

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・8月は、猛暑や新型コロナウイルスの影響もあり、商店街の来街者はかなり少ない。4～5月との比較でも、やや良くなっている程度である。
	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの悪影響がピークであったことから、比較すると良くなっている。
	◎	百貨店（企画担当）	それ以外	・5月は、食品のみの時短営業にし、15日まで臨時休業をしていた。16日から時短営業で全館営業再開したものの、店舗によっては休業を継続していた。8月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	・5月の売上は、全店合計54.7%であるが、当月は74.3%で、20%上昇している。5月は食品を除いて1週間ほど休業していたことが影響している。映画館がある店舗では前年比34%、飲食関係は57%、衣料品は85%、食品97%で推移している。徐々に上がってはいるものの、予断を許さない状況にある。
	◎	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は、ほぼなくなっている。
	◎	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・街の状況や来店客数は、緊急事態宣言直後の5月に比べ回復傾向にある。新型コロナウイルス第2波や酷暑の影響で、高齢層の来店が落ち込んでいるが、その一方、若いファミリー層の来店が多くなっており、トータルで鑑みるとプラス成長といえる。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・8月は夏季期間で、天候にも恵まれたこともあり、多くの客が来町している。
	○	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・4～5月と比較すると来店客数はかなり回復し、売上も増加している。しかし、前年比はまだ8割程度である。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客数は前年比101%で推移している。また、商品需要が若干戻り、売上は前年比102%で推移している。しかし、お中元ギフトはかなり不振で、来店客数や売上は前年比88%で推移している。新型コロナウイルスの影響で、お盆商戦が苦戦している。
	○	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・猛暑によるエアコンディショナー等の季節商材の復調、巣籠り、テレワーク関連の商品が引き続き好調である。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で出費が少なくなり、自動車購入に良い影響が出ている。来客数が、通常時に戻っている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が、やっと前年並みになってきた。県内他社の状況も新車販売に関しては軒並み好調に推移している。
	○	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で、全てのイベントを中止していたが、6～7月はイベントを再開し、特別定額給付金10万円給付効果で、売上が回復していた。しかし、8月中旬から10万円効果も薄れ、売上が落ち込んでいる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・来店客数は、前年と比較すると減少しているが、前月より若干増えている。客単価も上がっており、売上は戻りつつある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・5月に比べると若干良い程度で、景気が良くなったとはいえない。県のキャンペーンやGo To Travelキャンペーンも実感がなく、直近の予約以外、先の動きも全くない状況である。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・リモートや巣籠り需要が続いている。
○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で県外への移動や繁華街への自粛モードが続き、天候が比較的良かったことも加わり、県内の来場者が順調に推移している。今後は、過ごしやすいく気候になるため徐々に良くなる。	
○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場来場者数が、4月を底に増加傾向で、前年並みまで回復している。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス第2波の影響により、消費が鈍い地方では、僅かの新規感染者が近隣で報道されると極端に買物客が減少する。高齢者の多い商店街では、かかりつけの医者からも不要な外出を控えるよう伝えられ、消費行動が制限されている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・飲食では、ランチの回復傾向はみられるものの、夜が全く低迷している。アパレルでは、特に婦人服が大変厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス報道の影響で、来店客数減少傾向が継続している。特に13:00までは人出があるが、午後は減少し、また平日に比べて土日祝日の入店客数の減少が目立つ。新しい生活様式への対応に慣れ、目的買いの来店や店頭や催事場での3密防止への集客抑制で早期回復は難しい。また、3密対策をしているお中元ギフトセンターへの来店は減少しているが、一方、通販、インターネット受注が増加しており、客単価や商品単価の減少はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	それ以外	・8月は、最終のクリアランスと秋物の立ち上がりであるが、動きが全く止まっており、ファッションは、メンズレディースにかかわらず厳しい状況である。百貨店では、60歳以上のファッションに強いが、この需要が大きく減退しており、婦人用品も非常に厳しい状況で、業績が減退している要因である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（プロモーション担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第2波が、夏休みからお盆休みにかけて到来したことが影響し、週末も含めて例年より来店者数が大幅に減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・酒や総菜部門で、若干の節約志向が働いており、緊急事態宣言が発令された当時と比べると売上の推移がやや低下している。新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要で、客の消費行動が大きく変化した環境では、生鮮を中心として前年比108%程度の高い水準で推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大により、来店客数の減少が顕著になっている。お盆の帰省自粛も来客数に大きくマイナスに影響した。
<input type="checkbox"/>	スーパー（統括者）	販売量の動き	・前年から客数が減少しているが、点数の増加による客単価の増加で、まだまだ既存の客の在宅勤務率は高いと考えられる。また、価格戦略であるハイエンドローやポイント倍セールをやめ、特売日を設けない安心価格にしたことは、客に高評価である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・底値が継続している状況である。消費の行動範囲が新型コロナウイルスの影響で縮小しており、コンビニエンスストアの利用や立地特性が大きく変化している。当店は事業所、飲食店街、学校関係の客が主なため、前年比は客数80%、売上90%と減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客単価は伸びているが、それ以上に客数は減少しており、結果的には売上がダウンしている。通常、景気の良いときは客の衝動買いが増え、その結果客単価が上がっていくが、新型コロナウイルスの影響で、過去の物差しが通じない状況になっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・引き続き来店客数は厳しい状況である。ただ、スーパーマーケット代替としてのコンビニエンスストア利用は増えており、青果等の動きは良い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・当店では、立地上お盆は帰省のため客が減少するが、今年は帰省がなかった分、自宅に籠っており、店の利用が高まっている。このため、客数と単価が、若干例年より伸びている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・遅い梅雨明けに加え、猛暑続きのため来店客がない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	それ以外	・緊急事態宣言の解除後は、一旦上向きになったが、その後当地でも新型コロナウイルス感染者が発生したため、再び景気が下降し、来街者数が激減している状況である。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・3か月前の状況が一番ひどい時期であった。1か月前は、若干物が動いていたが、8月は例年物の動きが悪いのに加えて、酷暑や新型コロナウイルス第2波の影響もあり、余り売上が芳しくない。さらに、セールで利幅が低い時期が重なっていることも影響している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店長)	販売量の動き	・業界的に特別定額給付金の恩恵を受けているが、給付が終わったあともまだ影響が続いている。また、暑くなるタイミングが8月にずれ込んだこともあり、好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・梅雨明けの猛暑により、エアコンディショナーが一気に動き出し、白物家電も好調さを維持している。また、映像関連商品も値ごろ感が出てきたことや、巣籠り需要によるビデオオンデマンドサービスの普及等により、前年比クリアが続いている。
<input type="checkbox"/>	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、周りから良い情報を聞くことがない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド](統括)	お客様の様子	・燃料油の小売価格は8月に入りやや上昇し、高止まりしている。7～8月には来店客は、県をまたぐ行動を控えているが、近隣地へは出掛けている。お盆帰省も控えている状況で、販売量はやや前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [書籍](副店長)	販売量の動き	・移転したため、比較しにくい状況である。
<input type="checkbox"/>	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	・3月の新型コロナウイルスの影響時から、インバウンドを含む来客数が大幅に減少している状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	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まだまだ落ち着かず、客足が戻っていない。インバウンドを対象に営業していた店舗は、閉店も考えている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル(総務)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの第2波の影響で、外出自粛が多くなり、特に夜間の飲食客が目立って少ない。観光やビジネス、インバウンドの宿泊客は依然低調である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル(スタッフ)	お客様の様子	・前月初旬時点では、新型コロナウイルス感染者が落ち着いていたが、8月に入り感染者が増え始めると同時にレストランの予約が伸び悩み、延期されていた宴会も再びキャンセルになる等、状況は相変わらず悪い。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの終息がみえず、商業施設や繁華街、イベント等あらゆる面で萎縮した状態が続いているため、タクシーも限界ギリギリのところまできている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	単価の動き	・やっと人の動向が出始め良くなりかけたところに第2波が発生し、再度の自粛ムードで売上低迷している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・現在の新型コロナウイルス禍で、総理も交代する等良い材料が全くなく、先が見通せないため、今後の推測ができない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光回線の需要は引き続き高く、販売件数が高止まりしている。
<input type="checkbox"/>	競馬場(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、入場再開ができていない。
<input type="checkbox"/>	美容室(経営者)	販売量の動き	・美容業界にも回復の兆しが見えていたが、お盆を過ぎて若干沈みがちになり、加えて第2波が発生し、景気回復されないまま客の動きが悪くなっている。
<input type="checkbox"/>	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来店客がなく、景気はかなり深刻である。
<input type="checkbox"/>	美容室(店長)	来客数の動き	・3～4月は、最も売上が悪かったが、それ以降は平年並みとはいかないが、横ばいである。

□	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	・新型コロナウイルスの影響もあり、客の受注環境の改善が見られない。仮に受注できたとしても重厚長大な製品のため、設計や調達にも時間が掛かり、実際の製造にも時間が必要になる。まだまだ景気回復は不透明である。
□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止のため、サービスをキャンセルした利用者が7月になって戻っているが、7月末からの感染拡大を受け、楽観視できない。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・7月の新型コロナウイルス第2波により、一時回復傾向にあった売上も再び異常な下降線をたどっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響と猛暑で、来街者がほとんどいない。日曜祭日も今までのにぎわいとは違った印象を受ける。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍に加えて、酷暑がかなり影響している。OA機器関係の納品や製作は例年と変わりはないが、小売が減少している。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの第1波で落ち込み、緊急事態宣言解除後は、若干動きが戻っていたものの、第2波で感染者が増加し、客の動きが大変悪くなり、売上も減少している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが再燃してから、なかなか厳しい状態である。特に海水温が高く、魚が少ない期間が長くなっており、また、日中暑く来客が少ないため、非常に危惧している。まだ生サンマの入荷もないが、何とか秋を感じるような、涼しさや、商材が出てくると少しは景気にも変化が出てくるのではないかと考えている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだ続いている。外販での売上が以前よりかなり低い状態で、店頭での売上もまだ元には戻ってない。暑さの影響も考えられ、また、感染対策として外出を控え、インターネットでの注文が多くなっている。
▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の影響も定着してきたものの、第2波は、連日の新規感染者の数が圧倒的に多いため、客の警戒は日々強くなっている。また、暑さによる外出控えが加わり、来店客よりも街を歩いている人が極端に少ない。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・スーパーマーケットにおける巣籠り需要の売上上昇は、そろそろ終わる。その原因は、新型コロナウイルスの影響による来店回数減少により、売上が大きく減少していることにある。青果は相場高で売上が増加しているが、他の部門は総じて下落している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第2波の影響もあり、依然としてイベントや多人数での会食は自粛されている。企業のテレワーク継続等により、人の動きに回復が見られない。
▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに加え酷暑の影響もあり、来店客は更に減少している。
▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・8月の状況として、新型コロナウイルスのマイナス影響が続いている。想定したよりも第2波の影響は大きく、6～7月時の売上と比較しても、前年比で10%前後悪化している。6月時は緊急事態宣言が解除され、給付金や地域振興券といったプラス材料で大きく回復の兆しが見えたが、8月になりプラス材料となるような対策もないため、厳しい状況が続いている。業種でいうとシネマと旅行代理店は壊滅的な売上で、全体客数に比例して飲食テナントも苦戦している。
▲	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今、家食が多くなっており、多数での食事が減少している。海外や県外からの宴会も全くなく、元に戻らない。

	▲	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	・8月に入り、新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、その影響で飲食店への休業要請、又は外出自粛により酒類消費も減っている。6～7月は改善の兆しが見えたが、8月に入り一気に下降し、その傾向が継続している。
	▲	観光型ホテル(専務)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、3月以降客が激減している。その後の国や県市の観光業への支援策で景気が良くなっているが、9月からはその波も過ぎていると予測するため、秋の旅行シーズンは全く動きがなく、危機感が募っている。
	▲	都市型ホテル(販売担当)	競争相手の様子	・8月は、お盆にもかかわらずGo To Travelキャンペーンの客が、全く伸びていない。
	▲	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンのスタートはまもなくだったが、感染者数の増加により、沖縄方面の取消しが増え、東京除外も大きく影響している。海外の観光旅行は全く見通しが立たない。
	×	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街には空調設備がないため、商品の並べ方に気を遣っている。祭りやイベントも中止になったため、祭りに関係する仕入れもなく、商店街としてはダメージが大きい。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・猛暑と新型コロナウイルスの影響で、来客数が激減している。
	×	一般小売店〔生花〕(経営者)	それ以外	・8月はお盆の花もあり、景気は良いと予想していたが、帰省を控える代わりに花を贈る等のお盆需要は予想に反して少なかった。若い客の購買意欲が減少しており、また、当店は価格が若干高いため、高齢者は、身近なショッピングセンターやスーパーマーケット、道の駅で購入していると考えられる。
	×	スーパー(店長)	お客様の様子	・客が購入する物の変化で、食料品や新型コロナウイルス対策関連は上昇しているが、一方、衣料品や旅行は減少している。また、生活スタイルの変化として、外出が減少しているため、家中でのテレワークや食事等の活動が増加している。
	×	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・病院内の店舗をオープンしたが、新型コロナウイルスの影響で面会者の激減や患者の減少で、客数は大幅に減少している。この影響により、将来が見通せず、厳しい現状を直視している。
	×	コンビニ(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響とインフルエンザ発生が予想され、先行き不安である。
	×	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・長引く新型コロナウイルスの影響で、来店客がない。そのため、売上にも影響している。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・7月までは、当県ではしばらく新型コロナウイルス感染がなかったが、お盆前から再発し始め、客の自粛でほとんど予約が入っていない。前年と比較すると70～80%売上がダウンしており、深刻な状況である。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・お盆休み前の外出自粛要請や飲食店の利用規制等が県から発令されたため、7月まで上昇しかけた売上が再度下降傾向に転じている。
	×	設計事務所(所長)	単価の動き	・民間の仕事が減っており、現在は公共工事頼みになっている。これまでのストックでやりくりできているが、生活に必要な現金が入ってこない。また、食料品等生活必需品の価格が上がり、深刻な状況である。
	×	設計事務所(代表)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、イベントの開催や打合せができなくなっている。
	×	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影響で、モデルルームやショールーム、現地案内等営業を自粛していたが、来客が新型コロナウイルス発生前に戻らず、住宅販売等に対する投資が冷え込んでいる。景気は冷え込んでいる状態である。
企業動向関連	◎	—	—	—
(九州)	○	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の売上は、前年度と変わらない状況であるが、産地としては非常に落ち込んでいる。通常の量販店や百貨店のルートは、厳しい面もあるが、その他で補っており、景気は良くなってきている。

○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・4～6月期は深刻な状態になり、9月以降はある程度数字が見えてはいるものの、雇用調整助成金は少なくとも年末まで継続できないと、第3四半期は厳しい状況である。
○	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・食品は堅調ながらも外食産業向けは回復途上である。子供用品は好調で回転率が高い。一方、一部貨物は在庫がたまったままで、また、加工業務も低調が継続し、3か月前との比較で良くなったといえる程度である。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の状態は、悪い状況が続いているが、前月より若干良くなっている。郡部では水害や豪雨の被害にあっているが、市内では大きな変動はない。
□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上高は、対計画をクリアできるが、依然外食部門は厳しい状況である。一方、スーパーマーケット向け冷凍食品の動きは活発で、加えて、8月はお中元商品も好調な動きであったことが計画達成の要因になっている。在庫は、外食部門で一部残っており、新たな商品開発を求められている。
□	金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・7月に幾分受注量が回復したかにみえたが、4～7月累計では前年比20%程度落ち込んでいる。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・健康食品市場は、在宅勤務で増加している。プロテインも本格的な成分が入ってるものを中心に増加している。その反面、新型コロナウイルス発生以降、化粧品は減少している。
□	輸送業（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、食品関係を中心に受注量は減少のままである。一方、輸出関係が、少し復調し始めている。
□	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、新型コロナウイルスの影響から地元企業の求人が急速に減少していることで、雇用情勢が悪化しており、市民生活の不安感は解消されていない。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・個人消費はやや上向き傾向にあり、当行で受け付ける保証協会付保での新型コロナウイルス関連新規貸出金は、月ベースで8月から減少に転じている。しかし、運輸業や宿泊サービス業等は依然厳しい状況下であり、製造業の生産も新型コロナウイルス禍以前の状況に回復するには当面時間が掛かると考えており、3か月前と比べて景気が良くなったとはいえない。
□	金融業（営業）	取引先の様子	・景気は、かつてない悪い水準のまま変わらない。長引く新型コロナウイルスの影響は、飲食、ホテル業等でも、大きな打撃となっている。製造業では、中国向け供給の正常化による一時的な回復もみられるが、本格的なトレンドとはいえない。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・飲食店では、新型コロナウイルスの影響が続き、客足の戻りは総じて鈍い。加えて、猛暑のため夏休みシーズンの行楽地への人も伸びていない。しかし、スーパーマーケットは好調を維持し、大型家電ではエアコンディショナーの売行きが好調である。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、夜間の食事自粛や外出の自粛が続いており、特に飲食業では、40%以上の売上減少が続いている。
□	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・商業施設の売上が低調に推移している。
□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・売上や利益共に底を打っているが、回復基調には程遠い。
□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・夏の例会では、会員が現状を発表するが、外出自粛で活発な動きは見られない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・問合せ件数や受注件数共に大きな変化がない。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・大型投資は依然として先延ばしとなっており、必要最小限の投資にとどまっている。
▲	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全ての受注額や物件見込みが、7月から徐々に下降気味である。売上の前年比は30%減少し、見込み物件は約60%の落ち込みとなっている。

	▲	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・親会社が変わったために、経営形態が変わり、これまでのようにいなくなっている。新体制がまだはっきりせず、不安な要素である。
	▲	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影響で、受注量が減少している。
	▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	受注量や販売量の動き	・各工場の稼働率が多少上がったとはいえ、まだまだ以前ほど戻ってはならず、落ち込んだままの状態が続いている。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・地元では、新型コロナウイルスの影響で、現場の工事が中止になっているとの情報は入っていない。しかし、官公庁の発注が上半期80%の目標のようであるが、前年度も目標金額に達していない。今年度も同じ状況であれば、新型コロナウイルスの影響外の所で非常に厳しい状態になると考えられる。
	▲	通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる影響で、先行きの見通しが立たない。
	▲	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス収束の見通しが立たず、これまで預金取引がなかった企業から新型コロナウイルスの影響による資金制度の借入相談や申出があり、かなり足元の景況感は悪い状況である。
	×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・一次産業は基盤が強いため、現時点では見えにくいですが、国の公共政策が止まったら一気に悪くなるというリスクを秘めている。
	×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、防護服を生産するといった苦勞をしており、また近くのスーパーマーケットや周りの工場が休業するなど、明日は我が身という不安な状態で、今後の先行きが悲観的である。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が40%ほど減少している。コストも下がり採算が取れない状況である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先からの受注が減少している。
	×	新聞社 [広告]（担当者）	取引先の様子	・IT系の景気は良さそうであるが、広告会社等の業績が非常に悪い。
	×	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・売上高は、前年比50%で推移している。客数の減少や購買意欲の低下がみられる。
	×	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	・市町村の当初予算に計上されていた、福祉やまちづくり関係の調査や計画策定の委託業務は、新型コロナウイルス対策予算に変更されている。さらに他県の市町村は、感染者が多い当県からの往來を防ぐ対策として、当県の事業所を入札の指名から外しており、8月に入っても受注が困難な状況にある。
雇用 関連 (九州)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が増えている。また、求人に対する問合せも増加し、求職者の動きが若干出ている。また、派遣登録の予約者で、複数名は仕事が決まり、キャンセルしている状況である。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・3か月前は、新型コロナウイルス対策による外出自粛で、消費もかなり低迷していた。その時期と比較すれば、最近は中心市街地への人も若干上向いている。
	○	学校 [大学]（就職支援業務）	求人数の動き	・2021年卒業採用の見送り等で、2021年3月卒業予定者の採用選考に陰りはみられるものの、求人活動を継続している企業は一定数見られ、また、2022年卒業採用に向けたインターンシップの実施を計画している企業もある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・7月までの長雨や8月には夏のイベントが全て休止になり、学校の夏休みも短くなり、今年の夏は通常の夏とは違う印象を受ける。求人も夏に備えた受注もなく、新型コロナウイルスの第2波を心配するサービス業も対応が難しいと思われ、積極的な求人は控える傾向にある。求人件数は伸び悩み、売上も低迷している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ハローワークで受理する新規求人数において、5月以降の前月比は下げ止まっているが、前年比では大幅減となっており、紹介依頼の相談も減っている。

□	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・マスコミ報道では、大学生の採用者数は例年並みであるが、現実には前年より悪いと感じる。IT系等業種によっては採用数が増加している企業もあるが、全体では積極的採用に動いてはいない。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・婚礼司会の受注が新型コロナウイルス第2波の影響により、キャンセルや日延べが続いている。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの人材の発注が減少している。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規の長期派遣案件の依頼が減少している。また、派遣社員の契約期間が従来の6か月更新から3か月更新への変更を求められる等、雇用の不安定・不透明感が増している。
▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	求人数の動き	・例年、お盆に求人特集を行っているが、求人広告の掲載件数は、前年の半分にも満たない。5月の景気は最悪であったため、3か月前と比較すると、やや悪いという状況ではあるが、新型コロナウイルス発生前と比較すると、ほとんど回復していない。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求職者数の動き	・ある企業経営者によると、求人募集をすると応募が非常に多いと話している。新型コロナウイルスの影響で飲食店等の経営が厳しく、徐々に解雇される人も増加している。年内は休業補償があるようだが、打ち切られると更に厳しくなる。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前月に引き続き新規求職者が減少しているが、それ以上に新規求人数が前期比20%以上減少している。前年比で有効求人倍率も低下しており、産業別でも、宿泊や飲食等サービス業を始めほとんどの産業で減少している。
×	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・何とかここまで現状維持を続けてきたが、新規の受注は激減しており、求職者も動きを押さえている。