

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)	◎	家電量販店（店長）	販売量の動き	・例年であれば8月の売上はお盆までがピークでそれ以降は減少していくが、今年はお盆以降の連日の猛暑と新型コロナウイルスの第2波の影響等でエアコンを中心とした白物家電が大幅に伸長し、全体でも前年比110%となっている。
	◎	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新車購入やサービスメンテナンスの来客数が増加している。
	◎	テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・休業で来客がなかった3か月前と比べると良くなっている。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・景気が良くなっているというよりは、3か月前よりも人々が新型コロナウイルスに慣れてきていて、心理面で若干好転している。
	○	一般小売店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は多くないが、インターネットからの問合せが微増している。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・回復傾向にあった売上も新型コロナウイルス感染症によるクラスターの発生により再び停滞している。部門別では、ほぼ前年並みの売上の部門もあるが、前年の70～80%台の売上の部門が多く、全体では売上は前年の70%弱くらいとなっている。特に観光部門はGo To Travelキャンペーンなどが行われているが、売上は前年の30%程度までしか回復していない。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前よりはやや良くなっているが、来客数が前年と比べ30%減少し、前年の売上に全く届かない状況である。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルス対策のための自粛の真ただ中であり、そのときの状況からすると、客足も売上も大幅に改善している。新型コロナウイルスの影響が続いていることで、逆に県外への移動が少なくなり、週末を中心に来客数が多くなっている。
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が少しずつ減少しているが、イベント等の中止もあり、全体的に景気はまだ回復していない。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・3か月前よりはやや良くなっているが、新型コロナウイルスの影響で、前月と比べると来客数が減少している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数が増加している。
	○	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年を下回っているが、購入単価が高いため、売上は前年を上回っている。
	○	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が落ち着き、新型コロナウイルス対策の徹底で客の受入体制が整ってきたことから、前年並みの来客数を確保できるようになってきている。
	○	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	・3か月前と比べると良くなっているが、前年と比べると、必ずしも良くはなっていない。来客数は回復してきているが、アウトドア用品など最近流行している商品を除くと、消費意欲は向上していない。
	○	一般レストラン（店長）	お客様の様子	・盆明けより新型コロナウイルスの影響が少しずつ薄れてきているが、来客数は前年の半分程度である。ただ、5月頃にはなかった団体客がちらほら入るようになり、徐々にではあるが回復傾向にある。
○	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、宿泊の予約が順調に入っている。	
○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・7月末からのGo To Travelキャンペーンの開始により、客室の稼働率は10%台から40%近くまで上昇している。ただ、お盆期間の集客は、東京のGo To Travelキャンペーン対象除外や新型コロナウイルスの影響などで期待したほど伸びていない。レストランもランチを利用する客がやや増加しているものの、夜のお酒を伴う食事やグループ客の利用が低迷しており、宴会需要は全く動いていない。	

○	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の影響が続いているが、Go To Travelキャンペーンの開始で僅かながら直近の予約が動き出している。ただ、前年と比べると依然として大幅な落ち込みとなっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・乗車率が夜は40%、昼は70%ぐらいまで戻っている。
○	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・新規通信加入数が好調である。
○	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・今月はコンペが減少しているが、1組単位の予約が増加している。入場者数は増加しているが、単価が下がり、売上は減少している。
○	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・インターネット投票の売上が好調である。
○	住宅販売会社(営業担当)	来客数の動き	・来客数が増加してきている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・暑さのためなのか、景気が悪化しているからなのか、入出が少なく、来客数も減少している。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、消費者マインドが良くなり、また、全ての行事が中止になっているので、消費が非常に落ち込んでいる。
□	一般小売店〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・食品スーパーにおいては、新型コロナウイルスの影響で売上が堅調に推移している。ただ、8月のお盆期間においては、帰省の自主規制があり、商材の売行きが不振を極めている。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者)	お客様の様子	・猛暑で人通りも少なく、昼間の暑い時間はほとんど客を見掛けない。
□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスが一旦落ち着いていたが、地域内でも新型コロナウイルスの感染者数が増加したことにより、来客数の減少が続いている。また、地方の店舗ということもあり、例年ならばお盆期間中は客でにぎわうが、帰省客も少なく、全体的に来客数が減少している。
□	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・ブランドの宝石や洋服等が売れており、売上は前年並みとなっている。
□	スーパー(店長)	来客数の動き	・最近2～3か月は来客数がほぼ前年を上回っている。買物の中身はほとんど変化がない。
□	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、大型商業施設でなく、地元のスーパーで買物を済ませる傾向があるため、来客数は前年並みを維持している。
□	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数の減少傾向が続き、回復の兆しがみられない。
□	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・お盆の帰省客の不調、日中の暑さ、野菜や果物の値上がり等により、客単価は上昇しているが、来客数は減少している。
□	スーパー(販売担当)	お客様の様子	・従来であれば、市の中心地や大型ショッピングモールに集中していた客が人混みを避けるようになっている。郊外型路面店という立地が集客上優位に働き、例年になく売上が好調に推移しており、売上は前年比144%、来客数は前年比165%となっている。
□	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・来客数、客単価、買上点数のいずれも大きな変化はない。
□	スーパー(管理担当)	販売量の動き	・飲食業や観光業等が厳しく、景気は全般的には良くないが、食品業界については、新型コロナウイルスの特需により売上、利益共に増加している。
□	スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で内食化が続いているため、野菜等の価格高騰にもかかわらず、販売量は変わっていない。ただ、お盆期間は帰省客の減少で、総菜のオードブルや焼き肉セットなどの大型商品の販売量が大幅に減少している。
□	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で客の来店頻度は減少しているが、まとめ買いにより買上点数が増加し、既存店の売上は前年を上回っている。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数が緊急事態宣言前の状態に戻りつつある。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (代表)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第1波が過ぎ、特別定額給付金が 給付された頃は客足もかなり戻っていたが、感染者数が再 び増加するにつれて来客数は減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・来客数はお盆明けに比べやや増加しているものの、新型 コロナウイルスや異常気象の影響もあり、前年の75%と なっており、客の動きは依然として鈍くなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・4～6月より来客数は増加しているが、前年比では増加 していない。
<input type="checkbox"/>	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が終息しない限り景気は元に戻らな い。景気は6～7月に一旦元に戻りつつあったが、新型コ ロナウイルスの患者数の増加に伴い、失速状態にある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔和菓子〕(経 営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が継続している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔土産物〕(経 営者)	来客数の動き	・個人客はそこそこ動いているが、観光バスなどの団体客 が全くいないので、全体の来客数は足りない。また、3密 対策に人も経費も掛かり大変である。
<input type="checkbox"/>	その他小売 〔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、6～7月と売上、来客数共に増加 傾向にあったが、新型コロナウイルスの第2波の影響で7 月下旬から外出自粛ムードが高まり、夏休み、お盆時期の 旅行や帰省の自粛モードに拍車がかかったため、現在は景 気が回復する兆しがない状況である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (事業戦略担 当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響もほとん どない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの開始で売上 の増加を見込んでいたが、大幅な増加はない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染防止対策を十分に行っている が、会食等への警戒が強いため、利用者数が伸びてこな い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの効果が出てき ていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(支 店長)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンが開始したが、 販売の柱となる団体需要がまだ回復しておらず、また個人 需要も思った以上に伸びていない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・猛暑の影響で、病院や買物のための利用客が出てきてい る。ただ、新型コロナウイルスの影響で、夜の利用客数は 変化がない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息せず、客の動きが良くなって いない。
<input type="checkbox"/>	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外出を自粛している客が多 いため、家でのテレビやネット環境が欠かせないものと なっており、景気は大幅に落ち込むことなく以前と変わら ない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	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くため景気は変わらない。 い。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・例年も夏季は閑散期であることから、来園者の減少はそ れほど目立ったものになっていない。ただ、例年も比較的 多くの来園があるお盆期間については、帰省の自粛、夏休 み期間の縮小、イベント中止等の影響もあり、来園者の減 少が顕著となっている。
<input type="checkbox"/>	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第2波の影響で景気は変わらない。 い。
<input type="checkbox"/>	観光名所(館 長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響でGo To Travel キャンペーンの効果がほとんどない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経 営者)	来客数の動き	・購買に対して前向きな客と非常に慎重な客と二極化して いるため、全体では景気が上昇するまでには至っていない。 ただ、土地や建物の動きは徐々に上向いている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経 営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で引き合いが低迷している状 況が続いている。

□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・例年に比べ、木造住宅耐震補強工事やリフォームなどの民間からの発注が少なく、低水準で推移している。
□	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終息のめどが立たず、先行きが不透明なことから、依然として客が慎重になっている。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上がかなり落ち込んでおり、非常に厳しい状況である。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りも来客数も少ない。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入り大型店からのお中元商戦の商品の返品が増加している。相変わらず個人消費が必要最低限に抑えられている。
▲	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や客が通販に流れていることもあり、来客数が減少している。
▲	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や気温が高いことなどにより、来客数が大幅に落ち込んでいる。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・お盆の帰省客が前年に比べ大幅に減少したこともあり、8月の来客数は前年比87.5%、お盆期間中のオールドブルや手土産などの売行きも鈍く、売上は前年比94.5%となっている。
▲	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で来客数が伸び悩んでいる。
▲	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・宅配での食事の増加など生活スタイルが変化し、夜から朝に掛けての来客数が大幅に減少している。
▲	コンビニ（支店長）	お客様の様子	・無駄な外出や外食を控える生活様式が定着しており、人の動きが少なくなっている。
▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で仕入れができない状況であるが、帯間屋などの仕入先も何軒かが廃業している。
▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・特別定額給付金などの効果もなくなり、景気はやや悪くなっている。
▲	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緊急事態宣言解除後も新型コロナウイルスの患者数が増加するなか、来客数や販売量が非常に少ない。店舗内をソーシャルディスタンス化しているが、来客数や販売量がなかなか元に戻らない。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店舗として、新型コロナウイルス感染予防を最大限実施しているが、客が警戒して来店自体を控えている状況である。一方で、持ち帰り比率が伸びており、唯一希望の持てる部分であるが、店舗として積極的な集客イベントを自粛しているので売上、利益共に厳しい状況である。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・まだまだ夜の乗車率が悪い。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・特別定額給付金などの一時的な家計補填の影響も考えられるので、新型コロナウイルスの影響を単月で判断するのは難しいが、利用料収入の観点からみると、延滞件数や延滞金額は低調に推移している。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・廃業、休業、企業倒産により生活が急激に困窮状態に入った人とさほど変化がない人に分かれているが、消費が落ち込むことで、景気全体に影響が出始めている。
▲	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・既存契約の解約といった動きはないが、新規契約やサービス更新による上位移行の動きが止まっている。
▲	観光名所（館長）	来客数の動き	・お盆以降は夏休みの短縮もあり、来館者数が減少している。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・祭りや花火大会などのイベントが中止になり、売上が半減している。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・景気は若干上向き傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症のクラスター発生以降、また悪くなってきている。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	お客様の様子	・年配者が不要な外出や人の集まる場所での買物を控えているため、来客数が減少している。
×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・量販店やスーパーの取引額がかなり落ち込んでいる。

	×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・今までも来客数は少なかったが、地元と隣の市でクラスターが発生し、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	・新型コロナウイルスの影響や、梅雨が明けた途端、かんかん照りとなっていることで、人出が少なくなっている。
	×	その他専門店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスと猛暑の影響で来客数が減少している。
	×	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影響で人の動きが極端に悪くなっている。
	×	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・夏休みの短縮やお盆休み期間の帰省の自粛要請もあり、8月の2～3週目の売上が前年の65%を下回っている。予約は前年の60%を下回っており、1組当たりの客単価も前年と比べ2000円ほど低下している。時間帯別では21時以降の売上が前年の40%を下回っている。休日の前日の来客数は前年の80%を保っているが、その他の日の来客数は前年の55～70%まで落ち込んでいる。
	×	スナック (経営者)	来客数の動き	・地方は余り関係ないと思うのだが、毎日毎日、都市部の新型コロナウイルスの感染者数が公表され、夜の街が感染源のような報道をされることで大打撃を受けている。ほとんど人出がない状況である。
	×	その他飲食 [サービスマン 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で景気は悪くなっている。
	×	通信会社 (広報担当)	お客様の様子	・客が新しいものを買うよりも処分、整理の方向に向かっている。
	×	美容室 (経営者)	来客数の動き	・客が外出を控える傾向が続いており、客の来店サイクルが長くなっている。
	×	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で、景気の先行きや今後の収入見通しに対する不安が高まり、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具 製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・地元完成車メーカーの生産が回復基調にあることから、景気は良くなっている。
(中国)	◎	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か月前に大幅に落ち込んでいた主要客からの受注量が大幅に回復している。
	○	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・厳しい状況が続いているが、土産品や業務用以外は受注量が微増となっている。
	○	輸送業 (支店長)	受注量や販売量の動き	・電子商取引を始めとした新たな荷物が増加している。例えば、飲食店や生産者がネットショップを開設し、販路を拡大していることが受注量の増加につながっている。また、調剤薬局からは処方薬の配送、学校や塾からはオンライン授業の教材の配送、イベント会社からはグッズやDVDの配送の依頼が出てきている。
	○	通信業 (営業企画担当)	受注量や販売量の動き	・前月まで取引先の動きがほとんどなく、通信回線やデータセンターのハウジング注文の間合せも非常に少なかったが、徐々に間合せや注文の動きが出てきている。お盆明け以降、明らかに経済が動き出している。
	○	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、依然として前年比ではマイナスが続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も前年の80%程度にとどまっている。
	○	会計事務所 (経営者)	受注量や販売量の動き	・落ち込んでいたコンサル等の非経常業務が改善してきている。
	□	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・最近2～3か月は製造量等が横ばいで推移している。
	□	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	・鉄鋼業向けの受注や生産量が大幅に減少しているため、部署によっては2～8日程度の一時休業を実施している。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	取引先の様子	・発注数量に変化がない。

	□	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連素材の受注の減少が続いている。
	□	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の親会社が業績不振のため、当社が受注している案件が子会社へ移行することになり、今後の取引の終了が決定している。
	□	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計画が保留となっている物件はあるが、多少の遅れはあるものの順調に受注ができ、手持ち工事も稼働している。
	□	輸送業 (総務担当)	取引先の様子	・引き続き、客からの発注は低調である。
	□	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通信機器販売においても設備更改の先送りなど受注が伸び悩んでいる。
	▲	農林水産業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・水揚げが少ないときでも単価に変わりはなく、物量も動きが鈍い。
	▲	繊維工業 (監査担当)	受注量や販売量の動き	・閑散期で売上がほとんどない時期だが、例年よりも落ち込んでいる。特に店頭売上が減少している。
	▲	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や、新設住宅着工戸数、前月までの受注、実質稼働日数の減少もあり、景気はやや悪くなっている。
	▲	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の終息の見通しはなく、また営業活動も難しい状況のため、新規案件の受注は減っている。また、電子部品などの仕入先にも影響があり、新たなサプライヤーの選定など、製造過程において困難な状況が続いている。
	▲	輸送業 (総務・人事担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で減少した受注量が回復していない。
	▲	金融業 (貸付担当)	取引先の様子	・全体的に取引先の売上の減少幅は縮小してきているが、新型コロナウイルス発生以前の売上水準には戻っておらず、資金繰りは悪化傾向にある。
	▲	不動産業 (総務担当)	それ以外	・来客数や成約件数が6～7月に比べ10%程度落ち込んでいる。
	▲	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感染の影響で受注量や販売量が減少傾向で推移している。
	×	化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・特に車部品向けの生産調整が顕著となっている。
	×	輸送用機械器具製造業 (財務担当)	受注量や販売量の動き	・手持ち工事量の減少で操業が減速している事業所が出てきている。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・3か月前の緊急事態宣言時と比べると求人、求職者共に動き出しているが、完全ではなく、引き続き採用活動を見送ったり、延期したりする企業も多い。
	○	求人情報誌製作会社 (経営者)	周辺企業の様子	・製造派遣業の案件が増加している。
	○	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の影響で見送られていた飲食業や製造業の派遣求人が再開し始めている。
	□	人材派遣会社 (経営戦略担当)	求人数の動き	・新規求人数は5月の前年比43%を底に6月は前年比75%まで回復したが、7月以降再び50%前後まで落ち込んでいる。特に人材派遣分野の減少幅が大きい。
	□	求人情報誌製作会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・2022年卒の採用を実施するか否かの判断が遅れる企業が増加している。判断が遅れている企業の業種はサービス業から製造業まで広範囲であるが、企業規模では中堅中小企業にその傾向が強い。
	□	求人情報誌製作会社 (広告担当)	雇用形態の様子	・新型コロナウイルスの影響で需要が冷え込み、海外だけでなく、国内でも自動車売れていない。新卒採用は例年より1か月遅れており、現在の内定率は73%である。内定に満足せず、就職活動を続けている学生もいる。中途採用については、特別の技能や資格を持った技術者は重宝されるが、新型コロナウイルスの影響で企業は採用にかなり慎重になっている。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・全国でも屈指の有効求人倍率を誇っているが、新型コロナウイルスの影響で求人数は激減し、解雇者の増加に伴って求職者も増加するというアンバランスな状況に陥りつつある。

□	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・建設土木系の採用は旺盛であり、特に有資格者へのニーズは高止まり、人手不足のため引き合いを断る現象が起きている一方で、製造業は人員増強には至らず、採用活動の凍結が続いている。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べても大幅には伸びていない。企業の採用意欲も停滞気味であり、景気は回復傾向にはない。
▲	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、製造業が特に県外に取引先を持つ事業所が新型コロナウイルスの影響を大きく受け、求人募集の少ない状況となり前年と比べ6割減少していることもあり、求人全体でも前年と比べ3割の減少となっている。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・有効求人数が前月、前年同月と比べ減少している。
▲	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期と比べ24.6%減、有効求人数は32.0%減と大幅に減少している。新型コロナウイルスの影響で直近3か月の新規求人数も同様に前年同期と比べ31.5%減となっている。また、産業別新規求人数も、建設業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、公務・その他など一部の業種を除いて減少している。有効求人倍率は6月1.43倍、7月1.42倍で推移している。7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17.9%減、求人数が前年比27.0%減となり、大卒等では求人件数が前年比28.8%減、求人数が前年比26.9%減となっている。
▲	学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・ニュース等で企業の減収の話題が連日流れるなど景気はやや悪くなっている。
×	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は前年の7割前後で推移しており、数だけでなく質も低下している。
×	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・有効求人倍率が低下しており、特に宿泊業、飲食サービス業の求人数の減少が顕著である。