると、来客数、買上点数共、圧倒的に伸びている。衣料品や日用品は、前年と比較して遜色のない数値まで回復しているほか、マスク、ホビー、食品なども好調に伸びている。一方、化粧品は、メイク関連での落ち込みが大きくなっている。また、水着、浴衣、キャリーケースなど、今年使用する機会がないようなカテゴリーの商材はいまだに前年の2～3割にとどまっている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・移動制限が解除され、ビジネスが動き始めたことで、少しずつではあるが、各業種の景気が以前よりも活性化してきている。来客数も土日を中心に増えており、受注も少しずつではあるが回復している。
		自動車備品販売店（店長）	単価の動き	・必要な商材の購買が増えてきている。ただ、必要なものと不必要なもののメリハリを個々の客がはっきりとさせるようになってきている。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除以降、販売量が徐々に回復している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上は昼食を中心に前年の30%を超えてきた。状況としては悪いが、少し先が見えてきた。ただ、SNSの投稿をみると、飲食店の紹介記事が少しずつ増えてきているが、おうちご飯の記事がいまだに多く、客の外食への抵抗感が残っていることがうかがえる。自分自身も東京からの出張帰りの人を冷静にみてしまうことがある。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・僅かではあるが、来客数が増えている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・行政や地方自治体による観光需要喚起のキャンペーンの効果により、若干の集客がみられた。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により落ち込んだ航空機の利用者数は、5月が前年比7.7%、6月が前年比16.3%となっており、回復傾向に転じてきている。7月末から欠航便が就航を再開し始めたことも航空機利用者の増加につながっている。しかし、期待していたGo To Travelキャンペーンにおいて、東京都内の発着が除外されたことで、地元から東京への需要、東京から当地への観光需要のいずれも伸びが鈍化してしまった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの影響が最も深刻な月であったため、その時期と比較すると、景気はやや良くなっている。ただ、自治体独自の旅行代金補助事業やGo To Travelキャンペーンの効果により、家族などでの個人旅行のみ取扱が増加している状況であり、当店主力の企業、組織の団体旅行はいまだに客先の警戒心が強く、7月も全く取扱のみられない状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3か月前の緊急事態宣言中は当店が入居している商業施設自体が休館となっていたため、予約は皆無であった。7月に入ってからは、どうみん割引などの経済政策により、宿泊予約が少しずつ増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・国や自治体の特別定額給付金やGo To Travelキャンペーンなどの効果で客が動き出した。また、客が動き出す気配も強まっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・外出自粛要請が解除されたことで、4～5月と比べると景気はやや良くなっている。ただ、例年開催されるイベントなどが自粛されたため、人の動きはそれほどみられない。Go To Travelキャンペーンも東京が除外されたことで目立った動きがみられない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・前年の約8割にまで来客数が回復したことに加えて、新機種の購入や乗換えを行う客が想定よりも多かった。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・7月26日時点の利用乗降客数は前年比24%であった。5月は全日休業、6月は前年比6.4%であったことから、少しずつではあるが、客足は戻りつつある。ただ、この回復ペースでは、事業全体は赤字続きであり、非常に厳しい状況にある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・自粛解除により来客数は徐々に増えているが、元の状態には程遠い。第2波の感染拡大が起これば、景気は再び悪化することになる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・7月に入り、当地においても10名以上の新型コロナウイルス感染者が出たことから、区域内への来街者が減少傾向にあるなど、消費者の外出自粛がいまだに続いている。店舗によっては、現金1割還元セールなどを行っているが、現状目立った効果はみられない。ただ、地元住民の来街が減少している一方で、週末は道内他都市ナンバーの車両が散見されることから、土産や飲食などの一部業種では、一定の売上を上げているとみられる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による景気低迷に加えて、長雨や大雨による作物高騰の影響が重なり、2～5月の水準を上回ることができない状況にある。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	それ以外	・毎日発表される新型コロナウイルス感染者の人数が出入を左右する状況が続いており、売上が厳しいまま変わらない。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・3か月前は、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて自主休業していた期間中であったため、単純に比較できないが、来客数、買上客数共に前年と比べて大きなマイナスとなっている。ただ、客単価が前年並みの水準に回復するなど、良い兆しもみられるようになってきている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の解除後、地方の市町村部では平常時の状態に戻りつつある一方で、都市部では引き続きまとめ買いを中心とした売上の増加傾向が続いている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・ここ数か月、売上の良い状態が続いている。消費者はいまだに外食を控えており、内食比率の高い生活を送っている。また、新型コロナウイルスから身を守る行動の一環として、買物回数を減らし、1回の買物でまとめ買いする傾向がみられる。そのため、前年と比較して、来客数が減少している一方で、買上点数が増加している。全体の客単価が上昇することで売上が底上げしている。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・7月半ばまで、夏物家電のエアコン、冷蔵庫などの売行きが良かった。特別定額給付金が客の購入を後押ししている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・早く今の状況が変わらないと先々が心配である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・まだ例年並みの販売量まで回復していないが、2～3か月前と比べると客の動きは確実に良くなっている。これまで客も我慢していたのか、気温が高くなってきたことで、そろそろ良いのではと考えるようになり、商談の決まる台数も増えている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車販売の状況を見ると、6月に受注がやや戻ってきた感があったが、7月に入ってから新型コロナウイルスの影響があった4～5月と同じような販売量になっている。
		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・ガイドラインにのっとり新型コロナウイルス対策に取り組んでいる。今年に入り週1日の定休日を設けた影響もあり、7月中旬まで売上は前年比31%で推移していたが、下旬の4連休ではGo To Travelキャンペーンの効果もあり、客に入店待ちをしてもらう状況となった。ただ、最終的な売上は前年比40%にとどまった。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・現状、国の感染症対策に賛否両論はあるが、マスクやSNSによる情報拡散の影響もあり、既にこの問題は感染症としての問題から社会不安という問題に移行している。Go To Travelキャンペーンには大きく期待しているが、経済の回復も重要であるという世論形成が不十分だと感じている。このままの状況が続けば、観光産業にとって取り返しの付かない事態となる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による緊急事態宣言で人の動きがなくなり、当地におけるタクシーの売上は3月がマイナス40%、4月がマイナス50%、5月がマイナス55%、6月がマイナス30%と推移している。6月から少しずつ人の動きが出てきたが、7月に東京を始めとした全国的な感染者の増加や当地繁華街でのクラスター発生に伴い、再び人の動きがストップしてしまった。7月のタクシーの売上もマイナス30%と依然として厳しい状況が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べると景気はやや悪い。ここに来て新型コロナウイルス感染の第2波がみえてきていることで、客の動きが全体的に鈍くなっている。当業界は道内容の需要だけでは持ちこたえることができないと懸念している。
		美容室(経営者)	販売量の動き	・ここ3か月、売上はほぼ変わらない。前年と比べてもほぼ変化はない。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・多少の回復感はあるが、まだまだ先がみえず、手探り状態にある。
		その他サービスの動向を把握できる者[フェリー](従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が相変わらずみられる。国の施策による効果も限定的なものとなっている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・客の反応は決して良いものではない。
		一般小売店[土産](経営者)	お客様の様子	・緊急事態宣言が出されていたときと比べると、ビジネス客やどうしても移動しなければならない人を中心に少しずつ航空機の利用が増えてきた。ただ、観光客は依然として少なく、まだまだ来客数は少ない。例年の6～7月とは明らかに様子が異なっている。
		スーパー(役員)	お客様の様子	・客から道外からの帰省を控えさせたという話をよく聞く。旧盆商戦の盛り上がりも期待できない。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・観光客の減少により、売上の減少が続いている。特にインバウンドの落ち込みによる影響が大きい。
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・中規模イベントを行っても、前年の6割程度の来場者しか訪れない状況であり、売上も前年の8割程度しかない。
		その他専門店[医薬品](経営者)	お客様の様子	・一言でいうとクレジットカード利用者の激減につける。キャッシュレス・消費者還元事業の効果が大きかったことが分かった。新型コロナウイルスの影響はさほど出ていない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・全国的な新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、外出に対する自粛ムードが再燃しており、景気が悪くなっている。

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
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・今後、新型コロナウイルスの影響がどのような展開になるか分からないことから、客の多くは大きな買物に対して慎重な姿勢を取っている。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除を受け、商業者は景気が回復することを待ち望んでいたが、回復には程遠い売上しかなく、大いに落胆している。再度の感染者増加も背景にあるが、植え付けられた恐怖心は根深く、特に中心部の繁華街や商店街は目に見えて避けられている。少し上向いた時期もあったが、小規模のクラスターが発生したことで、家族から繁華街に行くことを禁止され続けている人も多く、回復の兆しは全くみえない。今後、一層の苦境に陥ることが懸念される。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・昼カラでの感染拡大が原因となり、道外からも他市からも観光客が全く来ない状態である。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で観光客が減少している。直接的な影響は余りないが、間接的にじわじわと影響が広がっている。
	×	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響を受けて、来客数の減少と客単価の上昇が同時に起こっている。また、キャッシュレス・消費者還元事業が終了したことで、前月の駆け込み需要の反動が生じている。夏のイベントがなくなったことで、外販の売上も大きく減少している。夏場は、外販の売上貢献度が高いため、その分、落ち込み額が大きい。全体の景気は以前よりも悪くなっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・5～6月はほとんど営業していなかったため、参考外であるが、7月は前年の6～7割近くまで客が戻ってきている。ただ、利益が出るような状態にはなっておらず、まだまだ赤字が続いている。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・運送収入は6月と比べれば持ち直しているが、当地で新型コロナウイルス感染者が確認されたことにより、一気に人出が減少した。さらに、大都市圏での第2波とみられる感染拡大の報道が人出の減少に拍車を掛けている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、貸切ハイヤーや観光ハイヤー、インバウンド、イベント関係での依頼がほとんどゼロであり、悪い状況のままである。普通タクシーの売上も前年と比較すると40%の落ち込みとなっている。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスが終息しても、みえない恐怖と不安がなくなることはないため、客の心理は当分変わらない。
	×	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で建築スケジュールや計画が遅延している状況がみられる。
企業動向関連 (北海道)		-	-	-
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自粛の緩和に伴い、経済が少し回り始めている。請負物件も動き始めた。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・経済活動が緩やかに回復していることで、飲料関連の容器や生乳の荷動きが出てきている。ただ、紙パルプや住宅建材の動きは相変わらず鈍い。今後は、特に関東地区での気温の推移と梅雨明けのタイミングなどによって物量が左右されそうである。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、経済活動の再開とウィズコロナ関連での需要により案件が増加しており、当社の景況感としてはやや良くなっている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・経済活動が再開されたことで、外出自粛などが行われていた3か月前と比べると、景気はやや良くなっている。ただ、新しい生活様式への対応など、経済活動への制約があることから、持ち直しペースは緩慢である。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、遅れていた各工事が動き出した。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が懸念されていたが、建設工事は前年を上回って推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・観光に関わる業種については、依然として厳しい状況にあるが、他業種に関してはやや回復傾向にある。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新年度発注分の公共工事はほぼ例年どおりの発注量で終わったが、民間工事は新型コロナウイルスの影響でホテルやマンションを中心に発注が凍結されている。全体の受注量は例年と比べて低調である。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で発注者との対面での打合せが進まなかったことで、これから本格的な施工が始まる土木工事現場が複数ある。出来高の積上げも当初見込みと比べて遅れている。一方、民間建築は次年度以降の新規案件の受注引き合いが少ない。
		司法書士	取引先の様子	・取引先の様子から若干上向きの傾向もみられるが、建設業や不動産業の関連業種では伸び悩みの状態が続いている。
		司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きく、景気回復の兆しははるか遠いとみている。首都圏や大阪などの地域で毎日多数の感染者が確認されている状況では、Go To Travelキャンペーンもかすんでしまう。また、心理的な萎縮が、住宅の新築や土地の取得にも影を落としている。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・業種にもよるが、新型コロナウイルスの影響が広範囲で数字となって表れてきている。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前も悪い状況だったが、そこから更に1割ほど落ち込んでいる。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・7月の販売量が前年比マイナス2%だったのに対して、3か月前の4月の販売量は前年比プラス11%だったことから、景気はやや悪くなっている。
	×	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・戸建て住宅の着工件数が3か月連続で前年を下回って推移している。
	×	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、大型イベントが軒並み中止となっているほか、再び外出自粛の動きもみられるようになってきているなど、景気が上向き要素が全くない。
	×	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・営業活動の自粛や新しい営業スタイルの導入などで、受注に向けた事前の営業活動を思いどおりにできない状況にあり、その影響が出始めてきている。
雇用 関連 (北海道)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3～5月は、増員を計画していた求人が一気に取り下げられ、求人数がおおむね3割減となったほか、在宅ワークの影響で求人企業との連絡も取りづらく、企業との面接も控えられていた。そのため、3か月前と比べると景気はやや良くなっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・地域の基幹産業である農業の収穫期が始まり、関連する産業が繁忙期を迎えることから、求人件数の伸びがみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・緊急事態宣言が出されていた3か月前と比較すると、全業種的に動きがみられるようになってきている。ただ、業種やエリアによっては、求人ニーズに大きな差がみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・ステイホームの状況下であった4月と比較すると、徐々にではあるが、新店舗オープンに伴う人員募集や営業再開に伴う増員募集の依頼が増えてきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業界によって大きな差があるが、全般的に求人件数が増えてきている。ただ、正社員求人が堅調に動いている一方で、新卒採用を見合わせる企業も増加傾向にある。飲食、宿泊については依然として厳しい状況が続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、3月以降、企業の新卒採用意欲が最悪の状況となっている。また、第2波の到来を受けて、これから採用者の意識がますます慎重になることも懸念される。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月の有効求人倍率は1.03倍であり、前年を0.03ポイント下回っている。
		×	職業安定所（職員）	求人数の動き

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）

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
(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)				
分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛で仕事に行けなかった等々で動けなかった人たちが少しずつ動き始め、スーツ、礼服の購入に結び付いてきている。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・7月は新型コロナウイルス禍の中で来客数も売上もそこそこあった。当店では特別定額給付金で買物をする人も何人かみられた。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・前年と比較して減少していた販売数が、今月は前年比110%となっている。
		競艇場(職員)	来客数の動き	・3か月前は、新型コロナウイルスの影響で休業していた。
		美容室(経営 者)	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの真ただ中であつたため、客も警戒し敬遠されていた。今は制限が解除され、客も増えている。景気が良くなっているというよりは、環境が良くなっているということである。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・2~3か月前は新型コロナウイルスの影響を一番受け、商店街への来街者が激減した時期であつた。今月は商店街に買物客が戻りつつある。
		一般小売店[書 籍](経営者)	販売量の動き	・専門的な領域だが、六法全書の特装版が売れて普及版が売れないという状況からみて、客の購買意欲も相当改善されているようである。
		一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・3か月前は最悪だったので、そのときに比べたら良くなっている。
		一般小売店[医 薬品](経営 者)	単価の動き	・3か月前は全く駄目であつたが、政府による特別定額給付金のお陰で皆さん懐が潤ったらしく客単価が上がっており、売上も少し良くなっている。
		一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・ようやく売上が前年比で6割ほどに回復してきた。心配していたお中元も例年どおりの注文数と単価で企業、個人共に注文がきている。ただ、飲食店と観光関係の客に関してはまだまだ厳しい状況が続いている。少し回復傾向になったかと思うと感染者が出てしまうという歯がゆい状態が続いている。
		一般小売店[寝 具](経営者)	販売量の動き	・給付金の影響は当店においては思ったほどない。
		百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・4月の営業短縮や臨時休業を実施した状況に比べれば販売量、来客数等は改善しているが、まだまだ完全には戻っていない。
		百貨店(買付担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの状況が落ち着いていたこともあり、来客数は幾分回復してきている。しかし、気分転換の外出も多く、購買動向は決して良くなってはいない。
		百貨店(経営 者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の短縮時間営業時に比べれば戻りつつあるものの、自粛営業再開後の活発な動きはなくなった。高額商品のみ好調で全体数字を引き上げている。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が出された頃よりは多少回復しているが、前年の100%まではまだまだ遠い。複数経営しているが、ほぼ全店で前年割れである。特にホテル下やオフィス街の店舗はまだまだ壊滅的な売上となっている。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・購買客数アップを期待してのセールスタートであつたが、大きな動きはなく来客数は微増である。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス第1波ピークの頃に比べれば消費者の買物意欲は戻りつつあるが、給付金特需が落ち着きつつあるなか、再び慎重な買物行動をとる方が増えてきているのが来客数に表れている。
		衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数、買上点数が落ちていたが、徐々に買上点数が上がってきている。
		乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・客の滞在時間が伸び、じっくりと商談がしやすくなっている。受注量も僅かだが上向いてきている。
		乗用車販売店 (本部)	販売量の動き	・新規来客数は前年比70%と改善傾向にある。連動して販売台数、収益も若干であるが上向きになってきている。
	その他専門店 [靴](従業 員)	販売量の動き	・長い梅雨で、長靴の売行きが良い。結婚披露宴やパーティ等のイベントの自粛で紳士革靴やパンプス等の需要がほとんどない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・前年の販売量と比較すると減少しているものの、緊急事態宣言中と比較すれば改善している。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ランチの来客数が伸びてきている。前年に対して80%で推移している。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・最近、週末を中心に客が少し来るようになってきている。恐らく新型コロナウイルスによる外出自粛の反動で来るようになったのだと思うが、ランチタイムだけに限った状況である。ディナータイムについては依然として客はほとんどいない状況が続いている。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・自粛解除から少しずつ動きが多くなってきて、今月は平常に近いくらいの稼働である。
		観光型旅館 (スタッフ)	販売量の動き	・今月上旬は県主体の県民限定キャンペーン、下旬はGo To Travelキャンペーンが始まり、予約の件数は増えてきている。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・県民限定宿泊支援策に加え、Go To Travelキャンペーンがスタートし、旅行に行こうという外的な環境が徐々に形成されつつある。さらに、新型コロナウイルスが沈静化し東京が除外地域から解除されれば、更に需要が高まる。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・会社全体の数字と比較したら微々たるプラス要素ではあるが、県民宿泊プランが東北各県で始まった効果で、関わりがある県での需要が多少出てきている。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・自宅で過ごす時間が多くなり、新しい生活様式が定着したため、テレビに接する時間が増え、映画鑑賞やネットでの動画配信を楽しむ時間が増えている。このため、新規加入者はそれほど増えていないものの、解約者が大幅に減少しているため、全体的に加入者総数は増加している。
		通信会社 (営業担当)	来客数の動き	・3か月前より来客数が多くなってきている。
		その他サービス [自動車整備業] (経営者)	来客数の動き	・以前よりはにぎわいを回復してきている。来客数、売上共に前年同期に比べて70%ほどに回復している。
		一般小売店 [カメラ] (店長)	来客数の動き	・来客数は徐々に回復してきているものの、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
		百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・来客数に大きな変化がみられない。
		スーパー (店長)	販売量の動き	・5月頃のような大きな影響はないが、前年より約5%伸びている状態が続いている。
		スーパー (営業担当)	単価の動き	・人の動きが活発になってきたが、来店頻度が上がらないなか、客単価が110%、買上点数が高いまま推移していることから、まとめ買い需要が続いている。新型コロナウイルスに対する警戒感は強いままであり、景気が上向いているとはいえない。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・客足が戻っておらず、来客数は前年比で64%、前月比では97%となっている。フリーの客足が戻らないのが大きな要因である。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・梅雨の影響で気温の上昇が続き、麺類、ソフトドリンク、アイスクリームの売上が厳しい。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数の減少が大きい。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・個人客では、新型車が出たら購入すると言っていたにもかかわらず、車検を取ったり、そのまま乗り続けたりしている客が見受けられる。
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・新規客の来場件数は5月に比べると伸びているが前年比70%であるため、販売台数は前年と比べ42%減少している。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注量は減少したままで、新規の受注が取れていないため変わらない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響でまだ自粛しているのか、数量的な伸びはない。
		その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・6月の経済活動再開後、多少客の動きがみられるものの、新型コロナウイルスに対する不安感で消費のマインドは以前と余り変わっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言解除後から少しずつではあるが良くなってきている。ただ、市内での新型コロナウイルス感染症のクラスター発生以降、予約のキャンセルが相次いでおり、予断を許さない状態である。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・国内旅行需要においては個人宿泊予約がGo To Travelキャンペーンや県民割を利用した予約は増加傾向にある。団体においてはGo To Travelキャンペーンがスタートしてもまだ未発生の状態である。今後の新型コロナウイルス感染拡大がやはり懸念されている。海外旅行需要は渡航禁止措置の影響により受注ゼロ状態が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・雨が続けているが乗車回数が増えることもない。むしろ、晴天時の方が人の動きがあり売上が伸びている。緊急事態宣言以降、外出が遠のいている様子がうかがえる。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息していないため状況は変わらない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・土日のみの営業から平日も営業、定期便の減便から少しずつ増便と、徐々に日常に戻りつつはあるが客は戻っていない。会社存続のため、営業しているが最小限の損益にて何とか保っている状態である。まだ景気を判断できるほどの客足の戻りはない。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・特別定額給付金の特需効果が出ている。住宅設備機器ではエアコン、給湯器、コンロなどの交換が急増しており、リフォームでは屋根外壁塗装工事やハウスクリーニングの問合せが増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前月に引き続き7月も現状は大変悪く、期待もできないし希望もない。新型コロナウイルス感染症の影響や地元の人々が新型コロナウイルスに感染したという報道、この先のねぶた祭の中止等、商業者の心の中は喪失感で一杯である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・夏の祭りが全部中止になり消費行動がストップしている。
		商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの第2波の影響を懸念している。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	販売量の動き	・全体の売上は107～108%で推移しているが、中身を見ると医薬品、化粧品などは前年を割っている状況になるので、本来の形からすると良くないように見受けられる。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	来客数の動き	・客単価がやや上がっているが、これは新型コロナウイルスの影響で健康に対する不安が高まっているためとみられる。一方、来客数は確実に落ちている。特に、現役世代の客数が落ちているようである。全体としてやや悪くなっている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・7月の1品単価前年比は、天候不順による生鮮食料品の一部価格高騰もあり4%強の高さで推移している。ただ、自粛要請解除やGo To Travelキャンペーン、地方自治体による給付金等の支援もあったので消費拡大を期待したが、新型コロナウイルス感染症が更に拡大したため、来客数も買上点数も前年割れが続いている。食品の売上高の推移もやや落ち着き、地場産業、観光事業などは軒並み悪く、消費環境は依然として良くない傾向にある。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・低価格に敏感になってきているせい、チラシなしの日とチラシが入った日、また通常ポイントの日と10倍セールの日で来客数の差が大きくなってきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前の家庭内食需要による新型コロナウイルス特需は落ち着き、客単価が通常に戻りつつある。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で買い置き傾向も下降気味になっている。また、特売、クーポン時に買物が集中しふだんの来客数が減少しているため、来客数が前年を割り込んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で会社の業績が悪くなり、週に1～2日しか出勤がないという人が増えてきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛規制後、客足が戻っていない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年比88%と厳しい状況で、6月よりも2%ダウンしている。キャッシュレス還元終了やレジ袋有料化が向かい風となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・春と比較しても新型コロナウイルス禍の影響やイベント、祭り需要の大幅減が来客数減につながっている状況である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・竿燈（かんとう）の中止や各種イベントの中止で売上が激減している。特に竿燈用品の売上減が顕著で平年の100%減に近い。お中元も個人客の来店が激減している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・当地域では新型コロナウイルス感染者が出ていないため、逆に神経質になっていることと、観光などの目的がないため洋服を買う気持ちになりにくいことがあるようである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第2波がマスクミで騒がれていることが、来客数の減少傾向につながっている。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・給付金特需があったがそれもどんどん落ち着いてきている状況で、少しずつ悪化してきている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによって店が閉まっているところがある。本当に回復するまでには時間が掛かる。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・6月下旬から営業再開し、今月は23日からの4連休などがあり休前日は満室になるが、平日は前年比3割ほどである。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーの仕事をしていて核となる店舗があるが、そこに入店する客の数が一向に伸びない。新型コロナウイルスで厳しくなったときと余り変わっていないというのが実情である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲がより悪い方向に向かっているように見受けられる。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で厳しい。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに加えて梅雨が長引いており、4連休も低調で前年の7割にとどまっている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・契約直前の物件キャンセルが増えている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者（住宅展示場運営会社）	来客数の動き	・梅雨や新型コロナウイルス感染拡大の影響などで来場が鈍化しており、前年比7割で推移している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者が当市に滞在し会食等をしたという報道がされたことにより、市民の消費又は外出に対する意欲が減っている。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、オフィス街、繁華街、夜間の売上が大幅に減少している。6月の経済活動再開で持ち直したが7月に入り、感染者の増加による外出自粛や在宅勤務等により人の動きが大幅に制限されており、来客数の大幅減少が発生している。加えて天候不順も人の動きを悪くしている。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・7月の東京での感染者の増大や、当市でも感染者がぼちぼち出てきたこともあって特に深夜帯の外出が控えられており、4月と同じような雰囲気になってきている。そして、アルバイトを解雇されたりして収入がなくなった人が増えており、ここに来て買物ができない人が増えてきたなという印象を受ける。
	×	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・6月は緊急事態宣言明けで商品が動いたのでかなり商品の送り込みを行ったが、前年売上には届かなかった。その影響に加え、7月は3～5月ほどではないが徐々に景況の悪化が深刻になってきている。
	×	その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	販売量の動き	・梅雨が明けずに暑さが来ないため、夏物商材の動きが非常に良くない。また夏場のイベント、祭りが全て中止となりこれまで受注していたTシャツやポロシャツの注文が全くない。飲食店自体が厳しいなかで、制服までの注文は望むべくもない状況である。ただし、冷感マスクやフェイスシールド、エチケットマスク等の今までなかった商材が動いてきている。
	×	高級レストラン（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの第2波が来て大分キャンセルが出ている。少し良くなりつつあるかなと思っていたが、残念ながらそうはいかなかった。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・6月は幾らか戻ったが、7月になって当地区で新型コロナウイルス感染者が発生し、客は敏感で7月はかなり落ち込んでいる。

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
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・月初めに市内で初めての新型コロナウイルス感染者が出ている。その影響が大きく、外食する人が激減し、予約のキャンセルも出ている。徐々に店内での食事に客が戻ってきていたのが振出しに戻ってしまった。Go To Travelキャンペーンも1000円の食事枠の利用は夜の店は皆無のようで、昼に地元の名物でもある蕎麦屋に流れが多少ある程度でパツとしない。
	×	通信会社（営業担当）	それ以外	・周辺から聞こえてくる新型コロナウイルスの影響による企業倒産、雇用悪化の声は前月より多くなっている。また、消費も控える向きが多く利益が確保できないという話も聞こえてくる。景気が悪くなっているのを肌で感じたのはリーマンショック以来である。3か月前より数段悪い。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で特に飲食店は大打撃を受けており、閉店に追い込まれている店が散見される。3か月前と比べてかなり悪くなっている。
	×	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス第2波への警戒感から、非常に動きが鈍い。また、先のみえない不安感からか、消極的な話を多く聞く。
企業 動向 関連		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月に入りようやく発注量が増えてきている。ただし、前年の80%程度である。相変わらず中止になったイベントはそのまま、代替案が見つからない状況である。
(東北)		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症により景気は低迷しているが、JAより、早生種のもの販売単価が例年並みである旨の説明があった。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、売上は3か月前よりは上向きであるが、前年同月比では50～60%である。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言解除以降、小売、飲食への客足の回復が緩やかながらみられる。地場農産品は他産地の天候不順等の要因もあり、単価は相応の水準で高止まっている。
		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	・4月に比べればまだ良いのだが、6月からの回復傾向が7月中旬以降の新型コロナウイルス感染者の増加で再び悪化傾向に変化しており、楽観視はしていない。
		その他企業 [企画業]（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染者の多くは大都市やその周辺地域なので、当地域ではやや安心感がみられる。また、緊急事態宣言の解除もあって買物行動に活気が出てきている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月に入り人の動きが出てきて土産も少し動くようになったが、まだ駅の売店は前年の半分である。郊外店やスーパーテナント店は前年に近い売上に回復している。お中元商品が売れているので発送件数は前年並みであり、トータル売上は8割程度である。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、景気の悪い状態が続いている。
		出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベントの中止、学校行事の中止等に伴う受注減少、広告収入の減少が顕著になっている。
		出版・印刷・同 関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・6月は売上が前年比90%まで一時的に回復したが、7月は4月同様、前年同月比80%の売上となっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は、プラス、マイナス面が共にあり、受注量、販売量の動きはトータル的に大きな変化がない状況である。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・近々見込まれる案件はあるものの、現状は低水準で推移している。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・回復の兆しは見えてきた感はあるが、まだ対面での営業は厳しいものがある。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染の再燃により、やや戻ってきた広告出稿に、再び陰りが見え始めてきている。さらに、今月は天候不順で季節性のあるプロモーションが打ち出しにくい状況である。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍により売上が前年比60～70%の状況が続いており、悪い意味で変わらない。
		経営コンサルタント	それ以外	・Go To Travelキャンペーンが腰砕け状態となり、東北への経済効果は期待を大きく下回っている。

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
		その他非製造業 〔 飲料品卸売業 〕（ 経営者 ）	受注量や販売量の動き	・周りの人たちに買物の動向をよく聞いているのだが、買物をする回数は3回が2回になったり2回が1回になったりと、新型コロナウイルス禍前よりも非常に少なくなったということである。購入商品の種類は多いが、買物金額は以前よりも落ちているという状況である。
		農林水産業（ 従業者 ）	それ以外	・周囲の農家は、梅雨前の乾燥と梅雨の長雨により、果樹や野菜の品質が低下し収穫量も落ちており、売上減となっている。
		窯業・土石製品製造業（ 役員 ）	受注量や販売量の動き	・公共工事が減少、民間工事も大型物件が見当たらず、地域間格差はあるものの、全体としては低調な状況が続いている。
		金属製品製造業（ 経営者 ）	受注量や販売量の動き	・カメラ業界は大きく落ち込んでおり、ここ1か月ほどで受注量は底を迎えたとみている。
		建設業（ 企画担当 ）	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍の影響で、客先の設備投資計画に延期や規模縮小、中止となる案件が散見される。
		金融業（ 営業担当 ）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染拡大が収まらないなか、県内でも感染者が発生している。従来の生活様式にはなかなか戻れず、依然、ホテル、飲食、旅行業は先が見通せない状況が続いている。また、受注減から工場を閉鎖する企業も出てきている。
	×	輸送業（ 経営者 ）	受注量や販売量の動き	・6月の売上は前年比で10%減まで若干のばん回があったが、7月下旬になって、再度新型コロナウイルス感染者が全国的に増えており、その影響もあるのが7月の見通しはまた20%減に逆戻りとなっている。
	×	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。今月は建設業関係の申告が多いが、前年比で売上増加あるいは現状維持くらいで落ちている企業が多く、前年比50%減の企業は少ない。逆に小売業、サービス業は大幅に落ち込んでおり、全体としては悪くなっている。
	×	コピーサービス業（ 従業員 ）	受注量や販売量の動き	・主力商品のIT機器が部品調達の遅れにより製品の入荷が滞り、受注しても納入できない状態が続いている。
雇用 関連 (東北)		-	-	-
		人材派遣会社（ 社員 ）	求人数の動き	・求人減少数は変わらないが、求人増加数が2～3か月前と比較をして増加しているため、求人数全体の減少が徐々に落ち着いてきている。
		アウトソーシング企業（ 社員 ）	それ以外	・3か月前は新型コロナウイルスの影響でことごとく会議が中止になり、余りにも酷かった。まだ例年並みには程遠いが、3か月前よりはましになっている。
		新聞社〔 求人広告 〕（ 担当者 ）	求人数の動き	・経済活動の再開に伴い、金融、IT、通信を中心に6月よりは多少戻りつつあるが、求人数は前年比の6割半ばである。流通、サービス等の求人主要業種が全く動かず、厳しい状態は続いている。
		新聞社〔 求人広告 〕（ 担当者 ）	周辺企業の様子	・厳しさは残るが、広告主からの問合せや発注が増え始めてきている。エリアをまたぐ人の動きの増加に呼応するように様々な業種が復調に向けた準備を進めている印象を受ける。
		職業安定所（ 職員 ）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期比で減少しているが3か月前と比べて減少幅が4割から2割台へと小さくなっている。
		職業安定所（ 職員 ）	求人数の動き	・4月よりは求人数が増加している。
		人材派遣会社（ 社員 ）	周辺企業の様子	・飲食や小売、専門商社、旅行等の代理店、旅館等の宿泊施設といった業界の企業が、軒並み来春の新卒採用をストップしている。
		職業安定所（ 職員 ）	周辺企業の様子	・人手不足業種からの求人はあるものの正社員以外の割合が高まっており、観光や木材品製造といった地域の基幹産業の景況感は新型コロナウイルス関連により悪化している。
		職業安定所（ 職員 ）	求人数の動き	・新規求人数の動きは今年3月以降の減少傾向に歯止めが掛かったが、これは一時的なものかもしれないため、現時点では3か月前と変わり変わらない。
		学校〔 専門学校 〕	それ以外	・新型コロナウイルス感染症防止の影響から、景気状況はいまだ変わらず、低迷が続いている。
		人材派遣会社（ 社員 ）	求人数の動き	・第1四半期の受注数7割減から7月は5割減と若干踏みとどまっている。
	人材派遣会社（ 社員 ）	求人数の動き	・企業の依頼がなかなか増えてこない状況が続いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で新規求人数が前年と比較して減少が続いている。
	×	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・改善傾向が見られない。求人数を含め、前年比50%以下の状況である。政府の政策が裏目に出ている気がしている。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大の影響がある。

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北関東)		通信会社（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言解除後、少しずつ回復傾向にある。新型コロナウイルス以前と比べると、回復には至っていないが、3か月前と比べれば改善している。
		一般小売店〔土産〕（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拡大に伴って緊急事態宣言が発令され、観光客の来訪が全くなかった。今月は来客数が通常の1～3割程度は戻ったと感じている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べると、緊急事態宣言が解除になったこともあり、徐々に客が戻りつつある。また、納品先の販売量も少しずつではあるが増えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前は全館臨時休業が始まり、食品のみの販売を強いられていた時期である。それに比べれば、やや良くなっているといえるものの、実態は決して良い状態ではない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当店は24時間営業を続けているが、他店の営業時間の短縮等が響き、夜の来客数が減っている。ただし、3か月前より昼間の来客数が増えているため、客単価は変わらない。客数が増えたため、多少これからの景気は良くなる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、客は増えているようである。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染拡大の第2波のなか、家庭で自粛し外出を控えている。ストレス解消なのか、普段着のTシャツ等を複数枚購入する客が多くなっている。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べれば、かなり回復基調となっているが、1か月の採算ベースは達成できていない。この2週間の新型コロナウイルスの感染拡大の影響がどうなるのか、今後が見通せない。このところメーカーの生産状況が大分ばらついてきていて、秋物の先行仕入商材が、一方的な生産ストップで納入されていない。続々と影響が出てきており、心配である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が解除されてから、少しずつ来客数が戻ってきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京都の新規の新型コロナウイルス感染者数が毎日200人を超えて、客の動きにも影響が出てきているものの、以前に比べて、少人数の食事会が入るようになってきている。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・大きな団体の宴会は皆無だが、少人数の飲食が目立つ。客単価もやや高い傾向である。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	販売量の動き	・5月を底に、給食提供数は増加傾向が続いている。これは、工場の再開、生産調整の戻りや研修施設の再開、幼稚園、保育園の登園者数の増加、介護施設等での受入れ増等、総じて受託施設での給食利用が戻ってきていることによる。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・4～6月は前年比30%だったが、7月はJリーグ関連の予約もあり、前年比50%まで戻ってきている。ビジネス利用の個人客の出入りは激しく、新型コロナウイルス感染第2波の影響で、予約が入っては消える、の繰り返しである。レストランはランチはほぼ戻ってきているものの、ディナーは非常に厳しい。

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（所長）	来客数の動き	・一時的に新型コロナウイルスの感染が収まる気配が見え、各自治体の行う観光刺激施策に加えて、Go To キャンペーンも動き出し始めている。しかし、残念ながら、県をまたぐ移動の緩和に呼応して、新型コロナウイルスの感染が再び拡大しつつあり、第2波が来ている感が否めず、大きな不安要素となっている。
		通信会社（総務担当）	来客数の動き	・来客数が4月と比べ1.3倍程度に増えている。
		ゴルフ場（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が収まりつつあり、来場者数も戻ってきている。
		設計事務所（所長）	それ以外	・緊急事態宣言解除前と比較すれば、旅客、飲食サービスの客の動きは出てきている。新型コロナウイルス流行前とまではいかないが、景気はやや上向いてきている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言明けの動きで、少しずつ回復してきているのではないかと感じる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・市のイベントが年内全て中止のなか、Go To Travel キャンペーンに期待したが、全国の新型コロナウイルス感染者数が最多で推移しており、多くの人々が自粛して外出していない。商店街の人影はまばらである。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・3か月前の4月は、一番、新型コロナウイルスの影響が大きく、自粛や緊急事態宣言等で、外出がかなり控えられていた。コンビニ業界としては、やはり人の動きが少ないことが売上に大きく影響する。緊急事態宣言解除等の分、6月辺りは比較的上回ってきたかと思っていたが、最近の感染再拡大で、少し人の動きが鈍っている。今後、まだ感染拡大しそうな勢いなので、先行きは悪いだろうと感じている。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・現在、新型コロナウイルス感染防止のため、外出自粛が求められている。客も街に出る機会を奪われてしまっており、なかなか出られず、街中に人が本当に少なくなっている。今月は七夕祭りも中止となっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・梅雨明けが遅く、夏物商材の動きが鈍い。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・特別定額給付金支給により高単価商材の動きが良い。特に、テレビ、パソコン、周辺機器、冷蔵庫、エアコン等が前年比150%ぐらいで推移している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・この2～3か月の新車販売は、軽自動車を中心になってきているため、売上はかなり落ち込んでいる。車検等の整備部門の売上、在庫台数等は安定的に推移している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・いまだ、新型コロナウイルスの収束のめどが立たず、客足は遠のいている。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・4月の新型コロナウイルスの流行時は緊張感があり、出張等のホテル需要は非常に少なく厳しかった。今も感染の第2波のような感じで、感染者が増えているので、当時の緊張感ほどではないが、出張やビジネス需要はなかなかない状況で、変わらない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・県の宿泊キャンペーンで、県内在住者の宿泊申込みはあるものの、それ以外の個人や団体の旅行はほとんどない。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・観客を入れ始めたが、ほぼ70%で止まっている状況で、売上も同様に落ちている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数増加につれ、今年いっぱい全ての街の催事がなくなった。戻りつつあった客足が鈍化し、V字回復は時流に乗った業種のみで、大部分はL字型に低迷するとみている。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	お客様の様子	・東京の新型コロナウイルス感染拡大で、人々の不要不急の外出自粛意識が再認識されていると、客を通して感じられる。車の使用も身の回り限定に近く、来店機会が少なくなっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染の拡大により、不動産全体の客の動きは鈍くなっている。消費税増税による落ち込みが予想されていたが、新型コロナウイルスによる不景気感もあり、更に客が動きにくくなっている。
		一般小売店 [精肉]（経営者）	お客様の様子	・今月は天候不順で雨が多い。その上、新型コロナウイルスの影響による自粛もあって、皆が外出を控えている。大型店の駐車場も空きが多い。

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
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・前年の夏に比べて、明らかに販売量が落ちている。完全に買い控えの状態である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・中元ギフトは比較的堅調に推移したものの、アパレルを中心にクリアランスセールは苦戦を強いられている。また、今月中旬以降、新型コロナウイルスの感染拡大に連動して来客数が減少している。
		スーパー（商品部担当）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの特需的な要素があり、売上も良かったが、影響も薄れて客単価が通常に戻り始めている。通常であれば夏休みの始まっている時期であるが、夏休み短縮による影響も、多少始めている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月と比べて、特別定額給付金の影響は弱くなってきている。今月は前年比104%で着地しそうである。天候不順も景気に影響している。冷蔵庫や洗濯機等の家事関連商材が人気で、好調である。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・10万円の特別定額給付金が出たときは、多少、単価の安い車が動いたが、また最近ではムードが停滞してきている。購買も低下し、来客数も若干減りつつある。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、来客数が戻る傾向にあったものの、7月は記録的な日照不足と降雨日の連続で、来客数が減少している。夏物商材の動きも鈍い。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止で、燃料使用量が減少し、受注も大きく減少している。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・テレビCMや番組協賛といった広告掲載を希望する客が減っている。特に、飲食業が顕著である。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され徐々に来園者も増えているが、依然として入園者数は低調である。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比マイナス10万6000円の81%である。来客数はマイナス140人で82%となっている。6月の緊急事態宣言解除後、来客数は戻りつつあったが、7月から店の前面道路工事が始まり、交通量が大きく減少している。工事は来年3月まで続く。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店の出店と新型コロナウイルスの影響で、来客数が減っている。
	×	衣料品専門店（販売担当）	それ以外	・今月初めは若干、新型コロナウイルスが落ち着きつつあって、人出も多少良くなっていた。Go To Travelキャンペーンが始まって、これだけ新型コロナウイルス感染者が増えてくると、以前にも増して客が全く出てこなくなっている。国の方向性、方針、政策等で、きちんとした対応を取っていかないと、どんどん悪くなる一方で、国そのものが立ち行かなくなるのではないかと。
	×	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当社は観光地を控えた商売なのだが、温泉地方面のホテルの稼働率が、全くないと言ってもいいほど落ちている。それに伴って、物産店、土産物屋やドライブイン等も同様に売上が減っている。このままの状態が続けば、秋口にも廃業するかという話がオーナーたちから出ている。
	×	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・5月は外出自粛の影響と感染対策特需で、ガーデニングやDIYの巣籠り需要、リモートワークによる椅子、飛まつ対策用透明クロスなどの需要が高かった。今月はマスクや除菌グッズの需要は前年と比較すれば高いものの、市場にマスクや除菌スプレー等が充足したことで、動向は下がっている。
	×	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きく、完全に開店休業状態である。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンを含め、新型コロナウイルス関連の風評被害等もかなり多い。国の予算で案件を獲得する以外は厳しい。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・6月中旬以降、回復傾向にみえていたが、東京で連日200人以上の新型コロナウイルス感染者が出て、また元に戻ってしまっている。7月は電車で乗車する人が少なくなると、当然、タクシーを利用する客もいない。夜の客もほとんどいない。雇用調整をしても、県の最低賃金に届かず、会社で最低保障している状況である。
	×	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も人の動きが悪く、前年同月と比べて43%の減少である。

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
	×	タクシー（役員）	お客様の様子	・国の施策が愚策で、悪くなっている。
	×	通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、先行きは不透明である。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者が増えてきているので、外出を控えている。
	×	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・人が出始めて、若干増えていると感じているが、企業関係では撤収や店が開けない状況等が、まだ目立っている。特に、飲食店は依然として悪く、閉鎖が増えている。事務所系テナントも、入居してくるどころか撤収が多くみられる。まだ、非常に悪い状況である。
企業 動向 関連 (北関東)		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の工場稼働状況も平常に戻ったため、売上も回復しつつある。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・例年この時期は落ち込むが、その落ち込み方が例年より若干大きいものの、3か月前と比べればまだ良い方である。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の5月は売上が半分以下だったが、今月は9割まで戻っている。8月は半分くらいは達成できそうである。
		輸送用機械器具製造業（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を受ける前の状況に戻ってきている。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・延期になっていた建物の維持管理業務が実施となったり、緊急の修理案件等のスポット要素もあったため、売上がやや増えている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・特別好調ではないが、堅調に推移している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月が前年同月比1割減で、5月の同4割減と比べれば、6月はある程度持ち直してきていた。7月は前年比で2割くらいは悪い感じである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量、販売量、取引先の様子のいずれも、やや悪くなっている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・なかなか梅雨明けしないため、夏物家電のエアコン、扇風機、サーキュレーターの物量が、本来より落ち込んでいる。その一方で、テレワークなどにより、椅子、机、テーブル、ソファ、棚等のインテリア商材のインターネット通販向け物量が、特別定額給付金のお陰もあり前年より10%増えている。
		広告代理店（営業担当）	それ以外	・居酒屋店主の話では、夜の来客数が例年の半分にも満たない状況が続いているようである。夏祭りも中止で、会社の飲み会もなく、今後の回復の期待が持てないとのことである。
		社会保険労務士	取引先の様子	・団体行動の自粛やソーシャルディスタンスを取って集客するため、飲食業や観光宿泊業は厳しい状況が続いている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合い、商談件数共に、増加している。新型コロナウイルスの影響が大きい業種からの商談は停滞しているが、通信販売関連の引き合いは活発である。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産部門では、12月末で撤退を希望している飲食店テナントがあり、その後の入居テナントが未定のため、現状のままだと建物も解体する予定である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・7月に入ってから、県内の新型コロナウイルス感染者がみるみる増えている。せっかくここまで待って街や観光地などに出掛ける雰囲気になったのに、水を差された状況である。元々落ち込んでいた外での消費活動に、長梅雨が影響して月後半に一層抑え込まれる状況となっている。一方、公立学校向けのIT関連事業が盛んで、一部の関連業者だけは明るい材料がある。
	司法書士	受注量や販売量の動き	・下請の金属加工やプラスチック加工業者の動きをみていると、やや悪いくらいで済んでいるのは良い方ではないかと感じる。	
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、取引先の生産計画の低下傾向が続いている。

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
	×	建設業（開発担当）	それ以外	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現政権誕生後、公共工事は順調に推移してきていて、業界にとっては大変有り難い。ただ、一強政治が長過ぎて弊害が出てきているので、心配している。新型コロナウイルスの影響で、今期4月からの公共工事発注が過去にない状況で、前年比78%増、当社受注も前期比10%増となっている。通年で考えた場合は、建設業も、いまだ経験したことのないような不安が続く。
雇用 関連		-	-	-
(北関東)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響で、当社主力取引先のホテル関係の宿泊稼働率がなかなか改善されていない。Go To キャンペーンなどの良い影響が出てくるかと思っていた矢先に、当地でも新型コロナウイルス感染者が出始め、多くのキャンセルが発生し、先の見通しもなかなか立てられないとのことである。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣受注が前年比で減少という状況は、さほど変わらない。6月に入り回復の兆しが見えたものの、7月の新型コロナウイルス感染者増加により、採用活動を一時見合わせる企業が一定数発生している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・会社都合による離職者が増加しており、宿泊業では退職勧奨する事業所がみられる。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・食品等の加工、製造要員の募集が目立っている。看護職、介護職の募集については、新型コロナウイルスの影響で人の集まりが悪くなっているようである。もちろん、夏物のお中元商材、衣料販売関係の募集もみられたが、店舗の活気は見受けられない。製造業、建設業の動きも非常に鈍い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数は前年同月と比べて12か月連続で減少し、34.2%減、新規求人数は同23.9%減となっている。
	×	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが流行してからは、どここの会社も余り仕事がなく、売上も激減し、困っている。
	×	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、クライアントの派遣採用数がほとんどない。

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〔専門学校〕（副校長）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響はいまだ未知数で、学生の就職にも悪影響を及ぼしている。

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・3か月前の4月は緊急事態宣言中であり、通常営業ができていない時期との比較なので「良くなっている」との回答になるが、現時点での客の様子は、非常に厳しいものがある。底の状態からは浮上しているものの、いまだ深い水面下であることに変わりはない。中でも紳士、婦人共に、ファッション関連商材は特に厳しい。外出と同様に不要不急の商材への客の消費行動は、非常に慎重であると感じている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言が発出され、食品のみの営業となり、売上に大きく影響のあった月である。今月は6月よりも更に来客数も回復しつつあり、催事開催も再開され、3か月前との比較では大幅に回復している。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・巣籠り消費が拡大し、来客数は横ばいだが、1人当たり買上点数と買上単価が、食品を中心に2けた伸びている。特に上質な品の伸びが大きい。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・営業を再開し、前年並みの実績となっている。IPTV関連は巣籠りの影響からか、好調に推移している。動画配信サービスを始め、地上波の先取りコンテンツが浸透していることから、今後も契約増が見込まれる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・3か月前は緊急事態宣言が発出されているなか臨時休業していたので、比較しようがない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約数が3か月前より良くなり、新型コロナウイルスの影響が少なくなってきた。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・以前と比べればまだかなり低い状況で推移しているが、客の動きが少し良くなってきており、商店街の人通りも大分増えてきている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数が少し増えている。また、来店客は必ず商品を買っている。
		一般小売店〔傘〕（店長）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染防止の外出控えや自粛が解消されたことと、特別定額給付金が給付されたこともあってか、良い品を求める客が増え、購入単価が上がっている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されているが、お中元商戦についてはほぼ前年100%でいっている。全体的にみると、そうした明るい話題もある。ただし、売場自体は前年比マイナス7%ということで、東日本大震災後の悪いときに比べればましになっているものの、前年までにはまだ程遠いというのが現状である（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言中の食料品のみ営業のときと比較すると、全館営業ができていない状況でやや良くなっているとも考えられるが、依然として新型コロナウイルス感染者数が全国的に増加しており、来客数が非常に少ない。一部の衣料品等には動きがあるものの、食料品、高額品の動きが鈍く、苦戦している。
		百貨店（広報担当）	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言の発令を受けて、全店で営業を休止していた。その頃に比べれば幾分消費は戻ってきている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・国内消費においては、衣料品は厳しい状況だが、食料品は前年比7%減まで回復してきている。総菜類は前年実績に近い状況で、外食を控え自宅で食事をする機会が拡大していることが影響しているとみている（東京都）。
	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言下に比べれば客は戻りつつあり、販売量は増えているものの、前年比では約半分という厳しい状況が続いている（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
		百貨店（店長）	来客数の動き	・客の様子に加えて、売上も判断材料となる。現在、来客数は前年比で6～7掛けだが、1人当たりの客単価が比較的高いため、売上では85%程度となっている（東京都）。
		百貨店（副店長）	来客数の動き	・3か月前の4月は臨時休業の時期があり、販促活動もしていなかったため、比較は難しいが、客の行動は活発になっている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・外出自粛のため、せめて家でおいしい物、豪華な物を食べようという傾向がある。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月の良い状態が中旬頃まで続いていたが、それ以降は天候不順と新型コロナウイルスの急激な感染再拡大に伴い、来客数、売上共に落ち込んでいる。全般的に売上が良かったので、前年同様の売上は確保できている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・単純に4月頃と比較すると、営業時間短縮、チラシ自粛などが解除された今は、若干良くなっている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前は、出店先であるデベロッパが休業していたため、ほとんど売上が見込めない状況であった。現在は出店先は開業しているものの、取扱商品の特性上、依然として厳しい状況にある（東京都）。
		家電量販店（店長）	それ以外	・1人当たり10万円の特別定額給付金の給付により、家電製品の売上は前年並みまで回復してきている。しかし、エアコンは、6月に特需があったため7月は前年を割っている。テレワークの増大により、自宅の電化製品の新規購入や買換えに支えられている（東京都）。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・全体的なボーナス減による売上の減少が懸念されていたが、それ以上に給付金の影響が大きい。ふだん余り動かない高額調理品、また、理美容器具、健康器具の動きが好調である。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、厳しい状況ではあるが販売台数は前年並みに近づいている。ただし、先行きについては不透明感が否めない。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車効果やボーナス月で販売量が増えてきて、復調傾向にある。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・3か月前は営業自粛、休業していたため、売上がほぼゼロの状況であった。それと比較すると営業できている分、売上を確保できている（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	来客数の動き	・3か月前と比較すれば若干良くなっているが、前年度比では悪化している（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・3か月前の緊急事態宣言下と比較して良いというだけである。新型コロナウイルスの影響で全般的に売上は落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の4月1～27日までの前年比は、売上31.2%、来客数27.2%である。今月7月1～31日までの前年比は、売上58.8%、来客数52.8%である（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・取引先の判断により一時閉鎖していた社員食堂等も、徐々に閉鎖解除されてきていることから、少しずつ売上が戻ってくるなど改善の兆しが見えてきている。ただし、新型コロナウイルス感染の第2波が取引先の判断にどのような影響を及ぼすか不透明な部分もあり、楽観視はできない（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後、若干良くなってはきているが、スピードは鈍く、法人の宴会関係の戻りが特に悪い。宿泊の方も、近隣の大型コンベンション施設で事実上の閉鎖状態が続いているため、全く芳しくない。
		旅行代理店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は国内の個人旅行が少し回復してきているので、その分だけ数字も上がっている。Go To Travelキャンペーンも始まったので、その影響もあるかと思っている。他の国内及び海外の団体旅行、個人の海外旅行の厳しい状況は変わっていない（東京都）。
		タクシー（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響よりも、新型コロナウイルスによる自粛の影響の方がはるかに大きい。2月に値上げをしたのに、4～6月は壊滅的であった。7月も2～3割ほど減収となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により、3か月前はこちらからのアクション営業は自粛中であったが、7月からはアクション営業も稼働しているため、営業的には数字が伸びている。客からの問合せによるリアクション営業も、低下傾向ではあるが継続的に一定数入っている（東京都）。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・徐々にではあるが、案件の受注が増え始めている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・契約数は緊急事態宣言前程度まで上がっており、解除後は上昇傾向にある。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・外出自粛が解除され、企業、個人共に消費活動に動きが出てきたが、まだまだ新型コロナウイルスが流行する前の状態には戻っていない。3か月前はひどい状況だったので、そこから良くなっているが、基準が低過ぎて比較には値しないといったところである（東京都）。
		競輪場（職員）	単価の動き	・徐々に売上が戻り始めているが、前年の数字を見るとまだ5割程度であり、厳しい状況は続く。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（営業担当）	それ以外	・緊急事態宣言を受け4月8日から休業していたので、営業できている7月の方が良いが、来客数は少ないので、本来よりは全然良くない（東京都）。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官庁案件での落札があり、取りあえず最小限とはいえ年内の業務を確保できている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約78%と、やや悪い。3か月前と比べるとやや良くなっている。新型コロナウイルス感染症に対する緊急事態宣言も解除され、新規来場者数、商談数もやや回復してきており、比例して販売量も回復してきている。
		商店街（代表者）	それ以外	・3か月前はちょうど最悪の5月になる手前で、悪くなりかけている状況だった。3か月前は下り始めの7合目、今は上り途上の7合目だが、7合目よりは上がらない。クレジットカードの取扱高からもこの状況が見てとれる。昼と夜の差が激しく、夜の店はかなり厳しい（東京都）。
		一般小売店 [家電]（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で3か月前と変わらない。当店は横ばいになっているだけでも有り難いが、周りでは店を閉める、店を辞めるという声が出てきているので、これからおかしくなっていくような気がしている（東京都）。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響に加え、今年は梅雨が長く、来客数が減ってしまっている。
		一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、低迷どころか底だと思っている。経営環境は非常に厳しくなっている。
		一般小売店 [生花]（店員）	販売量の動き	・祝い事の花がなくなってしまい、本当に困っている。7月は東京盆だったが、例年より3割くらい少ない（東京都）。
		一般小売店 [文具]（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭部門は相変わらず好調である。夏用マスクや換気用のサーキュレーターなど、新型コロナウイルス感染対策用のグッズが売れていることもあり、単価が上がっている。来客数も、元々当地域は流出口、他地域に働きに行く人の方が多かったのだが、その人たちが東京方面へ電車通勤に行かなくなっているため、その分売上が伸びている。外商部門は、大型案件などがストップしているので、マイナスが大きい。
		一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・販売数量は半分くらいで、まだまだ元には戻ってきていない。注文もないし、配送も暇である。休暇を取るのももう限界である（東京都）。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・東京の新型コロナウイルス感染者数の増加により、首都圏事業部の来客数は前年比30%減で推移している。食品では、土用の丑の日に前年をクリアするなど、客単価の伸びがみられるアイテムもある。帰省の代わりに食のぜいたく品を家族へギフトとして贈るなどの動きもみられ、来客数減少をカバーしている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・営業再開後からの比較だが、売上が前年実績未達の状況が続いている（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
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数、売上は徐々に増加しているが、食品を除き、依然として前年割れが続いている。特別定額給付金も効果がなく、3密回避により積極的な広告や媒体を使った宣伝を打っていないため、サマーセールを実施しても、動員が悪く厳しい（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・3か月前は営業自粛期間中のため比較はできないが、感染リスクを減らすため五月雨式に開催したクリアランスは、集客効果がほとんどなく、回復のきっかけが全く見えてこない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見てみると、広告初日の目玉商品やポイント何倍になる日、タイムサービスで安くなる時間帯など、店や時間をうまく使って少しでも安く商品を手にとろうという買い回りが見受けられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると良くなっており、その傾向は変わらない。新型コロナウイルスの影響で巣籠り需要がまだ続いており、来客数は減っているものの、1回当たりの買上単価が上がっているため、売上増につながっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・単価、点数は前年超えで推移しているが、来客数の前年割れがここ数か月続いている。新型コロナウイルスの影響で買いだめをしていることによる来店頻度の減少かと思われるが、全てがそうとも限らない。節約志向に転じている客層も少なからず存在している（東京都）。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・来店客の年齢層について、20～30代の若年層が増えてきている。従来の若年層は即食商材の購入が主であったが、自炊をするためか、調味料類の購入が増えている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・今月は天候不順で降雨日が多く、特に1人当たりの買上単価が下落している。売上は頭打ちではあるものの、特売やポイントセールを控えているためか営業利益率が上がっており、売上よりも利益の方が上昇している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜間の来客数は戻らないが、昼間の来客数は回復している。客単価も以前に比べて高くなっており、不安定ながら回復の兆しを感じる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響がどの程度になるか、現状では分からない。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年に比べて単価が2けた上がっているが、新型コロナウイルスの影響で近隣の施設が休みになり、厳しい。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・外出を控えていると思われる人が来店するととてもたくさん買うのだが、そうでない人は本当にそのときに必要な物だけを買うので差が激しい。トータルでは変わらない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当社はショッピングセンターにも出店しているが、やはり新型コロナウイルスの影響でショッピングセンターの来客数は伸びていない。そのため、景気は良くないと感じている。
		衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・ずっと降雨が続き、夏らしい気候にならず、夏物衣料の売上が伸びない。6月は一時客足が良かったが、7月に入ってから勢いがなくなっている。
		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。しかし、来場者数が多少増えてきているので、来月以降は少し期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだ残っているが、新規客の動きが活発になってきている。
		その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	来客数の動き	・ドラッグストアの業績は良いが、調剤薬局の業績は悪い。ドラッグストアは日用品や感染予防商材を扱っているため、依然として良い。調剤は、医療機関への足が遠のいている状況から、処方箋枚数の減少が著しい。
		その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	販売量の動き	・このところ新型コロナウイルスの感染者数がまた増加してきている。薬の販売量もやや落ちてきているように感じる。
		その他専門店【雑貨】（営業担当）	それ以外	・3か月前は休業していたため比較対象とはならないが、営業を再開した6月と比較すると、7月も客足は戻ってきていない。3月と比べると89%減で推移している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他小売 [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感染者数に一喜一憂している現 状では、景気の改善は期待できない(東京都)。
		高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・7月23日現在、売上は前年比約30%、来客数は前年 比約40%となっており、法人、団体宴会を売上の柱と している当社にとっては、大変厳しい。自粛解除後、 緩やかに個人需要は回復の兆しがあったが、今月の感 染者増及び法人独自の自粛の影響で、緊急事態宣言前 の3月後半と似たような状況になっている(東京 都)。
		高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、個人客の利用は多少 あるものの、法人利用はほとんどなく、相変わらず厳 しい状況が続いている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響でほとんど客 が入らなかった。現在は、辛うじて店には少し客が 入っているが、ケータリングが相変わらずゼロの状態 なので、余り変わらないか少し良くなった程度であ る。このままいくと倒産してしまいそうである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数増加に伴って、緊急 事態宣言解除後に入った20~30人の大型予約が全て キャンセルになってしまった。感染が落ち着くまで は、この流れはしばらく変わらない。フリー客も少し 戻ったように感じていたが、7月後半になって大分客 足が鈍くなってきている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発令されたときはテイクアウトの数 が多かったのだが、緊急事態宣言解除後は店内で飲食 する人が戻ってきている。その代わりテイクアウトが 減ってきているので、それほど変わらない(東京 都)。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響はまだ当分続く。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴い、施設の一部は いまだ休業を強いられており、6月より再開をした宿 泊についても低稼働が続き、販売量も前年の80%減 と、厳しい状況となっている。レストランについて も、夜の予約がほとんど入らず、最悪の状況が続いて いる。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響が続いてお り、感染者数の増減で予約がキャンセルになる日が続 いている。全く先が読めない。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響があ る(東京都)。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・起爆剤になると期待していた国内旅行でのGo T o キャンペーンが始まったが、東京は除外され、国 内の感染者数も増えているため、県をまたぐ移動を懸 念している人が多く、不透明である(東京都)。
		旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、新しい旅行商品が作 れない(東京都)。
		旅行代理店(営 業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらないので、 来客数が少ない。Go To Travelキャン ペーンが開始されたが、客足はまだまだ鈍い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言 は解除されたが、東京の感染者数が増え、なかなか減 らないことで、一時動きが出始めた夜の客がまたいな くなっている。やはり新型コロナウイルス騒動が収束 しない限り、戻らない(東京都)。
		通信会社(経営 者)	お客様の様子	・自粛中にもかかわらず、消費に関しては余り変わら ない。それほど神経質になっていないように感じる (東京都)。
		通信会社(社 員)	お客様の様子	・予想どおりだが、イベント中止の正式決定が出てき ている。客入りが見込めない(東京都)。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・経済に対する先行き不安もあり、サービスの解約や 休止をする客が増加している。
		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小限の内容を意識 する傾向は変わらない。
		通信会社(経営 企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により、景気の回復はまだ 見えてこない(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響による訪問営業機会の減少等から、新規契約の獲得件数が伸び悩んでいる（東京都）。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前～今月までで、観光地は新型コロナウイルスの影響をかなり受けている。そのため、3か月前とほとんど変わらない状況が続いている（東京都）。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・コロナ禍における経済活動は再開するも、新型コロナウイルス感染者数が増加に転じるのに伴い、集客は低迷している。ゴルフ場内における感染リスクは限定的だが、クラブハウス内の感染リスク要因は無視できず、重症化のリスクが高い高齢層を中心に慎重な動向がみられる。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の影響が続くなか、緊急事態宣言解除後、政府の支援策の効果が徐々に現れつつあったが、その後、第2波と思われる感染者数の増加が来客数増加の足を引っ張る格好となっている。
		その他サービス [立体駐車場] (経営者)	来客数の動き	・前月は少し良くなったが、今月は悪い。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・案件が増えるわけでもなく、そのままの状態である。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客自身の状況により、借入金を含め、1歩先へ進めず、停滞状態が続いている（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・社会全体の景気は良いとはいえないと思うが、会社の売上や受注に大きな変化はない。身の回りという意味では変わっていない（東京都）。
		一般小売店[家電] (経理担当)	販売量の動き	・前月まではキャッシュレス決済の5%還元などがあり、それなりに商品の動きがあったが、それも終了し、なかなか梅雨明けせず、暑くもないので、エアコンの動きはぼつりぼつりである。工事関係はそこそこ動いているので助かっている。ただし、祭り関係の電気工事が全て中止となったのが痛手である。
		一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が、来客数、売上共に減少している（東京都）。
		一般小売店[米穀] (経営者)	販売量の動き	・法人との取引でなかなか明るい話がなく、売上が戻ってこない（東京都）。
		一般小売店[文房具] (経営者)	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルス感染症による特需で、アルコール消毒液やトイレットペーパーなど通常販売商材以外の売上が伸びたが、7月はこれらの商材の動きもすっかり止まり、売上も僅かながら前年を下回っている（東京都）。
		一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・店舗の売上は、現在30%ほど減少している。イベントにおいては、入場者制限と販売品目限定により、売上が3割に落ち込んでいる。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加しているため、外出自粛ムードが再び訪れている（東京都）。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は落ちているが、来店客の買上点数や単価が高いので、売上は何とかキープしている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・全体的な売上は1割ほど伸びているが、衣料、住まいの品の落ち込み分を食品全体でカバーしている状況になっている。来客数はほぼ前年並みだが、外出自粛のなか、仕方なく家で必要な物を中心に買っている状況で、客にもストレスがかなり感じられる。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・6月度でキャッシュレス決済の5%還元キャンペーンは終了した。粉類、パスタ関連商材等の品薄状態は解消してきているが、肉食需要は続いている。集客のためのチラシ配布をしていないため、来客数は落ちているが客単価が大幅に上がっている。
		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・3～4月が非常に良かったので、それに比べれば下がっているが、前年比は大きく超えている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、全体的に来客数、売上が減少傾向にある。
		コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数増加に加え、天候悪化も要因となって、来客数が大幅に減っている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・前月は緊急事態宣言が解除され、特別定額給付金も給付され、売上はもちろん悪いものの、前年比70%以上となった。今月に入り、東京都内の感染者数が再び増加し、年配客が全く外に出なくなっている。年配客をターゲットとしている当店は前年比50%となり、新型コロナウイルスの影響による休業時に似た状況となっている。やはり続けるのは難しい、赤字を増やすだけなのではないか。先が見えないため、私自身もそうだが、消費者がお金を全く使わないと実感している。
		家電量販店(店長)	来客数の動き	・3か月前よりも実質の来客数が落ちてきている。梅雨が明けず、季節商材の販売が低迷している。
		家電量販店(経営企画担当)	販売量の動き	・7月に入り、新型コロナウイルスと長梅雨の影響を受け、客の動きが弱くなっている。特に、長梅雨はエアコン需要に悪影響を及ぼしている。テレワーク等は引き続きパソコン関連商材の需要を喚起している。また、テレビの需要も回復傾向にある(東京都)。
		乗用車販売店(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者がまた増えてきているため、来客数が再び減少してきている。
		乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・車関係では、新車の展示販売など客が集まるようなイベントができないので、販売台数が相当減っている。整備については、距離を走る走らないを別にして、車検など定期点検があるので、そこまで大きくは減っていない。新型コロナウイルスの影響で、景気が悪くなっている(東京都)。
		乗用車販売店(店長代行)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増えている影響は分からないが、来客数、販売台数共に減少している(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の影響で客が外出を自粛しており、来客数が大きく減少している。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増加している。特に都内繁華街と特化されてから、人通りが絶えている(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大防止のための外出自粛要請により、会食を控える人が多くなり、当社のような飲食店の来客数は減少の一途をたどっている(東京都)。
		一般レストラン(スタッフ)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響がある。
		その他飲食[居酒屋](経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、一般の会社員は会社から外食を控えるように言われているとのことである。メディアが「新宿」、「夜の街」といった曖昧な言葉で恐怖心をあおっており、該当する当店はもろに影響を受けている(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・Go To キャンペーンが開始されたものの、東京除外による影響で、再度取消しが出ている(東京都)。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が徐々に出てきており、受注が少なくなってきた。
		通信会社(社員)	販売量の動き	・MNOが過度な割引を行っていることから、獲得が厳しくなっている(東京都)。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・当社はインターネット回線を提供している。在宅ワークが増えている影響で、インターネットの加入希望は増えているが、娯楽であるケーブルテレビサービスが減っている。必要でない諸経費を削る傾向が見受けられる(東京都)。
		通信会社(経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響でいつ何がどうなるのかわからないため、念のために節約しておくという消費者心理がある。
		その他サービス[保険代理店](経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客に購買意欲がみられない。何となくこれからの経済や社会生活に対する不安が感じられる。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・現在設計委託を受けているある神社では、参拝客が激減したそうである。したがって、これからも祭りや祭礼、暮れから正月にかけての初詣等による収入も相当減るのではないかと予測している。いつも以上に身近に感じる上に、同業である他の神社なども非常に悪いという話を聞いている。

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
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響でどうなるかと思っていたが、順調に販売契約があり、4～6月は好調に推移した。7月になって若干動きが鈍くなり、契約が伸びていない。詳しい状況は分からないが、景気が悪くなっているように感じる。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・今後の不安があるのだらうと思われるが、住宅という大きな買物であるだけに、購入の決断ができない客がほとんどである。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	競争相手の様子	・相談等のない状況が続いている。このような状況がいつ頃改善されるのかは予想もできない。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・継続的に需要が縮小傾向にある。新型コロナウイルスの影響が大きい（東京都）。
	×	一般小売店[家具]（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス関係で10万円の特別定額給付金が出たので、多少店の方にも影響があるのではと思っていたのだが、客は以前より少しは見に来てはいるものの、成約にはつながっていない。この先も余り良くない（東京都）。
	×	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	来客数の動き	・東京の新型コロナウイルス感染者数増加が発表されると、来客数が減る。
	×	一般小売店[祭用品]（経営者）	来客数の動き	・イベント、行事の中止がかなり影響しており、一般消費者のみならず、業者からの発注もない。
	×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス及び降雨の影響により、来客数が減少しているが、それだけではない気がする。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・販売量がかなり落ちている（東京都）。
	×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・天候不順が続き、夏場で販売が期待できる飲料やアイスクリームが低迷している。新型コロナウイルスの感染者数が増えてきていることで、特に週末を中心に客足が鈍い。レジ袋有料化が始まったことでも客の買上点数が減少しており、売上を押し下げている（東京都）。
	×	家電量販店（店長）	単価の動き	・特別定額給付金効果の売上が一段落し、購入商品の単価が下がっている（東京都）。
	×	その他小売[生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・政府も東京都も対応が後手に回っていて、本気で何とかしようという気が感じられない（東京都）。
	×	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・外食業のなかでも当店は中高年の利用者が多いため、新型コロナウイルスの影響で予約が入ってはキャンセルになっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、より一層新型コロナウイルスの影響が出ており、夜に酒を飲む店には客が来ず、手の打ちようがない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチに関しては、来店客の8割以上が1人客になっている。以前は2～4人、又はそれ以上のグループで来ていた客が、ほぼ1人で来ている。ディナーに関しては月に何組かになっている。夜に出歩いて皆で食事をしようということがなくなったのだと思われる。
	×	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客は全くない。これでは商売にならない。経済などとてもない話である。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・既に半年間、学校の遠足を除いて、一般団体からの新規受注がほとんどない状態が続いている。Go To キャンペーン関連で僅かに新規受注がみられるものの、秋以降の実施であり、現下の状況は厳しいものとなっている。
	×	旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で取消しが続いており、景気は最悪である（東京都）。
	×	タクシー運転手	それ以外	・7月22日から、落ち込んだ経済の回復のため消費を促すGo To キャンペーンがスタートしたが、東京都内では新型コロナウイルスの感染者数が連日300人に迫ってきている。勤勉実直な日本人は政府や都の要請に素直に従うので、タクシー業界は、夜の乗客が極端に少なく、売上も平常時の3分の1以下で苦しい（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・週末は利用があるが、まだまだ少なく、いつまでこのような状況が続くのか、不安で仕方ない。多少なりとも仕事があることを良しと思うしかないのかもしれない。
	×	タクシー運転手	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染者数がじわじわと増加するなかで、売上が減少傾向にある。中高年層も減少しており、特に月曜日の売上が壊滅的に悪い。若年層は一定数を保っている（東京都）。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・個人タクシーで、昼間に都心のサラリーマンを相手に営業していたが、サラリーマンが7～8割乗らなくなった。今までの経験がゼロになり、非常に営業をしにくくなっている（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	お客様の様子	・主に夜に稼働しているが、深夜帯の乗客がいらない。人が出歩いていないので乗客にならない。
	×	通信会社（局長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で営業アポイントが取りにくくなっており、営業成果に悪影響が出ている（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・都心に近い、立地条件に恵まれているゴルフ場だが、新型コロナウイルス感染防止対策を講じることで、利用の枠は狭まる。一方で、高齢者に人気のゴルフ場であることから、新型コロナウイルス感染を恐れる高齢の客は、ぴたりと来なくなっている。来場者数は通常より15～20%減少している。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が、客の来店頻度が鈍っている。
	×	その他サービス [福祉輸送] (経営者)	お客様の様子	・政府はGo To Travel等のキャンペーンを推進しているが、現実には客は長引く感染者の増大に戸惑っており、消費意欲をなくしている。早くPCR検査などの完全実施体制を整えてほしい（東京都）。
	×	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。ここ4～5年住宅の売行きがかなり落ち込んでいるところへ、新型コロナウイルスの影響で気持ちが冷えてきて、余計売れなくなっている。ホテル及びテナントビルなどの賃料も入らない。建設業は、このような状況では新規プロジェクトを始める気持ちになれない。公共工事はあるが、工事原価が高止まりしており、赤字となるので誰も入札しないこともある。
企業 動向 関連 (南関東)		-	-	-
		出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・印鑑、ゴム印、軽印刷、名刺印刷などを行っている。店頭販売とFAXでの注文も受けている。今月は会社の設立印の注文が3件あったが、これは非常に珍しいことである。本数も4本出て、法人関係は少し上向いているように感じる（東京都）。
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・以前からの受注案件がここにきて納入することになり、若干売上が増えたが、まだ例年どおりというわけではない（東京都）。
		通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・前月は徐々に正常化しつつあったが、今月はまた悪化している（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	・新型コロナウイルス感染対策として、公営競技の検温、マスク着用検査を受注している。
		その他サービス 業[情報サー ビス]（従業員）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの影響で、全体的にはまだはっきりと景気が良くなってきているとは言えないが、政府予算化案件の受注等によりやや良くなってきているように感じる。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・店頭売り以外の注文がまだほぼゼロの状態である。ギフト品の売上も悪く、客単価が下がっている。
		出版・印刷・同 関連産業（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・6月になって少し持ち直したかに見えたが、また絶対的な仕事量が少なくなっている。取引先も暇なので、内製するといって仕事を引き上げられている。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比べて、現在も売上は下がったままである。今後この状況が続くそうである。
		輸送業（経 営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大が続くなか、3か月前に比べ、取引先も対応策を講じてきており、徐々にではあるが、元の日常業務を取り戻しつつある（東京都）。
		輸送業（経 理担 当）	受注量や販売量 の動き	・物流量が低迷しており、回復の兆しが見えない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期で物量が増えていないため、収益が伸びない。
		金融業（役員）	取引先の様子	・3か月前と比べて、商店街及び観光地の人出は多くなってきている。テイクアウトは増加するも、店舗内で飲食する観光客は増えず、売上は依然として低調に推移している。機械製造業関連は、設備投資や海外輸出入が依然として低調であり、売上増加の見込みが少ない。不動産関連は、物件への内覧が増加し、直近では契約増加となっているが、今後の仕入物件の出玉が少なくなっており、将来的には売上増加に結び付かないとの話がある。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・一時収束に向かったかと思われた新型コロナウイルス感染症も、経済を回すために制限を緩めた途端にまた拡大してしまっている。飲食系テナントは一旦再開したものを再度休業するのものはばかれるため、客足が伸びないなかで泣く泣く営業しており、気の毒な状況となっている（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜、近隣駅周辺の商店街にある飲食店をのぞくと、緊急事態宣言解除後には、男女がマスクをせずに笑いながら飲み食いをしていた店が、今は全然客が入っていない。この1週間で感染者数がかかなり増えているので、居酒屋等も客が入っていない（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・外食や他県への移動は許されているが、いまだに新型コロナウイルスの感染者数が増え続けていることを考えると、コロナ前には戻ることができない以上、マスクなどの関連商材の売行きは良いだろうが、全体的にはコロナ不況の波はまだ続く。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先工場の稼働状況が悪いままで回復しておらず、当社の受注も低迷したままである。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増えていることもあり、ビジネスでも都心から他県の仕事を受けることは断られるケースがあり、低迷が続いている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・多少案件が動き出してきた感じを受けるが、前年の5～6割程度である。集客を行う広告案件は壊滅的な状況で、先が見えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、若干売上が減少してきている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、化粧品容器受注の減少傾向が止まらない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で大変な苦境に陥っているなかで、そう簡単には良くなることをひしひしと感じている。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により、まだ飲食業を始め小売業等の売上は戻っていない。不動産業はユーザーが建て売りを買い控えており、売行きが良くない。不動産賃貸業は家賃の値下げが止まらないことと、より家賃の安い物件への引っ越しが多く、収入減になっている。他の業種も、人手不足や人件費が払えず廃業するところも出始めている（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・本来ならば東京オリンピック開催で日本中が盛り上がっている時期に、新型コロナウイルス感染症の発生で、急転直下、先が見えない状態になっている。このところ東京都内も急に感染者数が増え、お互い自粛を迫られるなか、何とか前に進むしかない。特に、飲食業の店舗の値下げ依頼がたくさんあって困っている。賃料が下がれば貸主だって苦しいのは同じである（東京都）。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、ホテル業はいまだに回復傾向がみられない。また、観光、飲食、レジャーなどは控える傾向が続くとみられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・自粛期間中に比べると若干上向きだが、依然として厳しい状況には変わりない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の契約が減ってきている（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
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	取引先の様子	・開発中案件のストップが始まっている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・明らかに新型コロナウイルスの影響で受注量が減っている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・紙媒体における印刷受注が減少するなど厳しい状況のなか、新型コロナウイルスの感染拡大により、売上が半減している。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、前年同期の売上累計に比べ42%ダウンしている。また、新型コロナウイルスの感染が更に広がり、クライアントの委員会やセミナー、講演会が中止若しくはWeb開催となり、配布予定の資料や要旨集の印刷のキャンセルが止まらない。7月以降の売上も前年比ダウンは必至で、この状況がいつまで続くか全く予想できない（東京都）。
	×	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4月後はまだ注文残があり、新型コロナウイルスの影響は限定的であった。しかし、春以降は受注減速が著しく、厳しい状況が続いている。
	×	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で得意先のプロジェクトが中止となり、受注が減っている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月内示の報告では、この先3か月も良くならない。どの取引先もそうである。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が前月比でマイナス5ポイント、前年比でマイナス37ポイントと、近年にない落ち幅となっている。自動車関連は回復してきていると聞いているが、まだ中小企業には改善がみられない。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物が希望価格で売れない。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で経済が止まっている。
	×	建設業（経営者）	取引先の様子	・取引先の受注は2～3割減少しているとのことで、景気後退が続いている。また、計画していた案件も様子見で、延期や中止となっている。
	×	建設業（営業担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響を受け、今取引している会社全体の設備投資が少なくなり、景気が非常に厳しくなっている。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・飛行機が飛ばないことで、航空便の需要が低迷している（東京都）。
	×	金融業（支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が収まらず、消費行動にも自粛ムードが続いている。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・イベントが中止になっているため、売上がない。
	×	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・依然として新型コロナウイルス感染拡大の数値が落ち着かず、エンターテインメント業界のクライアントを中心とした当社の宣伝費受注は、大変大きく落ち込んでいる（東京都）。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業、特に金属加工業では、新型コロナウイルスの影響は余りなさそうだが、取引先は自宅待機や輸出入減少により冷え込んでおり、在庫を持つ程度しか発注が来ない（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今の案件の終了後、次の案件がない（東京都）。
雇用関連 (南関東)		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・販売在庫が残っていて、生産を保留していた企業の生産が再開した。6～8月は生産量を抑えていたが、9月からは新型コロナウイルス発生以前に戻すという企業も多い。これにより退職者補充なしで様子見だったところの人員依頼が復活した。全体的に人員依頼は回復しているように感じる。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・全体的に求人数は緊急事態宣言時より若干回復してきている。ただし、前年同月に比べると、まだ前年を割っている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は前年比50%程度に回復してきている（東京都）。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・再度、緊急事態宣言が発出された場合は、相当のダメージがある（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・3か月前は緊急事態宣言中で、採用活動を一時中断したこともあり比較は難しいが、その後の動きとして、短期も含め求職者は多いものの、求人は少なくマッチングが難しい状況が続いている。なお、業務仕様の変更も含め、契約改定の申入れも増えてきている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・引き続き求人数が前年の60%程度となっている。
		求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・ある程度、下がりきった感じもあるので、3か月前との比較では変わらないが、新型コロナウイルス以前と比べたらまだまだ悪い状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・収入等に変化はないが、新型コロナウイルスの影響で、以前と同じ消費生活ができなくなっている（東京都）。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・4～5月の新規求職者数は、求職活動等の自粛から減少傾向にあったが、6月以降は増加しており、雇用保険失業給付の資格決定者数も増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・航空会社大手2社の採用中止は、旅行、観光、ホテル業など周辺業界に影響を及ぼしている。採用数が多い業界へ徐々に波及するのではないかと（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染の影響が大きく、需要の減少による生産調整が2月以降続いている。この先の見通しも現時点では全く立たず、経営が行き詰まる中小企業が増える（東京都）。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一部の企業では、新型コロナウイルスの影響による繁忙があったが、今月はそれもなくなり、3か月前と比較しても求人数が大幅に減少している。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で180%強と回復傾向にはあるものの、前年同月比では40%水準であり、厳しい状況が続いている。長期稼働中の派遣労働者数も、3か月前比、前年同月比共に10%強減少していることから、景況感は悪化している（東京都）。
	×	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、依然として採用ニーズは減少傾向にある（東京都）。
	×	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア派遣事業は、製造業の業績の影響をダイレクトに受け、新たな引き合いが極端に減少している（東京都）。
	×	求人情報制作会社（営業）	求人数の動き	・ボーナス後のため、通常であれば求人募集を行う企業数が増えてくるはずだが、一向に伸びていない（東京都）。
	×	求人情報誌制作会社（広報担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、イベント開催が軒並み中止となり、代替商品を販売するも、余り業績が思わしくない（東京都）。
	×	求人情報誌制作会社（所長）	それ以外	・クライアントの仕事が薄くなってきている。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・募集が出ないので、前年比も何も無い。無茶苦茶な状態で、ほとんど壊滅的である。
	×	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響により、悪くなっている。

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、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (甲信越)		自動車備品販売店（従業員）	乗客数の動き	・乗客数は前年を上回っており、洗車やメンテナンス商材を中心に、売上が回復してきている。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・売上がほぼ0%という4～6月の最悪の状況は抜けたが、いまだに前年比60%程度と、悪い状況が続いている。県や市の誘客事業のお陰で、まずは地元中心に、需要の喚起があった。その後、東京都で新型コロナウイルス感染拡大があり、7月4連休のキャンセルが増えてきたが、Go To Travelキャンペーンの強行実施が決定し、宿泊予約の速度がキャンセル速度を上回り、新型コロナウイルス発生以降で初めて2日間の満室が発生している。お陰でようやく八百屋、魚屋、クリーニング屋、土産物屋等、あらゆる関連企業への注文が出せるようになった。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍は残るものの、来店客数は回復している。生産の遅れていた新車が供給され始め、売上台数も戻りつつある。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・7月の4連休で、宿泊の稼働率が初めて80%を超えた。新型コロナウイルス禍になってから稼働が50%を超えたのは、今回が初めてである。宴会、飲み会の法人需要も、6月は5件しかなかったが、7月は20件以上と増えている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・ここに来て、新規加入、解約、保留の動き、全てが止まっている。新型コロナウイルスの影響を様子見している状況なのかもしれない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・ピーク時と比較するとまだ手探りの状態ではあるが、訪問時の客の反応を見ても、面会への拒否反応はほぼなくなってきた。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが始まり、連休は例年に近い入込となっている。商売上は有り難いが、東京ナンバーの車も時折見られ、複雑な思いである。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、相談が多い。最近では戒名を付けない人が多くなっている。今月行った葬儀は、全て戒名を付かず俗名のままである。いよいよ行くところまで行ったという感じである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は、今も続いている。長期営業休止時と比べれば回復しつつあるが、前年と比べると半分がやっとである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・前月は、特別定額給付金により多少の経済効果があったようだが、7月に入ってから天候の影響もあり、商材の動きが止まっている。新型コロナウイルスの収束がみえず、先行きの生活にも不安を抱えるなかで、余計な出費は避けたい様子が見受けられる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・10万円の特別定額給付金が消費に回っているのを感じる。ただし、天候不順のため、夏物商材の動きは今一つ伸びていない。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きい。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がいろいろと出ているが、前年と比べると若干悪いものの、2～3か月前と比べるとさほど変わっていない。キャンペーンなどもしているが、そこまで大きく上向いたということもなく、状況は余り変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、来客もほとんどなく、営業にも行けない状態である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検及び一般整備は前年同月とほぼ同水準だが、車両販売はいまだに低迷している。新型コロナウイルス感染者が増加傾向にあるなか、新たな問題が出てこないことを期待する。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・悪い状況は変わらない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前月は多少良くなってきていたが、今月また少し落ちてきている。再度、新型コロナウイルス感染が増えてきたためとみている。収束するまではどうしようもない。公的金融機関等で資金繰りは助けてもらったので、1年くらいは耐えられるが、無利子期間後に返済していける状況になるが不安である。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが始まったものの、東京が除外されているため、予約の入りが悪い。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・一般利用が前月と変わらず増えており、また、法人利用も少しずつ回復傾向にあったが、新型コロナウイルス感染の再拡大により、一気に動きが鈍くなっている。月の前半は良い流れで回復傾向にあったものの、後半の鈍化で結局は前年比で大幅なマイナスで終了している。売上、動き共に3か月前と似た状況となっている。
		旅行代理店（副支店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、旅行に出かける人が上向いてこない。自治体による県内移動の支援策では動きがあるものの、県をまたぐ旅行はほぼない。企業出張や団体旅行も禁止や中止が継続しており、収入は前年比95～98%減と、非常に厳しい。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数が、再び増えている状況であり、依然として厳しい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス 〔貸切バス〕 (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、乗客も注文もない。秋の旅行シーズンは、絶望的である。Go To Travelキャンペーンで、県内客だけでも旅行していただきたい。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・7月になったらまた逆戻りで、恒例の七夕祭りを始め、人出を期待する物全てが自粛となれば、よほどのことがない限り、買物客は街に出てくれない。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・来客数は前年と比べて下降しているが、点数増で売上は前年同月を超えている。3～6月に比べると売上は下がっている。
		スーパー(経営者)	それ以外	・売上は前年比1%増で、来客数は同15%減となっている。近隣の橋脚工事のために橋の先に住む常連客が来なくなったことや、亡くなった常連客がいるので影響がある。野菜、肉、食料品を病院、福祉施設に納品する仕事が増えたので、前年を超えることができています。前年7月にイベントが少なかったことも前年比を超えた要因である。しばらくはイベントがないので、増やした納品の仕事でしのいでいきたい。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・7月に入り雨の日が非常に多く、なかなか来客数が伸びない。また、レジ袋の有料化が始まって、販売量も伸びないため、売上に影響を受けている。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・特別定額給付金効果も前月で終わり、前年は梅雨明けが早く、季節商材の販売実績が好調に推移していたため、前年と比べると遅れが出ている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の第2波的な拡大により、再び自粛ムードが高まっており、客の出足が悪くなっている。
		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者の増減を、連日報道しているが、感染者数によって日々の売上が変わってくる状況である。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・様子見の客も増えており、依頼数は少なくなっている。
	×	商店街(代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、学校が長期間休校していたが、ようやく始まった。ただし、クラブ活動は自粛しているようである。当店はクラブ活動が動き出さないと需要が出ない。このような状況になるとは思ってもいなかった。
	×	スーパー(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響による移動の自粛や消費の落ち込みが、顕著に表れてきている。
	×	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染の第2波の到来により、外出が減っている。
	×	スナック(経営者)	お客様の様子	・ともかく、本当に景気が悪い。何がなんだか分からないくらいである。どこにぶつけようもなく、大変なことになっている。これから何か月続くのか、とても心配である。
	×	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスと長梅雨の影響で、客足が鈍っている。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-	-
		食料品製造業 (営業統括)	受注量や販売量の動き	・インターネットを通じて消費拡大を図っているが、十分な成果を得られていない。また、工場見学者は従来のような増加が見られず、売上も前月よりは増えているものの、前年実績には程遠い状況である。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	取引先の様子	・数年振りの大口受注対応で、一時的ではあるものの、多忙である。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前からストップしていた案件が動き始めている。
		新聞販売店〔広告〕(総務担当)	受注量や販売量の動き	・5～6月は販売量が少しずつ回復してきていたが、7月は落ち込みはしないものの、回復度合いが鈍化している。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・依然として景気は停滞したままであり、回復の見通しも不透明である。
		金融業(調査担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大が、県内主力産業である観光業に大きな影響をもたらしている。また、製造業でも遅れて新型コロナウイルスの影響が生じており、特に、自動車産業に影響が広がっている。
		食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・週4～5回あった発注が、いまだに週1回とか飲食店等や土産物店からは注文が入らない状況で、依然として回復の兆しがみえない。

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
		食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・販売そのものが減少している。暑くなってきたので、自家消費分が減少してきたのかと考えている。
		出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量の動き	・前年と比べて約8割の受注である。
		金融業(経営企 画担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染拡大に係る緊急事態宣言の解除及び経済活動の緩やかな回復により、新型コロナウイルスの影響を受けていた観光業、飲食業等の業種で業況が好転してきているように感じる。また、新型コロナウイルスに関連する融資の申込みや、条件変更もやや落ち着きを見せている。
	x	その他製造業 [宝石・貴金 属](経営者)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言解除後、ブライダル商材や真珠等を買求める客が続き、売上の回復が期待されたものの、7月に入って一段落している。新型コロナウイルスの影響で、いまだに外商部門が客の自宅を訪問できないため、高額商材の売上は見込み薄である。また、連休以降に感染者の増加が伝えられてからは、店舗売上も大幅に低下している。
雇用 関連		-	-	-
(甲信越)		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・従業員を解雇する企業が減少し、飲食、宿泊、小売、サービス等の求人が戻ってきている。
		-	-	-
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・7月に入っても製造業では休業日を設定している企業が目立ち、求人の申込みが前年度を大きく下回っている。
		民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・求人をけん引する製造業で、求人がかなり冷え込んでいる。
	x	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・ハローワークも含めて、とにかく求人が減っている。求職者も諦めかけており、求職の方向を変えている。この傾向はしばらく続く。
	x	求人情報誌製作 会社(経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、求人の動きは減少傾向のままである。特に、飲食、宿泊、小売業は厳しい状況が続いている。通常7～9月は、季節的に夏の商戦でパート、アルバイトの募集が多い時期だが、今年は少ない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・助成金で辛うじて首が繋がっているだけで、倒産までの時間が延びただけである。

6. 東海(地域別調査機関:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)		商店街(代表者)	販売量の動き	・一部を除き90%の売店が営業し始めたので、製造・販売量が少しずつ増え始めた。前年比90%ダウンから60%ダウンへ改善している。
		百貨店(計画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍のどん底の頃に比べると、来客数も買上状況も平常時まではいかないが回復してきている。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・4月よりは20%くらい増加している。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・今だけを捉えると、新車販売に関しては新型コロナウイルスの影響により買い控えをしていた客が動き、売れている状況である。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・滞っていた商品の入荷も徐々に回復し始め、新商品の発売もあって来客数及び販売量も前年並みに回復した。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・店によっては2か月ほど前には前年の半分くらいの売上しかなかったが、今月は前年同月比97%の売上だった。来客数に回復の兆しがある。
		一般小売店[土産](経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍は、大都市中心の再発が強く懸念されている。地方でも、大都市での若者の無防備なふるまいに起因する感染が増えているが、国と地方の考え方の差異から感染拡大に歯止めが利かず、懸念している。
		一般小売店[書店](経営者)	お客様の様子	・取引先からも少しずつ戻ってきているという話を聞くため、8月には戻ってくるようにみえる。
		百貨店(経理担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの景気刺激策と夏休みのレジャー需要が重なり、今月に限っては需要の回復がみられる。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で延期していた甲子や慶事の行事が、少しずつ再開しつつある。
		コンビニ(企画担当)	販売量の動き	・売上、来客数については、前年比で若干ではあるが改善している。しかし、まだ前年比30%割れの状態が続いている。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の時期と比較して来客数、販売量共に改善傾向で、特に米飯などの重点管理商品に顕著に現れている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前年より1日当たり200人来客数が減っていたのが、100人減になった程度である。
		コンビニ(店員)	お客様の様子	・長雨や夏休みに入ったことにより、手軽なコンビニのおにぎりやお弁当で昼食を済ませる人が増えたように見受けられる。
		衣料品専門店(売場担当)	お客様の様子	・個人、法人の客からの受注が若干ではあるが回復傾向にある。ただし、新型コロナウイルス感染拡大前と比較すると、依然として厳しい状況であることに変わりはない。
		家電量販店(店員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策の給付金がほぼ給付完了されてきて、この際にリモートワークに必要なPCを買換えたり、新しくエアコン、冷蔵庫や洗濯機を設置したり、買換え時期ではない需要があり前月に続き数値は良くなっている。
	家電量販店(フランチャイズ経営者)	販売量の動き	・3か月前に比べれば、最悪期は脱しつつある。個人への10万円の給付金等、政府のばらまき施策が効いて、単価の高いエアコンやパソコンが売れている。ただし、7月に入り天候不順もあり前年超えは微妙である。	
	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・4~5月の頃から比べると、確実に購入目的の客の来店が増え、販売台数も増えている。	
	乗用車販売店(経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べれば来客数は多いが、また第2波突入で、購買意欲も高まらない状況が続いている。目標に対して50%を切っている。非常に厳しい月となった。	
	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で新車の販売台数が前年比でかなり落ち込んでいたが、新車の販売台数は徐々に戻ってきている。	

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
		その他専門店 〔貴金属〕（経営者）	販売量の動き	・来客数はまだまだ少ないが、売上金額は上昇傾向にあるように見受けられる。直近の新型コロナウイルス第2波による影響が出始めている懸念があり、最近では来客数が落ちてきている。
		その他専門店 〔書籍〕（店員）	来客数の動き	・ボーナスも出そろい、夏休みも短いなか、新型コロナウイルスの影響により巣籠り需要があって前年の売上から20%アップしている。
		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渦で始めたテイクアウトの売上に占める割合が低下した。一方で、テイクアウトのニーズも更に強くなっていると感じる。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・7月の売上は、前年に比べ1割ほど上がっている。客層が少し変わり、1人で来店しテイクアウトしていく男性客が多くなった。飲みに行く頻度が減って金が浮いている分、自宅で家族と菓子類を消費する機会が多くなったためとみられる。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・3か月前はほとんど来客数がなかった状態である。緊急事態宣言が解除されて7月になり、県主催のキャンペーンで1泊5000円の助成等が効果的に作用し、最悪期は脱出した。宿泊者数はやや良くなっている。
		観光型ホテル （支配人）	来客数の動き	・3か月前の4月よりは良くなっているものの、今月も全社で前年比30%台になったところである。一般宴会と宿泊宴会は今も全くなく、この先も例年予約のある案件が、期日が近づくとつれて1件ずつキャンセルになっていくばかりだが、宿泊数は前年の50%近くまで回復し、食堂も前年比80%を超えてきた。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・規模は大きくないが地方自治体のキャンペーンや助成金により、売上に多少効果がみられた。前年比としてはまだ1～2割程度である。団体旅行はまだ全く回復の兆しはない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3～5月は利用客が大変少なかったが、緊急事態宣言が解除されてからは増えている。売上は前年比では悪いが、一番悪かった時期と比べると倍になっている。
		レジャーランド （職員）	来客数の動き	・臨時休園・休業をしていたが、6月から全ての施設の営業を再開した。地域間の移動制限や梅雨入りも影響し例年に比べ大きく減少している。学校団体の利用は全くない。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・どん底からは本当に僅かだが回復傾向にある。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・10万円の給付金が行き渡っているはずだが、相変わらず売れない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数の増加により、来客数が減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・今月の途中から県内感染者数がまた増加したことにより、20時以降の来客数は前年比80%台にまた落ちたが、日中の来客数が増加し前年比103%になった。さらに、給付金が給付されたことで客単価も微かに上昇し、売上は良くなった。
		スーパー（ブロック長）	販売量の動き	・来客数は緊急事態宣言の解除から落ち着きをみせ減少している。少人数での来店という意識があるためと思われるが、客単価の高い状態が依然として継続し、売上を維持している。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・4月頃から内食志向が始まってまだ続いている。直近の土用の丑の日も好調で、やや良い状況は続いている。
		スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・3か月前の売上もやや良い結果であったが、7月の売上も前年100%を超える勢いで推移している。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・新装開店した頃よりは来客数は減少しているが、1人当たりの購入金額が増加し、一定数の定着した客もいる。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・食品、生活必需品の動きは、必要とされている商品を中心に変わらず売れている。日焼け止めのような外出に使用される商品の動向は20%減になるなど、ばらつきがある。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響による内食需要の高まりから、1品単価、買上点数共高く、売上は好調である。前年比も3か月前とほぼ同じ状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後は堅調に売上が回復傾向であったが、今月に入り来客数が減少した。長雨による気温の低下で夏季商材が売れにくく、新型コロナウイルス感染者の増加による出控え傾向も前月より高まった。4月と比較すると全体の実績は良いが、動きは良い方向に向いているといえない。
		コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・引き続き新型コロナウイルスの影響による来客数の減少が顕著である。さらに、今月に入ってから第2波のような感染拡大の傾向がみられ、前月と比較しても来客数が減少している。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・壊れた家電の買換え需要は必ずあるが、高単価な商品でも選ばれている。ここ数か月、収入が減った人も来店しているが、大部分はいつもどおりという印象を受ける。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・人の動き自体は活発になってきているが、消費量が大きく変わっているようにはみえない。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・4～5月に比べると良くなっているが、新型コロナウイルスの感染の広がりとともに急速に客足が落ちている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・実感としてはやや良くないが、問合せはあるため、周りから聞く話ほどは悪くない。景気の良しあしは業種による。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・少し状況が良くなっていたように感じていたが、また新型コロナウイルスの感染が拡大しており、心配な状況である。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きく、一時的にはメーカーの施策により売れているようだが、相対的な売上台数は減っていると考えられる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・なじみ客がほとんどであるが、週に何日も来ていた客が月に何日かの来店になっている。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で大変困っている。最近感染者も増加しているため、客も敏感に反応しているように見受けられる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・全てが新型コロナウイルスの影響だとは言い切れないが、一向に上向く兆候がない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・春からの新型コロナウイルスの影響により先がみえない。7月下旬になっても、夏休みが短く今年の夏旅は期待できない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・このところ感染者が増え続けているため、安心して旅行ができるわけではなく不安な様子である。Go To Travelキャンペーンのスタートに期待していたが、内容が曖昧で事業者も把握できていない。直近の夏休みの利用に効果があるのかよく分からない。客も割引されるなら旅行がしたいという状況ではなさそうである。
		旅行代理店（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が解除されて2か月になるが、個人旅行は県、市町村の宿泊割やGo To Travelキャンペーン等で多少の売上は発生した。しかし、団体旅行の復活がほぼないため底の状態は続いている。景気回復は新型コロナウイルスが完全に終息しない限り、無理だと考える。
		タクシー運転手	単価の動き	・何か月も前から人出が少ない。当分はこのような状況だと考えている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・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）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、営業活動のやり方は変わっているものの、結果的に新規契約数は計画どおりに推移している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・在宅勤務、ゲーム環境や学校関係等で有線のインターネット環境を希望する客が増えてきたようにみえる。
		観光名所（案内係）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により人出が依然として少ない。5月頃から比べると多少は増えてきたが、皆早く家路につくため、商売にならないところが多い。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月は、新型コロナウイルス感染症の影響に加え、雨の日が多く、入場者数は激減している。6月に入り入場者数は段々と戻りつつあったが、7月はいまだ梅雨も明けず、最悪の状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・通学者は平常時に戻っていると感じるが、通勤や一般の利用では、まだ電車を避けているようである。
		美顔美容室（経営者）	お客様の様子	・4月からキャンペーンを始めているが、新型コロナウイルスが終息せず、声掛けもできないため集客できない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客も高齢者が多いため、新型コロナウイルスの影響により外出を控え、店は暇である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・福祉用具レンタルという介護サービスは、日常生活動作が低下した高齢者の客には必需品であるため、提供量が大きく減少することはなかった。用具販売や介護リフォームについては、緊急事態宣言解除後は徐々に上向き傾向にある。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で部屋探しの客が例年に比べて約30%減になっている。4月は緊急事態宣言下だったため比較すれば当然良いが、到底景気が上向きとは感じられない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・アパレル関係、衣料品等の小売の売上が良くない。飲食店も少し持ち直したかと思っていたが、怪しい雲行きになってきた。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者が増加している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・来客数はかなり落ち込んでいる。新型コロナウイルスの感染が県内でもかなり増え、必要最低限の買物しかなくなっている。特に高齢者は出てこない。ショッピングセンターの来客数も非常に少ない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・7月はお中元シーズンであるが、客の様子をみると、新型コロナウイルスの影響で人との付き合いを狭くしており、売上、販売数はマイナス傾向が続いている。3か月前と比べると厳しい方向に向かっている。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で営業活動に制限があり、徐々に受注量も減少してきている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は多いが、旅行に行けないので、買物というよりは見るだけ、散歩という雰囲気です売上は厳しい状況である。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者の減少により、売上高も9割程度戻っていたが、感染の再拡大等により客足が鈍り、売上は再度厳しい状況にある。特に県内では感染者が増加しており、今後も懸念される状況である。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスも少し落ち着きをみせた前半は、来客数も徐々に戻り始め需要の高まりを感じられた。しかし後半からは第2波と思われる状況になり、来客数の激減とともに売上も減少した。厳しい状態に戻ってしまった。
		スーパー（店員）	単価の動き	・給付金効果も終わり、雨による来客数の減少傾向が見受けられた。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・雨の日が多く気温が低めだったため、飲料水、アイスクリーム等の売上が落ち込み、全体でみても前年比1割程度落ち込んでいる。
		コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・コンビニ業界は依然として下向きで苦戦を強いられている状況である。売上の前年比はチェーン別に回復状況が違うが、新型コロナウイルス発生以前の売上実績に戻っておらず、当社は7月速報値で前年比88.7%である。新型コロナウイルスにより世間の働き方や余暇の過ごし方は変化が発生し、対応するために業界の試行錯誤は続いている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・車検整備など必要なことに関しては来店があるものの、臨時整備は後回しになったり、自分でできることはしたりで、来店が減っている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数は新型車効果もあり前年並みの水準に戻ってきてはいるが、成約には結び付かず、販売台数は前年比8割ほどになっている。車検など必要最低限の入庫はあるが、サービス工場全体への入庫も目標の8割程度と、非常に厳しい状況になっている。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で商業施設の工事に延期や中止となっている案件がある。その他の建築に関しても見通しが立たず、契約が少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他小売 [ショッピング センター] (経 理担当)	販売量の動き	・4～6月、7月以降も新型コロナウイルス感染拡大 による特殊要因があり、状況を見極める状態には ない。
		一般レストラン [居酒屋] (経 営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスが憎い。
		その他飲食[ワ イン輸入] (経 営企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響を心配していたが、6～ 7月の販売額は前年と同程度まで回復した。人との接 触を減らすなど適切な対処をすれば、消費者にも購入 意欲自体はあるようだ。
		都市型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響から問合せは前年の2割 程度で、今後も引き続き少ないと見込まれる。
		旅行代理店(経 営者)	それ以外	・ターミナル駅前の人通りは以前と比較し増えては いるが、あちらこちらで感染者が増えて、飲食店の撤退 が見受けられる。大型ビル内でも撤退する店舗があ り、空きスペースが埋まらない状況が出てきている。
		通信会社(サー ビス担当)	販売量の動き	・既存客の契約事業者変更は多いが、新規申込みの注 文は減っている。
		パチンコ店(経 営者)	販売量の動き	・来客数の動きや単価の動きがやや悪くなっている。
		美容室(経営 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの第2波が来ていると感じる。
		美容室(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きい。イベント、旅 行等も中止となり出掛けることが少なく、美容院に來 店する予定もキャンセルになる場合も多い。
		設計事務所(職 員)	お客様の様子	・客との打合せでも景気の良い話は聞かない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス第2波が来て、受注量が下向き 傾向である。
		その他住宅[住 宅管理] (経営 者)	販売量の動き	・外出自粛解除後少しずつ問合せが入ってくるが、契 約まで結び付かない状況である。景気回復にはまだ時 間が掛かる。
	×	商店街(代表 者)	お客様の様子	・客の動きからも新型コロナウイルスの第2波が来て いるように見受けられる。
	×	一般小売店[酒 類] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの再拡大で、取引先の飲食店 では自主的に休業、閉店するところが出てきた。
	×	百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスが少しずつ収束してきて、来客 数も新型コロナウイルス禍の前までとはいかないが戻 りつつあった。しかし、感染が再度地方にも広がりつ つあり、今後も悪くなると見込まれる。
	×	百貨店(業績管 理担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がぶり返し、売上は苦戦 している。食品催事を計画していたが、中止する方向 で検討を始めている。長雨や豪雨の影響もあり、来客 数が落ちている。
	×	スーパー(支店 長)	それ以外	・この新型コロナウイルスの状況において、仕事は縮 小し、来客数、収入の減少で大打撃である。先がみえ ない状況で不安しかない。
	×	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・売上、来客数共に前年比3～5割減少の日々が続い ている。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・景気が悪いというより、新型コロナウイルスにより 外出を控えているため来客数が極端に少なくなってい る。
	×	衣料品専門店 (販売企画担 当)	販売量の動き	・売上が全く上がらない。来客数も少なく、新規デザ インの提案もなく仕入れ方面の動きも弱い。
	×	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・人気新型車両の投入もあり、市場に少し明るさがみ えたように感じたが、新型コロナウイルス感染拡大に 伴い、また客の購買意欲が減退し、営業活動をどのよ うに進めていけば客に受け入れられるか苦慮してい る。
	×	その他専門店 [雑貨] (店 員)	来客数の動き	・消費マインドを下げる要因ばかりで、プラスになる 要因が1つも無い。
	×	一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・市独自のプレミアム付き食事券の発行で来客数は増 えてきたものの、宴会はゼロなので売上につながら ない。
	×	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・予約が入らない。

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
	×	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルス第2波の影響で、6月は上向き加減だった状況は悪化に転じた。
	×	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・海外旅行は3月以降売上がゼロである。国内旅行も前年比3%程度のため、悪くなっていると判断する。
	×	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・令和2年7月豪雨や新型コロナウイルス第2波の影響による出控えがある。
	×	テーマパーク (職員)	それ以外	・新型コロナウイルス感染の収束がみえない限り難しい。
	×	理美容室(経営者)	来客数の動き	・今月は忙しい月のはずだが、新型コロナウイルスの影響により客足が伸びない。
	×	理容室(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響でここまで仕事が少なくなり、驚いている。
	×	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感染者が増加し、外出自粛が報道され来客数が減少した。
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍、梅雨の長い雨で来場者数が激減した。来場者も時間を持て余した母子の来場が多い。今後も不安しかない。
	×	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・リフォームでさえも依頼が減ってきた。
企業 動向 関連 (東海)		-	-	-
		不動産業(経営者)	それ以外	・例年よりも雨の日が多い上に、新型コロナウイルスの影響はまだ続いている。公共交通機関利用者は少しずつ回復傾向にあるが、売上は前年同期を大きく下回っている。
		その他サービス業[ソフト開発](社員)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス発生時のタイミングで4~5月の派遣契約が終了した要員は、7~8月に掛けて別の取引を開始することができた。
		その他非製造業[ソフト開発](経営者)	取引先の様子	・今月は前月よりは少し上向きであるが、例年の7割程度しか戻っていない。競合先も良くない。リーマンショック以来の不況が押し寄せている。特許出願が8月に迫ってきた。
		一般機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・主要市場である北米では、まだ新型コロナウイルスの感染が拡大しており、設備投資どころではないという雰囲気である。新たな移動制限が始まっており代理店が客先を訪問できず、客先の動向もつかめない。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は比較的少ないと思われるが、不透明な部分も多い。
		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により客先業界で設備投資がなく、売上は厳しい状況である。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により休業等が発生し、数か月前から受注量等も変動はなく、横ばい状態が続いている。
		電気機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・通信に関連する事業分野では、ネットワークの高度化の要望が強く、受注は好調である。
		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	・5~6月に比べると7月は良くなってきたが、生産量が多少戻ってきたということであり、4月と同じ程度の売上である。
		建設業(役員)	受注量や販売量の動き	・7月中旬までは集客も好調だったが、後半からは新型コロナウイルスの影響もあり来場者数が減少に転じている。
		建設業(営業担当)	取引先の様子	・客商売の業種ではなく生活に必要な業種であるため、景気の影響は余り受けていないが、部品等を購入する業者では厳しいところがあるようだ。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・仕事量が減った4月の状況と、この7月の状況は同じくらいである。5月が特に受注量が減ったことで売上が大きく落ち、6月は若干だが5月よりは回復した。7月には当初は前年並みに回復しそうな気配だったが、やはりまだまだ新型コロナウイルスの影響は続いており、予定どおりにはなっていない。
		輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス渦で多くの企業の活動が低下し、物流が鈍化している。
		輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・今月第2週目から1日当たりの荷物取扱量が徐々に上向いている。3か月前と比べると多い日では2ポイントほど増加している。しかし、これが景気の上向きと判断するのは時期が早い。今月、来月一杯には見極めたい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響によりかなりの落ち込みがある。特に個人経営の飲食店等は非常に苦労を強いられている。来客数も半分程度のものであり、景気の回復にはつながっていない状況である。
		通信業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルス禍で人の動きをまだまだ制限されている間は、身近な個人消費やサービス業全体で回復しない。感染リスクを抱えたままで世の中の気持ちが高揚しないうちは、景気は悪いままである。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物件数、価格など新型コロナウイルス禍での現状の低迷は一段落した様子である。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍により営業サイドがなかなか積極的な広告活動ができないため、受注もかなり絞られてきてしまっている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・客先の中で、特に中小企業においては、銀行等からの借入金等で営業活動を維持し、売上も緊急事態宣言のあった5月頃と比較すると増えているところが多いが、再び新型コロナウイルスの感染が拡大しており、売上の回復に陰りが見え始めている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・雇用調整助成金の支給申請が終わらない。現在申請中のところは、年内は掛かるといわれている。
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・一部の消費財を除いて全体的な需要が減退している。豪雨や長梅雨も前年同様の傾向であり、売上に大きくマイナスの影響を及ぼしている。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・緊急事態宣言解除後に新型コロナウイルス第2波が到来した。自粛生活をしなければ感染拡大は防げないことを示されたようで、ますます旅行、外食、エンターテインメントは壊滅的な状況に追い込まれてきた。宣言解除で国民は少し羽を伸ばしたが、これから再び自粛生活に入る。
		窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・取引先の中には、新型コロナウイルスの影響で受注量が減り稼働率が下がっているところがあり、臨時休業の連絡も来ている。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年比20%ほど落ち込んだままで推移している。客からの次の仕事の予定や見積りも、この時期は例年増えるものが今年は皆無とってよいほどない。
		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。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・やはり案件の動きが鈍くなってきた。引き合いが少しずつ大人しくなってきた感じがする。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で需要も縮小しているが、それ以上に生産が落ち込んでいる。生産は持ち直してきているが、今度は需要の落ち込みが懸念される。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・足元は市場が動き始めたので物量は増えてきているが、生産力を満たすだけの需要はない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・輸送物量の減少がみられる。
		通信業（法人営業担当）	取引先の様子	・取引先がテレワークで担当者の不在率が上がり、なかなか商談が進まない。担当者だけでなく、以前はよく遭遇していた競合先の担当者にも会わなくなった。
		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より、飲食店も含めて多くの事業者が平常時までの復旧には追い付けない状況である。中小企業も同じような状況であり、生産も落ち込んでいる。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・飲食、旅行を中心に、新型コロナウイルスの悪影響が継続しており、業績が回復する兆しがみられない。企業体力がいつまで持つか非常に懸念される。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、経済活動に目に見えない自粛圧力を感じる。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・自動車関連業者、特に自動車部品を運ぶ業者が厳しい状況である。
	×	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により取引先の休業が多く、販売が大きく低下している。
	×	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の影響により受注量、販売量が前年比75%と大幅に減少した。特に自動車関連が悪く、景気はまだ悪い状態である。

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
	×	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車、建築関係に携わる薬液の需要が減り、容器の販売数量は減少している。電子材料の薬液についても5月までは好調であったが、現在は在庫調整を行う会社が多く、容器の販売量は減少している。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・営業的に国内の客先訪問も禁止されているところが多く、新規の案件について検討することすらままならない。電話やメールだけでは詳細な話が進まない。客先でも中国工場へは渡航することができないので、生産計画も立たず難しい状況である。
	×	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により受注量が激減し、今月は仕事が休みになった。
	×	公認会計士	それ以外	・客先の中小企業の多くが、新型コロナウイルス感染症の影響で売上が減少している。新型コロナウイルス感染症により収益性が低下している大企業からは、取引量の減少や取引価格引下げの要請等があり、中小企業の業績は非常に厳しい。
雇用 関連 (東海)		-	-	-
		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車産業において、最大手は生産調整もなく通常稼働で、他の大手でも8月より通常稼働と、新型コロナウイルス発生以前の生産体制に戻りつつある。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・業績の良しあしにかかわらず新型コロナウイルスで一旦止まった求人の中から、戻ってきた求人がある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・取引先の営業は再開されたが、利用は少なく依頼が全くない状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・主要客である自動車メーカーにおいて、新型コロナウイルスの影響により予算を見直すという話が多く、引き合いがあった案件も、提案途中で予算見直しにより消滅というケースがあった。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・非正規労働者を中心に雇止めが多く、求人広告は全く出稿されなくなった。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・雇用調整助成金の新規申請は落ち着いてきているが、雇用保険の受給者が増加してきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体的な求人数は低迷している。特に自動車、ホテル関係は低迷が続いている。一部では求人数が増えているが、全体的には悪いままである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響がまだあるとみられ、3か月前よりも新規求人数は微増している一方で、新規求職者数が減少している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・転職希望者と求人企業の要望との需給バランスにギャップが生じているケースも散見される。企業側の姿勢は、より厳選しての採用になる。
		人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・人材派遣の新規求人数が、前年同月比で大幅に減少している。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は依然として低い水準ではあるものの、下げ止まりの状況にある。新規求人は認めない方針の企業が散見される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・これまで以上に企業の採用意欲の減退が感じられる。新卒者についても、予定数に達していなくても業績不調を理由に採用活動終了を決めた企業が幾つもある。
		職業安定所（次長）	求職者数の動き	・新規求職者数が前年同月及び前月と比較して増加している。数値としては1月の新型コロナウイルス発生以前の水準に近い。新規求人数も増加しており、新型コロナウイルス発生以前の数値と近いものである。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響等から、建設業では新規求人数が前年同月から増加しているものの、製造業を始めその他の産業では、前年同月から新規求人数が大きく減少している。
	×	人材派遣業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス第2波の影響により、自粛傾向が再度強まる可能性がある。海外渡航も緩和に向かってはいるものの、景気を好転させるまでには至らない。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・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みられる。
	×	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染が拡大している。
	×	職業安定所（次長）	求職者数の動き	・新型コロナウイルス関連による雇止めに伴い、雇用保険受給決定者数が増加している。

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

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)		衣料品専門店 (店舗運営)	来客数の動き	・マスクなど新型コロナウイルス対策商品の需要が高く、3か月前より来客数が6割増加している。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・家族やカップルでの利用は新型コロナウイルス発生前に戻ったが、法人や県外団体の利用がないため、例年の70%ほどの来客数で推移している。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きいと思っていたが、来客数が思いの外あり、販売数も例年並みに売れている。
		通信会社(役員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が解除され、ほぼ通常どおりセールス活動ができ、放送、通信共に順調に契約数が増えている。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・若者の人出は戻りつつあるようにみえるが、その他の人出はまだまだ戻っていないようにみえる。飲食店もランチにはぎわっているが、夜はまだまだである。
		百貨店(販売担 当)	来客数の動き	・4～5月は新型コロナウイルスによる休業の影響があり、それに比べると今月も来客数は増加している。しかし、前年同月比では85%程度と苦戦である。例年、セール期間は県外の大型店やアウトレットへ客が流れる傾向があるが、都市部と県外で感染者が増加したため、県外での消費が減少し、県内消費が増加している可能性がある。しかし、購入する商品は限定的で、必需品の購入が継続している。また、気温がやや低めのため、盛夏商品の購入がやや低迷している。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は少しずつ薄れてきているものの、直近の天候が非常に悪く、景気の下押し要因となっている。
		コンビニ(店舗 管理)	来客数の動き	・4月から比べれば持ち直しているが、夕方以降の来客数は大きく前年割れの状況である。
		乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・特に週末の来客数が以前の状況に戻りつつある。
		住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・今月は新型コロナウイルス感染症の影響が比較的少なく、収束傾向にあったことに加え、政府による各家庭への特別定額給付金が消費を促した背景がある。
		観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・県民宿泊プランのおかげで週末を中心に予約が入っている。しかし、新型コロナウイルスの感染者が増えると途端にキャンセルが増え、予断を許さない状況にある。
		旅行代理店(所 長)	来客数の動き	・前年の売上には及ばないが、地域での需要喚起対策やGo To Travelキャンペーンの開始により問合せが始めている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・4月の最悪の状態からはやや良くなっている。売上は最悪だった80%減から40%減まで回復している。7月後半からは観光客が増えてきている。
		テーマパーク (役員)	来客数の動き	・3か月前は旅行に出掛ける客が全くいかなかったが、現在は地元客を中心に国内客がやや旅行に出掛け、利用がある状況である。しかし、前年同期比でみるとまだまだの状況である。
		パチンコ店(経 理)	販売量の動き	・3か月前は、新型コロナウイルスの影響による自粛や休業要請があったが、現在は解除されている。
		競輪場(職員)	来客数の動き	・特別定額給付金の給付があり、来場者数の増加につながっている面もあるが、限定的な効果と考えるため、来場者数の上向きが継続していくかは疑問である。
		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への不安から、休会の延長、休会や退会の手続きがまだまだ出ているが、スポーツクラブを利用したいという思いは多く見受けられるようになってきている。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による活動自粛が終わり、6月下旬より新規住宅地の販売が開始できたことで住宅の受注が進んでいる。自粛期間に動かなかった客も動き出したことで、需要は戻ってきた感じがする。	
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響から少しずつ客が動き始めている。	

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
		住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・住宅ローン控除の延長対象期限に間に合わせるため、9月末までの請負契約を考えている客の動きが活発化している。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は表面的には薄らいできている。全国的に感染者は増えているが、余り意識していない人が多いようである。4連休は当店のある市場に恐ろしいほど観光客が来た。ソーシャルディスタンスなど全くとっておらず、見ていて怖いほどである。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月にお中元及びクリアランス需要があった反動で今月は苦戦している。23～26日の4連休は期待した数値には届かなかった。前半の2日間はGo To Travelキャンペーンの効果もあり徐々ににぎわったが、後半は新型コロナウイルス感染者増加の報道があり、外出を控えた人が多く失速した。月間の売上は前月よりマイナス幅が拡大し、前年比でマイナス8%の見込みである。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を最大限受けていた3か月前同様、前年に比べてあり得ないほど売上、利益共に減少している。6月には一度落ち着き、売上が回復基調になってきたが、再度首都圏での感染拡大に伴い、売上が激減している状況である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・7月に入り少しずつ回復していたが、新型コロナウイルス第2波らしきものの影響で客足が遠のきつつある。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・梅雨が明けず、エアコンなど夏物商材が売れない。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・直近は天候の影響で、エアコンの実需が上がってきていないので厳しい状況である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量は3か月前と比べると多くなっているが、前年同時期と比べると大変低い状態であり、景気の状況はまだまだ変わっていないと考える。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・集客面では多少回復傾向だが、高額商品の動きは依然として悪く、洗車用品やメンテナンス用品等の低単価商品の購入で占められている状況が、ここ何か月も変わっていない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・7月はお中元の時期だが、お中元は全く駄目である。地域の祭りや他のイベントなども全て中止になったことから、売上が減ってしまった状態である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・なかなか以前のように戻らず、なじみ客の多くは年齢層が高いこともあり、一度も顔を見せない状態が続く。新型コロナウイルス第2波となっている今は、赤字幅が増えないように願うだけで、先々が見通せない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響か、来店サイクルが延びて来客数が前年比で5%ほど落ちている。ただし、個人の購買意欲は活発で、商品売上は5%ほど伸びている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる影響が大きく、組合の賦課金の減免依頼が多い。飲食店はもちろんのこと、衣料関係も我慢している状況である。百貨店の営業再開と7月後半の大型店開業などにより、商店街両端の入口に核となる店舗ができたため、回遊性が期待できる。通行量は目に見えて増加してきたが、売上に結び付くのかこれから様子見である。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はいまだに続き、生活必需品の買物以外は外出を控える様子がみられ、来客数は激減している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・在宅率アップに伴う需要の増加や、天候不順による生鮮食品の相場高傾向により単価が上がっており、販売量や来客数に影響が出ている。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・単価は上がっているが、来客数や購買点数自体は伸びていない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少に加え、レジ袋有料化で客単価も下がっている。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・大都市を中心に新型コロナウイルスの感染者は全国的に増加しており、商店街の来訪者は減ったままである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・来客数が戻りつつあったが、最近の首都圏での新型コロナウイルス感染拡大により以前に戻ったような感じである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第2波への警戒感により、6月から復調してきた来客数が停滞している。また、天候不順により衣料品の動きも悪い。
		一般レストラン（店長）	販売量の動き	・来客数は少ないが、テイクアウト販売で補っている。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・6月末から東京の新型コロナウイルス感染者の増加に伴い、一旦上向きになっていた消費者の外出需要が、7月は停滞又はやや下向きに推移している。7月23～26日の4連休とGo To Travelキャンペーンにより、人の動きは多くあったが、それにより更に新型コロナウイルスの感染が地方都市にも拡大し続けている。消費者マインドが外出や外食を自粛する方向に向いていると感じる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言解除直後は、しばらく夜の飲食店関係で動きが出たが、ここに来てまた静かになっている。Go To Travelキャンペーンについては、まだ少ししか動きがない。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・契約数も厳しいが、契約後の打合せによる仕様変更で契約金額の増額幅も小さくなってきている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・7月23日からの連休前半は来客数も多く、久しぶりににぎわいを感じる事ができたが、連休後半の2日間は静かな週末であった。連休自体の売上は前年並みだが、月のトータルで考えると相変わらず厳しい状況である。ネット通販は相変わらず好調に推移している。
	×	一般小売店〔事務用品〕（店員）	お客様の様子	・店舗部門は来客者の減少により売上が下がり、営業部門は客先への訪問が難しく苦戦している。
	×	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染防止で、人が集まるセミナーや会合などが個人、企業を含めて軒並みなくなり、関連需要のお出掛け着や記念品、引き出物などが低迷している。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・景気悪化が予想されるなかで、購入点数が落ち込んでおり、必要最小限の買物のみにとどめている様子である。
	×	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・特売品の購入が以前より増えている。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数が減っている。
	×	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・5月は全面休業し、6月5日より営業を再開し、8日より県内宿泊割引の発売を開始した。6月19日に国内移動の全面解禁で予約が上向いたが、売上は前年比で29%である。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門の売上は70%減、レストラン部門の売上は60%減、宴会部門の売上は90%減である。首都圏の新型コロナウイルス感染拡大で、更に先がみえなくなっている。
企業動向関連 (北陸)		-	-	-
		食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が出ていたときと比較して業務用の需要が確実に回復傾向にある。とはいえ新しい生活様式が唱えられるなか、完全に元に戻るだろうとは考えていない。
		精密機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・4～5月に比べると、6～7月は予想より若干早いペースで回復基調に戻ってきた感じではあるが、ここしばらくの新型コロナウイルス感染者急増の影響が心配である。
		建設業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響を最も受けていない業種である土木工事業を営む当社においては、仕事への影響は皆無である。知り合いの飲食業者や旅行業者においては、感染が始まった4月の苦境に比べると少し明るさが戻ってきている。
		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・前月に営業活動を再開した結果として、今月の売上高は前年同月比の70%まで回復している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のさなかにあった以前よりという意味では、やや良くなっている。

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
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・繊維業界は各企業によって状況が違い、業種や資材の用途によって差があると考えるが、非常に厳しい状況である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・欧米市場、国内市場共に新型コロナウイルス感染症の影響で受注が取れない状況が継続している。当社は金曜日を一時帰休とし、生産調整を実施している。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客も法人客も、購入者がほとんどいないという話をいろいろと聞いている。
		司法書士	取引先の様子	・各種助成金請求のための書面作成の依頼が多いが、新しい事業のための不動産取得、会社設立の依頼も少くない。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による自粛や経済活動の停滞により、個人消費のみならず企業にも大きな影響が出ており、受注、販売共に厳しい状況が続いている。
		税理士（所長）	取引先の様子	・最近は業種によって非常に厳しい状況がはっきりしている。観光業、飲食業、アパレル業、店舗での販売業は非常に厳しいものがある。生活必需品のスーパーマーケットなどは大丈夫だが、アパレルなどは非常に苦戦しているようである。製造業は業種によってばらつきがある。良いところももちろんあるが、自社の取引先をみると新型コロナウイルスの影響に振り回されている状況である。
	×	建設業（役員）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が依然として拡大しており、先行きの見通しが悪化している。
	×	金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の資金繰り安定化は一段落してきたが、飽くまで一時しのぎの状況である。飲食等の小売業者は少しずつ回復してきたとはいえ、前年比では大きくマイナスである。仕入減少、在庫圧縮の動きから、商取引の規模は小さくなっている。
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
		*	*	*
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人の動きに変化はないものの、求職者の数が多少増えているように見える。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	求人数の動き	・県内の有効求人倍率が大幅に低下している。事業主都合の離職者が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・慢性的な人手不足が続く清掃や介護など一部職種の求人需要は一定数あるものの、全般的には先が見通せない状況下で積極的な採用の動きは見受けられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月の有効求人倍率は1.26倍で前年同月比0.73ポイントの大幅な減少となっている。産業別の前年同月比では、製造業で44.8%減、卸売、小売業で61.0%減、宿泊、飲食サービス業で56.2%減となっている。一方で、建設業、医療福祉業は前年同月比で増となっており、人手不足が強まっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による企業の採用意向は一部厳しさが緩んだが、依然として完全回復には至っておらず、雇用調整も続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で企業の営業活動の縮小による業績悪化は避けられず、雇用についても採用を差し控える動きが拡大しつつある。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人票の受付数が前年同時期に比べて2割程度少ない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・発行1回当たりの求人数が50件ほど減った。

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		観光名所（経理担当）	来客数の動き	・今から3か月前といえば4月になるが、その頃は新型コロナウイルスの影響で、出歩く人がほとんどいなかった。4月末から5月初旬は、当社でも店舗を休業した時期にあたる。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の4月は、新型コロナウイルスの感染拡大防止による営業の自粛で売上がゼロであったが、現在は営業再開により、数字的には良くなっている。ただし、前年と比べると良くなっていないため、実際は悪くなっている。
		美容室（店員）	来客数の動き	・今月は夏の書き入れ時であるが、新型コロナウイルスの感染者数が増え始めており、キャンセルが増えつつある。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・7月に入り、全体の雰囲気は落ち着いたように感じた。店の前を通る人や車が増えてきて、来客数も元に戻ってきたように感じた。ただし、7月の下旬頃から感染者数の増加が発表されると、目に見えて静かになってきた。月の前半と後半で、違いがくっきりと表れた1か月となっている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・多少は戻りつつあるが、新型コロナウイルスの発生前には程遠い。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響も最悪の状況を脱し、月間売上は倍になっている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・レストランやゴルフ場関連は動き始めたが、決して良い状況ではない。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・消費は緩やかな回復基調にあり、今月は前年比でマイナス15%以内にまで回復している。ただし、インバウンド売上の比率が高い化粧品などは、いまだに50%減と厳しい。一方、食料品の店頭売上はほぼ回復している様子である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・7月24日までの当店の入店客数は、前年比で6.1%減であるが、店頭売上は4.9%増と非常に好調である。購買単価が高く、担当の食料品は9.8%増と大きく伸びている。やはり新型コロナウイルスの影響で、外食を控え、少し良い物を家で食べるという習慣が続いている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・キャリアケースを持っている人や、出張と思われる人が徐々に増えてきている。
		百貨店（企画担当）	それ以外	・2か月前の5月は、ようやく営業が再開できたものの、営業時間は現在よりも短く、休業日も設定されていた。その頃と比較すると、営業時間は拡大し、来店客も増えているなど、景気は良くなっている。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・7月に入り、通常はクリアランスセールでにぎわう店頭も、今年は客を多く呼び込む施策はやめて、客が分散する形に変更した。来店する客は、密集を避ける意識の強い人が多く、大きな混乱を招くことは全くなかった。商品別には、化粧品は国内客向けを中心に、前月に比べて売上が約10%回復したほか、ラグジュアリー関連も前年を上回る日が幾つかみられた。全体では、売上の前年比が来客数の前年比を15～20%上回るなど、買上率の高さがうかがえる。また、客とのデジタルでのやり取りが多くみられるなど、新しい買物のスタイルが徐々に生まれつつあると感じる。
		百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・4月に比べると、若い世代を中心に来客数が増え、特にセールは期間が長期化したこともあり、順調に推移している。ただし、インバウンド需要は実質的にゼロであり、高齢者を中心に外出の自粛傾向も続いているため、以前のレベルには全く戻っていない。
		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・自粛明けから2か月余りが経過し、最悪期に比べて影響は半減するなど、来客数が回復している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染の再拡大により、来客数の増加にブレーキが掛かったこともあり、夏物セールのファッション関連は大変厳しい状況である。また、集客装置の催事での強力な販促や、媒体での訴求ができないことも、来客数の不調要因である。ただし、全体的に都市部の店舗に比べて郊外の店舗は好調で、商品では食品部門がギフト、自家需要共に、比較的順調である。
		百貨店（販売推進担当）	それ以外	・全体的に厳しい運営が続いているなかで、海外ブランドのほか、お中元などのギフト需要は比較的堅調に推移している。ただし、休業期間中の3か月前との比較では良くなっているとはいえ、長梅雨や豪雨、新型コロナウイルスの感染者数の増加といった悪条件が重なり、6月の通常営業の再開以降、国内客は約1割減となっている。各数値が徐々に悪化しつつあるのが現状である。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で休業していた3か月前に比べると、通常の営業に戻り、業況もやや戻っている。ただし、入店客数は前年比で30～40%減であり、売上は厳しい状況が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が依然として大きく、飲食店の利用を自粛し、スーパーでの買物が増える状況が続いている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・7月前半は新型コロナウイルスによる特需も落ち着き始めたが、月後半は感染拡大の影響で、家庭内での食事に関連した食材の需要が増えている。また、長雨の影響で野菜の相場が上がり、販売点数は減っているが、単価は上昇している。天候が悪い日が続いたものの、全体の売上は前年をクリアしている。
		スーパー（社員）	単価の動き	・来店頻度を減らしている客が多いせいか、食品の購入では一度に多くの数量を買う様子がみられる。それに伴い、以前に比べて値段の高い商品の動きが良くなってきたと感じる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・この時期はお中元があるため、販売量が増えている。
		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者数が発表されるたびに、テレワークの人が増えたり減ったりしている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・徐々に周辺で働く人が戻りつつあり、予備校や専門学校の子生も戻ってきているものの、以前の水準にはまだまだ遠く及ばない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・給付金の影響で、買物や娯楽、在宅での備品購入などに動きがあるように感じる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はあるものの、少しずつ来店客は増えている。ただし、土日や深夜は以前と変わらず悪い。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・近隣の会社などでは、出社している人も多いようで、出社前やランチタイムの動きは通常と変わらない。休日も、出掛ける前に飲物や食べ物を買ってくる客が比較的多い。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・少しずつであるが、客も戻りつつあると感じる。購入単価は小さいが、人数的にはかなり増えてきた気がする。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べると来客数は増えているが、売上で見るとそれほど変わらない。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続いている。緊急事態宣言の解除後、来客数は増加傾向にあり、特別定額給付金を使用する客の来店がみられる。
		乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・最悪の状態からは脱却した様子であるが、感染の第2波は厳しい状況である。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されるまで低迷していた販売量が、一気に戻った様子である。
		その他専門店【医薬品】（経営者）	それ以外	・PCR検査の件数が増えたり、クラスターに限定した検査の増加などにより、新型コロナウイルスの感染者数が増えている。当社は予防関連商品を販売しており、マスクやアルコール、ハンドソープ、ウェットティッシュ、洗剤の動きは引き続き良いが、夏用の化粧品は悪い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・経済活動の回復により、ガソリン販売量の増加がみられる。
		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	・長らく入荷のなかったマスクが入ってきたが、高額にもかかわらず売行きが良い。また、同時に手袋や体温計なども購入するため、販売量が増えてきている。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・団体客の予約は入っていないが、少人数での予約はコンスタントに増えている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・4～5月は休業しており、6月は8日間しか営業していなかったため、比較は困難であるが、7月の販売量は例年の40%弱である。7月は4連休こそ来客数は多かったが、それ以外では、Go To Travelキャンペーンの影響も余り感じられない。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は続いているが、地域限定割引が旅行を後押ししており、県内の消費額は増えている。
		都市型ホテル (フロント)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除を受け、多少の動きはあるものの、単価も低く、収入増には至っていない。全国的に新型コロナウイルスの感染者が増え、感染の第2波といわれるなか、Go To Travelキャンペーンが始まっている。当然ながら様子見の人が大半で、客足は鈍く、キャンペーンの恩恵はみられない。今年は夏休みも短く、リゾート地以外は苦戦を強いられると予想され、今後3か月の入込も悲惨な数字である。
		通信会社 (経営者)	来客数の動き	・通信会社の主導による時短営業が解消されている。
		通信会社 (社員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客への直接営業の機会が激減している。ただし、インターネット回線の増強や、追加などの問合せは大きく増えているため、全体としてはややプラスといえる。
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・今年は雨が多く、前年との比較は難しいが、インバウンド以外の動きは回復に向かっている。ただし、ファッション関連は依然として低調である。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	それ以外	・例年を大幅に下回っているものの、イベントの予約が少しずつ入り始めている。イベントが開催できる見込みも立ってきている。
		美容室 (店員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、来店を控えていた客が戻りつつあったが、相変わらずプライダル関係の仕事が再開できず、苦戦している。
		その他サービス [学習塾] (スタッフ)	販売量の動き	・5月は最も経済が打撃を受けた時期であり、その頃に比べると、戻りつつあると感じる。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・新築マンションの販売状況は、緊急事態宣言時にはモデルルームも閉じ、動きがなかった。営業再開以降は、郊外の価格が安い物件から動き出している。
		商店街 (代表者)	お客様の様子	・昼間の人出は多いが、夕方以降の引きが早い。売上は前年比で70%程度の店が多い。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・7月の中旬までは、回復の動きが出始めたと感じられたが、7月後半は極端に通行客が減り、前年比で60%の推移となっている。新型コロナウイルスの影響で外出しないため、洋服が全く必要なくなっており、売上は厳しい。客単価が極端に安く、どの店でもふだん着しか売れていない。
		一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染防止対策に関する様々な商談が、何となく一段落し、落ち着いている。
		百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・今月の売上目標は未達で、前年比では90%程度の予定である。6月に比べて、前年比は若干良くなっている。ただし、新型コロナウイルスの影響で、催事や販売促進策が自粛や変更となり、苦戦を強いられている。また、天候不順もあって必需品を中心とした購入となる傾向が強く、積極的な購買はみられない。
		百貨店 (サービス担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除により、売上は戻りつつある。ただし、前月は前年比15%減であったが、今月は20%減と、若干平行線となっている。来客数も25%減で推移している。

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（営業推進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後の入館数は、今月までほぼ同じ水準で推移している。いまだに不要不急の外出を抑える動きが強いと感じられる。その一方、感染の拡大や自然災害の影響で、外出先や支出先が減少しているからか、来店者の購入単価の上昇傾向に拍車がかかっている。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・ここ数日は新型コロナウイルスの感染者数が増え、来客数が6月よりも減っている。近距離の客がメインとなっており、客単価が上がらない。
		百貨店（販促担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が、感染者数の増加とともに再び強まっている。来客数や街の人通りの減少だけでなく、買物を必要な物に絞ったり、ショッピングを楽しむ雰囲気が少ないといった、生活防衛意識の高まりも感じられる。また、長引く天候不順もあり、夏物ファッションの動きが非常に鈍い。今は来店による購買促進も仕掛けにくく、安全を最優先にして耐えている状況である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・収まりかけていた新型コロナウイルス感染が拡大するのに伴い、巣籠り消費の動きが再燃している。また、天候不順で日々の食卓に不可欠な青果物が高騰しており、販売点数は増えていないが、売上の増加要因となっている。さらに、家でごちそうを食べるという機運が、土用の丑の日には最も顕著となり、今年はウナギが買いやすかったこともあって、過去最高の売上となっている。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・売上が多少減っているが、問題はない。
		スーパー（店員）	単価の動き	・雨で野菜の値段が倍以上に上がり、カット野菜やもやしがよく売れた。さらに、給付金が入った影響が、高い果物もよく売れている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、ここ3か月は買い回り商品が好調に推移している。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増えており、家庭内での需要が増加しつつある。買いだめは発生していないが、単価の上昇がみられる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者は増えているが、緊急事態宣言後からそれほど客が戻っていなかったため、特に変化はなく、悪いままである。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる自粛ムードは和らいできているが、来客数、単価共に大きな変動はない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの発生以前の来客数に戻っていない。手持ちの服で対応し、新たに買わないようである。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・取扱品目が生活必需品の家電であるため、新型コロナウイルスの影響は少なく、販売量は一定量で安定している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・6月までで給付金による買換え需要などが落ち着いたため、来客数、単価、販売台数が悪化している。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着き、給付金が出た際は、家電の買換えに使う人が増え、売上は伸びた。ただし、再び感染者が増えてきた今、外出を抑える人も多くなり、平日は来客数が減少傾向にある。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・季節要因や気温の上昇、在宅勤務の増加などで、エアコンや空気清浄機などの需要が一部が高まっているが、もともと家庭での優先順位は低いため、単価はそれほど上がっていない。また、予定にない買物でもあるため、それ以外の商品では買い控えが感じられる。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・梅雨が長引いているため、気温が上がらず、エアコンなどの季節商材の販売が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・感染の第2波ともいえる状況では、人の動きも活発にならない。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスにより売上が減少したままで、何も変わらない。
		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感染が拡大した当初は、非常に厳しい不況となった。その頃に比べると少しはましになってきたが、消費は元に戻っていない。

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
		その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染の第2波により、関連商品や生活必需品の買いためが増えた一方、化粧品関連の売上は伸び悩んでいる。全体としては売上が良いものの、新型コロナウイルスによる特需と判断される。景気が良くなったことで、売上が増えているとは考えにくい。
		その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・営業活動が再開されたため、売上自体は上向きである。
		その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・依然として来客数は少ない。以前からの景気低迷に、新型コロナウイルスによる外出自粛の影響が重なり、先がみえない。
		その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除により、持ち直しの兆しもみられたが、再び感染者数が増加傾向となり、来客数の減少傾向が鮮明となっている。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・地域内で使えるクーポンの発行や、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、間際での予約が動いているが、その影響での特需のように感じる。また、高級露天風呂付客室は例年よりも動いているが、中間価格帯の部屋は予約が動かないなど、部屋のタイプによる二極化が激しい。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は低調なまま推移している。一方、会議は多少入っているが、宴会の予約は皆無に近い。レストランもランチの利用は若干あるが、朝食は仕出し弁当のみとなっている。
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・7月中旬以降の新型コロナウイルスの感染者増加に伴い、Go To Travelキャンペーンの対象地域から東京が除外された。その結果、7月23日からの4連休の予約の減少や、キャンセルの増加により、当初想定していた稼働率に届いていない。また、レストランについてもキャンセルが発生している。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・7月に入り、少しずつ予約が入ってきていたが、感染者数が増えるにつれて、再び宿泊や宴会のキャンセルが相次いでいる。食堂に関しても、新型コロナウイルス対策を徹底して営業しているが、感染者数が増えるにつれて、来店数も減ってきている。Go To Travelキャンペーンに関しても、大きな効果は出ていない。
		都市型ホテル (管理担当)	お客様の様子	・主要な収入源である、宿泊や宴会がまだ戻っていない。
		旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが始まり、もう少し大きな反響を期待したが、感染の拡大をみて、客が尻込みしていると感じる。
		旅行代理店 (役員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに期待したが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を大きく受けている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる客の乗車機会への影響は、下げ止まりの状況にあるが、営業収入は依然として低いままである。
		遊園地 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たず、出控えが続いているため、来客数が戻らない。また、客の動きが従来と異なるために予測も難しく、感染収束後に向けた、有効なばん回策の見極めも困難である。
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・来場者数や問合せ数は微増であり、成約件数も一定数で推移している。ただし、新型コロナウイルスの感染第2波の影響により、今後の客の減少が心配される。
		住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・6月に外出の自粛が解除されたが、すぐに住宅の必要な人以外は来客も少ない。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・分譲マンション市場では販売活動が再開し、客は少しずつ戻っているものの、高価格帯を中心に動きはまだ鈍い。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による休業要請が緩和され、少しは売上が回復しているが、感染者が多くの場所で増えているため、先行きは不安である。
		百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響については、来客数は6月にやや持ち直したが、7月に入って感染が拡大してきたため、再び減少し始めている。

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
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今月は、前月のような緊急事態宣言後の反動による売上増や、特別定額給付金などによる高額商品の増加といった動きがなく、売上が低迷してきている。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響に伴い、営業時間の短縮や休業を余儀なくされている。それに伴って来客数が減少し、現在も続いている。特に、60代以上の客が、新型コロナウイルスの感染を警戒して減少している。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・5～6月は持ち直しの兆しがみられたが、7月中旬からは新型コロナウイルスの感染第2波が地方にも拡大しつつあり、急速に顧客心理が悪化している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品や生活関連商品では、必需品以外の購買を控える動きがみられる。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる外出の自粛中は、スーパーへの来店が増えた。ふだんよりも商品がよく売れたが、今は元に戻っており、商品の動きが悪くなっている。
		スーパー（販売促進担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、徐々に売上は減少傾向になると予想していたが、食品スーパーの売上だけをみれば、好調に推移している。外出機会の減少による外食需要の落ち込みが、中食や内食の増加につながっている。ただし、景気全体で考えた場合、良くないとは到底思えない。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者がまた増えてきたため、外出を自粛する人が増えている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、各企業の売上が減少している。購入検討をやめた客のほとんどが、売上の減少による買い控えである。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・天候不順や新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて、7月中旬から回復の動きが失速し始めている。
		旅行代理店（店長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに期待し、景気が上向くと判断していたが、新型コロナウイルスの感染拡大などによる客離れで、マイナスとなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・乗客数が少し増えてきたが、感染者数が再び増えたことで、土日以外の人出が少なくなっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、取引先の受注状況が悪化している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・営業が再開したものの、まだ世の中の情勢は、観光や娯楽にお金を使おうとする状況には戻っていない。
		美容室（店長）	来客数の動き	・7月上旬は、6月に比べると来客数も増えていたが、感染の再拡大に伴い、下旬はキャンセルが急増している。
		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	・新型コロナウイルスの影響が続いている。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による、点検訪問のキャンセルが再び増加傾向にある。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・7月に入り、徐々に客足が増えてきたが、新型コロナウイルスの発生以前に比べると大きく減っている。それに伴い、販売量も格段に落ちている。
	×	一般小売店〔花〕（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が出ている。
	×	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で、買い控えをしている客が多い。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・観光業や飲食業に対する新型コロナウイルス関連での助成金につき、いつまでなのかといった不安から、消費は落ち込んでいる。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品以外では、夏のレジャー関連の需要が消失したほか、長梅雨による季節需要の停滞、外出機会の減少、マスクの着用による化粧品の消費減少などで、消費が2～3割減少している。その反面、食品は外食機会の減少や内食化により、生鮮品を中心に堅調である。一方、長梅雨の影響が、野菜相場の上昇のほか、飲料やアイスなどの盛夏品の消費減少につながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、生活者の行動範囲が狭くなり、遠方からの来店が激減している。また、飲食テナントの売上や来客数も減っており、夏休み期間の短縮の影響も含めて、非常に厳しい。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・7月以降、売上がピークを迎えるはずであった着や浴衣、スーツケース、フォーマル関連の動きが鈍い。また、テレワークが増えている影響か、ビジネス関連の動きも非常に鈍い。その代わりに、除菌商品や調理器具、スポーツ関連は好調であるが、割合の大きなレジャー関連のカバーはできていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・7月に入って、新型コロナウイルスの感染者数の増加とともに、来客数が減少している。特に高齢者は用心深く、15日を過ぎてからは顕著に減少している。4連休も一定の人出はあったものの、まだ明るい時間に客足が引いている。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・給付金の給付後は、冷蔵庫や洗濯機、エアコン、テレビなどが売れたが、短期的な動きである。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の板金塗装や修理を行っている。5月は特に新型コロナウイルスの影響で車での外出が減ったため、交通事故も少なく、売上が激減している。
	×	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、外食全体ではまだ需要が戻っていない。
	×	その他小売【インターネット通販】（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染予防で買物や外出を控えているため、客足が減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街の飲食店では、新型コロナウイルスの影響は非常に深刻である。経済の回復が見込めないなか、家賃の支払で体力がなくなり、閉店に追い込まれる店舗が続出している。業態を変更するにも、体力を考えると投資できない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣のチェーン店や、長年営業してきた個人店などの閉店が多い。一方、新型コロナウイルスの感染者が増えてきたと報じられてから、テイクアウトが増えている。
	×	その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	それ以外	・自粛ムードはまだまだ変わらず、売上に変化はない。最近では家庭内での出費が増えている。
	×	都市型ホテル（客室担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの需要がない。大阪での感染者の拡大の影響もあり、客足が遠のいている。大阪いらっしやいキャンペーンの受注は伸び悩み、Go To Travelキャンペーンにも混乱を招いている。
	×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンを批判する、過剰なマスクミ報道を控えてほしい。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・前年比で20～40%の営業収入が減っている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響を、うまく言葉で表現することができない。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策として、新しい生活様式に対応し、店舗への来店を予約客のみとしているため、来客数が減っている。感染拡大防止の観点では当然であるが、店舗のオペレーション変更もあり、スタッフへの負担は大きい。売上は落ちているが、稼働時間が減っているわけではないため、収益状況は厳しい。
	×	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・今期のマーケティング予算が凍結されている会社が数社あるほか、休業も増えている。
	×	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードの中で、徐々に客の動きがなくなってきた。当初は飲食や旅客関連の人の動きが止まったが、徐々に業種が広がっていると感じる。
	×	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費者の購入意欲が感じられない。
	×	その他住宅【展示場】（従業員）	来客数の動き	・大阪府でも新型コロナウイルスの感染者数が増えており、来場者は減少傾向にある。
企業動向		金属製品製造業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入ってきている。

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
関連 (近畿)		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は外出自粛の影響で消費が冷え込んでいたため、それに比べると大幅に上向いている。特に、家電製品は10万円の特別定額給付金の影響で、好調な荷動きが続いている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・飽くまでも3か月前の4月との比較であるが、当時は新型コロナウイルスの影響で駅ナカ店舗も休業が相次いでいた。7月も厳しいとはいえ、全店での営業により、数字上は大きく改善している。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、出荷量は5月に最低となり、6～7月は増加している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車各社の工場の稼働が進み、関連業界の先行きに明るさが出てきているが、採算ラインに乗るまでには時間が掛かる。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4～6月は取引先も在宅勤務がほとんどで、営業活動ができなかったと聞いている。さらに、役所とも協議ができず、業務が進まなかったが、ここへきて動き出しつつある。
		司法書士	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言が出ていたため、その頃に比べると、動きが活発になっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は減少したままである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イレギュラーな仕事が多く入っているが、偶然が重なったのか、需要が増えているのかの区別が付きにくい。個人的には、両者の比率は半々とみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上は横ばいである。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・発注側にも、新型コロナウイルスによる大きなダメージを受けている会社とそうでない会社がある。設備投資よりも雇用の安定に資金を回す企業も多く、民間企業の発注は前年比で減少している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が少なかったため、よく売れている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染の第2波で、飲食や観光関連の得意先の広告は止まったままである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・持続化給付金、家賃支援、雇用調整助成金などの様々な給付や貸付けが行き渡り始めている。ほんの少し、かつ短期間であるが、資金繰りは改善されたように感じる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量や受注件数が少なく、設備投資などの物件の見積りも非常に少なくなっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・業務用商品は回復傾向にあるが、家庭用は横ばいの状況であるため、元の売上には程遠い状況が続いている。
		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染への対応で、催事や集客策が制限されており、販売の回復がなかなか進まない。景気の後退による買い控えもあり、冷え込んでいる。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、7月に入り、月前半には一時的に需要の動きがみられた。しかし、感染の拡大により、中盤以降は全くストップしている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、消費が減少していると感じる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・インターネット経由の引き合いは活発であるが、特に海外との往来ができないため、仕事が進まない。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・業種によっては、設備投資や事業計画の延期や中止といった話が聞こえてくる。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染の第2波が発生しており、経済活動は再び自粛モードとなりつつある。景気は後退していると判断され、それは取引先の受注動向からも感じられる。	
	金融業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスによる影響が長引いている。海外からの部品調達の遅れや、感染の拡大傾向による影響が考えられる。	

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
		新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・前半は回復の様子もあったが、新型コロナウイルスの感染者が増加し始めてから、折込件数が減少し始めている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・人材育成や販売促進、マーケティングを中心に企業を支援しているが、最近の状況はますます悪くなっている。新型コロナウイルスの感染が収束するとは思えず、有効な政策もないなかで、先行きは暗い。
	×	出版・印刷・関連産業(企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、明らかに受注量が減少している。
	×	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べるとかなり悪くなっているが、前月からは横ばいである。
	×	金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・自動車の生産が再開されたようであるが、取引先の在庫も過剰であるため、足元の売上増にはつながっていない。
	×	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先の投資計画が全くみえてこず、引き合いもほとんどない。
	×	輸送用機械器具製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・コンベア本体の受注がなく、修理や補充部品の注文が増えている。コンベアラインとしての引き合いは、前年比で90%ダウンしている。
	×	金融業〔投資運用業〕(代表)	それ以外	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続き、経済活動が元どおりに戻っていないなか、再び感染者数が急増している。中途半端に経済活動を再開させるべきではなく、大きな痛みを伴うが、ここは感染が完全に収束するまでは、経済活動を休止すべきである。
	×	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web広告、紙広告共に、売上が前年を大きく下回っている。
	×	その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響の長期化で、先行きの不透明感は増す一方である。
	×	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が広がるなか、取引先の工場の稼働制限などもあり、設備投資を延期する企業が増えている。
	×	その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染収束の兆しがみられず、混迷している。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-	-
		人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・求人数は、前年比では60%と落ち込んでいるものの、前月比で見れば改善傾向にある。
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・徐々に受注は戻りつつあるが、信ぴょう性に欠ける案件が多く、なかなか決まらない。
		人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・7月に入り、求職者の動きが活発となった。在宅業務の募集など、新たな求人もみられる。
		アウトソーシング企業(社員)	雇用形態の様子	・保育園での業務については、基本的には自粛もないため、特に変わらない。
		アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	・仕事の依頼が減少している。
		新聞社〔求人広告〕(管理担当)	求人数の動き	・求人数に伸びはみられず、改善を示すような兆候もない。インバウンドには全く期待できず、自粛モードも続くなかで、飲食や観光に関する業界は特に深刻であり、求人どころではないのが実情である。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・一時期に比べて求職者数は増えてきているが、まだまだ先行きは不透明である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が前年比で9か月連続の減少となっている。特に、製造に関する派遣求人の減少が続いている。
		民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・新卒採用市場では、4月の緊急事態宣言下で選考試験がストップした時期に比べると、選考が再開し、最終面接や内定通知も行われている。ただし、企業による就職イベントや就職セミナーへの出席意欲は薄く、企業間の競争は少ないため、前年までのような、採用枠が埋まらないといった声は少ない。
		人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルスに雇用が大きく左右されている。一度は感染が収束しかけたため、派遣の需要が増えると予想されたが、また第2波が押し寄せてきた。今回はかなり先行きを深刻にみている企業が増えているため、悪くなる動きが進んでいる。

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
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・緊急事態宣言時に比べると、求入件数も戻ってきているが、前年比ではまだ7割程度しか回復していない。
		学校[大学] (就職担当)	それ以外	・今回の4連休の初日に百貨店へ出掛けたが、お中元コーナーは前年に比べると非常に閑散としており、悲惨な状況であった。インターネットでの販売にシフトしたのかもしれないが、ひどい状況である。午後1時から2時半頃までの滞在で、お中元コーナーへの客は20名を切っており、先行きが心配である。
		学校[大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・企業へのヒアリングでは、新型コロナウイルスの影響で、採用活動をインターンシップへの参加者のみで終了したというケースが出始めている。
	×	新聞社[求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・営業先で話を聞いている限り、新型コロナウイルスの影響は多かれ少なかれ、どの企業にも出ていると感じる。また、ある企業が求人募集を掛けたところ、想定の数倍の応募があったとも聞いている。状況は確実に悪くなっているようである。
	×	新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が広がっている。感染者数は一旦小康状態になったが、再び増加傾向にあり、関西の地元企業の動きは更に鈍くなっている。
	×	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・6月は、新規求人数が6か月連続で前年を下回ったが、減少幅は縮小した。その一方、前月に続いて会社都合の離職が大幅に増えた結果、新規求職者数は5か月ぶりに増加に転じた。
	×	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数の減少傾向は、4月の前年比46%減をピークに、月を追うごとに減少幅が縮小していたが、7月に入り再び減少幅が拡大した。新型コロナウイルスの感染第2波への懸念により、恐らく7月末時点では5割減に近い水準になると予想される。

9. 中国(地域別調査機関:公益財団法人中国地域創造研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)		百貨店(販売計画担当)	来客数の動き	・特別定額給付金支給の限定的な追い風効果や、3~5月の自粛の反動効果で景気は良くなっている。
		スーパー(販売担当)	来客数の動き	・郊外の路面店ということで、世間で懸念されている密状態になりにくい環境からか、新型コロナウイルス発生後に来客数が増加し、売上也好調に推移している。
		その他小売 [ショッピングセンター](支配人)	来客数の動き	・緊急事態宣言発令時の4月と比較すると、明らかに改善傾向にある。今月に入り、また感染者数が増加傾向にあるが、宣言発令時のような自粛ムードはなく、客が警戒しつつも、外出や買物を楽しんでいる様子がうかがえる。
		一般小売店 [靴](経営者)	販売量の動き	・3~6月に比べて売上が戻ってきている。実店舗よりもインターネットからの問合せ、売上が多い。高額商品や特殊なメンテナンスサービスの受注量が多く、非対面型で特徴のある商品やサービスのPRを引き続きインターネットを通じて行っていく必要を感じている。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・3か月前と比べると販売量は回復傾向にあるが、前年実績を上回る部門はほとんどない。前年の8~9割程度の部門が多い。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・ほとんどのブランドのクリアランスが前倒しとなり、6月から開催しているが、対象商材が前年より増加したことで、販売量は前年比30%減まで回復している。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が最も大きかった4月中旬~5月に比べ来客数が増加している。春物中心に在庫過多のため品ぞろえも多く、客対応もできている。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているが、6月中旬頃から徐々に来客数や売上が回復傾向にある。百貨店商材では特にグローサリー、和洋酒、化粧品、子供服、リビング関連などの状況が良く、不振の婦人服や紳士服の売上をカバーしている。
		百貨店(営業企画担当)	来客数の動き	・今後の新型コロナウイルスの状況によっては第1波の時のように急降下する可能性もあるが、現在は来客数が徐々に伸びてきている。

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
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の推移をみると、4月が前年比80%、5月が前年比76%、6月が前年比88%、7月が前年比89%と徐々に回復傾向にある。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数の増加に伴い、売上也増加している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・商談数が少しずつ戻りつつあり、販売につながっている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数や契約件数が増加している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・徐々に人の動きが出てきている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・来客数が以前に比べ回復傾向にあるが、新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあるなかで、危機感が増している。感染者数が増加しても耐えうる医療体制や治療薬の開発による安心感が必要である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は客が来ない日が何日かあったが、緊急事態宣言が解除されてから、少しずつ客が戻りつつある。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・4月は緊急事態宣言が発令された途端に急激に来客数が減り、前年比でも8割減少となったが、7月に入り新型コロナウイルスの感染者数が増加しても、今のところ4月ほどの急激な落ち込みは見られていない。常連客も徐々に元に戻りつつあり、連休中は県外からの来店もチラホラ見られた。ただ、前年に比べると約4割減少とまだまだ厳しい状態が続いている。
		観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・県内を中心に宿泊の予約が順調に入ってきている。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言下での宿泊の稼働率は10%台で推移していたが、解除を経て県外の往来が緩和されてくるとともに、ビジネス、観光の個人客を中心に30%台まで回復している。レストランも駅周辺の店舗も通常営業に戻っているが、夜の集客はまだ戻らない。飲み会や会食を敬遠するムードが大きく影響している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きが次第に活発になってきており、景気はやや良くなっている。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響があるが、新サービスを開始していることにより加入を前向きに検討している客も多い。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・固定インターネットサービスの加入件数が多くなっている。
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・料金延滞件数が目に見えて減少傾向にある。特別定額給付金支給の効果で家庭の支払能力が一時的かもしれないが向上している。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・少しずつではあるが、週末を中心に来園者が増加してきている。
		観光名所（館長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による自粛要請から経済活動の再開となり、以前に比べると来客数が微増している。
		ゴルフ場（営業担当）	単価の動き	・県外客やインバウンド客の減少により、県内客や近県客の集客争いとなっているため、単価が大幅に低下し、売上も大幅に減少している。ただ、来場人数は前年並みに回復傾向にある。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で場内での売上が若干減少傾向にあるが、インターネット投票での売上是好調である。
		商店街（理事）	お客様の様子	・日常生活が新型コロナウイルスの動向に左右されているので、景気も新型コロナウイルスの動向次第である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・景気は業種によって違いがあり、飲食やスクールなど人が集まるような業種は来客数や売上が減少したままで、取りあえず開店だけはしているという状態である。八百屋などは余り変化がない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・以前よりは多少客の購買意欲が出てきているが、景気は依然低調で、先が見えない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で内食中心の傾向が続いているため、景気は好調に推移している。

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〔洋裁附属品〕（経営者）	お客様の様子	・来客数が少しは増加しているが、売上にはつながっていない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・春は新型コロナウイルスの影響で来客数が大幅に落ち込んだ後に店舗の営業自粛を行った。現在は営業をしているものの来客数が落ち込んだ状態が続いており、来客数の回復まではまだまだ時間を要する。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円の絵画、100万円以内の宝飾品やブランド品などが売れており、景気は悪くはない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・食料品、特に青果、鮮魚、精肉の購入状況を見る限り、3か月前と変わらない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が半年以上、前年の95%程度で推移しているが、売上は前年を上回っている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客単価、買上点数ともに若干上向いているが、大きな変化はない。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数も客単価も3か月前とほとんど変わらない。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気は悪いが、スーパーは新型コロナウイルス特需が続いており、販売量が前年を上回っている。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・野菜類の単価が前年と比べ15%も上昇しているが、販売数量は前年並みで推移している。
		スーパー（営業システム担当）	販売量の動き	・来客数の増加は新型コロナウイルスの影響による買いだめ等の一時的な需要の増加だと思っていたが、客足は安定している。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で観光やイベント等が制限されていることや、不要不急の外出が制限されていることで、回復の勢いは鈍化している。
		衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数の減少と特別定額給付金の支給の影響で、来客数は一時的に増加したが、最近の感染者数の増加で来客数は再び減少している。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・7月20日辺りまでは来客数が前年の90%程度まで回復していたが、7月23日辺りから来客数が減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・7月の販売台数は前年を維持しているが、来客数の増加は余り見られない。
		乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・今まで都市圏中心だった新型コロナウイルスが身近に発生しているためか、来店予定をキャンセルする客が増加している。景気が良くなりそうであったが、元に戻ってしまった感じである。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる自粛以来、いろいろな業種が疲弊しており、直接関係ない業種も悪い方向へ向かっている。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まってきて幾らか上向きの時期もあったが、感染者数が増加してからは人出が少なくなっている。観光バス利用者の来場も全くなく、見通しが立たない状況である。
		高級レストラン（事業戦略担当）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンでの反転攻勢に期待したが、キャンペーンと同時に新型コロナウイルスの感染者数も増加傾向になり、なかなか客が出掛けようというマインドになりにくいのか、新規の予約と同じくらいキャンセルが目立っている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されてから来客数は前年の70%程度まで回復していたが、今月は前年の85%まで戻っている。ただ、新型コロナウイルスの感染者数が再び増加し始めてからは来客数の伸びが急激に鈍化している。一般客やランチタイムの利用者は増加しているが、ビジネス関係の宴会客やディナータイムの利用者は変わらない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・4月より少しは良いが、上向きではない。少し良くなりかけたと思えば、新型コロナウイルスの感染者数の増加で来客数が減少したりと、なかなか景気は良くならない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり景気は変わらない。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前の最悪の状態からは脱出したが、来客数は変わらない。

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
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・7月の4連休は隣県を中心に満室近い状態になったが、Go To Travelキャンペーンの不確定要素が影響し、その他の日は伸び悩んでいる。
		タクシー運転手 タクシー運転手	お客様の様子 お客様の様子	・良くなってはいるが、悪い状況に変わりはない。 ・前月は新型コロナウイルスの影響が多少収まる傾向にあったが、7月中旬辺りから再度感染者拡大の傾向となり、客の動きも鈍くなっている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・景気の低迷が続き、上向き気配がない。
		通信会社(企画担当)	お客様の様子	・在宅ライフスタイルで、ネットサービスの新規引き合いはあるものの、新サービスや更新の案件は少ないままである。ボーナス支給月であったが、動きは少ない。
		通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続き、景気は変わらない。
		テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続き、景気は変わらない。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・来客数は増加傾向にあるが、客の購入意欲は低く、大きな変化が感じられない。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新築住宅やリフォームの引き合いがほとんどなくなっている。相談中の物件も、新型コロナウイルスの先行きが不安という理由で中断している。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・客が新型コロナウイルスに対する不安感の中、大きな買物にとっても慎重になっている。
		商店街(代表者)	単価の動き	・依然として厳しい状況が続いている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街の人通りは少しは増えているが、来客数は依然として少ない。
		一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響を強く感じる。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数が減少している。
		スーパー(財務担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後、買上点数や1品単価が前年を上回っているため、既存店売上も前年と比べ増加しているが、既存店来客数は前年を下回っている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・県外移動の自粛等何となく動きにくい環境下ではある。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による巣籠り等の動きが、家電業界の追い風となっていたが、今月に入り、需要の先食い等の反動が出ている。
		家電量販店(店長)	お客様の様子	・前月まではキャッシュレス・消費者還元事業があり、天候にも恵まれ、前年並みの売上があったが、今月は新型コロナウイルスの影響で苦戦している。
		家電量販店(販売担当)	販売量の動き	・特別定額給付金の効果がなくなり、エアコン需要も見込めないため、景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・7月の販売台数は前年比85%と新型車が出たにもかかわらず、大変厳しい状況が続いている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・最近、新型コロナウイルスの感染者情報が出るたびに、客の外食控えが明らかになってくる。これからも新型コロナウイルスの感染者数が増加するたびに、客の来店意欲が減少する。
		タクシー運転手	来客数の動き	・駅方面や繁華街の利用客が少ない。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増加するにつれて、高齢者が来店を敬遠し、来客数が減少している。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・今回の特別定額給付金のようなものが支給されると、例年なら客から住宅の耐震診断や災害対策を考えたリフォームができないかといった相談があるのだが、今年はそうした相談も少なくなっている。
		住宅販売会社 (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で集客ができず、販売不振が続いている。
		住宅販売会社 (営業所長)	お客様の様子	・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から景気はやや悪くなっている。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・飲食店や宿泊施設の来客数は若干増えてきているが、新型コロナウイルスの影響はまだ根深く、小売店等の売上は全く戻っていない。観光客や夏休みによる需要はほとんど期待できない。
	×	商店街(代表者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で消費者マインドが悪化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	販売量の動き	・前年同月に比べて販売量が減少している。
	×	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・7月に入り地方においても新型コロナウイルスの感染者が急速に拡大しており、客の店内、展示会への来店が厳しくなっている。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が回復せず、売上も悪化している。
	×	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が外出を控え、来客数が減少している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で客が集まらない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きく、販売量が前年同月比で3割以上減少している。7月に入り、Go To Travelキャンペーンが開始された一方で、新型コロナウイルスの感染者数も増加しつつあるため、来客数が減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数がますます減少している。
	×	その他専門店〔布地〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除で県境をまたぐ人の移動が容認されたことで、高齢者が新型コロナウイルスへの感染を恐れ、外出を控えるようになっている。
	×	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・前月に回復傾向にあった来客数や売上高は、今月は新型コロナウイルスの影響や天候不順等もあり、再び減少している。観光業が厳しい状況なので、経済の動きが悪くなっている。
	×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、Go To Travelキャンペーンが始まったが、取引先も対応に困惑しており、なかなかいい方向に向かっていない。
	×	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・5～6月に掛けて新型コロナウイルスの感染者数が減少したこともあり、旅行需要が動き出す雰囲気があった。しかし、第2波が懸念される状況となり、再び閉塞感が漂い始め、開始されたGo To Travelキャンペーンの東京除外などもあり、即効性が期待できない状況である。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・事業縮小しようとする企業が多くなっている。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で外出する人がほぼいない状況で、こまめに身だしなみを整える客が少なくなっている。
企業動向関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気は少しずつ上向いている。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の4月は新型コロナウイルスの影響で受注量は通常より80%以上少ない状況であったが、7月中旬より夜勤が再開し、稼働日数も通常に戻っている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で消費行動が変化し、店舗の閉店や縮小が続いており、オンラインショップ開設の相談件数が増加している。ネットと融合した荷物が増加傾向にあるほか、オンライン授業の教材、調剤薬局からの処方薬、産物業者からの需要等も増加している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・土産品や業務用の売上が大幅に減少しているが、量販店やカタログ販売の売上は増加しており、景気は徐々にではあるが、改善傾向にある。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一部の需要家の動きが回復してきている。
		一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で引き続き受注は悪い状況であるが、九州や中国地方の災害復旧関連の需要が増加する兆候がある。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・7月に入り、客からの問合せや前年度計画していた案件が、計画どおり、発注に向けて動き出したり、実際に受注につながったりしてきている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・前月に比べ、来客数が約8%増、成約件数が約5%増となっている。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・対面や密を理由に延期となっているコンサル案件が一部再開し、新規案件の問合せも若干動き出している。

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
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で注文がかなり落ち込んでおり、7月に入って少し持ち直すかというところで、第2波が訪れており、逆戻りしている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で悪化していた景気が、緊急事態宣言解除により、少し元に戻りかけていたが、第2波の可能性が出てきたことで、3か月前と変わらない状況になっている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で大幅な減産となり、臨時休業している。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの影響で自動車関連素材や液晶関連素材の販売が芳しくない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少ない状況が続いており、雇用調整助成金を活用して週2日帰休を行っている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス関連での不安を抱えながらも、現在受注している物件については順調に稼働している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で新たな設備更改が見送られるなど通信機器販売が伸び悩んでいる。リモートアクセス商材の引き合いはあるが、単価が低く相殺できていない。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で低迷している地元完成車メーカーの世界販売は、徐々に回復しているが、依然として前年と比べ2割程度減少している。このため、系列の地元部品メーカーの受注も前年の7～8割にとどまっている。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言解除後、経済の動きは少しずつ戻りつつあるが、全体的に取引先の資金繰りが改善しているとはいえない。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・予定していた製造量に全く届いていない。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・世界的な不況で受注が減少している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者数が増加しており、引き続き予断を許さない状況である。
		輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・海外向け受注が落ち込み、下げ止まらないため、景気はやや悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注量や販売量が減少傾向にある。
	×	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・乗客数が激減し、数か月にわたり売上が前年を下回っている。
	×	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスによる世界的な景気悪化の影響で、特に自動車部品を生産している取引先の受注量が前年と比べ25%減少している。
	×	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・新造船建造について、この3か月間で世界的に見てもまとまった商談は成約していない。
	×	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で客からの受注量が減少している。
雇用関連		-	-	-
(中国)		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスが全国へ広まるなかで求職者や求人者の動きが制限されていく傾向にあったが、その頃と比べると、求職者や求人者の動きが戻ってきている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響が色濃く残り、特に、飲食、宿泊、イベント等接客業界で思い切った集客施策ができないため、景気が停滞している。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・緊急事態宣言が解除され、最終面接をWebから対面に切り替えた企業、遅ればせながら中止していた会社説明会を対面で実施する企業がちらほら出始め、昨年よりやや少ない程度で内定を出している様子である。前年と大きく違うのは、いい人材がいなければ無理をして採用しないということである。7月末現在で内定保有率は7割、内定を持っていても就活を継続する学生を含めると、約5割の学生がまだ就職活動中である。

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
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・劣悪な就労環境から脱するための転職は依然としてあるものの、先行き不安からチャレンジするような転職は避け、思いとどまるケースが増加してきている。転職希望者が現状を捨ててまで新たなチャレンジをしようとしていない。
		民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスが引き続き大きく影響しており、求人数は伸びていない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・受領した求人数は前年同期を下回っており、景気が改善する兆しがない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率は、全国で2位の高い数値であるが、3か月連続で低下しており、第一次オイルショック以来45年ぶりの低下率となっている。
		職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・引き続き休業している企業があり、求人数の減少も続いていることから、景気はやや悪くなっている。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で新規求人数は前年比27.3%減、有効求人数も前年比32.6%減と大幅に減少している。新規求人数の直近3か月も同様に前年比32.0%減少している。産業別新規求人も同様で、建設業、学術研究、専門・技術サービスなど一部の業種を除いて減少している。有効求人倍率は、4月1.92倍、5月1.55倍、6月1.43倍と低下傾向にある。6月末時点の来春の新規学校卒業予定者対象の求人状況は、高卒で求人件数が前年比17.1%減、求人数が前年比25.7%減となり、大卒等では、求人件数が前年比30.6%減、求人数が前年比33.1%減となっている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・景気に関する悪い話しかなく、景気は悪くなっている。
	×	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は減少の一途である。リーマンショック時もそうだったが、不況時に人材の流動が増える介護業界も一通り人が流れたせいか人員充足で採用意欲が低くなっている。
	×	人材派遣会社（経営戦略担当）	求人数の動き	・当初は、新型コロナウイルスの終息のめどが立てば、新規求人数が回復すると見込んでいたが、5月の緊急事態宣言解除後も、新規求人数は回復していない。
	×	求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・来春の採用にとどまらず、2022年春卒業の学生を対象としたインターンシップも新型コロナウイルスの影響で開催できそうにない企業が出てきている。
	×	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、製造業、とりわけ取引先のほとんどを県外に持つ食品製造業が前年同月比で8割減となるなど新型コロナウイルスの影響を顕著に受けており、求人全体でも4割減となっている。
	×	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・求人数は全体的に減少傾向である。

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		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・メーカーのキャッシュバックキャンペーンに加え、販売店独自のキャンペーンも行っているため、販売量がかなり増えてきた。
(四国)		商店街（代表者）	来客数の動き	・地元の人々の消費、来街者数は大体例年並みに戻ってきたが、週末の県外からの来街客はまだ戻ってきていない。このため、特に夜の飲食を中心にこれからも厳しい状況が続く。
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・今年の4～5月が景気の底と考えており、その頃と比べれば良くなったが、7月中旬以降にまた全国的に感染者数が増加していることから、感染を恐れ、地元客数と売上共に減少傾向にある。Go To Travelキャンペーン開始以降は週末を中心に観光客が増加傾向であるが、観光以外の売上にはつながらず感じている。
		百貨店（営業管理担当）	お客様の様子	・来客数や売上共に回復の兆しが見られるものの、県内感染者の再発生など第2波に対する懸念もあり安心はできない。

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（店長）	販売量の動き	・目下の自粛生活の恩恵を受け、生鮮食品を中心とした家庭内食材料の販売が好調に推移している。
		スーパー（人事）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、今後、東京都が飲食店への営業時間短縮要請や独自の緊急事態宣言を発令した場合、経済活動が鈍くなる。しかし、4月末に比べると良い方だと感じる。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・客数は前年を割っているが、客単価が上昇してきてトータルで前年を超えてきた。客の購入パターンは変化してきており、来店頻度が減り客単価が増えるといったまとめ買いが主流になってきている。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・全体的には客の来店も多くなり前年以上で推移しているが、商品別では梅雨が長いこと季節商材の伸びが悪い。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車受注は前年レベルまで持ち直しつつある。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車を中心に前年並みの受注台数を獲得できている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・国や自治体の旅行喚起策が相応の成果を出している。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・3か月前と比べて、7月の1～2週目は夜の客が少し回復気味でやや良くなったが、その後、3～4週目は新型コロナウイルスの感染が全国的に広がったことで悪くなった。
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・販売数について、前月までは前年を下回っていたが、今月に入り前年並みに回復してきた。
		競輪競馬（マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響による緊急事態宣言は5月に解除となり、3か月前と比べれば、無観客営業から観客入場の営業に戻ってきており、営業時間短縮の要請も解かれつつあるので、徐々に客足も回復の兆しがみえる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・特別定額給付金の給付や夏のボーナスが支給されたことと、外出自粛が薄れてきたことで大分客が動き始めた。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンにより、当地の観光地には客が沢山戻ってきている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発令され、休業要請等による落ち込みが大きかった時期よりは少しだけ良い状態ではある。しかし、新型コロナウイルス感染症の余波が継続しており、客の不要不急な外出が制限されていることで、レジャー産業を営んでいる会社にとっては厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・昼間は少しずつ客が戻ってきたが、夜の街関連の客は激減しているまま戻らない。海の日や連休期間だけお祭りのように沢山の人が出ていたが、終わるとまた人通りがなくなり、来客も少なくなった。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・回復傾向にあったが、従業員に感染者が発生したため、来客がまた激減している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業は終了になったが、意外と影響が少ないように感じる。また、レジ袋が有料化になったが、その影響もないように感じる。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・自粛解除後も食事材料を中心に買上が順調に進んでおり、外食の自粛などから自宅での食事が増えたままになっていると推定できる。また、来店客数については自粛期間前と同等くらいに戻った。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・内食ニーズが継続しており、販売量及び客単価が前年超えで推移している。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客数が依然として前年割れしている。
		コンビニ（商品担当）	来客数の動き	・外出自粛、レジャーやイベントの縮小が影響している。また、レジ袋の有料化も購買数に影響している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月はバーゲンセール月でもあるし、本来だったらそこそこ良い数字を期待できる時期である。しかし、途中までは平均超くらいで推移していたが、後半に梅雨の長雨の影響で結果的に少し縮小した。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・特別定額給付金とボーナスで大型家電の販売が継続的に好調である。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型車が出たこともあり、振り客の来店が増えてきた。

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	
		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対策として行った外出自粛や移動制限が緩和され、さらに国や自治体による様々な消費刺激策のお陰で客足が戻りつつある。	
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・いろいろな施策が展開されているが、感染拡大するなかで、なかなか需要が伸びてこない。	
		通信会社社員	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、プッシュ販売がまだフル稼働でない。	
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・定期的に本を購入している客の中には、必要な物を厳選して購入するようになった方がいる。	
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・3か月前の4月よりはまだまだではあるが、6月の特別定額給付金の給付後のような状況ではなく、新型コロナウイルスの感染者が増加に転じた7月中旬頃からは再び減少傾向となった。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2～3か月前よりは、まだ今の方が少し良い。再び新型コロナウイルスの感染者が増加しており、今後も不透明な状況であることから景気が良くなるとは余り考えられない。	
		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が終息に向かうと予想していたが、思いの外長引いている。平日はほとんど客が入らない日が多くなった。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・前月末頃から今月初旬くらいは、夜に飲みに出る人が多少戻ってきたと感じたが、当県で新型コロナウイルスの感染者が再び出てからパタッと夜の人出が止まった。昼間は少しは戻ってきたが、やはり夜が稼ぎ時なので、今の状況は芳しくない。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増えてきて、また客足が遠のいてきた。	
		×	商店街（代表者）	来客数の動き	・景気低迷のなか、新型コロナウイルスの影響に加え、市街地最大の核店舗が間もなく閉店する。一時的にも人出が期待できるのは残念ながら「閉店セール」しかない。
		×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者が出れば繁華街は静まり返るし、感染者が出なければ少し人出が戻ったりで、新型コロナウイルスで左右され続けている。
		×	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	・一旦、来客数は戻りかけたが、7月中旬からの新型コロナウイルス感染者数の急増を受け、また逆戻りしてしまった。
		×	スナック（経営者）	来客数の動き	・週末や連休に観光客が増えてしまい、感染拡大を止められなくなっている。当店は地元の客がほとんどなので、なじみ客も外出を控えている感じがある。
企業 動向 関連 (四国)		-	-	-	
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・外食向けの製品の受注量がやや回復基調になってきている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現状は再生可能エネルギーの発電所が順調であり、景気は良い。	
		税理士事務所	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が少なくなっており、売上高が向上している。	
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの開始や人の動きの活発化等で業務用食品、土産、小売などは持ち直しがみられるが、自動車や住宅等の工業製品向けは低調な状態が続いている。	
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスは収束すると思われたが、第2波の兆しがみられ、地方でも感染者が増えてきている。同業者や関連業者並びに発注者においても、事業活動や対外活動は行動自粛が復活してきている。業界自体は、新型コロナウイルスの影響が大きくないものの、日常生活、レジャー、外食が制限されてきており、景気が良くなる期待は後退してきた。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やはり受注が伸びない。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気が良くなる要素が何もない。		

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
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月は取引先小売店がほぼ閉店していたため、前年比50%弱の売上になったが、6月から地方店、自社のネット通販、ネット販売に注力している取引先小売店が売上を押し上げ、ほぼ前年並みの売上を確保できた。しかし、インバウンド向け小売店は都心、地方共に相変わらず厳しい。新型コロナウイルスの感染が全国に広がっているので先行きは不安である。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、受注がダウンしている。新規住宅着工予測も前年比20%弱ダウンの予想が出ている。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・取扱物量は5月を底に、移動制限の緩和とともに徐々に回復しつつあるが、前年同時期と比較すると依然として2けた台の落ち込みが続いており、取扱物量の減少に歯止めが掛からない状況にある。外出自粛や休業要請で疲弊した景気の再興を目的としたGo To Travelキャンペーンがスタートしたことを受け、更なる回復を期待するが、先行きは極めて不透明である。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の解除を受けて底は脱したが、まだ感染拡大前の状態には回復していない。
	×	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・卸売価格は、業務用品目が一時的に回復したものの直近の新型コロナウイルスの感染拡大により需要が低下しており、再び厳しい価格となっている。また、花も相変わらず厳しい販売が続いている。一方、一般野菜は比較的安定した取引となっている。
	×	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・船舶以外の受注が減少している。
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もあって、海外工場の時短勤務や海外での受注の一部に延期等の動きがある。
	×	輸送業（経理）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により、国内物流の動きは生活必需品以外で在庫調整の動きもあり鈍化している。国際物流の輸出入についても取扱物量が減少しており、業界全体に景気の低迷が反映されている。
	×	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大、特に第2波の影響により、客も広告に対して慎重になっている。
雇用 関連 (四国)		-	-	-
		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拡大は続いているが、7月の4連休やGo To Travelキャンペーン等により、人の移動頻度が拡大してきている。3密回避策を整えて公共交通や公共施設の運営がなされていることで、緊急事態宣言解除から徐々に景気は回復してきている。しかし、首都圏を中心に再び感染が拡大していることで、観光業に関わる景気は厳しい状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣就業先が見当たらない求職者が、アルバイトや給与の低い契約社員への転職を余儀なくされている。
		求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・飲食、サービス、観光業での落ち込みは激しいが、さらに製造業等でも影響を受け始め、全体的に景気が落ち込んできている。
		職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・6月の有効求人倍率は1.16倍で、3か月前と比較して大幅に低下しており、前年同月と比較しても低くなっている。また、新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、事業所閉鎖や事業所縮小等による人員整理を実施する事業所が出てきている。
		民間職業紹介機関（所長）	採用者数の動き	・ホテルやトラベル関係、医療系（特に医療事務）の新卒者向けの求人がかなり減っている。3月頃の求人についても取り下げる企業も数社あり、求職者に対して求人数が不足している状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加に伴い派遣に対する求人が減っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告業界の動向はかなり厳しい状況にある。官公庁のコンペ案件などはあるが、民間は軒並み低調である。
		職業安定所（職員）	それ以外	・学校に求人が出ていないから来所したという学生の相談が目立っている。

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
(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)				
分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)		商店街(代表者)	来客数の動き	・6月にかなり回復し、7月に落ち着き始めた矢先、集中豪雨による災害で、消費者マインドが落ち、商店街では、来街客数が非常に減少している。また、新型コロナウイルスの感染者が増加傾向であることから、自粛ムードがまん延し、非常に厳しい状況になってきているが、緊急事態宣言が発令された最悪の4月と比較すると、上向いている。
		百貨店(企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大は続いているものの、4月末の食品フロアのみの時短営業であった時期に比べると、現在は通常営業ができています。
		百貨店(売場担当)	競争相手の様子	・全体の売上は3か月前44%であったが、当月の見通しはほぼ倍になっており、悪い状態ではあるが、上昇している。また、今月は28日まで激しい雨が長引き、その雨がなければ売上が上がっていたと考えている。新型コロナウイルスの感染者は当地でも徐々に増えており、6月より勢いが減っている状況である。衣料品は80%、飲食は60%の売上で、全店似た動きをしている。
		コンビニ(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言後と比較すると売上客数は戻っている。ただ、売上は前年比90%の状況であり、大きなイベントが開催されず人の動きがない。
		家電量販店(店長)	単価の動き	・特別定額給付金の給付は終わっているが、前年より単価が高い傾向が続いている。
		一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・特別定額給付金の給付と緊急事態宣言解除で、多くの方が外出しており、一時的に今の状況が良くなってきても、再度の新型コロナウイルス感染拡大に不安が大きい。
		観光型ホテル(専務)	来客数の動き	・3か月前は緊急事態宣言発令で1か月間休業していたため、収入はゼロであった。しかし、その後、県は県民に、市は市民へそれぞれ5000円と半額の宿泊費助成をしたことによる効果があり、多くの地元客の宿泊で、現在は前年比増となっている。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光回線の販売件数が、地域を問わず増加している。
		一般小売店[青果](店長)	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルスの影響もあり客足がかなり鈍っていた。現在第2波の兆候もあるが、3か月前と比較すると客数や客単価も増加している状況である。
		一般小売店[精肉](店員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス発生から、徐々にだいが良くなっている。
		一般小売店[茶](販売・事務)	来客数の動き	・3月から新型コロナウイルスの影響により売上は減少していたが、緊急事態宣言解除後、来客数は徐々に回復しつつあった。だが、感染者数が日々増えており、今後の売上に心配している。
		百貨店(売場担当)	来客数の動き	・入店客数は、前月より増加しているため、売上も徐々に戻りつつある。ただし、新型コロナウイルスの影響で、高齢者の動きはまだ少ない。
		百貨店(プロモーション担当)	販売量の動き	・営業再開後、客の利用は徐々に戻りつつあるものの、イベント等による積極的な集客はまだ難しく、新型コロナウイルス発生前に戻ることは非常に難しい。
		スーパー(店長)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響により自宅での食事が多くなり、内食や中食用の需要が増加している。すいかの相場も雨の影響で高くなり、前年比115%で好調な推移を見せている。
		衣料品専門店(店員)	来客数の動き	・3か月前は休業し、今月初には客数が戻ってきたが、令和2年7月豪雨や新型コロナウイルス感染者増加の影響で、また、客数が減少している。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・前年並みにはいかないものの、3か月前と比較すると、数字的には随分変わってきており、やや良い状況である。5月末から6月に掛けての特別定額給付金の給付が、7月の売上につながり、数字が保たれている。
	家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は、家電業界にとって追い風となり、加えて、特別定額給付金の給付が買換え需要を押し上げている。	

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
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・自粛解除になり、特別定額給付金の給付もあり、家電製品の購買意欲が上がっている。新型コロナウイルスの影響によるリモートワークや巣籠り需要のパソコン、パソコン関連機器、調理家電、空気清浄機関連等の商材も好調を維持している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は増加しているものの、安価な中古車商談の比率が多く、新車商談は確実に例年より減っている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が前年まで戻っている。前年比6～7割程度で推移していたが、3か月前に比べるとかなり改善している。当月は、月次決算で黒字が見込める。
		住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・3か月前となると緊急事態宣言があり自粛の中で、その時期に比べると来店客数は回復している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスは収束しておらず、売上や来店客数共に前年を大きく割っているが、3か月前との比較では、経済の持ち直しを感じる。
		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	・4月の緊急事態宣言期間との比較では良くなっているが、売上は前年比7割ほどで推移している。新型コロナウイルスのクラスター発生で、感染者も日々増加しており、発生以前の数字にどこまで近づけるか先行き不透明である。まだ現状の数字が今後も続くと思定して営業していく必要がある。
		観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・一般宴会や婚礼宴会の利用は相変わらず低調であるが、特に週末の昼間のレストランはにぎわいを取り戻している。宿泊も連休を中心に週末の利用が徐々に増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストランは少しずつ戻りつつある。県のキャンペーンが始まって宿泊客も順調に増えていたにもかかわらず、東京の感染者数が100人を超えた辺りからキャンセルも増え、稼働が伸び悩む結果になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客も戻り始め、予想より好調に推移していたが、宴会部門が全く戻らず、せっかく新規で受注した案件も新型コロナウイルスの感染拡大により、キャンセルが相次いでいる。しかし、3か月前と比較すると業績は好調である。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go To トラベルキャンペーンが始まり、国内旅行は若干増えてはいるが、世界各国で感染拡大が続き、海外アウトバウンドの復活時期がみえない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前に比べて、分譲事業の契約件数はやや良くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・6月下旬からやや客の出足が増えてきたが、また、第2波の予兆があり、事態はなかなか予想しづらい状態である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染防止関連商品への関心はあるが、主力の衣料品は夏物バーゲンセールシーズンに入っても動きが鈍い。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・4～5月より、良くなるのではないかと期待をしていたが、新型コロナウイルスの影響がどうしても拭き切れず、先行きが不安である。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・景気が回復しかけていたが、なかなか元には戻らない。魚の水揚げが少ないため、思うようには荷がそろわない。その上、入荷量が少なかったために魚価は上がり、利益が薄くなっており、厳しい状態である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・連日の新型コロナウイルス報道で周辺商店街を含め依然人出の回復がない。3密防止対策として、ダイレクトメール抑制と営業時間短縮の対応をしているが、来店客数が大きく落ち込んでいる。特に県外客への警戒もあり、高齢客の減少、目的買いだけの来店、滞留時間が短縮している。来店客減少でセール商品の動きも今一つである。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の懸念の影響で、2月に売上が前年比106%となった後、4～5月をピークとして前年比プラスの状況が続いているが、7月に入ってその勢いも若干落ち着きをみせている。ここ数日の感染第2波の拡大懸念報道等により、まだしばらく売上の好調さは続くが、来客数が前年比を上回っている状態ではないので、決して景気が良いからということではない。消費者がいくつかの店を回遊しなくなり、1店でまとめ買いをするようになったことが要因と考えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨明けが例年になく遅く、本来夏場の主力商品であるアイスクリームや氷等の売行きが悪くなっている。早く梅雨明けし、新型コロナウイルスの影響も少なくなれば、来店客数も伸びてくる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費マインドとして、より低単価やお買得感に対する反応が見受けられる。セール商品やクーポン利用は好調であるが、依然として来店客数は厳しい状況である。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス第2波の動きが心配である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響がまだ続き、客数は伸びず3か月前と変わらないが、客単価の午前中と夕方の伸びが、前年と比較すると良くなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	それ以外	・3か月前の4月は、緊急事態宣言が出る直前で、店を休業する直前だったため、比較が難しい。当初想定していた景気回復感は、現状では全くない。
		衣料品専門店（取締役）	それ以外	・3か月前は、自粛要請で休業をしており、売上がゼロの店舗もあったが、4月と比較すると今月の売上は上がっている。やっと動きが出始めたが、現在セール中であるため利幅も少なく、今後の先行きが不透明で懸念している。
		住関連専門店（経営者）	それ以外	・今月は、店舗での販売や都市部でのキャンペーンでも順調で、売上が回復している。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・お中元シーズンになり、コーヒーの進物等を目的とした客が来店している。新型コロナウイルスの影響で、若干来店客は少ないが、客単価は上がっているため、前年と比較すると横ばい、あるいはやや良くなっている。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は、値上げの傾向である。6月より7月が平常に戻りつつある。当地では、雨が降る日数が前年に比べ多く、燃料油の販売量は前年並みで推移している。
		その他専門店【ドラッグストア】（企画担当）	販売量の動き	・売上不振の要因として、インバウンド売上の減少や外出自粛による化粧品売上の不振、手洗いや消毒励行のため、衛生環境向上により医薬品販売の減少が挙げられる。
		その他小売の動向を把握できる者【ショッピングセンター】（統括者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大した3か月前に比べ変化はない。インバウンドの売上がなくなったことが大きく影響している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年と比較すると5月は休業していたために、今月の来店客の状況は、多少来店がある程度で、全く戻っていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入り、イベントの復活やGo To トラベルキャンペーン、若者の夜の歓楽街への外出等により、徐々に活気を取り戻しそうであったが、再び感染者が増加し、月末も急速に人の流れが低下している。タクシーも半分程度しか稼働していない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・ようやく昼夜の個人利用が戻り始めていたが、新型コロナウイルスの感染者が増加し、夜の利用が減少している。
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染拡大により、単価の高い国外や県外からの来場がない。一方、地元客は、単価は安いですが、県外や国外へ外出ができず、また、長梅雨等天候不順でキャンセルも多いが、ストレス解消に、屋外スポーツであるゴルフをしに来場するため、堅調に推移している。
		美容室（店長）	来客数の動き	・3か月前よりも、来客数がやや増加しているが、まだ慎重で客足が伸びない。
		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	・宴会の会場貸しでは、新型コロナウイルスの終息でやや良くなると予測していたが、最近の大都市圏の感染状況もあり、キャンセルや見合せが続いている。また、設備投資の見合せ、見直し等で受注環境が非常に厳しい状況は変わらない。
		その他サービスの動向を把握できる者【介護サービス】（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによるサービスキャンセルの増加で、前年比で減収となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街全体で、状況が悪くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・企業も個人も消費が減少しているため、納品業務や小売業の減少がみられる。今までは、企業による納品業務は横ばいの傾向であったが、新型コロナウイルスの影響等で、企業全体が衰退している傾向である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・開店祝いや葬儀用の花が、新型コロナウイルスの影響により激減したため、今までより売上が悪くなっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染が広がりを見せている。感染者も増加していることから、食料品関連の売上はどうか維持できているが、その他のテナントは、消費者の買い控え傾向が強く、回復の兆しが見えない状況である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・3か月前は休業もあり、比較するとやや良くなっている。しかし、それ以前と比較すると非常に悪い状態で、来客数は前年比30%を超えるマイナスである。百貨店のため、不要不急のものは求めず、お中元を期待していたが、余り変わらず約25%のマイナスである。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で減少していた入店客数も8割程度戻りつつあるものの、これまでどおりとはいかない。客の来店頻度も減り、当然買上額も減少し、今後もこの状況が続くと予想される。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに加え、度重なる豪雨により客の来店頻度が下がっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・スーパーマーケットの販売量は、新型コロナウイルス発生以前の状態に戻っている。単価や点数は大幅増であるが、来店客数は非常に減少している。ある程度の社会活動の復活と自粛生活での収入減による買い控えが考えられる。
		スーパー（統括者）	来客数の動き	・まだまだ巣籠り需要もあり、食品の売行きは良いが、3か月前の新型コロナウイルスの緊急事態宣言後と比較すると、勢いはなく、やや悪くなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの発生以来、前年に比べ客単価は上がっているが、客数はかなり大きく落ち込む状態が続いている。客の消費マインドに将来に対する不安があり、その結果、前年を切る売上になっており、非常に厳しい状態である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・市内や県内で新型コロナウイルスが発生すると、来店客に影響が出る。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・緊急事態宣言解除後、特別定額給付金や地域振興券のタイミングも重なり、かなり景気動向は持ち直した感があったが、新型コロナウイルス第2波の報道とともに、マイナス影響が大きくなっている。特に施設内では、映画と旅行代理店の状況は厳しく、回復のめどが立っていない。更なる経済対策、新型コロナウイルスの早期収束に期待したい。
		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影響で、集客が戻っていない。国からの補助やキャンペーン等で何とかしているが、第2波の到来に大変危機感を抱いている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・徐々に良くなると予想をしていたが、新型コロナウイルスの感染者が増加しているため自粛傾向になっている。美容業界の客の動きは悪くなっており、数字が上がらない。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染が落ち着いた頃に来社していた材料メーカーの営業が、再度の拡大により、企業訪問を中止している。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・好立地にあるオフィス兼用マンションをしゅん工し、入居者を募集しているが、反応は余り良くない。新型コロナウイルスの影響もあり開業者が少なく、また賃貸事務所移転など、費用がかかる設備投資が避けられている。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、外出を自粛することにより、衣服等購入する必要もなくなるために、来店数は少なく、購買意欲もそがれ、全てが悪い状況に向かっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染を警戒し、来店客数が前年の40%まで落ち込んでいる。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・生活環境の変化で売れる物が変化しており、それに連動して客数も増減している。

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
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・連日、新型コロナウイルス感染者の増加報道で、人の動きが低調なことに加え、主要客である会社関係者のテレワーク再開等もあり、来店客数が10%程度落ち込んでいる。
	×	コンビニ（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で先がみえない。見えているのは、赤字のみである。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響かどうかははっきりしないが、来店客数が、以前より明らかに減少している。来店客との会話で、当県の患者数の変化が話題になっている。
	×	乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、かなり悪くなっている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・市内や県外からの観光客の動きがなく、ましてや海外からは全く来店がないため、売上が回復しない毎日、先がみえない状態である。
	×	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が急激に増加したこともあり、夜に飲食店を利用する人が、減少している。
	×	タクシー運転手	それ以外	・自粛解除後、人の流れが戻ってきているが、ここに来て新型コロナウイルス感染者数が、すごい勢いで増加している。国の施策と国民の経済活動の間に、かなりの違いがある。
	×	観光名所（従業員）	来客数の動き	・7月は、伝統芸能の公演を再開したが、例年のにぎわいには戻らない。また県内でも新型コロナウイルス感染が流行しており、来県・来街を控える人も多い。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客がなかなか来店しない。加えて、水害もあり災害がひどい状態で、深刻である。
	×	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、過去にない客の減少となっている。
	×	設計事務所（代表）	来客数の動き	・新規の来客数が減っている。
企業 動向 関連 (九州)	-	-	-	-
		電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・第1四半期是最悪であったが、補助金を活用し第2四半期までしのぐ予定である。下期はある程度の数字を見込んでいるものの、やや不安である。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上は、前年比減少のままではあるが、4～5月と比較すると徐々に回復している傾向にある。緊急事態宣言が解除され経済が動き出したことが、そのまま貨物の荷動きに反映されている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・7月4連休前までは、新型コロナウイルスが落ち着いてきたということで、かなり経済活動も動いており、状況は上向きであった。
		経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・少量取引から大量取引へ増えている。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・外食部門は依然厳しいが、スーパーマーケット関連の冷凍食品加工メーカー向けや輸出向け商品部門は上向いており、総じてプラスマイナスゼロになっている。ただ、原料となる鶏が多く発生し、商品が在庫となっているので、今後の経営に大きな不安を残しているのが現状である。
		食料品製造業（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、落ち込みが続いている。それに加え、豪雨の被害にあった従業員がおり、生産体制にも影響が出ている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関係の部品の需要が非常に悪い。国内の自動車販売が落ち込んでいることが大きな原因である。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・今の時期、景気は良いはずであるが、そこまで忙しい状態ではない。新型コロナウイルスの影響はないと考えていたが、第2四半期になって発注が滞っている。官公庁は、お盆の時期を避け、9月から本格的な発注になると予想され、上半期の80%は、実施されていないと考えられる。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注数や受注単価共に変化がない。

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
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・業種によっては、以前のように回復している業種と回復には程遠い業種があり、飲食店に関する業種への受注量や販売量は、まだまだ回復していない。一方、地方都市での住宅関連では、木材等の受注量が回復している。
		通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの状況に、好転の兆しがない。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言は解除されたものの、まだまだ人々の動きは鈍く、旅館業や航空業の業績悪化は更に深刻化しており、今年中の業績回復は厳しいと考える企業が非常に多い。後退傾向が一時的に下げ止まっている業種もあるが、取引先全体の業況でも、低水準の状況は変わっていない。
		金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響による自粛や移動の制限等により、飲食店やホテルを始めとする多くの業種で、かつてなく景気は悪い。しかし、3か月前との比較では、それ以上に悪化はしていない。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・経済活動の再開を受けても、飲食店では大きく落ち込んだ客足の戻りは鈍く、個人客より企業の接待関連の冷え込みがより深刻である。ボーナスや特別定額給付金の効果で大型家電に動きが出ている。
		経営コンサルタント（社員）	それ以外	・久しぶりの連絡会議では、状況に動きがないようである。当分は、動きが取れないという意見が多い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況を聞いても、特に変化がないという回答が多い。
		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	・市町村が当初予算化していた福祉や計画策定、及び設計等の委託業務の予算を新型コロナウイルスの感染防止対策に振り分けており、発注量が減少し、受注する機会を失っている。また、策定委員会やヒアリング等の調査の見通しが立たないため、予算の発注が遅れている。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・4～6月までの売上は、新型コロナウイルス発生以前の受注残が多少あったため、前年比は若干のマイナスで済んだが、7月以降の受注予定は、前年の70%程度に落ち込んでいる。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス第2波の影響により、予定していた客の設備投資が様子見になっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが、大きく影響している。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・中小事業者や個人事業主は、セーフティネットや給付金等で資金的には落ち着いているが、肝心の営業面で売上が、春先から今月に掛けて、特に飲食業や旅行業、旅館業中心に売上が落ちており、売上が50%以下の状態が続いている。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・広告や販促プロモーション費の一部は戻ってきているが、再度緊縮ムードになっている。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・取引先の設備投資削減や投資の延伸が目立つ。新規契約の量も減少している。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業界は基盤ということもあり、嗜好商材以外は順調に推移している。しかし、景気全体が落ち込んでいることから、今後の流れが読めない。
	×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・老舗メーカーや工場が倒産や閉鎖をしている。現在、当社では服ではなく、マスクや防護服を縫製している状況である。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月も6月同様に売上が前年度の半分になり、なかなか上向かない。Webや受注関係が僅かながら6月よりも良くなっている状態である。8～9月も新型コロナウイルスの影響で、地場の商社の受注も少なく、前年の半分いけば良い方ではないかと心配をしている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注減少や引き合い案件が中止になっている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が減少している。
	×	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響以外に、集中豪雨による災害で工場がストップする等の要因で、生産がかなり落ちている状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケット等の売上は、やや持ち直しているが、一時期の減少傾向をたどっていた新型コロナウイルスの感染者数が、このところ再び増加に転じたことから経済活動や市民生活の不安感は解消されていない。
	×	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・期待していたG o T o トラベルキャンペーンも新型コロナウイルス第2波の影響で、好材料となっていない。
雇用 関連 (九州)	-	-	-	-
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・宴会等の動きはないが、新しい施設もやっとオープンし、婚礼司会の発注もようやく受け、徐々に動きが始めている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人は若干戻ってはいるものの、テレワーク及び生産性の改善で補っている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・企業の採用意欲が徐々に高まっているが、新型コロナウイルスの第2波、第3波を警戒して積極的な求人までには至っていない。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・新聞広告の量を見ていると、4～5月が底で、6～7月は上向いてはいるが、前年と比較すると、かなりの落ち込みである。景気が良くなっているとはいえない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・緊急事態宣言中は、採用活動がストップしていたため、かなり景気が悪い状況であったが、解除後2か月がたつて、ようやく動きが出ている。新型コロナウイルス発生以前には程遠い状況で、前年までは採用難で合否ライン上で迷ったら合格であったが、今年は迷ったら採用しない状況に変化している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスによる影響は、4～5月が一番厳しかった。その後、徐々に経済も回り出し、景気も上向く傾向にはあったが、豪雨や新型コロナウイルス第2波ともいえる状況等もあり、また、逆戻りしている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・7月上旬に新型コロナウイルスのクラスターが発生し、それ以降、求人の問合せが減っている。オンラインで派遣登録をしているが、それでも登録希望が減少している。求職者の動きも停滞しており、企業からの注文も停滞している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの求人の動きが鈍く、受注数が激減しており、求職者も状況を探っている状態である。そのため、人選に苦戦している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一般企業の求人は減少傾向であるが、官公庁関係の給付金支給に関する事務の依頼が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・緊急事態宣言解除以降、街に人出があり、新聞の折込広告等も増えている。一方で、新型コロナウイルス感染者も増え始め、雇用調整助成金等で従業員の雇用を維持している企業が多いが、秋以降は売上が伸びず、減給や解雇等も徐々に増加する。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・全業種で、求人減少傾向が続いており、来春卒業予定の高校生向け求人の受理件数も前年比で3割程度落ち込んでいる。特に、販売やサービスの職種での減少幅が大きい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求職者が減少しているが、それ以上に新規求人数も、前年比20%以上減少し、有効求人倍率も低下している。産業別でも宿泊、飲食サービス業は、前年比70%以上の減少で、製造業や運輸業も落ち込んでいる。
		×	職業安定所（職員）	周辺企業の様子
	×	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・電話調査を行ったところ、7割程度の企業が採用活動を継続している状況が見受けられるが、新型コロナウイルスの影響により、2021年卒業生の採用見送りや内々定の取消し事案が発生している。

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

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

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)		百貨店(店舗企画)	来客数の動き	・5月末の緊急事態宣言解除から2か月となり、6～7月と順調な来客数増加となっている。その間、中元需要もあり、お中元ギフト動向も前年ベースに戻りつつある。
		コンビニ(副店長)	販売量の動き	・自粛解除になり、以前よりも夜間の来客数が増加傾向にあるが、週末はまだだである。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果もあって、国内観光客がふだんより多く来店している。
		乗用車販売店(経理担当)	販売量の動き	・新型車の受注が好調である。
		旅行代理店(マネージャー)	販売量の動き	・売上のない状態との比較なので上向きなだけで、まだまだ前年の半分にもなっていない。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数の減少が続いている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・日によって来客数の増減はあるが、総合的にはほとんど変化がみられる状況にはない。新型コロナウイルス禍のなか、時間帯別において夕方以降の来客数の減少が顕著に出ている。
		観光型ホテル(マーケティング担当)	販売量の動き	・客室稼働率が前年を大幅に下回っている。新型コロナウイルスの影響で夏場の旅行マーケットはやはり冷え込んだままである。少しずつ客は戻ってきているものの、まだまだ例年並みの需要には程遠い状況が続いている。
		観光型ホテル(代表取締役)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きい。クーポンを使った地域宿泊キャンペーンなど取組はあるが僅かである。本来の来客数に戻るには時間が掛かる。
		通信会社(サービス担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で財布のひもが固くなり、出費に慎重になっている。
		家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者が増加している報道により、客の外出自粛が始まっている。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・6月は外出自粛からの反動で上向きだったが、7月後半より新型コロナウイルス感染者が増え客足が鈍りだしている。
		住宅販売会社(代表取締役)	お客様の様子	・住宅などの建築相談の件数が減ってきている。
		x	商店街(代表者)	来客数の動き
	x	スーパー(販売企画)	来客数の動き	・競合店が商圏内に新規オープンしたことが要因である。影響を受けている店舗を除く全店合計では、前年を少し上回っている。
	x	その他飲食[居酒屋](経営者)	お客様の様子	・自粛解除になって、最初は一気に来客数が前年比で70%ぐらいまで戻ったが、新型コロナウイルスの患者の増加に伴って地元客が減っている。逆に観光客が少しずつ戻ってきているが、月の後半には、前年の40%まで落ち込んでいる。
	x	観光名所(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で旅行を控えている。Go To Travelキャンペーンのスタート前には期待できたが、政府方針が二転三転している。
企業 動向 関連 (沖縄)		輸送業(経営企画室)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると外食関連の取扱量が増えている。また、観光客も多少増えてきているため、それに伴い3か月前と比較すると全体的に景気が良くなっている。
		食料品製造業(総務)	受注量や販売量の動き	・自粛解除に伴う人の動きが観光関連や業務筋に好影響を及ぼし始めて、3か月前より間違いなく良くなっているが、その戻りは鈍く依然厳しい状況に変わりはない。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新築の客の動きはほとんど変わらず悪い。リフォームは受注が伸びているが、会社の業績に影響を与える程ではない。
		会計事務所(所長)	それ以外	・新型コロナウイルスというコントロール不可能な事象に対しては、一企業として対抗するにも限界がある。
		x	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き
	x	-	-	-

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-
		求人情報誌製作 会社（編集室）	求人数の動き	・週平均件数は、4月が460件で前年比52%だったの に対し、7月は530件と前年比64%まで回復してい る。
		学校〔大学〕 （就職支援担 当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの様子をみて、企業が採用活動 を再開している。
		-	-	-
		学校〔専門学 校〕（就職担 当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、採用活動中 断、採用人数の減少、早期締切り等、採用計画を見直 している企業が出てきている。
	×	人材派遣会社 （総務担当）	求人数の動き	・求人数及び求職者数が減少している。また問合せの 電話が減少している。
×	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・観光関連の店舗が閉鎖されている。	