

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	－	－
(東海)	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスが終息しつつあり、もし終息しなかったとしても、その生活に慣れてきているため落ち着く。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスもそろそろ終息するかと見込まれる。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き新型コロナウイルス禍であると思われるが、例年秋から年度末までの受注が見込まれる。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くと想定されるが、感染者数も減少傾向にあり、来客数も一定程度見込める。残暑のなか、秋物のスタートにとっては厳しい状況である。
	○	百貨店（企画担当）	・6～8月と前年比の来客数が落ちてきている。前年のお盆にあった入店客の山が今年は減ってしまい、前年比での押し下げ要因となった。月末に県独自の緊急事態宣言も解除されたので、来客数の減少が底を打つことを期待したい。
	○	百貨店（営業担当）	・若干は回復すると思われるが、新型コロナウイルスの影響が続く限り、大幅な回復は見込めない。
	○	百貨店（業績管理担当）	・8月に3密対策をしっかりと行って実施した物産展は、前年並みの数字を取ることができた。9月以降も物産展を前年同様に開催予定で、少し明るい材料もある。
	○	スーパー（販売担当）	・今後いろいろなイベントがあり、来客数は増えると思われる。
	○	スーパー（ブロック長）	・新型コロナウイルスは、身の回りに少しずつ迫ってきてはいるが、3密の懸念のある百貨店や外食の売上が、まだスーパーマーケットに回ってくると思われる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・観光地以外は上向きの兆しがみえる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染も年内には多少落ち着くが、生活様式の変化と商品の変化を捉え、エリアでの商品開発の強化が必要となる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・全体的に様子見の状況は続いているが、新型コロナウイルスと向き合いながらも動いていく感じにはなってきているので、これ以上の広がりがないければ、徐々に回復していくのではないかと。
	○	乗用車販売店（従業員）	・全体的に社会は動いていく方向になると思うが、車が売れるようになるとか、今後消費が活発になるという期待は持てない。3か月後の景気はどの業種も同様であるが、自動車業界も読めないところである。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の受注も好調で、前年並みに販売台数は伸びていくと思われる。ただ、納期が掛かるため売上にはなかなか結び付かない。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・販売量、新規客共に徐々に増えている。このままいくと前年同様とまではいかないが、販売量も増加してくる。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・やや良くなると期待する。しかし、冬に向けて第3波の可能性を考えると夜も眠れなくなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・今月も例年より1人で来店する男性客が多く、売上が維持でき、例年に比べ10%ほど上がった。秋に向けて新型コロナウイルスの影響を受けると思うが、工夫しながら営業していきたい。
	○	旅行代理店（経営者）	・夏～秋に掛けて新型コロナウイルスが少しは収束すると思われるため、景気は良くなる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・新しい旅行スタイルが少しは浸透して、Go To Travelキャンペーンへ賛同する客が増えることを期待したい。
○	通信会社（企画担当）	・次の新型コロナウイルス感染拡大までは、経済優先ムードが続くように思われる。	
○	レジャーランド（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況で大きく左右するが、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの配布開始や、Go To イベント、Go To イートが順次始めれば、多少の集客効果が得られるのではないかと考えている。	
○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・これまでの状況よりは良くなるのではと期待をする。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・いまだ新型コロナウイルスの終息がみえず、このままの状態が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・この数か月、来客数が極端に少なくなっている。売上、販売量につながらない状態がずっと続いている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・今後も更に厳しい状況は続く。周りの店舗でも、店の縮小や閉店が増えてきている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・秋になり寒くなってくると新型コロナウイルスの感染拡大が懸念され、楽観的には考えられない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・完全に底値安定である。人が動かなければ物は売れないという商売の原理原則のとおりである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・展示会イベントもできないため、新型コロナウイルスが終息するまでは良くならない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルスが終息するまで希望はない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・全て新型コロナウイルスの推移が影響してくる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔土産〕（経営者）	・先がみえない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・新型コロナウイルス禍では、3か月先をみても今までと変わらない状況が続くと思われる。経済を引き上げるような画期的な政策は、世の中が自由に活動できない以上難しく、残念であるが閉塞的なこの状況が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・今後も先行きが不透明な状況が続き、客の購買意欲が戻るとは思えない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・引き続き新型コロナウイルスの影響がある。今のところ回復の兆しはみえない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症のピークアウトとともに、景気は緩やかながら改善に向かう一方、9月末で雇用調整助成金の特例措置が打ち切られると、企業の倒産や失業者の発生を招き、改善に向かう景気にブレーキを掛けることになるかと考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・徐々に第2波も落ち着き始めているが、まだまだ予断は許さない状況で、良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・今後しばらくの間、新型コロナウイルス禍は波がありながら続いていくと思われるので、現状とそれほど大きな変化が現れるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの終息なくして景気回復はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・今の状況では、買物に来る客はいるが、購入数が増えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務）	・年内は、新型コロナウイルスのワクチンが開発されない限り、外出を控え家庭での食事が多くなると考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・内食傾向は続く。398円のいちじくジャムのように、高くても良い物は売れる。提案の仕方次第で更に売上を伸ばせる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・新型コロナウイルスの終息に向けた確かな動きが出るまでは、消費動向は変わらないと思われる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・スーパーでも部門別の伸長率に差がある。調味加工食品やキッチン消耗品は20%増であるが、厳しい部門もある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・イベントでの売上がゼロで、当面のイベントは中止が決定しているので、年内に身の回りの景気が良くなる要素はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着く様子を見せず、冬季に向かい感染者が増えるおそれがある。店前は人が少なく、来客数は更に減ってしまいそうである。また、不要な買物はしない傾向から、客単価は向上しそうにない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・まだコンビニを利用する客は多いと見込まれる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・高い気温が続いていることで、来客数が増え、飲料・アイス・麺類などを購入している。例年よりも高い気温が続く間は、厳しい新型コロナウイルス禍ではあるが前年並みを意識できる日も出てくると考える。10月にはたばこ増税が控えており、駆け込み需要は想定されるものの、値上がり後の反動は、不透明な環境も手伝ってこれまでよりも大きくなるのではないかと考える。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・東京都のGo To Travelキャンペーン対象化が検討されるなど、景気回復に向けた前向きな動きがある一方、秋冬シーズンに入り新型コロナウイルス感染の拡大も懸念されることから、今後の景気についても不透明な状況が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・販売量が回復してきたが、いつまで続くのか読めない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・家電の販売に関しては、いつもどおりである。高単価な商品でも良い物は普通に売れていく。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・6～7月と、前月に比べて良くなっている感じがあったが、ここに来て新型コロナウイルス感染が再拡大しており、秋～冬に掛けて更なる感染拡大が予想されるので、景気回復は難しいのではないかと。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が大きく、自動車での外出のない分事故もなく走行距離も伸びず、来客数が増える見込みはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後もこのような状況が続くものと予想される。厳しい経営が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が再拡大するリスクもあり、消費行動は消極的な状態が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・従来なら新車の販売台数も決算に向けて盛り上がるが、生活に必要最低限の行動しかできないこの状況では、来店客も余り見込めず、良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響次第であるが、4～5月のように大きく止まることはないと思う。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・夏季休暇の影響が良い方へ出るのか、悪い方に出るのかは今のところ不明であるが、現在の状況と余り変わらないと思う。しばらくはジリ貧状態が続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・乾燥しやすい時期に入り、インフルエンザ感染との区別がつきにくい時期でこの夏と同じような傾向になる。ワクチン、特効薬が安定供給されない限り、売上は復活しない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔書籍〕（店員）	・ウィズコロナも浸透してきたが、まだ外出する機会は減っていると思われるため、しばらく売上はアップした状態で見込めると考える。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今月よりは良くなると思われる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・緩みが出ては締め直しの繰り返しで、来年まで続くと思う。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・2か月先までの宴会もほとんどがキャンセルとなり、年末までの受注状況も思わしくなく、1件1件キャンセルが積み重なっていくばかりである。宿泊客も思った以上に伸びず、前年比の20%台で推移している。少なくとも年内は、こういう状態が続くものとみる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から景気は変わらないと判断する。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（営業担当）	・悪い状態で横ばいが続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波と夏休みが終わり、しばらく落ち着く。Go To Travelキャンペーンの効果もあるかもしれないが、事業者としては、本申請の通知が来ないのでどうなっているか不安である。9月からの地域共通クーポンもまだ始まらないようで、かなり段取りが悪いと感じる。旅に出たらPCR検査を気軽に保険適用で受けられると、もっと旅の需要も増えるような気がする。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、旅行需要が元の状態に戻ることはない。個人旅行は少しずつ申込みがあるが、職場旅行、会員募集旅行や視察旅行など団体旅行は全く発生しない。旅行業界の復興は、団体旅行が戻らない限り無理だと考える。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・街中の人出が少ない状態から変わっていない。とにかく人出が少ない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスのせいで良くならない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスへの不安があり、大人数での飲み会等を控えて、繁華街は現状より良くなるという見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・現状が当面続くと思われる。

□	テーマパーク職員（総務担当）	・全て新型コロナウイルス禍によるところが大きいが、波が続くことを実感し、新型コロナウイルスと共存していく方向になってきていると感じる。外出を控える傾向は、しばらくは変わらないと思われる。
□	美顔美容室（経営者）	・12月末までキャンペーンが続くため、セット商品の購入がある。
□	美容室（経営者）	・普通であれば結婚式やいろいろなイベントがあるが、新型コロナウイルスの影響により来客数が減っており、現在と変わらない状況になると思われる。
□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で経済的にも将来が見通せないため、当分このような状況が続くと思われる。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、個人客やケアマネジャーの工事意向が控え目になっている。
□	設計事務所（経営者）	・2～3か月先まではみえない。取りあえず1か月先の仕事はある。
□	住宅販売会社（従業員）	・上向き要素がみられない。この先の状況がみえない状態となっている。
□	住宅販売会社（従業員）	・回復の兆しはない。ローン控除期限前の駆け込みはあるはずだが、その反面、10月以降が恐ろしい。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・継続してリフォーム工事の引き合いが数件あり、元請も順調に新築物件を受注している。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・賃貸業界では第2の繁忙期に突入するが、新型コロナウイルス禍で先がみえず、客も検討が難しい。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルスの終息はなかなか望めない。経済もうまくバランスを取りながら動き出してほしいし、このままではお彼岸、敬老の日、プライダル等にも影響が出て、経営は更に厳しくなる。
▲	一般小売店〔文房具〕（店員）	・インバウンドに頼りすぎていたため、その来客数が戻らなければ、まだまだ厳しいと思われる。
▲	百貨店（販売担当）	・学生需要のピークの見通しが立たない。
▲	スーパー（店長）	・地域で感染者数が増え続けており、いつ自社からも感染者が出てもおかしくない状況なので、現状が良くても安心できない。
▲	スーパー（店長）	・どこにも出掛けられず家庭での支出の大半を食費に充てるのは変わらないが、年末までは、客単価、来客数共に厳しい流れになる。
▲	スーパー（店員）	・豪雨と暑さの影響で果物と野菜の値段が高騰している。落ち着くには時間が掛かる。
▲	スーパー（商品開発担当）	・新型コロナウイルスの影響があり何ともいえない状況だが、お盆同様イベントの専用商品は苦戦することが予想されるため、現状よりもやや悪くなるのではないかと見込む。
▲	コンビニ（企画担当）	・秋以降、再度感染拡大の状況になることが予想され、不要な外出を控えることにより来客数の減少が想定される。
▲	コンビニ（本部管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で新しい生活様式がスタートするならば、小売業界は試行錯誤の日々を迎える。適応するために、その期間は売上に影響が出ると見込む。当社も、新型コロナウイルスの影響が軽減してきた昨今においても売上状況は回復に至らないため、やや悪くなる。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の不安も当然のことだが、インフルエンザの流行時期も近づいている。こうした不安な状況下において、消費者の購買意識は節約等に向くことはあっても、消費に向くとは考えづらい。
▲	家電量販店（店員）	・特別定額給付金や在宅勤務の影響で家電製品の需要が高まり売上は上がってはいるものの、今後の動向を考えると、旅行会社、アパレル業界、交通関連や百貨店などの企業が厳しい状況にあるため、全体として景気は冷え込んでいくように思われる。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルス対策の自粛疲れの反動で、3月より消費は回復している気がするが、第2波、第3波が来て医療崩壊が現実味を帯びれば、消費は縮小するのではないか。首相も辞任しアベノミクスの終えんが意識される。ばらまき施策の反作用で増税が意識されれば、消費に対してはマイナスしかない。

▲	乗用車販売店（従業員）	・冬のボーナスがどれくらい支給されるかを心配する声が多く聞かれる。そのようななかで年末に向けての増販期を迎えるので、客がどれだけ新車購入に関心を持ってもらえるか、不安が強い。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上は前年比でマイナス0.4%、来客数は前年比マイナス10.3%である。
▲	高級レストラン（経営企画）	・新型コロナウイルスの第2波、第3波の懸念、長期化に伴う外食スタイルの変化に対応していくが、年末に向けての営業が読み切れない。売上規模の大きい年末商戦への影響は大きい。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの特効薬等が開発されないまま涼しくなると、また感染者数が増えるのではないかと不安である。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・政府の支援策にも限界がある、貸付け等で当面しのげていたところは、一気に倒産、廃業が増えていく。
▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・給付金などで、ここまでは想定よりも悪くなかった。客の中にも給付金が出たので購入したという人も多い。しかし、業績が悪くなる企業が増えるなかで、消費者にも買い控えが目立つようになってきた。
▲	旅行代理店（経営者）	・ワクチンや治療薬も先が見通せないまま、不要不急の消費が止まっているように見える。既に3か月も受注がない企業もある。稼動していない大量の観光バスの駐車場代など通常よりもコストが掛かるようになった観光バス会社などでは、秋～冬に掛けて人件費のほかコスト削減の動きが出てくると関係者から聞いている。
▲	通信会社（営業担当）	・光回線の依頼数が落ち着いてきた。店舗閉鎖による解約の依頼もある。
▲	観光名所（案内係）	・新型コロナウイルスの状況次第であるが、日本全国で元気がない。しばらく様子を見るのが一般的であると考えている。
▲	ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の入場者予約数は、今一つ増えない。前年同日の予約数と比べてもかなり減少している。今後、入場者数は増えるとしても、レストラン等の売上はまだまだ期待できないと考えている。
▲	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス禍で密になりやすい業態として、影響を受けている。
▲	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・新型コロナウイルスの影響と米中関係の先行きによる。
▲	理美容室（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しなければ、皆が金を使わないため景気が悪くなる。
▲	設計事務所（職員）	・景気は政治の問題もあり、今後も良くなる可能性はないと思う。
▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・在宅ワークが増え、駅前駐車場契約の解約が増えてきた。この先が不安である。
×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今後、新型コロナウイルス終息後も、街の飲食店への人の流れは以前のように戻らない。消費の流れが大きく変わってくると考える。
×	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響により、景気は悪くなる。
×	百貨店（売場主任）	・出掛ける予定がある客は購入するが、物欲のない客が多く来店してもみるだけで、土日平日共に厳しい売上が続いている。
×	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスで、ますます来店自粛が加速すると見込まれる。
×	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルスの影響が引き続きあり、現場は非常に厳しい状況である。打開策を日々考え取り組んでいかないといけない。
×	衣料品専門店（経営者）	・しばらくは新型コロナウイルスが完全に収まると思えない。外に出掛けることや旅行、買物、通院でさえ極端に少なくなり、洋服は要らないと客に言われる。
×	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が長引いており、商業施設を中心に新築、改装工事が中止、延期になっている。住宅も同様であり、新築工事は停滞しリフォーム工事も予算が厳しくなっている。

	×	その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・長引く新型コロナウイルス禍で、首相の辞任により経済界の様子見が一層進み、年内の景気は停滞から後退が考えられる。
	×	観光型ホテル(経営者)	・8月は順調であったが、10月以降は個人客の動きが停滞している。Go To Travelキャンペーンにより新型コロナウイルスの影響が収束するムードがあれば、回復すると思うが、現在は慎重なスタンスで動きが止まっている状態である。引き続き政府の経済優先の政策がなければ景気は回復せず、そのような対応が求められる。
	×	都市型ホテル(経営者)	・予約が入らない。
	×	都市型ホテル(総支配人)	・冬に向けての新型コロナウイルスの感染拡大状況による。忘年会や新年会等、宴会の取り込みがない状況である。Go To Travelキャンペーンで恩恵を受ける高級旅館やホテルとの格差拡大などがある。
	×	旅行代理店(経営者)	・新型コロナウイルス禍における風評被害的な環境が改善されない。
	×	旅行代理店(経営者)	・もう少し旅行に行きやすい社会情勢にならないと、売上が伸びない。
	×	テーマパーク(職員)	・新型コロナウイルスが終息しない限り難しい。
	×	美容室(経営者)	・新型コロナウイルスの影響であり、ワクチンが開発されない限り回復しない。
	×	理容室(経営者)	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くか見当が付かない。
	×	住宅販売会社(従業員)	・中堅のビルダーが倒産したらどうなるのかと思うと、不安で仕方ない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	*	*
	○	化学工業(営業担当)	・自動車関係の景気が戻り始めている。9月以降は容器の販売にも影響してくる見込みである。
	○	電気機械器具製造業(経営者)	・3か月後は新型コロナウイルスも次第に落ち着き、年末に向けて客先で設備投資もあるという期待から、現状よりはやや良くなると考える。
	○	輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	・中国市場の自動車販売が増加しているため輸出が増加し、現在よりは生産台数が増えて、景気が良くなると思う。
	○	輸送業(経営者)	・新常态の定着の中で、経済が回り始めている実感がある。
	○	輸送業(エリア担当)	・新型コロナウイルスの長期化で、通販需要は伸びて定着すると思われる。
	○	金融業(従業員)	・現在は新型コロナウイルスの第2波が来て将来不安があり、皆が慎重に動いているが、景気単体で見ると将来的には回復傾向が大きいため、少し景気が良くなるイメージである。
	○	不動産業(経営者)	・9月は、例年同様に晴天の日が多くなる予報であるが、今後も新型コロナウイルス問題の影響が少なからず続くこととみている。余計な出費を控える気持ちは継続し、公共交通機関の利用者が減少している間の売上は厳しい状況であるが、少しずつ回復傾向になっていく。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	・新型コロナウイルスで4～6月に停滞した分が、ここに来て動き始めた感がある。第2波のおそれも、この地方では余り影響がないと思われる。
	□	食料品製造業(経営企画担当)	・依然、厳しい状況に変わりはないが、下期に向けて反動的な消費の回復に期待したい。
	□	化学工業(総務秘書)	・ウィズコロナの中で景気は低調に推移する。資金繰りで体力を失った企業の倒産が始まると景気は本格的に落ち込むものと予想するが、まだ2～3か月先には始まらないと思われる。
	□	窯業・土石製品製造業(社員)	・新型コロナウイルス禍の影響で生産が減っている客もいるが、新規引き合いも多く、成約率も高いので現状維持ができそうである。国プロジェクトの事業の一部にも参加できることになった。
	□	金属製品製造業(経営者)	・引き合いが堅調に推移しているため、変わらないと考えている。
	□	一般機械器具製造業(営業担当)	・北米での新型コロナウイルス感染拡大が収束しない限り、積極的な設備投資が実施されるとは思えない。
□	一般機械器具製造業(経営管理担当)	・受注量、販売見込みが変わらない。	

□	電気機械器具製造業（営業担当）	・状況は余り変わらないと思われる。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・IT産業は好調であると思われるが、新型コロナウイルス禍が社会全体に及ぼしていくことを考えると、ポジティブにはなれない。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・航空業界は、新型コロナウイルスが終息し米国経済が復活するまでは厳しいと思われる。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・新型コロナウイルス禍にあるが、第2波の感染拡大が収束すれば、もっと景気が回復するかもしれない。
□	輸送業（従業員）	・正直なところ分からない。世間では新型コロナウイルスの第2波はピークを過ぎたといっているが、それは第3波、第4波もあり得るということであり、新型コロナウイルスの問題は今年中には解決しないと考える。
□	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルス禍の中、消費者のマインドは低下し、消費が好転する材料がない。また、政治と経済の両輪が空回りしている感が否めない。
□	輸送業（エリア担当）	・新型コロナウイルス禍の終息によるので先が読めない。
□	輸送業（エリア担当）	・先行きの景気は変わらない。新型コロナウイルスはまだ収束しておらず、産業によっては落ち込んでおり、その部分が物流に響いているため見通しが立たない。
□	通信業（総務担当）	・この秋も新型コロナウイルス感染の一進一退のニュースしか報道されず、人々の気持ちには明るさが戻らないと見込む。先が見通せるようになれば、気持ちが前向きになり景気が確実に上がってくる。
□	不動産業（経営者）	・当面は様子見が続く。
□	広告代理店（制作担当）	・新規案件が見込みより少なく、我慢の状態がしばらく続く。
□	会計事務所（職員）	・町内の感染者数が増加してきている。町内放送があるたびに、外出の頻度を減らそうという気になるし、実際、余り遠くへは出掛ける気もしない。家にばかりいれば、食品はともかく、他の買物をしようという気にはなれない。
□	会計事務所（職員）	・今後も新型コロナウイルスの影響が続く限り、感染拡大前の水準まで売上が回復する見込みはなく、現状維持のまま推移する。
□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルスに対しても、体力が付いてきたため前向きに立ち向かおうと考える。新しい商品、投資先を積極的に探す行動をしている。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・新型コロナウイルスの第2波が続いており、今後その影響が表面化してきて景気はやや悪くなる。
▲	鉄鋼業（経営者）	・上期の4～9月は、前年の仕事をこなしている企業が多く、下期に入ると上期に決まった品物を作るのが通常だが、今年は、上期に新型コロナウイルスの影響で何も決まっていなかったので、下期も低調な状況が続くと思われる。
▲	金属製品製造業（従業員）	・投資マインドの冷え込みが、仕事量に影響し始める時期と思われる。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・本格的な回復基調に戻るには、新型コロナウイルス収束のめどが立たないことにはどうにもならない。年内は現在の状況が継続し、来年前半も不透明である。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・この数か月間新規案件等の話もなく、既存の案件も少し減少している状態が続いている。新規開発の現状をみる限り、上向くことは考えられない。
▲	建設業（役員）	・例年は秋に入り企業体制の変更で異動があり、不動産市場は活発化するが、今年は新型コロナウイルス禍の不安な状況の中、影響を受けている企業の社員からは、先行き不安により購買意欲が落ち込んでいるという話が多い。同様の話はこれからますます増えてくるのではと考えられる。
▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス禍で、政治家には指導力もなく健康面の不安もあり、また対策に関心がないような政治家もいて、この先景気が良くなるとは思えない。
▲	金融業（企画担当）	・飲食業、観光業を中心に企業体力が弱ってきており、状況はかなり厳しい企業もある。廃業を考えている企業もあり、生き残る企業とそうでない企業に分かれてくるため、景気は悪くなっていく方向である。
▲	行政書士	・仕事はあるが、新型コロナウイルスの影響により貨物の出入りの効率が悪く、運賃が伸びない。

	×	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスが落ち着き様々な業種が完全に稼働しない限り、受注数が戻らない。回復の兆しはない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で経済が冷え切っている。この影響は、今年後半、更にひどい状況になると見込む。自分の周りでもひどい状況である。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新規の話がみられない状態である。
	×	通信業（法人営業担当）	・身近な飲食店は8月末で閉店し、再開のめどが立たない。新型コロナウイルスによる目に見えない不安がある。体力のある企業は何とか生き延びるであろうが、中小企業はよほどの意識改革、イノベーションが必要となる。短期での回復のめどが立たない状況のままである。
	×	通信業（法人営業担当）	・一般消費者の心理として、現状の買い控え傾向は、新型コロナウイルスが落ち着いても、長い間回復しないように感じる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・何も買わない、売れないが常態化しつつあると感じる。
	×	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症が本格的に財務状況に影響を与えるのは今後の決算である。首相辞任で政治のリーダーシップが大きく後退する。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連においては、国内の販売数も回復し、特に新型車種の売行きが好調である。中国や北米向けの輸出も上向きに推移し、やや良くなると見込む。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・下半期に向けた企業側の採用の動きが出てくる可能性がある。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気刺激策が功を奏して、人手不足感が出てくるのではないかと考えており、また、そうあってほしい。
	○	職業安定所（職員）	・経済対策が下支えし、持ち直す。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・県独自の緊急事態宣言が解除されたといっても、新型コロナウイルス感染症自体が収まったわけではないため、各企業の経済活動状況は以前と同様とはいかないのではないかと。ただ、この状況下でもテレワークの促進や新たな施策を打ち出したりして、現状よりは景気が上向きに転じると期待したい。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・好転の兆しは現状ではない。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人が出てくるのはもう少し先のように思える。11月には少しでも出てほしい。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの感染は若干の落ち着きをみせてはいるものの、早期の景気回復を期待できる材料が見当たらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響で求人は増えないと思われる。その反面、派遣で働いている人々には将来への不安から転職を希望する人が増え、有効求人倍率は下がると考えている。
	□	職業安定所（所長）	・雇用調整助成金の申請はまだ多くの企業で続いており、新型コロナウイルス感染症の影響により、先行きは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響が続いており、今後の見通しが立たない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の状況に大きく左右される。県内が落ち着いたとしても、隣県で感染が拡大した場合、外出の自粛等により産業・職業で業績の良しあしに格差が出ると予想される。当面は大きな変化はないと思われる。
	□	職業安定所（次長）	・雇用保険受給手続の来所者数は若干減少しているものの、求人・求職の状況において、大きな変動の兆しがみられない。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	・新型コロナウイルスの状況が変わらない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・当面この環境は変わらないなかで、新たなスタンダードを作る時期にきている。積極採用中の企業は、オンライン面接・セミナー等をより有効に活用し始めている。
		▲	人材派遣業（営業担当）
	▲	人材派遣会社（社員）	・消費が戻らなければ、企業努力だけでは厳しいと考える。

▲	人材派遣会社（営業担当）	・10月以降、主要客である自動車メーカーの一部部署との受託契約が10%の予算削減となり、業務終了者が数名発生する。今月までに業務終了しているエンジニアも含め、次の業務の当てを確保できずおらず業務稼働するエンジニアが増えないため、稼働率の低下となる。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・旅行業やサービス業などは、ここ数か月のマイナス90%といった売上激減を乗り越えてきたが、秋以降はその体力もなくなり、倒産や廃業などが出てきそうに感じる。
▲	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルス感染の拡大状況が落ち着かない限り、新規求人数の増加は見込めない。同時に、雇用の減少が続くと景気に影響を及ぼすと考える。
▲	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルス感染拡大が長期化するなか、先行き不透明感から新規求人数の減少傾向が続いている。また、事業主都合による離職者の大幅な増加が続いている。
×	人材派遣会社（営業担当）	・人材紹介では前年比で求人数が減少し、求職者数が増加している。求人案件の業種・職種に偏りがあり、成約数は大幅に減少している。
×	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス禍による先行き不透明感が強い。
×	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・新型コロナウイルスの状況次第であるが、良くなるとは思えない。