

## 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)		-	-	-
		商店街（代表者）	来客数の動き	・8月に入り、来街者が増加する兆しがみられる。中心部店舗の駐車場や有料駐車場において、例年の半分以下ではあるが、道内他都市や道外客の車がみられるようになっている。また、地域住民についても、平日10時以降の午前中や午後4時以降の買物客が増加している。
		一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・8月に入り、売上は前年の80%まで回復してきたが、下旬に当地で新型コロナウイルスのクラスターが発生したことで急ブレーキが掛かり、最終的な売上は前年の60%台となった。ただし、3か月前と比べれば景気はやや良くなっている。
		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が若干なくなりつつある。来客数も少しずつ増加している。
		百貨店（役員）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で休業するなど、最も景気の悪い状況にあったため、景気はやや良くなっている。客の動きも3か月前と比べれば良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前が底であったため、そこと比較すると景気は良くなっている。ただ、実態としては全然良くない。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、観光客がやや戻りつつある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・月を追うごとに来客数と受注量が前年を上回るようになってきている。登録台数も前年比でのマイナス幅が縮小してきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量が少しずつ上向いてきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前の5月と比べると販売量の動きははるかに良くなっている。その要因として、新型コロナウイルスの影響が出始めた時と比べて、客の警戒心が薄らぎ、来場者の動きが活発になっていることが挙げられる。また、9月は当社の決算期となることもあり、販売量が一段と増加することが見込めるなど、景気が少しずつ良くなっている実感がある。
		乗用車販売店（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を最も強く受けていたが、8月は前年並みに近い販売量まで回復してきている。
		自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・客の消費行動が増えてきている。
		その他専門店 [ワイン]（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの収束がみえ始めたことで、客のマインドが回復してきている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが開始されたことで、北海道内を中心に個人客の予約が伸長している。8月の売上は当初想定を50%程度上回った。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月まで休業を余儀なくされ、7月に営業再開したが、客室の稼働は前年の20%前後にとどまった。8月は地方自治体の需要喚起キャンペーンに参画したこともあり、前年の30%前後まで上昇している。
	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が最も大きかった5月の空港利用者は前年比7.7%であったが、7月は前年比30%まで回復してきている。しかしながら、Go To Travelキャンペーンから東京発着分が除外されたことで、観光消費マインドが全体的に低下しており、道外観光客について期待したほどの伸びがみられない。	

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
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・飽くまでも3か月前の緊急事態宣言期間中との比較であるが、客先で業務出張時の航空機、宿泊の利用が少しみられたことから、景気はやや良くなっている。ただ、前月と同様にGo To Travelキャンペーンの効果は薄い。また、企業や組織団体の旅行も客先の警戒心が強いことから、取扱のない状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・3か月前の来客が全くなかった状況と比べると、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、来客数は増えている。ただ、来客数は数えることができる程度にとどまっている。市内の同業者も同じような状況と聞いている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが始まったことで、少しずつ人の動きが出てきた。
		タクシー運転手	販売量の動き	・どん底の3か月前と比べれば、景気はやや良くなっている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・感染防止対策への理解が十分に進み、安心して専門店を訪れる客が増えてきている。それに伴い、家電量販店を中心に客の通信端末の買換え需要が高まってきている。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・8月27日時点の利用客数は前年の34%程度であるが、6月が前年の6%程度、7月が前年の24%程度であったことから、利用客は徐々に回復しつつある。ただし、これくらいの水準では事業としては赤字続きであることから、非常に厳しい状態であることに変わりはない。
		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影響で午前中だけの時間短縮営業を実施していたため、その時期と比較すると8月は2倍以上の売上増となっている。ただし、前年比でみると売上が10%程度ダウンしている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子をみると、景気が上向きか下向きかといった方向性は関係なく、新型コロナウイルスを受け入れていこうという意識になっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスが流行し始めた3月以降、景気は余り変わっていない。
		百貨店（営業販売担当）	来客数の動き	・お祭りの中止などにより来客数が大幅に減少しており、いまだに来客数の戻らない状況となっている。残暑や秋物の入荷遅れも影響している。
		スーパー（店長）	それ以外	・引き続き新型コロナウイルスの影響がみられる。3～5月の状況と比べると、6月以降は回復基調にあるが、水準としてはまだまだ悪い。全体としては下げ止まった形での推移となっており、3か月前と比べても景気は変わらない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・衣料品や日用品の動きをみると、6月は自粛の反動もあり、瞬間的に売上が回復したが、7月後半から再び低迷傾向に転じている。特にファッション衣料やキャリーケースなどの旅行関連商材の需要低迷は著しく、Go To Travelキャンペーンによる盛り上がりも感じられない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・食品スーパーは、依然として巣籠り消費の影響でまずまずの景況感で推移している。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・今年はお盆の帰省者が少なかったが、帰省の影響で地方の新型コロナウイルス感染者数が増加していることで、外出控えやそれに伴うまとめ買いが増えている。また、外食も少しずつ増えているが、これまでと同様に内食型の生活が続いているため、食料品を中心に買上点数が増加傾向で推移している。来客数は減少しているものの、買上点数が増加していることで、売上も予算を達成しており、前年を上回る傾向が続いている。
		スーパー（役員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の効果もあり、お盆商戦は前年並みの売上終了することができた。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が長期化している状況の中では、善戦しているといえるかもしれない。ただ、今後の見通しが立たないのは不安である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・前年と比べて販売量が低迷している。

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
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・例年8月は1年で一番の稼ぎ時であるが、今年は新型コロナウイルスの影響で厳しい。ただ、3月以降では、久しぶりに忙しい月となり、スタッフは手際良く接客していた。最終的な売上は前年比58%と5割を超えた。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上は前年比30%程度であった。3か月前よりは良いが、前月と変わらず、足踏みが続いている。一方、食品について、ちょっとした高級品やご当地名産などの通販、共同購入が堅調なこともあり、外食の利用はしばらく停滞が続く。また、一部の観光地では観光客の入込があるようだが、当地では観光客の利用は伸びておらず、旅行者の利用はビジネス客が多くなっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・まだまだ通常の月の売上には戻っていない。ただ、少しずつ客が外出するようになってきたことは間違いない。
		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の影響は変わらない。Go To Travelキャンペーンの効果も薄く、輸送量は前年を大幅に下回り、減少の一途をたどっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの終息がみえないことから、客が大きな買物、投資を控えている。様子見の状況が続いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・自粛要請が解除されたことで、商店街への来街者数はやや回復したが、新型コロナウイルス発生以前の水準には戻っていない。特に夜は大幅な減少が続いている。
		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により夏のイベントが全て中止となったことで、飲料水、ビール、食品の売上が大きく減少している。全体売上への影響は以前よりも大きくなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少にあわせて、売上も減少している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・8月の来客数は前年の85%にとどまっている。暑い日が続いた一方で、夏物家電の販売量に陰りが出てきている。近隣の地域で新型コロナウイルスの感染者が判明したため、警戒感で人出が止まってしまったとみられる。
		高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・先の見えない新型コロナウイルスへの対応で疲弊の色が濃くなってきた。
		タクシー運転手	来客数の動き	・6～7月のタクシーの売上は前年比マイナス30%程度であり、5月と比べれば回復していたが、8月に入り繁華街で新型コロナウイルスのクラスターが発生したことで、人出が再び減少に転じており、売上は前年比マイナス40%となった。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3月以降、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、売上の減少が続いており、厳しい状況が続いている。ただ、8月に入ってからは、若干ではあるが、上向きの傾向もみられるようになってきた。
		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先行きが不安との理由で、分譲マンションの購入を見送る客が数組みられた。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・依然として厳しい状況が続いている。中心部の繁華街には怖くて行けないという声が多く、特に夕方以降は閑散としている。北海道の感染者数が比較的落ち着いて推移している一方で、現状は回復の見込みもないことから、困惑している。周辺の店舗などの売上は、一般店が前年から3割強の減少、飲食店が5割の減少、観光関連業種が9割の減少となっている。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・当地では、昼カラオケや病院でクラスターが発生するなど、集団感染が収まらないことから、景気は悪くなっている。当店は観光地にあるため、周辺からも人が来なくなれば、手の打ちようがない状況となる。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・北海道における新型コロナウイルスの動向は落ち着いた状況にあるが、依然として、東京を始めとした首都圏や大阪などでの感染拡大が続いている影響で、観光客、ビジネス客共に旅客数が減少している。旅客数が減っていることで店舗の売上も前年比20%台に落ち込んでいる。

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
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っているため、全体的な景気は悪い。一方、客が外出や旅行を控えていることで財布に余裕があるのか、宝飾や時計などの高額品の動きは良い。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・営業マンの外回りが大きく減っている上、在宅勤務やテレワークの影響もあり、Yシャツも売れなくなってしまった。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光客が来ておらず、これから先ますます来なくなることが見込まれるため、商売としては不安を抱えている。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの先行きについて見通しが立たず、人々が不安を抱えたままであるため、買い控えにつながっている。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による売上の落ち込みも底を打ち、回復傾向にあったが、8月に入ってから地域内における感染者の発生が収まらないことから、入出が横ばい傾向にある。さらに、お盆時期のイベントが全て中止となり、関係する需要が皆無となったこともマイナスである。
	×	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、貸切りハイヤーや観光ハイヤーの利用、インバウンド需要、イベント関連での依頼がほとんどゼロの状況である。普通タクシーの利用については徐々に回復してきそうだが、売上はいまだに4割前後の落ち込みとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・8月になり、当地において夜の街関連の新型コロナウイルス感染者が発生したことから、人の動きが極端に減少している。例年であれば、夏のイベントなどにより人の動きが活性化してくる時期だが、今年は需要が全くみられない。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスが終息する気配がないことから、外出を恐れている客がいまだに多い。
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	・ショップなどの営業が通常に近い状況となっていることから、徐々にではあるが、客足が戻りつつある。請負案件も動き始めている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で営業行動が制限されていた3か月前と比較すると、取引先の営業活動がほぼ通常に戻ったこともあり、案件数、相談数が増加している。景況感はやや良くなっている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる外出自粛の影響が大きかった3か月前と比べれば、経済活動が再開されていることもあり、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が経済活動や消費、投資マインドの制約要因となっており、持ち直しのペースは緩慢である。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と同レベルで前年よりも売上の悪い状況が続いている。
		建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建設工事の総量に変動はみられない。ただ、地方の建築工事入札において、特に土木工事などの労務者が不足していることで単価が上昇しており、工事費が高止まりしている。そのため、単価と景況感の関係が従来と比べて崩れつつある。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州での気温上昇により、飲料関連の荷動きが良くなっているほか、夏季給食需要で生乳の輸送量も伸びている。ただし、紙パルプや一般雑貨の動きは相変わらず鈍く、全体としては前月と比べて横ばいから微減での推移となっている。
		司法書士	取引先の様子	・建築、不動産関連などの取引先において、各企業がそれなりに創意工夫し、この状況を乗り越えることを考えている。そのため、現段階では景気に大きな変化はみられない。
		コピーサービス業（従業員）	競争相手の様子	・業種による格差が大きくなっている。新型コロナウイルスの影響がない取引先が多くみられる一方で、影響を受けて設備投資を遅らせる取引先も多い。
		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	・建設業界は新型コロナウイルスの影響が少なく、引き続き前年を若干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）	受注量や販売量の動き	・設備投資に関して、入替えが定期的に発生している一方で、増設案件が少ない傾向がみられる。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・建設現場では新型コロナウイルスと熱中症の防止対策で、作業効率の低下とコストアップを余儀なくされており、工事の進捗や収益面でマイナスとなっている。また、民間建築については次年度以降の新規受注案件の引き合いが依然として少ない。
		司法書士	取引先の様子	・例年と比較して不動産の売買、住宅の増改築の受注が減少している。新型コロナウイルスの影響なのか受注の問合せも皆無である。
		司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響による自粛が続き、景気回復策の1つであるGo To Travelキャンペーンも盛り上がりせず、新型コロナウイルス感染者数が減少する様子もみえない現状においては、景気が停滞するのは当然のことである。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注に係る事前活動が十分にできていないことから、毎月少しずつではあるが、新規商材などの販売実績に影響が出始めている。
	×	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築住宅着工件数が前年から15%ダウンしている。新型コロナウイルスの感染拡大が影響して、一部の民間物件も含めて工事の延期が生じている。
	×	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がみられるなか、景気の上がる要素が見付からない。
雇用関連		*	*	*
(北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・北海道における新型コロナウイルス感染者数は比較的少ないため、求人意欲は徐々に上向いてきている。特に介護業界や建設業界などはふだんより人材が集まる傾向がみられるなど、堅調である。一方、観光客やビジネスマンの往来が少ないため、宿泊業は大打撃を受けている。飲食店はランチ客が増加傾向にあるが、求人を出すまでの忙しさにはなっていない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が発令されていた4～5月は完全に経済活動が停止していたが、現在は経済活動が行われているため、景気はやや良くなっている。ただ、観光客が戻ってこないこと、クラスターなどの感染リスク対策の問題などから、市内中心部の飲食店、コンビニも含めた小売店の集客状況は厳しいままである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人の申込件数が前年の8～9割まで回復してきている。特に介護業界、建設業界からの申込みが活発である。ただし、飲食、ホテル、観光、娯楽、アミューズメント業界からの求人は前年の5割程度にとどまっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・これまで落ち込みの大きかった観光産業や飲食業において、改善の兆しがみられる。夏場の観光が通常の状態に戻っているわけではないが、3か月前と比べれば観光客の入込も良くなっている。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人依頼が激減した3か月前と比べて、求人依頼件数は大きく変わっていない。新型コロナウイルスの動向は落ち着いているようにみえるが、企業にとっては、ここ3か月の業績が前期よりも悪化している傾向が顕著に表れているとみられることから、今後の企業存続について真剣に考えざるを得ない状況となっている。そのような中でコスト増となる人材の採用について慎重になる企業が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・飲食業や医療系サービス業の求人回復がいまだに厳しい。一方、農業に関わる季節求人や短期求人は前年並みかそれ以上の件数が動いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の有効求人倍率は1.15倍と前年を0.04ポイント上回ったが、新規求人は前年を下回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における7月の有効求人倍率は0.84倍であり、4月と比べて0.09ポイント減少している。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で各企業の業績が悪化しているせいか、求人数が一向に伸びてこない。希望する企業から内定を得て就活を終えた学生はここ数年で一番少なく、特に文系の学生は内定をなかなか得ることのできない状況が続いている。また、例年8～9月は学生たちが就活を休む傾向が強いことから、今後の内定率上昇を期待することも難しい状況にある。

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
	x	-	-	-

## 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）

（-：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)		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・3か月前はレストランとして完全に休業していた。8月現在の売上は西洋料理と中国料理で800万円ほどであり、前年比27%の減少である。内訳はランチは同19.5%の減少、ディナーは同32.1%の減少である。
		競艇場（職員）	それ以外	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で休業していた。
		一般小売店 [酒]（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べれば持ち直してはいるが、依然厳しい状態である。お盆期間中に休業した取引先飲食店も少なくない。繁忙期に休業するなど今までは考えられないような状況である。今月は初めて新型コロナウイルスの影響で閉店を決めた取引先もあり、持続化給付金などがあっても長期化すればするほど耐え切れなくなっている。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍により一時かなり悪化した。8月は回復途上にあるといえそうな客の消費意欲、元気がみられる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・3か月前と比較すれば来客数、売上共に改善しているものの、例年の同月対比で見れば依然として厳しいまま推移しており、景気が戻っているわけではない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・不要不急の商品は選ばない、吟味して購入するなど購買動向が抑制されていた以前よりは、高額品が動くなど様子に変化がみられる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、単価共に若干増加傾向にある。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は余り変わっていないが、晴天続きで高温のため冷たい飲食物等の商品の売上が向上している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍に加え、梅雨明け宣言が見送られるなど7～8月上旬の天候不順もあり来客数も下降気味だったが、このところの高気温で上向きになってきている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・規制緩和や季節要因にて外出の機会が多くなったようである。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの緊急事態宣言等で消費が止まってしまっていた。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・3か月前と比べれば来店客数は増えているが、前年までは戻っていない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・8月は猛暑のお陰でエアコンなどの季節商材が売れており、エアコンは前年比150%である。前年も猛暑だったが、前年よりも更に単価が高く、台数もアップしている。
		家電量販店（従業員）	お客様の様子	・6月以降、給付金特需が少なからずあり、今月についても多少なりとも給付金の効果が出ている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・5月の売上は前年比62%だったが、今月は前年比プラス10%で推移している。客の動きも徐々に回復してきている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来店客も徐々に増え、滞在時間も長くなりつつある。商談がしやすくなってきている。
		乗用車販売店（本部）	来客数の動き	・来客数が大分戻ってきている。特に新規来場者が増えたことで、即決商談も目につくようになってきている。購入を控えていた客層の動きが目に見えて活発である。
		その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響があった3～5月よりは売上が戻ってきているが、状況が悪いことには変わりはない。先々の見通しもある程度は立ってきたが厳しい予測になる。特に8月は帰省客が少なく、成人式や同窓会等も全くないため飲食店のダメージが大きい。応援の施策等もしてはいるが、もっと国や行政が直接的に支援しないとどんどん廃業する店が増える。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言時の大幅減少に比べると、販売量は前年同月比9割まで回復している。

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
		観光型ホテル（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休業しており、売上はゼロであった。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・自粛状態は緩和され、客は徐々に戻ってきているようで、今月は季節要因もあり例年並みに近づいている。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・先行予約が少なく間際の申込みが極端に多くなっている。Go To Travelキャンペーンの関係で、宿泊人数は少ないが単価がアップしている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民対象の宿泊割引、Go To Travelキャンペーンによってどちらかといえば上向きになっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ステイホームが定着し、自宅での時間が増えたため、テレビの視聴時間やインターネットの利用時間が増えている。新しい生活様式としてインターネットを活用することが増えたため、利用者も継続的に増えている。外で金を使わなくなったため、家での生活に金を使うようになってきている。このためテレビとネットのセット加入者も増えてきている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前年同月比で105%と、3か月前に比べて回復してきている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前と比べれば確かに良くはなっているが、比較する分母が全然違うので景気が良いとはいえない。ただ、少しずつ外からの、予約のない客の入込が増えてきており、やや上向きにはなっているようである。天候に助けられている面も大きい、その数が増えれば、幾らかは取り戻せるのかなという状況である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前の5月は途中から県をまたぐ移動ができるようになり、それまで完全にアウトであった移動部分が良くなった時期である。その落ち込んだ数値と比べてやや良くなったということである。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・楽器部門は相変わらず好調であり、客単価も上がっている。しかし、書籍部門は8月の入荷、物流の日数減少やお盆の帰省客のマイナス等により少し悪い。部門によってばらつきがある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・既存客の来店は減っているが、新型コロナウイルス関係のものが相変わらず売れているので、その分、販売量と共に新規客の来店が伸びている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・冷夏と思いきや猛暑となるも、夏物はほとんど動きがない。
		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が、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
		百貨店（買付担当）	お客様の様子	・衣料品の苦戦が目立つ。仕事着やふだん着でも外出用の需要が極端に減っている。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年よりも減少傾向にあることは変わらない。客単価は向上しているが販売量も前年には届かない。食料品、特選品以外の領域は商品の鮮度も落ち、苦戦している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・8月の1品単価はこれまで同様前年を超えているが、買上点数と来客数は前年を大きく割り込んでいる。新型コロナウイルス禍のなか、Go To Travelキャンペーンなどでの帰省客増も期待したが、来客数の落ちは大きい。また、大変厳しい暑さも続き、盆期間の売上は前年比1割くらい落としている。旧盆の落ちを後半回復できず、8月は厳しくなっている。ただ、消費の傾向は変わっていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると客数平均の買上金額は減少しているが、前年同月と比較すると依然として客単価が高く、前年の売上を超過している状態である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・8月21日までの数字は前年比売上107.7%と6～7月に続き好伸長である。ただそのなかには前年比108%と伸ばしたお盆期間中の売上の部分もあるので、そこについては膨らんでいる。しかし、それを抜きにしても5～6月と同程度の伸びを示している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・相変わらず前年比30%以上の減少が続いており、客が戻っていない状況に変わりはない。特に夜間、週末の入り方が回復していない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍のなかで、相変わらずどこにも出掛けられない人が多いため、変わらず静かに推移している。

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
		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夏祭りが全て中止になり観光客、祭り客の出入が減少し、売上に大きく影響している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・ステイホームが染みついてきたのか、遅い時間の来客数が減っている。朝、昼、夕方の早い時間まではそれほど悪くないが、夜に出歩かなくなったのが顕著であり、苦戦している。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・一部商品の売行きが伸びているが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、年配の方の来店数が減っているようである。よって全体では変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・クレジットを組んでまで新車を入手する個人客がいなくなっている。
		その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・7月上旬に当地で新型コロナウイルス感染者が発生して、濃厚接触者が誰か不明との報道があってから、集客が大幅に減少している。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	単価の動き	・元売りからの卸売価格が上がってきている。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンがあったにもかかわらず、お盆休暇も客の動きは余り変化がなかった。特に県をまたいだ移動については余り効果がなかったようである。
		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影響で来客数が極端に少ない状況が続いている。ランチタイムは以前の30～40%程度で、ディナータイムにおいては5～10%の来客しかない。パーティーなどの需要もなくなり、大変厳しい状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新たな感染者が、減少から急激な増加に変わり、客が増加に向かっていった傾向が急速に冷え込んでいる。Go To Travelキャンペーンによって出掛けようとする客層と、新型コロナウイルス感染者数の増加によって出掛けることを控える客層が共存し、販売が伸びない状況に陥っている。よって、3か月前と変わらず、いまだに非常に厳しい状況にある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前月とほぼ変わらない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスに加え、連日の真夏日により、街中は曜日に関係なく人や車の数が少なくなっており、まるで日曜日の朝のようである。財布のひもがキツく結ばれている証拠である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に関しては、業種によりばらつきはあるものの、全体的に良いとはいえない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数以外にも客単価など、自家需要にシフトチェンジしている。
		観光名所（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は大きく、また県内で新型コロナウイルス感染者が確認されたことで地元住民の来場が激減している。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁の入札において、最低制限価格を下回り失格となる業者が現れ始めている。受注業務の量と金額の減少が発生することが想定されることから、変わらず悪い状況が続いていると判断している。
		住宅販売会社（経営者）	それ以外	・戸建て住宅ではなく集合賃貸住宅の受注が伸びている。
		その他住宅 [リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は猛暑によりエアコン交換を急ぐ問合せが急増している。リフォームは特別定額給付金の特需で増改築、塗装工事が増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いており、帰省客が大幅に減少している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・7月下旬の当県初の新型コロナウイルス感染者の発生や8月の七夕祭り中止の影響により、来街者数が大幅に減少している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・各所で毎年あったイベントが中止となり、それに伴う売上がゼロになっている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・8月のお盆商戦は帰省客の減少に伴う売上不振で、月間の売上が厳しくなっている。売上は前年比102%を維持しているが、来客数は前年比97.8%で推移している。菓子、飲料、酒が前年を割り込んでいる状況である。

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
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・大雨による被害と青果物の高騰、高温による需要の変化、お盆期間の帰省客の減少で地域の経済環境は確実に悪化している。来客数は95%ながら、パック単価の高騰とまとめ買いで客単価は上がっているが、曜日対比では前年を下回る日が多くなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加に伴い、来客数が減少している。また、レジ袋有料化により、買上点数が若干減っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東北各地の祭りや花火大会中止により、飲料、アイス、ファーストフードの需要が低下し、前年比80%に落ち込んでいる。一方で、生鮮品や冷凍食品など内食需要商品が伸長しているが、全体を押し上げるほどではない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・竿燈（かんとう）の中止等により観光客が皆無で、土産品の売上が壊滅状態である。お中元商戦も例年よりは2割減少している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの影響か、郊外の観光地はにぎわっていたが、市内でショッピングという効果は得られなかった。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・例年お盆に関しては、首都圏にいる方々が帰省されて、帰省された御家族を囲んで買物するといったマーケットがある。しかし、今年は首都圏からの帰省がなく、そのマーケットが全くなかったと言っているくらいお盆商戦が大きくへこみ、大打撃を受けている状況である。
		衣料品専門店（店長）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの第2波により、夏休みを利用した旅行、お盆の帰省客需要、出張用途のニーズなど、モチベーション需要が低下しているなか、地元客の需要も伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客の動きが悪く、買い控えをしている人が多い。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加が市内でも止まらない。当店の客は比較的高齢の方が多いが、高齢の方は人との接触を避けており、買物も食料品以外は極力避けている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・夏の祭りが中止になっており、消費動向がストップしている。
		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客の状況も悪く、新規サービスにつながらない。
		その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・6月下旬から7月中旬までは回復基調にあったが、7月下旬の連休以降は一気に冷え込み、来客だけでなく、市中の人の動きが全くない状況である。
		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）	お客様の様子	・新規の来場組数は増加傾向にあるが、全体の来場組数は前年度比7割程度で推移しているため、やや悪い状況と捉えている。
	×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・8月は新型コロナウイルスの影響で帰省客がなく、その分お盆商戦が極めて厳しい結果に終わっている。お盆明けも客の財布のひもは固い。マインドが委縮している状況がみられる。
	×	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1年で最大のイベントである祭りが中止となった。売上は壊滅的に下がり経営的にもかなり厳しい。夏で稼げないと冬を越すのはかなりつらい。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・当県で新型コロナウイルス感染者が出てから、50代以上の来店が急激に減少している。
	×	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産なので、受注量の減少により販売量が減少している。
	×	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・イベントや祭りが一切ないということで、プリントTシャツやポロシャツの注文が全くない。また、地元で一番大きな祭りもないので付随する売上が全くない。また、今年は梅雨明けが遅かったので夏物のスタートがいつもより遅くなり、売上にかなり影響している。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・一度は良くなる方向に行ったが、第2波でまたキャンセルになり、全く暇になっている。東京が回復しないと良くはならない。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響がかなりある。日本全国同じだが、夜の街が全然戻らない状態である。

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
	×	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禍で来客数が激減している。客の話では、会社から外食するといったお触れが出ているということである。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・7月に市内で新型コロナウイルス感染者が出た影響を引きずっているようである。来店ではなく出前での注文は増えたが、店内飲食とは違いアルコールやつまみなどの注文がないために売上は伸びない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・人の移動に関しては公共交通機関の利用客が減ったままの状況である。我々の仕事としても、接遇のチャンスがほとんどない状況になっている。
	×	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスと猛暑の影響で農作物の生産が落ち込み、野菜が高騰している。よって、消費動向も更に厳しい状況になっており、経済サイクルが鈍化しているため、悪くなっている。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で特に飲食業、観光業が大きなダメージを受けている。
	×	遊園地（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる出控え、夏休みの短縮、そして帰省客、県外客の大幅減で、前年の6割に達していない。
企業 動向 関連  (東北)	-	-	-	-
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・8月に入り晴天続きでももの品質が甘さも大きく大変良かったことと、春先の気候のせいで実の付きが8割程度と悪かったことによる品不足があり、例年より3割程度値段が良くなっている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の当県は緊急事態宣言解除直後で、首都圏等からの旅行客、出張者は全くなかった。現在も観光客はないが、ビジネス等による出張者は少しずつ見られるようになってきている。ただし、8月は七夕祭りが中止されたのが大きなマイナスとなっている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先行きの不安感はあるが、受注は上向いてきている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・民間の大型設備投資案件について、当初より遅れはあったものの契約に至っている。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・インバウンド効果は消滅したままだが、新型コロナウイルス感染例の少ない地域でもあることから、3か月前に比べ地域における消費行動は相対的に活発化している。外食産業の業況も持ち直しの兆しがみられる。
		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の影響がまだまだ続いている。
		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・さくらんぼの売上が全て入金になったが、価格はここ数年にない高値だったものの、収穫量が少なかったことから、売上額は減少している。
		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、3か月前と比べても悪い状況に変化はない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベントの中止に伴い印刷物が減少している。また、学校行事の中止に伴いPTA新聞等の発注も減少している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の売上は前年同月比で20%減少していたが、今月も20%減少のままである。悪いままで変化がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が長引いており、経済回復の動きはみられない。また、政府からの給付金も経済回復への影響は余り見られない。
		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となる案件が散見される一方で、一部設備投資を再開する客先もあり、一概に悪化しているとも言いきれない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・客との対面は依然として困難であり、対応に苦慮している。
	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・地域の夏祭りも軒並み中止で、イベント関連の集客人数緩和に期待していたが先送りされ、広告業界復調の兆しが見当たらない。	
	経営コンサルタント	それ以外	・中心商店街や郊外商業施設では、来街者、来店客は回復しつつあるが、実需に結び付いているとの実感は薄い。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・住宅会社における受注数の減少が前年と比べ顕著である。例年はお盆を機に問合せや見学希望が増えるが今年は動きが鈍い。	

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（経営者）	受注量や販売量の動き	・6～7月と新型コロナウイルスの影響から少しずつ回復していたが、8月は七夕祭りの中止やお盆の帰省の自粛から、売上は前年の約半分となっており大変厳しい。
		電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・米中貿易摩擦により、取引先の生産数が減少傾向で、半導体の受注量が影響を受けている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が収束せず、消費行動に盛り上がりが見られない。特に、飲食、ホテル業は先が見通せない状況が続いている。
		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。飲食関係は売上が前年水準まで戻らず低空飛行を続けており、苦しい企業が多い。小売店も同様であるが、一部業種は巣籠り需要で業績が伸びている。建設関係は一定程度の業績を維持しているところが多い。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・雇用調整助成金を活用し、社員を計画的に休業させて販売活動を調整してきた。最近では売上を拡大するため徐々に稼働日数を増やしてきたが、計画どおりには売上が伸びず苦勞している。まだまだ新型コロナウイルスの影響が続いている状況である。目先の受注獲得のために新型コロナウイルス感染拡大防止商品の扱いを増やしているが、単価が低く業績回復までには至っていない。
	×	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・公共工事に加え民間工事も低調で、地域格差はあるものの全体として先行きに大型物件がない。また、値上げも浸透していない。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月の売上は前年比で20%超の減少見込みと、4月以降で一番の落ち込みになりそうである。
	×	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	・今年の2月頃から、新型コロナウイルスが原因で毎月売上が前年比5～10%落ちており、利益はそれ以上落ちている。大変困っている状況である。
雇用関連		-	-	-
(東北)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が減少した状態から持ち直してきており、増加傾向に戻ってきている。
		新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）	求人数の動き	・相変わらず低迷状態が続く求人数だが、前月よりは回復し前年比85%くらいまで戻ってきている。ただ、業種的にはIT、通信分野が主流で、新型コロナウイルス流行以前の主流であった流通・サービス業はほとんど見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・景気はやや悪い状態が続いている。飲食業、旅行業、サービス業は少し回復してきたとはいえ、相変わらず前年の半数、良くて7割くらいしか戻っていない。建設業は新型コロナウイルスの関係で設備投資を控える動きが出てきている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍の状況で大きな変化がなく、悪い状況が続いている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・ここ数か月が悪い状況が変わらない。前年と比べ、受注がかなり減っている。
		新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染者が地域内で見つかったニュースが流れるたびに、外食産業や観光客を相手に商売をしている店から徐々に人が減っていく。夏場の感染拡大によって、上向きかけた消費動向も冷え込んでしまったようである。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者はそれほど増えていないが、新規求職者に占める事業主都合離職者の割合が増えている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・雇用調整助成金等の申請が、増えているわけではないが減ってもいない。
		学校 [ 専門学校 ]	それ以外	・新型コロナウイルスの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	・依然として派遣受注は低迷している。しかし、取引中の客、特に事務センター系は新型コロナウイルス禍にあってもサービス向上のため増員しており、その需要に支えられている。悪循環の様相は回避したとみている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数がここ数か月連続で前年同月を下回っている。新型コロナウイルスの影響で、先行きの不透明感から求人の手控えが続いているとみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比べてほぼ横ばいだが、月間有効求人数は3か月前と比べて減少傾向が続いている。

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
	×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・前年比50%前後の動きで、改善傾向が見られない。特に飲食、宿泊業界は壊滅的な状況である。大手企業も求人需要は一向に改善されない。
	×	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出ている。

### 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)		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、来客数が極端に減っていたが、少しずつ回復している。
		住関連専門店 (仕入担当)	来客数の動き	・With コロナの生活様式が大きな追い風となっている。お盆の帰省が減少し、旅行や各種イベントも中止になっている。そうしたなかで、手軽に身近でできることを探しているため、ゴルフデンウィークと同様の傾向で、家の片付けや模様替え、ガーデニング、ガーデンパーベキュー、近場でのアウトドアキャンプ等が人気である。
		一般小売店 [ 土産 ] (経営者)	販売量の動き	・3か月前は緊急事態宣言発令下だったため、比較は難しいが、単純に比較すればかなりの回復度合いである。ただし、前年同月比でみれば3~4割ほどの売上しかなく、依然として厳しい状況にある。
		一般小売店 [ 青果 ] (店長)	販売量の動き	・5月頃と比べると、小さい食堂や飲食店関係は元に戻りつつある。大きなところの宴会、結婚式等の催しはできないので、さほど戻ってはいないが、小さい店が戻っている分だけ、売上は多少良くなっている。
		百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・3か月前の月半ば辺りから通常営業に戻している。さすがに3か月前と比べれば良くなっているものの、新型コロナウイルス流行以前にはほど遠い状況が続いており、良くなっているとは感じられない。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・コンビニは毎年7~8月は気温の上昇で来客数が増加し、年間で売上のピーク時期なので、その分やや良くなっている。また、6月は新型コロナウイルスの影響で、来客数が減っていたが、これはこの時期だけなのではないか。
		家電量販店 (店長)	販売量の動き	・猛暑がやってきて、季節商材が動いたため、やや良くなっている。
		その他専門店 [ 靴小売業 ] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は5月が底で、今は70%台まで回復してきている。小売は店の状況というよりは、学校、テレワーク等の仕事の形態や飲食店等が通常のように回復していかないと、この状態が続くそうである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べれば来客数は増えているものの、前年同月比3割減となっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・県外ナンバーの客が大分目立つようになってきている。
		その他飲食 [ 給食・レストラン ] (総務)	来客数の動き	・事業所給食は、7月までは工場や研修施設で一部休業している取引先が残っていたが、8月には全て再開となり、提供する食数も増加している。ただし、出張自粛、在宅勤務の定着、実習生の受入れ先送り等は続いており、食数が100%に戻ることはない。施設ごとに提供体制や人員のシフト等を再構築していくことが必要になっている。
		都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言下のときよりは、解除によってホテルの稼働率は上がっている。まだやや悪いが、3か月前との比較では、やや良くなっている。
		旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの割引適用を利用した個人客の申込みはコンスタントにあるが、団体分はほぼ皆無である。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・先行した動きが出てきているため、やや良くなっている。
		ゴルフ場 (総務担当)	来客数の動き	・4~6月頃に比べて、来客数が増加傾向にある。
	設計事務所 (所長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で休業していた飲食業界に、徐々にではあるが客が戻りつつある。猛暑でエアコンの販売は順調である。ステイホームの影響で、テイクアウトや通信関係も売上を伸ばしているようである。	

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
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染に注意しながら、元の生活に戻ろうという動きがある。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も連日真夏日が猛暑日で、外出は控えるようにという話が広まっている。大型店でも人の動きは少ない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・当店のような業種は、夏の時期は良くなるが、暑さが終わった後が怖い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数増加に伴う自粛ムードの高まりから、来客数が減少している。また、夏休みの集客イベントの中止や宣伝広告の自粛が来客数減少に拍車をかけている。
		スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・売上自体は良いものの、来客数減少、客単価上昇という状況は変わらない。新型コロナウイルスの影響による売上推移と捉えるのが妥当ではないか。人が動き始めた感はあるが、来店頻度は変わらない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・市内の大きな祭りが中止になった分、売上は落ちたが、8月は天候が良く猛暑だったので、調理麺等はかなり伸びている。全体としては、祭りの中止分をカバーしている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・酷暑の日が続き、新型コロナウイルスだけではなく、熱中症にも気を付けなければならず、客の来店が少ない。また、野菜等の食品が値上がりしているため、夏物を値下げしてセール販売しているが、なかなか売上に結び付かない。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、巣籠り需要が続き、調理家電や小型家電が引き続き好調に推移している。金額面で貢献した商材は洗濯機で、前年比105%である。季節商材のエアコンは工期が延びた割には、同100%で着地しており、全体的な金額も同100%をキープしている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・エアコン、冷蔵庫、洗濯機、パソコン、消耗品、調理家電等の大型家電は、前年比130%以上で推移している。テレワーク商材に関しては、品薄もあるものの、好調に販売できている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・2～3か月前よりはやや良くなってきているが、当社で扱う中古車、新車、輸入車関係の販売が、低水準で推移している状況は変わらない。ただし、修理関係は相応に入っている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売台数的にはほぼ3か月前と同じになってきているが、単価のかなり低い車が動いている傾向である。逆に言うと、高額な車の動きが止まっている。先に向かっては、特に何が売れそうとか、伸びていくという手応えはないものの、少しずつ回復傾向にある。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・地元では、プレミアム付飲食券の販売等で、飲食店に対して、いろいろと努力してもらっているが、有効に利益が出ているところと、まるで反映されないところとの差が出てきており、総合すると今までと余り変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大第1波で厳しかった5月と同水準である。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・Go To Travelや県独自のキャンペーン効果で、一時的には回復している。ただし、飽くまでも一時的な物で、全体としては前年比50%と厳しい状況に変わりはない。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに自治体の宿泊補助施策も重なり、大きく期待した今月だったが、新型コロナウイルスの感染拡大が収まらず、もろ手を挙げて旅行する、あるいは受け入れる気運がそがれ、日帰り客はそこそこ動いたものの、宿泊は厳しい結果となっている。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除で6～7月は上昇したが、今月は短縮営業の影響を受けた3か月前に近い販売量に落ち込んでいる。
		通信会社（局長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス関連で、通常時の70～80%に落ち込んだ来客数のまま、推移している。
		ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、車で移動することが多くなり、通行人が少ない。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、販売単価共に、8割程度にとどまっている。

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
		百貨店（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、前月、今月と衣料品取引先の撤退が相次いでいる。撤退分の補完が進んでいないため、やや悪くなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年と比べ、売上は8万4000円マイナスの85%、来客数は85人マイナスで88%、客単価は29円マイナスで96%と、前年を大きく割り込み、大変厳しい。来年3月まで店の前面道路の工事が続く予定で、大きく影響を受けている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・近くで新型コロナウイルスの感染者が出て、風評被害もあり、来客数が減っている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今回は新車、中古車の販売台数が落ち込み、さらに整備工場の売上もかなり下がっている。前年同月より20%も悪くなりそうである。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響があり、大型商業施設等への来客数減少が続き、携帯ショップ等の販売が減少している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・皮肉なことに、新型コロナウイルスの流行を機に働き方改革が進んでいる。
		その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・当県では、徐々に新型コロナウイルスの影響が顕著になってきている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・来店から成約までの時間が、以前より掛かっている。購入に際し、客が慎重になっているようである。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・街のイベントの中止や新型コロナウイルス感染者の増加がある。また、熱中症への対応等が、巣籠り消費ばかりでGo To Travelキャンペーンの御利益は全くなく、感染拡大の第2波への懸念がある。
	×	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・当店は高齢の年金受給者が顧客の中心ということもあり、新型コロナウイルスが心配なようで、自己防衛に走って外出を相当控えている。日を追うごとに悪い状況が増長し、ひどい状況である。
	×	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・自動車の販売と整備をしているが、こんなことは初めてである。目標にも届かない上に、30か月連続でずっとプラスを続けていたところが、前月あたりからおかしくなって、今月はその記録がストップしてしまっている。本当にひどい状況である。
	×	住関連専門店（店長）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響で、店を閉めなければいけない飲食店や小売店が増加している。
	×	その他専門店 〔燃料〕（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染防止のため、業務用での使用量が大幅に減少している。
	×	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第2波の影響で、7月に多少戻ってきた来客数が、再び緊急事態宣言時の状態に戻ってしまっている。お盆も帰省客はなく、テイクアウトもピークは過ぎてしまっている。
	×	一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・近隣で新型コロナウイルス感染者の発生情報があり、客足が鈍くなっている。
	×	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・営業するも地獄、休業するも地獄である。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・6月中旬以降、東京で連日200人以上の感染者が出てから、来県者数が極端に少なくなっている。7月の給料で初めて県の最低賃金に届かずに補填してもらう状況になり、今月も同じような状況が続いている。
	×	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが悪く、前年同月比48%の減少である。
	×	タクシー（役員）	お客様の様子	・国の施策がひど過ぎるため、悪くなっている。
	×	通信会社（経営者）	販売量の動き	・元々、低迷を続ける地方経済に、さらに今回の新型コロナウイルスが追い打ちを掛けている。一般の需要はほぼ見込めず、イベント等の度重なる中止により、行政や外郭団体からの受注も皆無となっている。
	×	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、悪くなっている。
	×	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響や夏休みの短縮等により、入園者数が前年より大幅に減少している。また、旧盆休み終了後は、閑散期のような状態になりつつある。

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
	x	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・相変わらず、飲食店やスナック等の状態が悪く、客の流れがないため、閉店が増えている感である。また、貸事務所も撤収はあるものの、ほとんど動きがない。アパート、マンション等の動きもほぼない。いまだに新型コロナウイルスの影響が大きく、特に、居酒屋や飲み屋関係は大きな打撃を受けており、現在も当社管理物件で閉鎖が続いている。
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	・一部の取引先では、緊急事態宣言中に工場の操業を止めた反動で、秋口の増産計画が動き出している。
		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。客からも問合せが多く、動き出しつつある。
		窯業・土石製品製造業(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もなく、順調に稼働している。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、取引先の生産動向が低下傾向にある。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先が十数社あるが、ほとんどの会社が4~5割落ち込んでいる。大変悪い状況のままである。
		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おり、業界としては大変有り難く感謝している。健康問題による首相辞任は大変残念でならない。今期の公共工事は前年比55%増と、過去に経験したことのない発注額である。これは、前年秋の大雨による災害復旧によるところが大きく、喜ばしいことではない。災害に遭われた方の苦労を考えると申し訳ない気持ちである。当社も前期比10%増の受注がある。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・8月は天候が回復し、夏物家電、エアコン、サーキュレーター、扇風機等は前年並みの物量を確保できている。また、新型コロナウイルスによる自粛ムードのなか、家キャンプが流行し、テント、チェア、テーブル、コンロ等の物量が増えたため、前年比12%増の業績となっている。
		広告代理店(営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルス感染の第2波により、地方でも夜の繁華街でクラスターが発生し、再び飲食店への客足が減少している。知り合いのホテルでは、少しずつ宴会予約も入ってきて、これから、というタイミングでの感染者の増加で、宴会予約が入らなくなっているようである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスばかりに社会の関心が向けられた状態では、企業の経営行動は制約され、消費者の外出や消費行動も過剰な自粛感覚に陥る。卸、小売販売業や、個人、地場企業を顧客とするサービス業が大半を占める地域企業に、明るい動きは乏しい。例年よりも長い梅雨が明けた後の短い夏の消費や生産活動はあつと委縮している。
		社会保険労務士	取引先の様子	・東京とは関係なく、地方でも生活必需品はそこそこだが、その他のサービス業の多くは、新型コロナウイルスの感染者が出てきている影響を受けている。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・かなり回復した部門と予想外に落ち込みが大きかった部門があり、平均するとやや悪い状況である。
		金属製品製造業(経営者)	それ以外	・当社の受注は前年比7割である。先日、東京へ特急電車で行ったが、半分以下の乗車率であった。帰りは夕方であったが、1車両に5~6人しかいない。地元主要駅の居酒屋は金曜日でも客入りは2割とのことである。
		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で、現状、受注量は2割ほど減っている。当社は10~12月が繁忙期になるが、注文内容を見ると、前年の半分くらいの受注量しかない。かなり厳しい状況である。
		不動産業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の収益悪化で、受託している清掃の維持管理費を減額したため、売上が減少している。新型コロナウイルスの感染再拡大により、一部で清掃頻度、資材消費は増えているものの、受託金額は変わらないため、収益を押し下げる原因となっている。
		司法書士	受注量や販売量	・少しずつ悪くなっている。
	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  (北関東)		-	-	-
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・8月下旬から派遣の依頼数が前年並みに回復してきているため、やや良くなっている。
		人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・Go To Travelキャンペーンの影響もあると思うが、付き合いのある宿泊施設等の稼働は、3か月前と比べるとやや戻っている。ただ、観光地の当地で新型コロナウイルスの感染者が出たため、キャンセルが相次いだということもあり、まだ伸び悩んでいる。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・小中学校等の夏休み期間も終わったが、休み期間にかなり外出したようで、スーパー、大型店等の購買はみられた。引き続き、建設関係の受注、着工等は厳しいが、予算の関係上、建て直すところは建て直し、道路補修工事も進められている。暑さの影響がかなり出ているようである。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・現状、仕事がなく困っている。これから先が心配である。
		人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、求人数は低迷したままである。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・製造業の休業が増加しているものの、飲食店は通常に戻りつつある。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数は前年同月比28.6%減少し、13か月連続で減少している。新規求人数は前年比27.4%の減少となっている。
		学校[専門学校] (副校長)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、各企業が求人をおちよちよしている。今後はこうした状況の変化を見たい。
	x	*	*	*

#### 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(売場主任)	来客数の動き	・現在は全館で営業を再開しているので、食料品もそれに伴い若干戻ってきており、生鮮を中心に非常に良い。お中元ギフトも前年の売上を確保できており、良い兆しが見えてきている(東京都)。
		スーパー(販売促進担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要で、自宅での食事が増え、肉類を中心に食品の売上が好調に推移している。猛暑による青果の価格高騰も追い風となっている。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・5月と比較すると売行きは良い(東京都)。
		その他専門店 [貴金属](統括)	販売量の動き	・3か月前は自粛期間のため、売上がほぼゼロであった。現在は営業再開しているため、売上を確保できている(東京都)。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前は稼働率10%を下回っていたため、それと比べると少しは回復している。
		旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・3か月前に比べると、8月は個人旅行が良くなっているが、新型コロナウイルスの影響のなか、全体的には非常に厳しく、特に団体旅行は9割減くらいである。海外個人旅行も9割強減少しているが、唯一良い国内個人旅行が7~8割強の盛り返りで、数字を支えている(東京都)。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルスの影響により在宅勤務主体での営業活動であったが、8月は、一部制限はあるものの通常営業に戻しているため、営業的には大きく回復傾向にある(東京都)。
		観光名所(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営業ができない状態であった。今は営業しているため、3か月前よりは良くなっている(東京都)。
		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116%となり、良い。3か月前と比べても3.5倍となり、明らかに良くなっている。新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の解除後に来場者が増えたが、ようやく販売量に結び付いている。8月は長期休暇もあり、在宅率も高く、商談数が増えた結果である。
	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がなくなり、受注が伸びている。	

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）	来客数の動き	・最近、商店街の通行量も少しずつ回復傾向にあり、それに伴い来客数もやや増えてきている。以前は本当にひどかったが、最近になって、やや回復とまでいかないものの、少しずつ客が増えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・緊急事態宣言解除の頃と比べれば明らかに良くなっている。新型コロナウイルスの影響があるなかでの消費行動に客が慣れてきて、正しく恐れるようになってきたと感じる。ただし、3か月前と比べれば良いと感じるだけで、通常からするとかなりの厳しさが飲食を中心に続いている（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響と急な暑さにより、エアコンの売上が好調で、8月になっても注文が入っている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暑さのせいもあり、エアコンが動いている。客に営業はかけられないが、電話の問合せやホームページなどから注文が入っている。ただし、新型コロナウイルスの影響による品不足があるので、商品の確保が大変である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・8月に入り、客が少し増え、販売量も多少増えている。特別定額給付金の10万円が幾らか還元されているのかもしれない（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・7月末頃からほぼ前年どおりの売上にまで回復してきている。ただし、法人客による店頭での買物は、テレワーク等の影響を受けて減少傾向である（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・当地域は流出人口が多いのだが、その人たちがテレワーク等で東京方面になかなか行かないということもあってか、来客数が増えている。マスク等の感染防止商品を買っており、それがよく売れていることもあって、店頭部門は2けた成長である。一方、外商部門は、大手の法人がストップしていることもあり、若干下がっている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数、売上共に前年比10%減で、思っていたほど減少してはいない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・悪い状態だが、少しは注文が戻りつつある。ただし、全然元のような状況ではない。会場が取れず催事ができない。従業員も交代で休んでいる状況である（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・前月同様、緊急事態宣言下の5月との比較では、良くなっているという回答になる。実態の客の様子は、ここ数か月と変わらず、非常に慎重である。紳士、婦人共にファッション関連の今年の春夏商材の動きは、厳しいまま終わろうとしている。現在もバランスの良い客の購買行動にはなっていない（東京都）。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・3か月前の5月は緊急事態宣言を受けて店舗の大半が臨時休業をしていた。現在は営業を再開しているため、その当時に比べれば来客数は回復している。しかし、前年比でみると引き続き厳しい状況である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・現在の足元は悪いが、3か月前と比較すると改善してきている。来客数も15%ほど改善してきている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前は、緊急事態宣言が解除される月末までは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ため、比較すると景気は良くなっている。しかし、都内の感染者数が増えていることなどから、来客数の回復傾向も止まっており、景気が良いとはいえない。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・4～5月頃の緊急事態宣言中と比較すれば業績は伸びているが、前月と比較すると厳しい。前年に比べて夏休みを利用した遠方からの来街者が減少している（東京都）。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・営業再開直後の来客数は前年比6掛け程度であったが、今は安定して70%を超えている。特に、食品は売上についても前年を超える日がかなり出てきている（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
		百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止のため営業品目の制限をしていた3か月前に比べ、営業再開後の品目拡大分は売上が増加している。前年同期比では下回っている。
		百貨店（副店長）	来客数の動き	・3か月前の5月は臨時休業の時期があり、販促活動もしていなかったので比較は難しいが、客の行動は活発になっている。食品売場において特に顕著である（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・衣料品や住まいの品に関しては、頻度性の高い物は前年並みだが、お出掛けや帰省等に関連する物、おしゃれ関係は非常に数字が良くない。逆に、新型コロナウイルスの影響によるステイホームのため、食料品に関しては、ほぼ全品で売上が前年比で1～2割上回っており、店全体としても約1割前年より売上が伸びている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・自粛疲れが出ていると感じる。遠出できない分、買物で気を紛らわそうとしているように見える。
		スーパー（ネット宅配担当）	お客様の様子	・今月は晴天に恵まれ、売上が安定して伸びている。お盆商戦も今年は長丁場で特に大きなピークはなかったが、ある程度高水準で売上が推移している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数は減っているものの、客単価だけは上がっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、自宅にいたことが多くことが一因と思われる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まだまだ景気が良くなっているとはいえないが、3～4月と比べれば少しずつ上向きになっており、人も少しずつ出始めている。当社はショッピングセンターにも入っており、まだ80～85%程度だが、少しずつ客が戻ってきているように感じる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・マスク等の衛生商材の需要が多く、売上は取れている。来客数も多く、天候も夏物衣料には良い状態になっている。
		衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・3か月前と比べるとリモートワークが減り、働くビジネスマンも多くなり、必要な物を買いに來る客が増えてきている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・最近では来客数が前年並みに戻ってきて、活気が出てきている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量が増加傾向にあり、勢いは続くように感じる。客の購買検討も多く聞かれるようになってきている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・ドラッグストアは来客数が増えているため、売上が前年比120%である。しかし、調剤薬局は患者数が減っているため、売上も前年比85%であり、全体では微増である。
		その他専門店 [雑貨]（営業担当）	来客数の動き	・3か月前は緊急事態宣言の発出に伴い休業していたため、単純比較では増加している。しかし、宣言前の3月との比較では63%減少している（東京都）。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・3か月前と比較すると販売量は増加しているが、前年比では減少している。天候が良いので、洗車が好調である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は一番のどん底で、新型コロナウイルスの影響で客が1人も来ないような状態が続いていたので、それと比べたら少し良くなっている。今は落ち着いているので、少しずつ回復して、景気が戻ってきている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の5月1～28日までの前年比は、売上30.0%、来客数27.0%である。今月8月1～27日までの前年比は、売上58.1%、来客数53.6%である（東京都）。
		その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・3か月前は自粛要請が出ていたため、当然その頃よりは人が動いており、売上も上がっている。ただし、前年に比べると人の動きは半分以下で、決して良い状態とは言えない（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がまだ続いているが、少し回復している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前と比べ、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、徐々にではあるが宿泊の稼働、売上共に伸びてきており、お盆期間中の稼働は80%を超えた。平日稼働は相変わらず低調ではあるが、緊急事態宣言発出直後の数字に比べれば伸びは大きい。

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（営業担当）	来客数の動き	・4～5月の新型コロナウイルス感染第1波の頃は来店客が皆無だったが、Go To Travelキャンペーンが始まった7月下旬から徐々に来客数が増加してきている。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・集客の大きな催しが始まり、新型コロナウイルスへの意識や対処が変化してきているようである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・元どおりのセールス活動を行うことができおり、ほぼ通常どおりの販売数も確保できている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言下に比べ、契約数は伸びてきているが、在宅勤務者自体は3か月前よりも減ってきているため、多チャンネル、OTT、高速インターネットの需要は若干減っているように感じる。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・やや良くなっているといっても、3か月前が悪過ぎたので比較にならない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前月に比べて、加入希望の反響が少しではあるが増えてきている。数か月前は買い控え等が目立っていたが、当面は新型コロナウイルスの状況が変わらないと判断しているのか、徐々にではあるが、買い控え等がなくなってきているように見受けられる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響に慣れてきた感がある。
		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者数が高止まりしている不安要素はあるものの、政府が打ち出すGo Toキャンペーンを始めとした景気対策が、僅かではあるが良いマインドを生み始めている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・3か月前の5月と比べると多少良くなっているということであり、今後景気が浮揚し、受注が増加する気配は感じられない。
		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か月くらい前までは品物が入ってこなかったりしたが、それが徐々に入ってくるようになり、売上が多少持ち直してきている。ただし、今までの負の部分がかかなりあるので、経営状況は大変である（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・毎年この時期は多くの客が祭り用品を購入するのだが、祭事の中止によりほとんど販売量がない。
		一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後は、来客数が戻ってきたように見えたが、次第に静かになってしまっている。
		一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・花屋は駄目である。自粛になってしまってから、お祝いごとの花が売れなくなってしまっている。仏花だけが多少売れているくらいで、本当に最悪の状態である（東京都）。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数は前年比70%で推移している。新型コロナウイルスの影響で高齢客の戻りが鈍い（東京都）。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・メディアによる新型コロナウイルス感染者数の報道により来客数が左右されている。収束の見通しが立たないため、景気が上向きになることはない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は回復傾向にあるものの、依然として前年を下回っている。売上は、衣料品は厳しい状況が続いている一方、外食を控える影響から、総菜や生鮮食品を中心に食料品が好調である。全体的には、通勤客の減少により、夕方以降の来客数と売上が減少している（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、従来の集客のための施策に対するヘッジ策が、まだ効果につながっていない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の安価な商品やポイント何倍の商品、タイムセールをやっている店など、お得な店や時間帯を利用して、少しでも安い物を買おうとしている状況がみられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前と同じように良い状態が続いている。3か月前は来客数が大分少ない代わりに客単価が高かったのだが、客単価は高い状態のまま、来客数も大分増えてきている印象である。以前はもっとまとめ買い需要が多かったが、それが徐々に薄れてきている。

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）	お客様の様子	・1人当たりの買上点数や単価が前年比で110%くらいに伸びている。来客数は前年と大して変わらないが、買上点数と単価が上がっているため、売上は良い形で推移している（東京都）。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みで、相場高による単価の上昇で売上が維持されている。販売量の増加は一向にみられない（東京都）。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・猛暑の影響により、飲料や乾麺類を始めとした夏物商材の動きが非常に良いことと、新型コロナウイルスの影響による内食需要の高まりにより、酒類の売行きが伸びている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・このところの猛暑のお陰で夏物商材の稼働がみられるものの、買上単価の下落により、それが相殺されてしまっている（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・今年のお盆は帰省しなかった家庭が多く、帰省ギフトは不振であったが、家族で過ごした家庭が多かったようで、ごちそうメニューの少量目の商材の動向が良かった。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜間、深夜の来客数は減少しているが、昼間の客単価が上昇しているため、売上としては変化はない。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されてから、客は多少増えているが、子供に何か買ってと言われても親は駄目と返す感じで、本当に必要な最小限の物だけを買って求めているようである。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温が高い日が続いたにもかかわらず、飲料やアイスなどの販売が前年ほどは伸びず、販売量全体が低い傾向が継続している。盛夏期の売上が取れていない（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・当社の主要事業である着物、ドレス事業の集客イベントがあったが、集客予約は80%で終わり、販売実績も同様の結果となっている（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前は休業要請で7日間しか営業していないので、比べようがない。年配客を中心としている当店は、新型コロナウイルス感染第2波や暑さの影響で、客が全く出てこない。ニーズに合わせて、ファッション性のあるマスクの売場を展開し、ターゲットを学生や男性、幅広い年齢層に広げたため、少しずつではあるが購入してくれる客が増え、売上も取れるようになってきている。洋服も出掛けないので買わない雰囲気だったが、セールで単価は取れないものの、動いてきており、前年比85%になっている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・エアコンを中心に夏物家電と調理家電は順調である。リフォームは依然として低調である。インターネット販売が前年比を大きく上回り、更に伸びる勢いである。店頭に来客数は、都心部を中心に前年比ダウンである（東京都）。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・お盆が過ぎて、客の購入意欲も落ち着き始め、例年どおりの動向になっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・季節性の影響に左右されやすい時期だが、特別定額給付金の影響で通常よりも販売が多い状況がまだ続いている。来月くらいまでは同じ流れではないか。
		家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、インバウンド需要は蒸発したままである。今月は急激な猛暑となり、店舗も奮闘しているため、前年実績に迫っている。一方、非接触のECは好調と、大きく様変わりしている（東京都）。
		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。前月は良かったが、今月は前年比5割減となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・代替を提案したが、新型コロナウイルスの影響で建築系の仕事は減っているようで、先行きが見えないため、車検を取るといったユーザーが増えている。
		乗用車販売店（総務担当）	お客様の様子	・新型車への反応が鈍化し始めている。サービスについては、事故が減り売上が減少している。中古車市場は回復傾向にある。
		乗用車販売店（渉外担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により客の購買動向が不透明である。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・良い方向に向かっているのかと思ったが、月末に決算で計算してみると、変わっていなかった。

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
		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の影響のなか、新しいライフスタイルにも慣れてきたのか、良くも悪くも消費に大きな変化はない(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、少人数の個人利用は多少あるものの、法人利用がほとんどなく、今月も厳しい状況が続いている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・テレワークの影響で、ランチは一時に集中する忙しさが少ない。夜は8時には客足が途絶える(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・外出自粛後は若干期待を持っていたが、東京都の新型コロナウイルス感染者数の推移や商店街内部での感染者の発生などを受けて、客がとてもしん重になってきている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・フリー客は大分戻ってきているが、やはり10人以上集まる会食などの予約はなかなか入らないので、3か月前と同じ状態が続いている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・当社は、飲食店経営(専門料理レストラン)と農産加工品の輸入卸業を営んでいる。レストランの売上はほぼ前年並みに回復してきているが、輸入卸の方は取引先の半数が都内にあるため、その分の売上回復が遅れている。
		その他飲食[給 食・レストラ ン](役員)	販売量の動き	・取引先の新型コロナウイルス対策により、レストラン形式の単価制社員食堂部門が大幅な赤字を計上している。売上がゼロ又は前年度比6~7割減程度に落ち込んでいる(東京都)。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが始まったが、東京は除外されたため、全く効果が上がっていない。また、近隣の大型コンベンション施設の状況も相変わらずで、東京オリンピック開催が延期された後、イベントが埋められず、稼働ゼロの状況が続き、宿泊も低調が続いている。法人の需要も全くなく、宴会、会議等もほとんどない。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・国内旅行はGo Toキャンペーンのお陰で問合せや申込みはあるが、単価が低く、起爆剤にはなっていない。海外旅行は、期待していたハワイの受入れが延期になり、今後の動きも不透明である。その他の国も新型コロナウイルスのワクチン、治療薬ができないと来年も厳しいと思われる(東京都)。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月も売上の減少が続いており、チケット利用客がほとんどいない。法人利用客が戻らない限りは下げ止まらない。都の時短営業要請がポディブローのように響いており、夜10時以降の利用客は壊滅的に悪い(東京都)。
		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者数が一方向に減らないため、夜の人の動きが全くない(東京都)。
		通信会社(経営 者)	お客様の様子	・3か月前と比べて、景気の良い客、悪い客の比率が変わっていない(東京都)。
		通信会社(管理 担当)	販売量の動き	・在宅勤務が継続する見通しがあり、宅内のインターネット環境の整備を検討する客が増えている。特に、高速インターネットと安定したWi-Fiサービスについては、販売量が前年比約110%と好調で、堅調な販売実績を維持できる見通しである。
		通信会社(局 長)	お客様の様子	・対面営業を主としている当社において、特に東京エリアの客の反応が、アポイントを取っていても当日キャンセルになったりと、宅内に入ってほしくない傾向が強くなってきている。したがって、契約も下降トレンドになる(東京都)。
		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、無駄を省く意識から必要最低限の内容を選択する傾向が相変わらず強い。
		通信会社(経営 企画担当)	お客様の様子	・案件数の変化が余りみられない(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、固定費削減の意識が一層高まり、契約の見直しで1顧客当たりの平均売上が下がりが続いている。
		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、新規契約獲得件数が伸び悩んでいる(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
		その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	来客数の動き	・催事の集客に人数制限があること、都内の新型コロナウイルス新規感染者数が増えていること、Go To Travelキャンペーンから東京が除外されていることなどから、来場者数が例年と比べて大きく減少している（東京都）。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	来客数の動き	・8月も7月と同様である。お盆休みの平日は土日祝くらいの来場者数があったものの、それ以外は特段の変化はない（東京都）。
		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売上が減少すると思っていたが、客の様子からは新型コロナウイルスへの警戒感をさほど感じられない。何となく慣れを感じる。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・3か月前と同じプロジェクトを変わらずに続けている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・前へ進む話はほとんどなく、多少話が聞こえてきても原価割れするような内容で、とても受注することができない（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・建築業界の発注案件数は、官公庁、民間共に大きな変化はないと感じており、受注推移も順調である（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べ、不動産は大きく変化していない。客も大分動いてきているようである。投資用アパートより相続対策向けのアパート購入が動いているように感じる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の動きは低調なまま推移している。少し回復している現場もみられるが、底上げするほどにはなっていない（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、お盆の帰省土産の売上がかなり悪い。
		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、来客数も売上も少なくなっている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響及び猛暑により、来客数が非常に厳しく、食料品を中心に厳しい状況が続いている。高額アイテムに関しては継続して厳しく、前月まで堅調に推移していた衣料品の動きも鈍化し、全体として厳しい結果となっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年は8月中旬くらいから消費税率引上げ前の駆け込み需要があったため、反動で前年比では厳しい状況になってきている（東京都）。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・売れ筋商品の単価が下がっている。フラッグシップモデルを選ぶ人が減り、商品ランクを下げて選ぶ客が増えたように感じる（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、受注をしても契約解除やキャンセルになる、就職したての子供が休暇を取らされた後に解雇された、と客が話している。やはり新型コロナウイルスの影響で全体的に景気が悪くなっており、今後もますます悪くなる（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来客数が激減している。外出自粛も続いているようで、売上が大分減少している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響があり、7月に一旦持ち直したものの、感染拡大により来客者、売上共に減少してきている。
		高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・来客数は、宴会では前年比15.5%、レストランは同65.0%となっている。自粛からの営業再開後、6～7月にかけて、徐々に回復傾向にあったが、ここ最近の新型コロナウイルス感染第2波の影響が、各部門共に低調傾向である（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影響が依然として続いている。外食業の当社のように、特に落ち込んでいる業界、旅行会社、空港関連、ホテル、観光事業が良くなつてこない、全体が上がっていかない（東京都）。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・利用客数と動向、客の話の内容などから、今後良くなりそうな気がしない。

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
		通信会社（社員）	来客数の動き	・1年のうちで獲得が落ちる時期ではあるが、新型コロナウイルスの影響もあり、例年以上に落ちている。家電量販店での獲得が見込めないことから厳しい（東京都）。
		競輪場（職員）	単価の動き	・10日から客に入場制限をかけて、1日300名にリストバンドをつけて入場してもらっている。検温、マスク、大声禁止、3密注意に理解を得られた人のみリストバンドを渡すというオペレーションである。売上だけみると前年度比78%まで回復してきているが、感染対策だけにとらわれて客視点を考える余裕がまだない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が、客の来店頻度が鈍っている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が非常に少なくなっている。役所からの発注もなかなかない。
		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により景気が低迷しているため、客が将来に不安を感じている様子で、持家の取得のみならず、融資を使った資産の有効活用に対してもためらいがみられ、商談が決定に至らない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は非常に大きく、客との打合せにしても、新型コロナウイルスがあるからということで敬遠されてしまっている。これからは業務に非常に長い期間が掛かるようになり、仕事に相当の影響が出るものとみている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・3密にならないと商売が成り立たないので、ソーシャルディスタンス、マスクという新型コロナウイルス感染対策が続いている間は来客数は減る。
	×	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に加え、非常に暑い日が続いており、一般路面店としては、客になかなか寄ってもらえず、非常に低迷し、苦戦している。
	×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・7月の長雨、8月の高温で客足が伸びなかった。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・仕入量が減ってきている（東京都）。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣のプールが営業自粛で閉園中のため、売上が前年比70%と厳しい。
	×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・相変わらず低価格のふだん着や日常着以外売れない。また、新型コロナウイルスの影響で、夏物衣料の生産量が少なく、売りたい物が手に入らない。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	来客数の動き	・悪いなどというものではない。ひど過ぎる。マスクの不安をあおる報道は良くない。規制してほしい（東京都）。
	×	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・外食業にとっては団体需要は見込めず、少人数の来客はあるものの、客単価が下がっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店を3店舗経営している。郊外型店舗の売上は前年並みくらいだが、駅に近い店舗ほど売上が悪い。それだけ人は新型コロナウイルスを警戒しており、人が集まるようなところを避けるような構造がみられる。
	×	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、夜食に出る人がほぼいない。ランチは1人の客が多くなっている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で稼働率は徐々に戻ってきているが、単価が前年を5000～6000円割っており、売上につながっていない（東京都）。
	×	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数はゼロである。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今現在、世間では、旅行に行くことが悪、又は不適切という認識になってしまっている。そのため、3か月前の自粛解除の頃に比べると、格段に景気が悪い。Go To Travelキャンペーンに対する報道のネガティブキャンペーンの影響と、毎日新型コロナウイルス陽性者数が報道されることにより、利用者の心理が悪化し、予約があった全ての団体旅行がキャンセルとなっている。
	×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが開始されたものの、まだ申込人数が大きく上回る状況にはなっていない（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
	×	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、MICE案件の予約等は、年内に限らず年明けまでも取消しが多発している（東京都）。
	×	タクシー運転手	それ以外	・利用客は今春より激減したままだが、ここにきて法人タクシー会社が新型コロナウイルスの影響で休車していた車を一斉に稼働再開させたため、客の奪い合いの様相となり、売上が一層減少している（東京都）。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・8月は外出、遠出等を自粛しているようで、1日を通して利用が少ない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスがまだ収束していない。テレワーク等により、サラリーマンの利用者が減った状態が続いている（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、ゴルフ場はスタートの間隔を長く取ったり、ゴルフ大会やオープンコンペ等、多くのプレーヤーが集まるような行事を自粛している。経済が動き出す一方、感染者も増えて、防止策に終わりが見えないため、景気は悪化していくのではないかと。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの重症化リスクが高い高齢層の来客数が落ち込んでいる。平時でも夏期の来客数は落ち込むところに、猛暑の影響も重なり、非常に厳しい経営環境に立ち至っている。
	×	その他サービス [フィットネス クラブ]（マネージャー）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響がある（東京都）。
	×	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディ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、余計売れなくなっている。ホテル及び商業施設のテナントの賃料も入らない。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らないということで、新規の受注はなかなかない。公共工事はあるが、工事原価が高止まりしているために、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（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・毎年8月は受注量が少ないが、それでも3か月前よりは戻ってきている（東京都）。
		化学工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言発令後、受注量の減少が顕著に現れたのは5月の連休前後で、その後大きく低迷した。その頃と比べれば経済活動が再開し、需要が多少回復してきている。
		輸送業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの感染拡大の影響を大きく受け、月次売上としては過去最低となったが、荷主、納品先も通常業務となり、日常を取り戻してきている。ただし、取扱量の低迷は変わらず、厳しい状況が続いている（東京都）。
		通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・回復の動きが鈍い（東京都）。
		金融業（役員）	取引先の様子	・8月は、前月に比べて夏季の観光客来訪により商店街の売上が増加し、3か月前より景気は改善している。ただし、前年同月比では大幅マイナスとなっている。県外への外出をせず、近場で消費する傾向があり、近隣の商業施設では前月より来客数が増加している。
		その他サービ ス業[警備]（経 営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス対策の案件で、公営競技より新規に警備業務を受注している。
		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	・5月の全てが止まってしまった頃に比べれば、受注が少しは戻ってきているが、イベントなどはまだ戻っていないので、低迷が続いている（東京都）。
		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が少しずつなくなってきたため、若干景気回復の感じはあるが、まだまだ受注数が少ない状態が続いている。
		その他サービ ス業[ソフト開 発]（従業員）	受注量や販売量 の動き	・一旦作業が中止されることがあったが、通常作業に戻りつつある。

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
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商社関係の話や聞く、非常に動きが悪いようである。当然、当社も受注量がかなり減ってきている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・世界的に新型コロナウイルスの影響で生産が減少している。また、新規事業、工事が延期となり、我々下請に仕事が回ってこない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月内示では良くなる兆しが余りない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先を訪問しようとしても拒絶されたり、そもそもテレワークで会社に来ていないことが多い。こんな状況では思い切った営業活動が行えない。情報の収集もままならない状況が続いている（東京都）。
		輸送業（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が暫定的になり、落ち着いてきた模様である。委託切りも収まったように感じる（東京都）。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期になったが、思った以上に物量が増えていない。
		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にも大分慣れてきたと感じる（東京都）。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・相変わらず飲食系テナントの売上が落ち込んでおり、賃料の減額要請が続いている。オフィステナントの在宅勤務が定着しつつあり、ビルの在館人数が半減している影響も大きく、ランチタイムの売上、弁当の売行きが悪いようである（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・エンターテインメント関連のクライアントが多いので、イベントが本格的に再開されないと、売上が厳しい（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街にある飲食店をのぞいて帰るが、客が入っていない。次の駅までの飲食店も、緊急事態宣言解除後は男女が会話をしながら宴会をしていたが、今はなくなっている（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金や他の様々な助成金、給付金等を活用する事業者が増えている（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は依然として大きく、来客数の減少が続く事業者が多い。
		その他サービス業 [ディスプレイ]（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの収束がみえない（東京都）。
		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	・新型コロナウイルスの影響で、既存契約の値上げ交渉がペンディングになっている（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	・現在は今年度初めに受注した物件を継続しているので、今のところは問題ない（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらずイベント、集会などが開かれず、注文や販売数が低いままである。猛暑も重なり、少し動き出した6月より悪化している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、準備していた印刷物の受注が必要でなくなり、見通しが立たない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・イベント等の人数制限が解除される予定で検討していた案件が、10月以降へ変更となり、動きが停滞している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷を、店頭販売と通信販売でしている。例年8月は落ち込むが、通常月は4～5本ある法人の設立件数が、今月は2件だけで、例年に比べて更に少ない。いつも来てくれている法人客はやや落ち込んでいるが、一番の落ち込みは、新型コロナウイルスの影響で実印や銀行印を注文する店頭客である（東京都）。
		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、激減した口紅容器の受注に回復感がみられないことと、医療品容器に関しても需要に偏りがみられ、不安定な状況である。
		その他製造業 [鞆]（経営者）	取引先の様子	・材料屋や皮つけの下職など、大変冷え込んでいるという話が耳に入っている。得意先では、新型コロナウイルスには負けていられないと、頑張っ最低線を維持しているようである。

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
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がじわじわと減ってきている。いつまで続くかわからないので、社内の様子も不透明感が漂い始めている（東京都）。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・飲食業は一時期より売上が戻ってきているが、まだ従来の売上には戻っていない。不動産賃貸業では、家賃の値下げや空室率が上がってきており、収入が減りつつある。東京はGo Toキャンペーン対象外となったことから、観光業に関する売上は低迷している。他の業種の売上推移を見ると、やや減少傾向のまま変わらない（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・各行事の中止で市内に盛り上がりがない。毎年8月1週目の金～日曜日の3日間、市の商工祭りが開催されるが、これも中止となり、寂しい限りである。祭りに関連する商売人は悲鳴を上げている。飲食店関係も同様で、管理している飲食店の1店舗は閉店している。新型コロナウイルスの収束を念じるのみである（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は大きく、重篤になる可能性は低くても、高齢者と同居する家庭はより一層行動を自粛している。Go Toキャンペーンで近場の旅行は少し増えるが、遠出は控える傾向にある。外食や飲み会はまだまだ大人数では開催されていない。
		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回復しておらず、受注も低迷したままである。前月比5ポイント減、前年同月比15ポイント減となっている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は夏休みなどで稼働日数が少なく、新型コロナウイルスの影響も重なって、非常に厳しい。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	取引先の様子	・クライアントから、委員会資料の印刷物を2年後には全てWeb配信に移行すると連絡があった。また、委員会に限らず、人の集まりはほとんどがWeb開催となり、資料の印刷前のPDFデータ納品が多く、印刷需要はますます減ることが予想される（東京都）。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は金属切削加工業で、自動車、産業用輸送機器、医療機器などに入る部品加工を主としているが、3か月前と比べ売上が40%ダウンと、今年度最低になっている。リーマンショック当時よりも会社規模は大きくなっているが、そのとき以上の売上減少である。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・思う価格で物件が売れない。賃貸物件も、思うような賃料設定では入居者が来ない。
	×	建設業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響がある。
	×	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共工事の入札は、参加企業数が増加していて落札が難しくなっている。同業者も仕事がなく困っているようである。民間の競争物件も、破格の値段が出てきている。
	×	建設業（営業担当）	取引先の様子	・新規の設備投資計画は、軒並み延期若しくは中止の声が出ている。
	×	輸送業（経理担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響と、荷主からの値下げ要請を受け、今までにない減収に見舞われている。
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症拡大を懸念し、消費者が消費を抑えているためか、サービス業、飲食業の来客数の減少が甚だしい。
	×	金融業（支店長）	取引先の様子	・自動車メーカー下請の金属加工業も受注が大幅に減っており、資金繰りが厳しくなっている。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・イベント業務の受注が全くない。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工等の中小企業では、飲食店と異なり、新型コロナウイルスの影響が直撃しているケースはまれだが、大手企業が社員のリモートにより生産活動の一時停止や、先行的な手配などを停止していることなどから、部品の発注や新規計画の話が止まっているケースが多く、じわじわと売上ダウンになっている（東京都）。
雇用関連 (南関東)		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の影響で減少していた動きが回復傾向にあり、若干ではあるが、求人数、求職者数は増加傾向で推移している。ただし、飲食系においては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
		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の感染拡大初期よりも求人数が増えてきている(東京都)。
		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルスの影響による業務縮小により、求職者の増加傾向は変わらない。一方で求人需要は縮小しており、マッチングが困難である。特に、販売系の業種の求人はほとんどない。この傾向は緊急事態宣言があった4月から変わらず、人材事業にとっては、売上に結び付かない状態が続いている(東京都)。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比では回復傾向にあるものの、前年比では5割前後で直近3か月間は推移しており、厳しい状況が続いている。派遣先企業の業績悪化に歯止めが掛からないことから、今後も厳しい状況が続くことが予想される(東京都)。
		求人情報誌制作会社(営業)	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数は良くなっていない。落ちるところまで落ちているので、更に下向きになっているということはないが、回復の兆しは見えない。
		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により、採用活動が鈍化している。業績が悪化し、余り売上の見通しも立たず、話がなかなか進まない(東京都)。
		民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・思い切った経済刺激策が必須である。諸事項に疲れがみられ、消費を支える経済成長が期待できない(東京都)。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・4月以降、求人数が減少してきており、前年比でも半分程度となっている。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績などに目立った悪化はみられないが、自分自身の消費生活は以前と比較して活動量が落ちている(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業績への影響から、何年も取引していた企業との取引が予算の都合で終了するなど、徐々に悪化している状況がうかがえる(東京都)。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求職者数の増加に比べて求人数が伸びていないので、追い付いていない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・4月以降、新規求人数は前年比で2割以上の減少が続いている。
		民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・人の移動、人の接触は就職活動の基本である。両方を自粛している現状では、景気回復は見込めない(東京都)。
	x	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が前年比50%ほどまでダウンしている一方で、求職者数は3割ほど増している。半年前に比べ、市場が完全に逆転している(東京都)。
	x	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業では生産の一時中止や予算削減の影響が出てきており、製造業向けエンジニアのニーズは極端に減っている(東京都)。
	x	求人情報誌制作会社(営業)	周辺企業の様子	・取引先企業の採用活動が鈍化している(東京都)。
	x	求人情報誌制作会社(所長)	採用者数の動き	・企業が採用を控えている。

## 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)		観光型旅館(経営者)	販売量の動き	・3か月前は売上ゼロの大変な状況で、それと比べれば8月は50%ほどにまで回復したため、相対的には間違いに良いが、絶対値としては依然として悪い。Go To Travelキャンペーンの効果はそれなりにあるようで、売上を前年比50%程度にまで押し上げてはいるものの、80~90%まで回復させるだけの影響はないようである。
		一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・猛暑によりエアコン等、夏物商材の販売が、非常に良くなっている。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・飽くまでも自粛していた3か月前との比較でやや良くなっているだけであり、現状は厳しい。

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
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・当市で発行しているプレミアム付商品券の販売で、客の財布のひもが緩くなっている。実際、私もこれまで扇風機2台で夏を乗り切ってきたが、この機会に我慢していたエアコンを購入した。今後、12月にも第2弾のプレミアム付商品券が販売予定である。当店の8月上は5%増、来客数は3%減となっている。イベントも余りなく、盆踊りも中止のなか、病院への野菜の納品、昼夜の弁当の宅配が増えたので助かっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・4～5月は新型コロナウイルスの影響で悪かったが、それ以降はやや販売量が持ち直しているような気がする。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・内食需要が高まっている様子で、買上点数が多くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が最大であった4～5月頃に比べると、緊急事態宣言解除後から今月までは来客数、新車販売共に、回復傾向にある。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・比較対象が5月なので、それよりは上向いている。前年比では3割強落ち込んでいるが、落ち込み幅は縮小してきており、幾らかましになってきている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・5月の宿泊者数、売上共に前年比10%、つまり90%減という最悪の状況から、今月は前年比40%まで回復してきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言時と比べれば、客の動きは明らかに増加傾向にある。しかし、密を避ける動きなのか、10人以上の団体は非常に少ない。特に、法人利用がほとんどない。ただし、個人や少人数の利用は格段に増加傾向にあり、期待が持てる。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・レストランにおける客の動きは、7月に比べて10ポイント上昇している。また、宿泊も同様に10ポイント上昇しており、徐々に客の動きが良くなってきている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・4～5月は最悪で、4月が前年比47.5%、5月は同44.7%だった。その後、6月は同72%、7月は同74%と、やや回復してきているが、8月は恐らく70%ぎりぎりになりそうである。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・営業活動の量、内容共に、新型コロナウイルスによる自粛前の水準に戻りつつある。キャンペーンの効果もあまって、問合せも月を追うごとに増えてきている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・団体ツアーは全滅で、一般個人客についても旅行控えて来客自体少ない上に、客が多いときは密を避けるために、来場者数を制限して営業しているため、例年の4分の1程度の来客数になっている。3か月前の営業自粛時と比べれば、売上があるだけ、ましという状態である。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・工期が遅れていた設計や工事が動き出し、仕事量は増えてきている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・3か月前に比べて、別荘の売買数が増えてきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今夏は新型コロナウイルスの影響で、短い夏休みや県外移動、帰省の自粛等、過去に経験したことのない景況である。駅前立地のため前年実績に届かず、この夏の新幹線乗車率並みの売上である。Go To Travelキャンペーンの恩恵はほとんどない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・猛暑の影響でエアコンの売上は伸びている。いずれにしても必要に迫られた購入であるため、景気が良くなっているとは考えにくい。
		一般小売店〔薬〕（経営者）	来客数の動き	・当店付近で新型コロナウイルスの患者が発生したせいか、更に来客数が少なくなっている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・当社はスーパーマーケットを経営しているが、内食需要は旺盛で、客単価が6%上昇している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・学校のリモート授業やオフィスのテレワーク等で、外に出る人の絶対数が減っている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月はお盆休みが入るということで、多少上向くのではないかとみていたが、例年とは違い、皆、在宅というが移動しなかったため、思ったほど販売量が伸びなかった。少し厳しい状態が続いている。

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
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、継続的に来客数が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・当社から案内できる車検等は予定どおりに推移しているが、臨時の整備や板金修理、車両販売等が、前年実績を下回っている。上向き要因が見つからないのが現状である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・一般整備と車検在庫台数は安定的に推移しているが、車両販売に関しては相変わらず厳しい。しかし、問合せ件数は増加傾向にある。
		その他専門店〔貴金属〕（営業）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、悪いまま変わらない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況に応じて、客の様子が変化する。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・ステイホームの影響か、新規加入が徐々にではあるが増えつつある。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前に比べれば客は戻り始めているが、夏休み期間だった今回は、前年までのようにぎわいはほとんどない。やはり、夏祭りや花火大会等のイベントが軒並み中止で、お盆の帰省も慎重であったことなどの影響を受けているようである。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は一段落しているが、相談は多く、相談内容も多岐にわたっている。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・今年度は設備投資を見送る事業所が多く、来年度についても未確定のところが多い。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・毎年、夏休みが過ぎて2学期が始まる時期には、靴やウエアを新しくして新学期を始めようということで結構売れたが、今年はほぼふだんの平日と変わらず、そういう傾向はなかった。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の拡大による各地の祭りやお盆帰省の見合わせで、来客数が減少し、客単価も伸びない。一方で、酷暑残暑が多少の追い風となっている。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・3か月前は緊急事態宣言が解除され、客の購入意欲や来客数等も回復し、景気が戻りつつあった。今月は新型コロナウイルスの患者数増加に伴って客の購入意欲や来店も減り、やや悪い方向に向かっている。
		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の感染拡大が収まらないなか、いまだに新たなクラスターが発生している現状では、景気の先行きは暗いものになる。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・催事などの取りやめに加えて不要不急の外出自粛が人々の間で徹底して、買物を楽しむような人が街に出てこない。街なかには常に人の姿がない。
	×	スーパー（副店長）	それ以外	・新型コロナウイルスによる先の見えない不安のなかで、仕事も暮らしも今までどおりにはいなくなる。今後は所得が減る人が増え、生活も守りに入ると予想する。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客足がない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響がずっと続いている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・景気が悪くなっている理由として、選択肢の全てが当てはまる。客が毎日どのように過ごしているのかが、今一番気になっている。本当に景気が悪く、困っている。
	×	旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除後、Go To Travel キャンペーンが始まり、一旦、客足や旅行需要は増えた。ただし、新型コロナウイルス感染拡大の第2波に伴い東京都のキャンペーン除外が発令されると、客足もばたりと止まり、緊急事態宣言時と同じ状態となっている。夏休み等の旅行は自粛感が強く、足踏み状態で、旅行ニーズは少ない。
	×	ゴルフ場（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスによる経済の停滞で、悪くなっている。
	×	その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、貸切バスの仕事はほとんどない。
企業		-	-	-

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	
動向 関連 (甲信越)		窯業・土石製品 製造業（経営 者）	取引先の様子	・大口受注対応があり、一時的ではあるものの、助かっている。	
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・受注量は若干増加しており、やや良くなっている。	
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注は下げ止まり感があり、客も落ち着きを取り戻しつつある。ただし、まだ受注には至っていない。	
		新聞販売店〔広 告〕（総務担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で「今できることで、少しでも月次の赤字を減らしていくしかない」という取引先の話が複数聞いている。	
		食料品製造業 （営業統括）	競争相手の様子	・個人客の増加は若干みられたが、バスによる団体の見学者は全くなく、苦戦が続いている。	
		金融業（調査担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により、一旦は底を抜け出した感はあるが、水準はかなり低い。雇用面への不安がまだ払拭できない状況である。	
		食料品製造業 （総務担当）	受注量や販売量 の動き	・販売額が前年同月比、目標比共に、未達で終わりそうである。市場予測でも前月実績を割り込んでいる。	
		出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・今月は前年実績の約8割の受注である。プレミアム付商品券の発行があっても8割程度なので、やや悪い。	
		金融業（経営企 画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響による経済活動の自粛で、観光業や飲食業が低迷しているが、緩やかな回復の兆しも感じている。	
		x	食料品製造業 （製造担当）	取引先の様子	・生産量が落ち込んでおり、原材料が通常平均使用量の約半分にまでなっている。
		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	・8月に入ってから旧盆を挟んで、新型コロナウイルスの感染者が全国的に急増したため、6月末から7月にかけて多少売上が戻ってきていた店舗も、再び売上が減少している。卸売は展示会が開催されても、新型コロナウイルスへの感染を恐れて、出展者、来場者共に減少している。年初から各種展示会を見据えて作り込んだ商材の在庫負担も重くのしかかっている。
雇用 関連 (甲信越)		-	-	-	
		-	-	-	
		求人情報誌製作 会社（経営者）	周辺企業の様子	・8月中旬以降、特に当地周辺で新型コロナウイルスの感染者数が拡大しており、求人は多業種で一層減少傾向にある。	
		職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・製造業や宿泊関連で休業が続いている。飲食関連でも収益が改善していない。	
		人材派遣会社 （営業担当）	雇用形態の様子	・求人はあるものの、採用決定に慎重で時間を掛けている様子である。求職者への合否が遅くなり、チャンスロスが発生している。	
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人が大きく減少している。緊急事態宣言解除後、求人が戻りかけた卸、小売業や宿泊、飲食業等からの求人が出なくなっている。製造業も一部を除いて、非常に少ない。	
	x	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・良い要素がない。	

## 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)		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・3か月前の新型コロナウイルスのピーク時よりは良くなっており、現状は前年並みに戻っている。
		百貨店（経理担 当）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの浸透によって、観光・レジャーを目的とした需要が増えつつある。
		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は落ち着いてきている。売上は依然厳しい状況で来客数も回復せず、我慢が続く。
		スーパー（店 長）	お客様の様子	・今年のお盆は、新型コロナウイルスの影響で帰省や旅行ができず自宅で過ごしているため、お盆のごちそう以外に日用品も売れた。また、帰省できないので産物や果物のお供え物などの宅配が増えた。
		スーパー（ブ ロック長）	お客様の様子	・来客数の減少は継続しているが、1人当たり単価の上昇、買上点数の増加で売上は伸びている。外食の減少と百貨店の減少分の恩恵を受けていると見込まれる。

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
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・購入点数が1割ほど増加しているが、必要な物の購入が多い。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・3か月前に比べると改善はしているが、前年比70%程度で頭打ちの状態が続いている。これ以上の回復には、まだ時間が掛かりそうである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴い生活様式や働き方が変わり、店舗ごとに大きく変化した。エンターテインメントキャンペーンなどで来客数は2%改善したが、客単価が低く売上の改善までには至っていない。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響でまだ帰省を控えた人が多く、お盆期間も店内ちゅう房弁当がよく売れた。
		コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・緊急事態宣言下のゴールデンウィーク期間中と比較して、Go To Travelキャンペーンなどの効果もあり人の動きが戻りつつあるが、それでも8月の売上状況は、前年同月比で約3割と依然として厳しい。
		衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前は緊急事態宣言下であったため、客先への訪問もできず厳しい状況であったが、現在は訪問、商談も可能となり、多少ではあるが売上が回復している。
		衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・買い控えが続いていたが、定番品が売れ始めた。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・家電業界は新型コロナウイルスの影響はそれほど受けていないが、前年は消費税増税前の駆け込みで売上が上がっており、前年と比較すると厳しい。しかし、10万円の給付やプレミアム付商品券等政府のばらまき施策のお陰と季節要因で、8月後半もエアコンが動いている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・やはり新車販売が回復しない。現在は中古車にシフトしている。3か月前と比べると多少来客数は増えているが、新車販売の需要はほとんどない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・売上は、前年比では8～8割5分程度である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車効果もあり、販売台数が徐々に増えてきており、前年並みで推移している。新型コロナウイルスの影響で悪かった4～6月の反動と思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの第2波といってもいい今の状況からすれば、4～5月に比べ来客数も販売量も回復してきている。大きな落ち込みがないものの、盛況には程遠い。
		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が長期化するなか、特に郊外店を中心にランチタイムの客が戻り、テイクアウト商品の販売で補完している。お盆の営業が比較的良好に推移した。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・8月は県のキャンペーンとGo To Travelキャンペーンの相乗効果があり来客数が増えている。3か月前と比べると来客数が増加しているため、景気はややよくなっている。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べると、新型コロナウイルス禍に違いはないが、店舗自粛や客のステイホームがなくなったことと、Go To Travelキャンペーンで経済活動を回すように政府が進めているお陰で、少しずつ旅行申込みは発生している。しかし、前年同月の売上や営業利益と比べると70%ダウンの状態である。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・イベント自粛や宴会自粛など街全体としては停滞感があるものの、特段の営業をしていないにもかかわらず、計画程度の新規契約を維持できている。また、企業の寮など、引っ越しによる入退去が増えており、メーカーが動き出しているように見受けられる。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月は雨や台風の影響も少なく、暑いにもかかわらず、順調に入場者数は伸びている。3か月前よりは新型コロナウイルス感染症の影響は薄れている。しかし、レストラン等の売上は新型コロナウイルス感染症の影響で伸び悩んでおり、入場者数の割には、まだまだといったところである。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・観光列車では、鮎料理列車企画等への申込みが上向いている。メディアでの取上げなどがプラスに動いている。

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
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・キャンペーンが始まり、セット購入があったため売上がアップした。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・小さな案件が少しずつ出てきている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・7月中旬までは少しずつ回復していたが、下旬の4連休以後は春の状態に戻った。春の自粛期間中は閉店する店舗が多かったため、開いている店には客が来て悪いなりに効率良かった。今回は、ほぼ全店が開店しているが購買量は春と同じなので、効率が悪い。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前月と比較して来客数、売上共に下降傾向である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・給付金の効果を期待していたが全く売上が伸びなかった。ただ、同業大手の店舗はよく人が入っているようであり、消費活動も全体としては動いてきたように見える。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、人の動きや消費が落ちている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息しつつあると客は話している。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上が減少し、そのままの状態である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・5月末の自粛解除で、一時的な開放感がかえって問題を長引かせ、Go To Travelキャンペーンも中途半端である。2年程度は我慢が続く。
		一般小売店〔文房具〕（店員）	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。外出することが嫌な客もいるようである。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の最悪の状況よりは良くなっているが、まだまだ客足が戻ったとはいえない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・夏季の閑散期に加え、新型コロナウイルス禍での訪問営業の自粛を求められるため、販売量が減少している。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・県独自の緊急事態宣言が発出されたことで、外出自粛やお盆の帰省等の移動も少なく来客数が減少傾向にあり、売上も回復傾向とはなかなかいえない。ただし、駅前立地でもあることから日々の固定客は確保でき、売上のレベル感は低いけど底堅い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・7月末に起きたクラスターの影響で、戻りつつあった街中への人出が前年より半減となり、8月中旬になっても回復せず、来客数の減少も継続している。
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・相変わらず新型コロナウイルス禍が続いているが、少しずつ客にもニューノーマルへの適応がみられるようになり、安定してきている。ただし、土日祝日の人出は低位のまま、上昇する様子はみられない。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第2波により県独自の緊急事態宣言が出て以降、客足は予想以上に減少し、売上は前月比80%である。新作の投入により来客が少ないなかでも購入はみられたが、1か月を通して厳しい状況だった。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・販売量が少ない状況であり、売上に結び付かない。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・売上、粗利益共に予算達成している状況は続いている。加えて、第1波の自粛時より夜間の来客数が増えてきた。この暑さのせいもあると思う。
		スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・売上は前年105%と好調に推移している。お盆に関しては、新型コロナウイルスの影響で帰省が減ったこともあり、全体的にお盆専用商品の売上は例年より苦戦した。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数は少なくなっているが、販売量は変わらない。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・客単価、買上点数は依然前年に比べ高い状態が続いている。来客数は、地区での感染者の増減によって上下する傾向はあるが、全体としては3か月前と比べて大きく変化していない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・主力のたばこ販売は、新型コロナウイルスの影響もあるが改正健康増進法の影響が大きく、販売量が前年より4割程度落ちている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・相変わらず来客数がマイナスである。

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）	お客様の様子	・駅前、繁華街に立地する店舗付近は、入通りが少なく来客数が一向に伸びない。また、入店客も少なく、買物は多くを求めず必要な商品しか購入しない状況である。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年比で売上増加が続いている。生活に必要な家電が古くなったので買換えるという客が多い。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・少しずつ客に動きが出てきた気はするが、やはり業種や雇用形態によって差が見受けられる。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・義務的な車検や故障での臨時整備などの入庫があるものの、任意の点検での来店が減っている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・そこまで悪くはないが、自動車業界や周りを見るとダメージが大きいと感じる。
		その他専門店【書籍】（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で夏休みが少なく、例年の夏休み課題、宿題や工作等の教材の売上は減少したものの、巣籠り需要はまだまだあるため、売上は例年より2割ほどアップしている状態である。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・8月に県内でも新型コロナウイルスに罹患する人が増え、来客数は減っている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの患者が近くで出たこともあり、客が外出しなくなっている。
		その他飲食【仕出し】（経営者）	お客様の様子	・助成金、給付金や貸付け等の支援策も、このような状態では一時的でしかない。根本的な対策を講じていけないといけな。
		観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・3か月前が最悪な営業結果であったため、それに比べればほんの少し回復しているものの、前年比でやっと30%を超えたところである。これで4か月連続、従前にはなかった営業損益となっている。今月は県独自の自粛宣言も解除されず、学校も夏休み短縮のため授業が始まり、ますます来客の見込みは薄れている。
		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感染の拡大に伴い、宴会利用は前年比75%減で推移している。当面は、キャンセル増加、新規客低迷のまま変わらないと見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンについては、やらないよりはやって正解だった。安心して旅をできる環境ではないので、新型コロナウイルス感染を恐れて少し様子を見ている客層もあるが、感染に気を付けて迷惑にならない程度にキャンペーンの有効活用を考えている客もいるので、全くゼロよりは助かっている。旅館は、安心して旅ができるように特に食事、入浴に気を付けてほしい。自分が観光ホテルに宿泊した際も、かなり感染防止に努めていて安心した。観光よりもホテル滞在時間が長くなるので、安心した滞在空間が求められる。
		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で旅行部門は前年比5%以下である。Go To Travelキャンペーンが始まって、客自体が勤め先から県外移動禁止や貸切りバス乗車禁止などの制約があり、販売が伸びていない。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・早期受注していた団体旅行に依然キャンセルが出てくる状態である。Go To Travelキャンペーンも、興味ある客の方が少なく、お願いしてやっと検討してもらえる程度である。地域クーポンのスタート後に期待したい。
		タクシー運転手	販売量の動き	・繁華街や飲食店街の入出が非常に少ない。飲食店経営者からも、人が少なく暇だという後ろ向きの声しか聞かない状況である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスのせいで良くならない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・自宅のインターネット環境用の光回線の需要が、多くはないがずっと続いている。
		レジャーランド（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大により、外出自粛の影響を受けた。例年実施している花火大会が実施できず、集客に影響した。Go To Travelキャンペーンが始まり新規予約もあったが、キャンセルも多く実施効果が確認しづらい。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響もあったが、お盆があったため今月は良かった。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・お盆に予定がない人が多く、イベント前に髪の手入れをする客が少なかった。

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
		その他サービス 〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・介護リフォームの相談件数が、緊急事態宣言前の状況には、なかなか戻らない。
		住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・来場者数は戻らず低調のままである。大手メーカーも極限の金額提示で必死のようで、元々低価格路線のメーカーは大変な状況と思われる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	お客様の様子	・客からの工事依頼は、規模が大きい物件が多くなってきている。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・例年の8月に比べても来客数は減少しており、3か月前に比べても客足は少ない。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤 監査役）	販売量の動き	・全て新型コロナウイルス対策の影響である。
		一般小売店〔生花〕（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は20%程度落ちた。お盆も市外から来る人は少なく、墓参りの花も例年よりやや少なかった。静かなお盆だったように思う。葬儀も家族葬がほとんどで、花も出ていかない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが収束して良くなっていくとみていたが、第2波が来て景気が悪くなり、客の財布のひもが固くなった。本格的に活動できず自粛する状況が続いているため、景気はやや悪い方向に向かっている。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・学生の学校スケジュール変更によって、前年までのような動きが出てこない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍において来客数が減っている。お盆を境に、客単価も下がってきている。
		スーパー（店員）	単価の動き	・3か月前は自粛期間真っただ中で、外食を控えて自宅での食事が大半で食料品の購入があった。今月は花火大会や地元の盆踊りが中止で、飲食店や自治会の飲物関連の注文がゼロだった。帰省によるお供えの果物にも自粛ムードがみられ、売上の減少につながった。
		コンビニ（本部 管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が軽減し状況は回復傾向にはあるが、直近の売上は前年比92%と低調である。依然新型コロナウイルス発生以前まで状況が戻ったとはいえない。今後、世間が新しい生活様式となるのか、あるいは以前の生活に戻るのかの選択肢の中で、景気が不安定になると考える。
		家電量販店（店員）	それ以外	・3か月前は非常に厳しく、新型コロナウイルス禍の中で外出を控える傾向が強くなり、来客数が低下して売上にも影響が大きかった。給付金の10万円の使い道が家電購入に向けたため、3か月前に比べると良くなった。来客数、客単価は、共に前年を超えた。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増え始め、来客数が前年の7割ほどに落ち込んでしまった。販売台数も比例して前年比8割ほどに落ち込んでいる。お盆休みは、フェア来場客で例年にはぎわうが、今年は閑古鳥が鳴くような状況だった。サービス工場への入庫は変わらないが、全体的には、更に危機的状況になっていると言わざるを得ない。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・例年8月は、お盆休みのため営業活動が短く販売量も減少する。今年はさらに、新型コロナウイルスの影響と連日の猛暑により客の外に向かう気持ちが萎えてしまったのか、店頭への来店客は少なく、客の元気が感じられない。
		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により、商業施設を中心に新築工事、改装工事共に延期、中止となっている。一般の工事も同様にストップしている現場もあり、少なくとも今年一杯は良くならない。
		その他専門店 〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・8月に入り、新型コロナウイルス第2波の影響は当初よりも大きく感じる。来客数の減少が著しい。購買単価も低下しており、店前の通行者数もかなり少なく感じる。
		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	・緊急事態宣言が5月で解除され、6月以降消費が回復したものの、依然として前年割れの状況は継続している。
		一般レストラン （従業員）	来客数の動き	・7月に上向きになりかけたが、8月すぐに悪くなった。

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
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・飲食店向けの売上は、前年の6割に落ち込んでいる。今後、この業態が持ち直すとは考えられず、繁忙期である10～12月の落ち込みを懸念している。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・売上は緊急事態宣言時より悪い。Go To Travelキャンペーンで、むしろ高級ホテルに少ない客を奪われている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍における新規感染者数増加の影響が、県内移動も自粛するという声を聞くことが多く、飲食店も昼夜共に以前とは比較にならないほど客が減っている。鉄道の乗客数も減って、以前ほどはいない。
		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で、夜の街、繁華街は人出が少ない。店も開いておらず厳しい状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス関連で需要増加となったが、現在は、通常の販売量に戻った。
		観光名所（案内係）	お客様の様子	・飲食店に常連客が来なくなり、ばん回できないのではないかと各店で考え始めている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・今月は忙しい月のはずであるが、来客数が少なかった。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響である。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・打合せでは、客からも景気の良い話は全く聞かない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響も大きく、かなり受注に苦戦している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されて以降も、まだ脱却できず新型コロナウイルスの影響が残ったまま、なかなか景気が戻ってこない。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・飲食店オーナーからの廃業の連絡が続いている。
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・平日の来客数が大幅に減少した。夕方の会社帰りに立ち寄り客も減り、閉店間際は客がほとんどいない状態が続いている。
	×	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・お中元、初盆返礼品の需要が、前年に比べるとかなり減った。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・猛暑と新型コロナウイルス感染拡大のため、来客数が極端に少なかった。会話では、食料の買い出し以外は出掛けていないという人ばかりであった。
	×	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・繁華街でのクラスター発生を受けた県独自の緊急事態宣言により、地区の集客が激減した。解除された後も後遺症が残り、熱中症の心配とあいまって、客足が遠のいている。
	×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・予約が入らない。
	×	テーマパーク（職員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で集客がほとんどない。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数や単価の動きが悪い。
	×	理容室（経営者）	お客様の様子	・まだこの先も客の入りが悪くなると思う。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・同業他社の工事部門が、新築工事からリフォームへ転向せざるを得なくなった。会社の売上が減少しても仕方ないとのことである。
企業動向関連		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	・前年同月と比べると売上は達してはいないが、3か月前のどん底であった時期と比べると8割ほど増加した。これは完成車メーカーが生産を始めたからである。
(東海)		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・売上の上位を占める数社からの受注量が増えている。前倒しの依頼も多く、新型コロナウイルス禍で減っている分を補っている。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンや地域振興券などで、少し景気回復したようにみえる。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・消費財系の物量は相変わらず堅調に推移し、生産財系の物量は前年比80%程度まで回復してきている。

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
		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が世間をにぎわせた頃から、荷物量、受注量に注目してきた。8月のお盆明けくらいから1日当たりの取扱物量が前年と肩を並べてく日が増えてきた。まだ連続して前年を上回ることには少ないが、徐々に回復し、今まで下がっていたのが上向いてきた感じがある。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・3か月前に比べれば、客先の企業側が少し落ち着いてきている。依然として景気は停滞したままで、広告の受注量等は横ばい状態である。
		会計事務所（職員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すれば、受注も増加し売上は回復傾向にある一方、前年同月比で見ると、やはり新型コロナウイルスの影響による自粛等の影響で、前年の売上を下回っている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・電子機器メーカーの総務系の開発案件に携わっているが、今年度中に対応する案件が多数ある。
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・外出自粛の影響を受けて家庭内消費は好調な一方、外食向け業務用需要が不調で、差引きマイナスの影響が依然強く出ている。
		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で、3か月前から景気は非常に悪くなった。今月は悪いままで推移し、受注量、販売量は減少したままである。
		化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き自動車関連の需要は低調である。8月は稼働日が少ない影響もあり、容器の販売量は少ない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米での自動車向け設備投資は、話がないわけではないが、プロジェクトの進み具合は遅く、いつ凍結になるか分からない状態である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今のところ新型コロナウイルスの影響は小さい。
		電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・リモートワークや映像コンテンツの普及拡大により、放送、通信に関する事業分野では、ネットワークインフラの高速化、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（品質管理担当）	取引先の様子	・航空業界は6月辺りから下がり続け、どん底のまま平行線をたどっている。悪くはなっていないが、悪いところはそのまま引きずっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量は少しずつ回復してきている。現状では、2～3か月前よりは良くなってきている。このまま新型コロナウイルス発生以前の状態に戻るのを期待したい。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・旅客便が減少しているため、相対的に市場の貨物空輸能力が落ちている。その分貨物専用機に受注が回っている。しかし、単価がそれほど上がっていないので、余り利益につながっていない。
		通信業（総務担当）	それ以外	・今一番必要なのは、新型コロナウイルス感染対策に関する明るいニュースである。感染者数が減り、医薬品開発の兆しが明確にならないと、人の移動がいつまでも制限されて、景気回復などあり得ない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・業種によってばらつきはあるが、平均的にみると現在の景気は、良いとはいえない状況が続いている。飲食店等は以前から比べると少しずつ回復傾向にある。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・飲食業、観光業を中心に、新型コロナウイルス発生以前の状況には戻っていないが、新型コロナウイルス禍でも工夫しながら何とか持ち堪えている状況である。
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が多いが、暑さが厳しい上に新型コロナウイルスの影響による外出控えや出費を抑える傾向は継続している。公共交通機関の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。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格は少しずつ下落気味である。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店の来客数は、まだ以前の半分以上である。これまではまずまずの売上を維持していたところでも、このところ売上を減少させてきているところがある。

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（総務秘書）	それ以外	・県が独自の緊急事態宣言を発令し、一旦回復しかけた街の雰囲気は悪くなった。やむを得ない面もあるが、景気を犠牲にして感染者増加を抑えている状況にある。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業へのダメージは、新型コロナウイルス禍の状況となってから時差があつて始まった。夏からが本格的なダメージの始まりとなっている。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設関係は急激に落ち込むということはないが、不透明感が強まっており、受注量が想定より少ない。
		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で、客先では設備投資を行うまではいかず閉店も続いているため、製品出荷とまらない状態が続いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・一部の新型コロナウイルス関連の業界を除いて、一般的に需要が落ち込んでいる。自社においては生産関係は落ち着きを取り戻しつつあるが、世界的に通常業務に戻れず営業活動の停滞が続いている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・8月は夏休みや酷暑もあり、例年集客が減少し成約が伸びない。今年は、新型コロナウイルスの影響で夏休みの減少や旅行の自粛もあり住宅見学に目が向いたのか、来場者数は横ばいで例年ほどは成約数にも落ち込みがなかった。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・広告が減少し、紙類の運搬量が減少した。
		その他非製造業 [ ソフト開発 ]（経営者）	取引先の様子	・前月同様良くない。まだ設備投資実施にまで手が届いておらず、引き続き厳しい状態が続いている。外注回りでも末端はひどい状態であり、仕事が全くない。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・例年に比べ新型コロナウイルスの影響により受注数は減少している。
	×	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。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・車が止まり、工作機械が止まり、設備機械も止まる。全て3割以上ダウンの状態である。
	×	通信業（法人営業担当）	それ以外	・4 - 6月GDPの大幅減少、中小飲食店の客足や売上減少、店舗閉店や臨時休業の多さなど、新型コロナウイルス禍による外出の自粛や買物の自粛が影響している。消費者の意識としては生き延びるために賢明な判断であり、防衛本能の自然な感覚である。
	×	新聞販売店 [ 広告 ]（店主）	受注量や販売量の動き	・県独自の緊急事態宣言が出てから、自粛の影響で折込チラシなどが減っている。
	×	公認会計士	それ以外	・客先の中小企業は業績が悪化し、従業員の給与・ボーナスはダウンしている。
雇用関連 (東海)		-	-	-
		アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車関連は回復基調にあるが、最大手のメーカー以外は鈍い。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者が増加しておらず、落ち着いている。
		人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・レピュテーションリスクもあり、派遣雇用は維持する企業が多いが、開発委託の発注は大幅な減少がみられる。
		人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが労働者の収入に影響するケースが増加している。目立つのが時間外労働削減による収入減であり、今以降は、消費が更に落ち込む。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3月中旬から求人が全くない。
		人材派遣会社（企画統括）	求職者数の動き	・現在就業中で新たに転職活動を開始する求職者の動きが鈍い。
		新聞社 [ 求人広告 ]（営業担当）	求人数の動き	・企業には雇用の維持に四苦八苦している様子が見える。公的支援で何とかしのいでいるところが多い。新卒採用の動きも鈍い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数については、農業や建設業の外国人実習生関係やホテル、飲食関係は増加している。製造業など他の産業については増えてきていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に増加しているが、新規求人数と新規求職者数はほぼ同数であるため、大きな変化はみられない。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・新規求人数は依然として低水準で推移している。

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
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・市況が不透明ななか、採用に慎重な構えの企業が多く、転職希望者も業界により希望者のばらつきが多い。全体的には様子見の状況がうかがえる。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響もあり、製造業の主要客からの引き合いは停滞し、今月の所属拠点での新規業務開始者はゼロとなっているため、3か月前より景気がやや悪くなっている。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比及び前月比共に減少している。前年同月比では27%を超えるマイナスとなっている。
		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、全ての産業で新規及び有効求人数が前年同月より大きく減少している。
	x	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・前年同月比で求人数は2割減少、求職者数は3割増加しているが、求人・求職のミスマッチにより新規契約数は落ち込みが大きい。
	x	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・特に新卒採用において、2021年春卒業については企業の採用意欲が急に冷え込み、2022年春卒業についても現状白紙や不明などが増えており、採用環境の急な悪化が続いている。
	x	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きく、これからもこの状況が続くと考えられる。

## 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)		*	*	*
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新たな商業施設の開店後、商店街入口の両側に核となる店舗ができたため、入込客の回遊性を期待できる。マスクミが取り上げたこともあり、久しぶりのにぎわいであったが、1か月を過ぎて落ち着きが出てきている。今後も引き続きにぎわうかは不確かである。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・3か月前の緊急事態宣言が出ていたときに比べるとやや良くなっているが、まだ悪い状態である。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・帰省がない、距離のある場所への旅行を控える、自宅で過ごすなど、夏休みやお盆の過ごし方に変化があり、特に総菜やグロッサリー、スイーツといった自宅で食べる食品や、機能寝具、リラクシングウェアなど生活用品の売上に伸びがみられる。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第1ピーク時との比較では良くなってきているが、来客数は前年比で90%程度と苦戦している。お盆に地元客の集客を期待したが、帰省客を含めた移動の減少や気温上昇による外出控えが重なり、来客数及び売上は90%程度であった。8月後半は、新型コロナウイルスの感染拡大、気温上昇の継続、秋物商材の入荷遅れなどで集客もできず来客数が減少している。中高年世代の客だけでなく、30～40代の客の来店や購入も減少している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価が引き続き高いなか、少しずつ来客数が戻ってきている。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第1波の期間との比較では若干良いものの、前月と比較して大幅に悪化している。経営的には第2波の影響を受けている。特にお盆の帰省自粛と夏休みの短縮から、前年に比べ来客数が大幅にダウンしている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・猛暑が続き、8月に入ってもエアコンの販売が好調である。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・外出控えからくる住環境の見直しや、外食控えからくるし好品に向けられた消費の増加などが販売量の動きの要因と考える。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・3か月前の5月は新型コロナウイルス禍の真ただ中で、外出自粛のため外食する消費者が極端に少なかったが、現状は新型コロナウイルス禍での新しい生活様式が徐々にだが定着し始めており、外食する機会も少しずつ増えている。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・県民割引やGo To Travelキャンペーンなどの宿泊補助金制度のお陰で、露天風呂付き客室を始め単価の高い部屋の稼働が良い。

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
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前が最悪の状態であったが、6月以降は夜の街も休業が解除されて、一般の人々の自粛ムードも徐々に和らぎ、やや良くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・高齢者の買物や通院での外出が大分戻ってきたと感じる。しかし、県外からの出張者が少ない。夜の繁華街は相変わらず閑散としている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・例年なら新商品発売に向けて買い控えが発生しているが、今のところそのような傾向はみえない。また、新型コロナウイルスの影響も収束してきたようにみえる。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・3か月前の5月は営業そのものが困難であった。現在は規模縮小などの対策を講じながら営業しているため売上を計上できているが、来客数や客単価は前年を下回っている。
		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が地方でも色濃く出てきて、陽性者が出たという報道で客足が極端に悪くなり、売上の減少に直結している。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で売れていた商品が落ち着いてきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売については軽自動車を中心に増え始めたが、業界全体では買換えせずに車検をして乗り続ける人が多いようである。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・大手自動車メーカー系列の当店では、5月より一部車両を除き、併売化により新たな車種を取り扱えるようになったため売上は増加しているものの、他メーカーにおいては依然として新型コロナウイルス感染症の影響で前年を大きく割り込む業績となっている。今の好調は長く続くものではないとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックもなければ、イベントも何も無い。大変寂しい8月である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・3世代家族やファミリー層などが減少しており、単独、少人数での来店客が目立つ。夏休みの短縮、お盆の帰省自粛などの動向が影響していると考えられる。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で県外旅行者や組合及び協会関係の懇親会や接待利用などが低迷しているため、例年の50%ほどの来客数で推移している。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の落ち着きや、宿泊の県民割引などの施策で少し回復してきたかと考えている。しかし、テイクアウトは増えているが、単価の高い夜の客がほとんど戻っていない。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・Go To Travel キャンペーンが開始されて起爆剤となり、旅行需要が増えることを期待したが、新型コロナウイルスの感染拡大傾向に水を差された状況である。現状は自粛して県内や近県の旅行にとどまる傾向が続く感じである。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の第2波で、3か月前と同様に営業活動を制限しており、契約数が例年の同月に比べて減少している。
		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	・まだまだ新型コロナウイルスの感染を意識せざるを得ない雰囲気客にまん延している。近隣で感染者が出るたびに、それに反応して利用の中止や休会、体験入会の取りやめが出てしまっている。
		美容室（経営者）	それ以外	・高齢者の来店サイクルが延びている結果、来客数は前年より5%ほどダウンしているが、商品販売は好調で前年売上をキープしている。各自治体が発行している需要喚起策の買物クーポン券の利用が多くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新規分譲地の販売も一段落し、例年と変わらぬ受注量となっている。他社動向をみても新型コロナウイルス対策をしながら営業活動を展開しており、今のところは平年並みを維持できると考える。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客は動いているが、同業他社との販売競争が激しくなっている。
		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クラスターが発生し感染者が増加し始め、客の動きが鈍くなっている。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・販売実績、利益共に減少している。

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〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・8月に入ってから東京を筆頭に感染者が再び増加し始めている。そのため外出制限や自粛ムードが広がり、経済的にも人の動きが停滞してしまっている。お盆休みも過去に例がないくらいひどかった。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・今月に入り新型コロナウイルスの影響がまた大きくなっており、来客数の減少が顕著に表れている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ディスカウント系ドラッグストアの出店が続く、来客数を大きく落としている。今後も出店の予定があるため、やや悪くなる。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの関係で、副業をする人が増えているように感じる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・自粛による影響がある。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・地方でも新型コロナウイルスの感染者数が増えてきており、外出の自粛が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・猛暑及び新型コロナウイルスの影響で厳しい状況が続いているが、新型車発売の効果で週末の来客数は回復しつつある。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・来客数は前年から比べると減っているが、この数が月間は変化がない。しかし、自粛ムードから遠出の自動車使用が少なくなったためか、メンテナンス商品のタイヤやオイル交換の販売は激減している。ガソリン販売も同様の動きである。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は115%、宿泊人数は126%、宿泊単価は104%である。7月は県民宿泊割引により前年を上回ることができた。新型コロナウイルスの感染予防で3密防止対策を実施しながら受け入れている。また、団体客が皆無で個人客中心のため、一部宿泊施設をクローズして営業している。
		通信会社（店舗統括）	販売量の動き	・やや悪くなっている理由を販売量としたが、来客数自体も減っている。これといった目玉商品がないこともあるが、新型コロナウイルスと暑さの影響が大きい。
		住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の再拡大が影響し、お盆前から客足が鈍っている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・人出への影響が大きく、新型コロナウイルス感染者数の発表に一喜一憂の毎日である。感染者の年齢が上がっているため、高齢者の姿が顕著に少なくなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・お盆休み期間の来客数は通行量を含め、前年と比べると壊滅的である。7月の4連休の方がまだ良かったというのが率直な感想である。お盆休み明けは酷暑も重なり、歩いている人もまばらである。
	×	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拡大と猛暑のダブルパンチで外出を控える人が多く、来客数が減少している。また、マスクの着用により目元しか化粧をしない女性が増えているため、化粧品の売上が低迷している。前年の8月は消費税の引上げ前の駆け込み需要により前年比で10%増加と好調であったが、今年はその反動で7月よりマイナスが拡大し、前年比で10%減少の見込みである。
	×	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・周辺の老舗飲食店の閉店や仲卸業者の廃業が相次いでいる。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が周辺の接客している店で発生し、休業している店もあるということである。前年同月比で半分の売上で悲鳴を上げている。体力勝負であるが、いつまで持ちこたえられるか分からない。
	×	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による外出の自粛、集会や宴会の自粛が続く、Go To Travelキャンペーンでも人は動かない。宿泊部門の売上は8割減、宴会部門は9割減、レストラン部門は6割減である。地元客の動きは多少感じるが、県外からの移動や県内であっても会議や宴会がほとんどない状態が続いている。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・8月の新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響もあり、向こう3か月間の予約状況が大変悪くなっている。前年同期比で20%台の水準である。

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	
企業 動向 関連  (北陸)		税理士(所長)	取引先の様子	・緊急事態宣言が出ていたことで非常に厳しい状態だった事業体が、3か月前に比べると良くなっている。今のところ製造業、建設業の関係は、新型コロナウイルス感染症による落ち込みがなく続いていることから、全体としては3か月前と比較すると良くなっているという感じである。	
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事の発注が増えてきて、当社も受注ができてきている。新年度に入り工事が発注されてきたという意味では、例年どおりではある。	
		不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・現在、業者関係の情報がかなり止まっており、一般の問合せが全く出てこないという状況である。	
		司法書士	取引先の様子	・前年から準備が進んでいた企業買収が1件中止となった一方、前月に買収完了となったものが2件ある。	
		食料品製造業(経営企画)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で大きく落ち込んだ業務用も前月辺りは確実に回復傾向であったが、8月に入って再び大幅な前年割れとなっている。引き続き市販用が好調とはいえ、その穴は全く埋まらない。普通の夏と普通ではない夏の業務用需要のギャップを痛感している。	
		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業績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。	
		一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・引き続き新型コロナウイルス感染拡大の影響で、営業活動が十分に行えない状況が続いている。受注金額は前年同月比で米国は70%、欧州は30%、国内は50%である。	
		精密機械器具製造業(役員)	取引先の様子	・6月以降、一旦は予想以上の回復の兆しがみえたものの、再び新型コロナウイルス感染者急増の影響で、客によって差はあるものの、全体的には再び回復のペースが鈍化した感がある。	
		繊維工業(経営者)	取引先の様子	・繊維工業は衣料のウエイトが高い。前年10月に2%の消費税の引上げがあり、さらに今年の冬は暖冬で、天候に敏感な冬物衣料の売行きが非常に悪かった。それに加えて、新型コロナウイルスの感染拡大が追い打ちを掛けている。幾つもの条件が重なって悪い状況である。非衣料分野については、低位安定である。	
		×	建設業(役員)	受注量や販売量	・今後の先行受注は減少傾向である。
	×	金融業(融資担当)	取引先の様子	・取引先の第2四半期の業況は、第1四半期との比較で更に悪化している。投資計画の予定もなく、業務も縮小させながら様子見の状態が続いている。	
雇用 関連  (北陸)		-	-	-	
		*	*	*	
		人材派遣会社(役員)	求職者数の動き	・有効求人倍率が低下している。求職者の派遣登録も少ない。	
		新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・ウィズコロナのフェーズに入り、人の動きは次第に戻りつつあるが、景気が上向いたところまでには至っていない。皆どこかで不安を抱えながらの生活で、財布のひもは固いまの印象を受ける。	
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・全産業において求人数は、新型コロナウイルスの影響で前年より大幅に減少している。特に、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービスの減少が大きい。これらの産業は客足の戻りが依然として悪く、関連する卸売業、小売業にも連鎖して影響を及ぼしている。	
		民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・6~8月は民間企業の職業紹介や人材派遣の新規求人者がほとんどなく、官庁の見積依頼と入札が少しあるくらいと落ち込んでいる。	
		新聞社[求人広告](営業)	周辺企業の様子	・全体的にはどの業種も変わらず悪い印象を受ける。ただし、家電量販店やドラッグストア、医療関係の一部で前年よりも良いという声が出ているので、3か月前よりもやや悪いと評価する。	
		学校[大学](就職担当)	求人数の動き	・前年の同時期に比べて、求人を行う会社数が少ない。	
		×	求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・1回当たりの発行で掲載件数がかなり落ち込んでいる。
		×	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で退職者が増え、求職者の不安感が増している。

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
( - : 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)		百貨店(企画担当)	お客様の様子	・3か月前の5月は、下旬から全館の営業がようやく再開できた時期である。その頃に比べると、営業機会の拡大で売上の減少傾向は改善され、景況は好転している。一方、6月以降の売上の動きについては、ほぼ横ばいで推移している状況である。
		観光型ホテル(経営者)	販売量の動き	・7月の販売量は、前年比で40%程度であったが、8月は80%程度にまで回復している。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンと、県独自のキャンペーンの影響で、来客数、単価共に上向いている。
		観光名所(経理担当)	来客数の動き	・3か月前の5月は、緊急事態宣言が発令された時期であるため、今月は良くなっている。ただし、今が良いわけではなく、当時は極めて悪かっただけである。
		競輪場(職員)	販売量の動き	・3か月前は、緊急事態宣言中で販売を自粛していたので、販売量は0円であった。今月は、約4億円の販売量があったが、前年に比べると約1割落ち込んでいるため、諸手を挙げては喜べない。
		一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・4~5月は緊急事態宣言の発令による影響が大きく出ていたため、今月はやや良くなっているが、前年比では低迷している。
		一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・ゴルフ場からの注文は戻っており、ピザ屋からの注文もある。ただし、居酒屋は音信不通となるケースや、注文がないケースもある。
		一般小売店[呉服](店員)	それ以外	・3か月前は休業していたため、それに比べると少しは良くなっているが、例年に比べると良くない。
		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の再拡大により、入店客が減少していたが、お盆明けからは近場の商圏からの来店が回復している。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・インパウンドの売上減少はカバーできないものの、食料品や身の回り品は回復基調にあるほか、外商客を中心とした高額品の動きも活発化しつつある。
		百貨店(服飾品担当)	単価の動き	・7月上旬に戻りつつあった客数が、後半に大きく減少し、8月に入っても回復せずに厳しい状況となっている。特に年齢層の高い客層の来店が鈍っている一方、若年層と優良客層の来店は徐々に増えている。都心立地の店舗は、入店客数が前年比で60%弱であるものの、買上率は高く、高額商材の新作などの動きは悪くはない。その一方、化粧品などの対面接客を伴うアイテムは、いまだに回復の兆しが余りみられない。季節商材は外出やリゾート需要の減少から動きが悪く、気温に左右されないバッグやジュエリーなどのアイテムには動きがある。
		百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・日用品や食料品、ギフト商品などは比較的堅調であるが、衣料雑貨の動きはかなり厳しい。自粛期間中であった3か月前に比べると回復しているものの、インパウンドも戻らず、売上は前年を3割程度下回っている。
		百貨店(外商担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第2波への警戒感が強まるなかでも、来客数の減少は感じられない。
		スーパー(店員)	販売量の動き	・会社員の出張も増えてきたことで、仕入れ、売上共に増加している。
		コンビニ(店員)	来客数の動き	・少し落ち込んでいた客足も、やや戻りつつあるように感じる。以前は客が少なく、店内が静かな日も多かったが、今は客足が途絶えることはなくなってきた。来客数も、新型コロナウイルスの発生以前と変わらない水準に戻ってきたと感じる。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・3か月前の状況よりは良くなっているが、例年の8月に比べるとまだまだ来客数は少なく、売上は厳しい状態となっている。
		家電量販店(店員)	単価の動き	・恐らくボーナスや特別定額給付金の給付により、高額商品の購入が増えている。新型コロナウイルスの影響で来客数は減ると予想されたが、家電量販店への来客は多いと感じている。
	家電量販店(企画担当)	販売量の動き	・猛暑に加え、在宅勤務による追加の需要が重なり、エアコンが販売好調となっている。さらに、10年前の家電エコポイント制度の際に購入された冷蔵庫や洗濯機が買換え時期を迎え、よく売れている。	

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（人事担当）	販売量の動き	・長い梅雨が明けた後は猛暑日が続いており、エアコンを中心とした季節商材の販売は、第2波ともいえる増加が続いている。例年、お盆以降の販売量は減少するが、今年は減少が少なく、季節商材の処分が順調に進んでいる。
		その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・厳しい暑さが続いており、飲料や殺虫剤、洗剤、ウェットティッシュなどの動きが良いほか、マスクやアルコール、手洗い用消毒液、うがい薬なども、引き続き動きが良い。
		その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、株価は比較的安定している。また、金の価格が非常に高くなっているため、3か月前と比べると、客の購買意欲は少し上向いているように感じる。
		その他専門店 〔ドラッグストア〕（店員）	販売量の動き	・ドラッグストアは新型コロナウイルス関連の需要がまだ続いており、売上は前年比で120%に達している。特に、今夏は残暑が厳しく、関連商品の売上が良い。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量が増えている。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・宿泊者数、レストランの来客数共に、前月と比べて変化はない。
		都市型ホテル （管理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発令で閉館していた5月に比べればましであるが、以前のような活気のある状態には程遠い。Go To Travelキャンペーンによる収入は多少あったが、期待していた水準とはかけ離れている。大きな市場である東京が除外されていることも、その要因の一つである。
		都市型ホテル （総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は30～40%台であり、5～6月に比べると若干上がっているが、低調な状況である。宴会については、大阪府内の感染状況もあり、売上は前年比で10%台に落ち込み、レストラン売上も30%台となっている。
		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、インターネット関連の需要が拡大している。個人の契約数や法人、自治体における回線容量の変更のほか、SIMフリーサービスや端末の申込みも増加傾向にある。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言時に比べると、新築マンションの販売センターを再開したことで、新型コロナウイルスの感染拡大前の状態に戻ってきている。特に、郊外のマンションはリモートワークの定着による影響が、広い居住空間を求める客で好調に推移している。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、春以降は訪問のキャンセルが続いていたが、最近になって感染者数の報道が日常的になった影響が、キャンセルする客が減少傾向にある。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・酷暑の影響で、高齢者の来街が極端に減っている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が月初よりも増えている。猛暑に関する報道もあり、店の前を通る人がどんどん減っている。感染への不安からマスクは外さないため、この暑さでは息苦しく、外出を避けるという流れができていく。来客数はまだかなりの減少となっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・7月には売上が若干持ち直した感もあったが、また新型コロナウイルスの感染者の増加とともに、売上もダウンしている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標に達しておらず、前年比で約20%減の予想である。営業再開後の6月以降、前年比では最も苦戦した月となった。新型コロナウイルスの感染拡大による来客数の伸び悩みや、インバウンドの需要減が主な要因であるが、客が不要不急の商品の購買を控える傾向は一層強まっており、ファッション関連商材は非常に厳しい状況である。

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
		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で、高額品やトラベル、レジャー関連、コスメ関連を始め、不要不急のアイテムの動きが引き続き悪い。一方、お盆の帰省が減少している分、配送件数は増加している。また、非常に暑い日が多い影響で、UV関連や涼感素材の商品、家庭調理が敬遠される揚げ物などの総菜、涼感食品などが好調に動いている。新型コロナウイルスと猛暑が重なり、来客数は減少している。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後も状況は変わらず、前年実績のほぼ25%減で推移している。また、来客数も猛暑の関係から、今月は前年比で30%減となっている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・3か月前の来客数は前年比で39.5%減であったが、8月は40.4%減と同じレベルであり、売上の前年比も30%減で推移している。新型コロナウイルスの感染が収束する様子はみられないため、以前と変わらない状況が続いている。
		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再拡大に、梅雨明け以降の猛暑もあり、特に都市部の店舗では来客数がより一層減少している。一方、郊外店舗は比較的順調である。また、商品別にみると、化粧品や旅行用品、衣料品全般が厳しく、食品や住まい関連品は比較的好調であるものの、前年の実績には遠く及ばない。
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除直後に比べて、大阪の感染者数の拡大や、猛暑の影響で、来客数が大きく減少している。特に、百貨店の中心客である50代以上の富裕層による外出自粛傾向が強く、購入金額が伸びない。オンラインや外商売上といった店頭外の売上は伸びているが、全体をカバーするまでには至っていない。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・8月に入って親子連れの客が増えるなど、来店客数などに心理面での改善傾向がみられたが、感染の再拡大への懸念や連日の猛暑により、特に購買力の強いミセス層の動きが、再び慎重になってきている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・猛暑と新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、家庭での食事や家飲み需要が相変わらず強い。また、7月の天候不順の影響による記録的な青果物の相場高も、売上の押し上げにつながっている。一時は減少していたテレワークがまた増えているのか、若い夫婦が買物する姿を、4～5月と同様に今月もよく見掛ける。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品以外の来客数が、前年比で20～30%減少する状況が続いている。食品は内食化の影響で、生鮮品を中心に堅調であるが、総菜の不振に変化はない。外出の減少で化粧品やアパレルが売れず、外食の減少で食品が好調となっている傾向は、前月までと同じである。
		スーパー（店長）	単価の動き	・スーパー業界に限れば、新型コロナウイルスの影響で外食業界が厳しい分、在宅での食事が増え、特需が生まれている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる外出の自粛期間以降、来客数の回復は進んでいない。行動範囲の縮小や、レジャーの自粛傾向は、消費者の間で継続している。
		スーパー（店員）	単価の動き	・お盆は果物もよく売れていた。それ以降は野菜の値段が上がり、考えながら買物をしている客が多い。
		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、売上が前年を上回る状態が続いている。
		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加し、東京や大阪では飲食店の営業時間の制限などが行われ、内食関連の動きが再び強まっている。野菜の相場高も、売上の堅調さに貢献している。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・前月は雨の日が多く、今月に入ると気温の高い日が続くなど、新型コロナウイルスの感染拡大と併せて、来店条件としては厳しい状況が続いている。来店は、やはり昼間の暑さを避けた早い時間帯が多く、多くの店舗で午前中の売上が前年よりも大きく伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今年の夏は梅雨明けが遅く、夏の暑い期間が短くなっている。そのため、飲料水の売行きが前年比で27%ほど落ちている。

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）	単価の動き	・購買意欲がなくなったように感じる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・一度は職場に戻りかけた在宅勤務者がまた増えているようで、周辺のサラリーマンやOLによる来客は、低い水準で推移している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・ここ数か月はそれほど変化がないものの、前年比では来客数がかかり落ち込んでいる。特に、夜のサラリーマンの数が減っている。おそらく新型コロナウイルスによる単身赴任の減少や、飲食店の営業時間短縮の影響も出ていると考えられる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は前月と変わらない。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・夏休みもあったためファミリー層の来店が目立ち、単価は上がったが、景気が上向き動きは全く感じられない。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は先行きが読めず、積極的な消費は見込めない。客の間にも消費を抑制している感がある。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・夏のエアコンの販売量は、前年を上回るなど好調である。給付金による家電購入の増加が、売上好調の要因になっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は少しずつ戻ってきているが、販売量の動きが伴っていない。
		乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第2波以降、客は様子をつかがっていると感じる。売上は、良くも悪くもない状態となっている。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスがインフルエンザのような感覚で報道されるようになれば、消費者心理は上向かない。マスコミ、特にテレビ番組による、不安心理をあおるだけの姿勢が変化しなければならない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	販売量の動き	・ファッションや食品など、依然として売上は厳しい状況が続いている。また、化粧品も前年比で50%を超えるマイナスとなるなど、インバウンド需要の落ち込みが大きく響いている。
		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	・マスクの入荷が安定してきたが、高額にもかかわらず売行きが良い。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月も客の動きに大きな変化はなく、団体での予約はないが、少人数の予約でも、週末は満席になっている。
		都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの利用者は増加傾向にあるものの、稼働は伸びず、低稼働のままである。ここへきてレストランの来店数も減少しており、ディナーは再び休止となったほか、宴会場の利用もない。
		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、消費が少し動くかと期待したが、効果は限定的であり、客の大きな動きにはつながっていない。対症療法ではなく、ワクチンの開発や、ウイルスとの共存方法などを提示しない限り、客が動くことはないと感じる。
		旅行代理店（役員）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンが始まって、感染拡大への懸念からか、動きは小さい。ただし、このキャンペーンがなければ、経営は更に厳しくなっていたと考えられる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー業界では、雇用調整助成金の関係で一部のタクシーしか動いていないほか、病院に通っている人が猛暑の影響で利用するケースが多少みられる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・例年は気温の高い日が続けば、客の乗車機会が増えるが、今年は新型コロナウイルスによる入出の減少が続いており、低水準で推移している。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	来客数の動き	・イベント関係の業界では、7月前半には少し持ち直しの動きがみられたが、感染の再拡大により、再び大きく落ち込んでいる。この状態が続くようであれば、中小の業者はいずれ持ちこたえられなくなる。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる生活の変化が定着しつつある。実店舗の利用は、郊外店の食品の動きが堅調である点を除いて、不振が続いている。
		美容室（店員）	来客数の動き	・お盆でもどこにも行けず、時間があるため、暑さを避けて来店する客が多くみられる。

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
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・3～6月の外出の自粛期間中に動けなかった客が、活発に動いているため、最近は多忙な日が多い。
		住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、消費者が自粛モードであり、展示場では見込み客の集客が乏しい。
		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は低調な一方、新築の戸建て市場は活況となっている。新型コロナウイルスの影響で戸建て志向が高まるなか、分譲マンションは価格の高止まりを含め、厳しい状況である。
		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対策の商材の動きは良いが、そろそろ止まり始めている。官公庁でも、間に合わせ程度の予防対策ではなく、もっと予算を使うべきである。
		一般小売店[衣服] (経営者)	来客数の動き	・8月前半には少し来客の回復がみられたが、中旬からは、また来客数が大きく減少している。
		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[菓子] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、非常に厳しい状況が続いている。6～7月は3～4月に比べて少し良かったが、8月の売上は伸び悩んでいる
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・8月の当店の状況は、24日までの入店客数が前年比で10.9%減となり、都心部の店舗は49.0%減となった。明らかに感染の第2波により、不要不急の外出が控えられていると感じる。また、お盆の帰省がストップしたことで、手土産の需要が激減したことも響いた。それでも郊外型の当店では、食料品は店頭売上が0.9%増、生鮮品に限れば4.4%増と好調を維持している。
		百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・長梅雨の後に猛暑が続いたほか、Go To Travelキャンペーンの波及効果が残りみられず、秋物衣料の動きも鈍いなど、来客数や販売量に伸びがみられない。
		百貨店(営業推進担当)	お客様の様子	・感染の第2波の到来や、4-6月期のGDP成長率の公表で、外出の自粛傾向が強まっている。また、将来不安による節約志向に加えて、10万円の給付金効果が薄まりつつあることも影響している。ただし、遠方への長期の外出が減った一方、マイクロツーリズムのほか、近隣での比較的安全な娯楽として、商業施設の利用者が増えている傾向もある。地方や郊外の施設は売上が下げ止まっている感もあり、全体としては、やや悪くなっているという感覚である。
		百貨店(外商担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第2波がきたことで、再び売上の落ち込みが激しくなっている。入店客数も減少し始めている。
		スーパー(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの特需が、ピークの5～6月に比べると、前年比では若干減少傾向にある。来客数の減少傾向は変わらず、客単価も若干下がり気味であり、買いだめや備蓄行動も変わってきている。
		コンビニ(店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が減っている。
		家電量販店(店員)	お客様の様子	・競合見積りを依頼される頻度が増え、価格調査をしても更に安い提案を探して回る傾向が、以前よりも増えたと感じる。意思決定のスピードが遅くなってきている。
		その他専門店 [宝飾品](販売担当)	来客数の動き	・宝飾品は例年のバーゲンセールがなく、金相場も上がったままであるため、購買意欲が高まる要因がない。不要不急の買物というイメージから、購入目的の客は少ない。
		その他小売[インターネット通販] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者が、徐々に中心部から離れた地域でも出ている。感染を気にしている人は外出を控え、まとめ買いに徹しているほか、暑さで客足が減少しているため、状況は厳しい。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・猛暑で商店街の人通りが非常に少ない。大阪市内で飲食店の営業自粛が要請され、当店は対象に入っていないものの、消費者が警戒し、来客数が減少している。来客には2人連れが多く、店内の座席も減らしているため、売上が伸びない。

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（企画）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による消費者の自粛行動で、売上の前年比が前月よりも5%悪化している。特に、都心部の店舗の回復が遅れており、全体としては前年比で20%程度の減少となっている。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・売上だけをみれば戻っているが、当社の抱える危機感が非常に感じられる。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・高級ホテルや旅館に需要が集中している。それ以外の、団体客を中心とした中型、大型旅館の需要は回復していない。ただし、高級ホテルや旅館についても、Go To Travelキャンペーンによる特需で人手が足りないが、キャンペーンが終わった後が怖い。
		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、大阪への客足が伸び悩んでいる。Go To Travelキャンペーンの効果は高級ホテルや旅館に流れ、ビジネスクラスへの恩恵は少ないため、当ホテルでは余り感じられない。ただし、大阪いらっしやいキャンペーンの効果は出ている。
		旅行代理店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響を直接受け、倒産につながっている企業が多く、当社も会社の存続が問われる事態となっている。前月も全体的に悪く、それ以降も回復していない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・自粛の動きには波があるが、引き潮ムードになっていると感じる。9月からの予測は難しいが、まだまだ厳しい状態が続くそうである。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・取引先の受注状況が悪化している。
		通信会社（企画担当）	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、予算が凍結となる取引先が多い。これ以上続けば、来年にも響く。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費活動を促進するような経済政策がないため、景気が良くなるとは思えない。
		美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染に加えて、今年は非常に暑く、客足が大きく減少している。売上は固定客頼みとなっている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲が感じられず、広告等の反響も落ち込んでいる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場への来場者が、新型コロナウイルスの影響で今期は激減している。8月も減少気味であるが、展示場への出展企業の月間契約数には回復の兆しがみられる。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・例年よりもバーゲンセールは前倒しとなったが、来客数は伸びず、来店客の滞在時間も新型コロナウイルスの影響で短い。これまでの販売方法を変える必要があることを、痛切に感じる。
	×	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・県下では、7月下旬の新型コロナウイルス感染再拡大の報道以降、入店客数が落ち込んでいる。梅雨が明けた8月は酷暑が加わり、更に入店客数が減少している。
	×	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・5月中旬から新型コロナウイルスの影響も緩和されつつあり、6～7月中旬頃までは、来客数も戻ってきている様子が見られた。7月後半からは感染の第2波の影響があり、一段と来客数が減少している。6月は前年比で14.6%減、7月16.1%減となっている。
	×	スーパー（経営者）	単価の動き	・来客数は前年並みであるが、客単価が低い。生活に密着した業種であるが、消費の冷え込みを感じる。
	×	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来店頻度が減っており、来客数の減少が続いている。食品も客単価の上昇で売上は好調であるが、来客数の減少が続いている。衣料品は、来客数、客単価共に悪化しており、売上は苦戦している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・政府は個人消費を拡大する政策を検討してほしい。そうしなければ衣類などのぜいたく品の小売業は駄目になる。どの小売業者もお金がなく、支払う給料もない状況で辛抱している。
	×	衣料品専門店（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傾向にあったため、来客数が少ない状況である。20日を過ぎてからは徐々に戻ってきているが、全体としては少ない。

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	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が広がってから、徐々に仕事が減り、売上は前年比で2割減となっている。今、感染の第2波がきている影響で、これから更に経済が停滞すると予想している。
	x	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、納期や支払の延期について、取引先からの相談が増えている。
	x	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・大阪市内での休業要請以降、風評被害もあり、客による当地域界わいでの食事が激減している。体力の限界に達した店舗が、今後の再生のめどが立たず、次々に閉店している。
	x	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの利用は増加傾向にあるが、団体客の予約のキャンセル分や延期分は戻っていない。宴会も同様で、予約分が実施されるかどうかは、そのときの状況に左右される懸念がある。
	x	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染に関する、ワイドショーなどのマスコミによる恐怖をあおる報道が、悪影響を及ぼしている。
	x	タクシー運転手	お客様の様子	・言葉で表せないような景気の悪さとなっている。
	x	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が、徐々に不動産の流通面にも出てきた。集客が着実に減少してきている。
	x	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出ている。
企業動向 関連 (近畿)		-	-	-
		食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・今年の8月のお盆は人の移動が少なく、商品も動かなかったが、お盆明けからは飲料水の売上が少し増えている。
		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、5～6月は出荷量の落ち込みが最も大きかった。7月はかなり回復したが、8月は稼働日の減少によって若干落ち込んでいる。
		金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・5月を底に徐々に持ち直しているが、いまだに厳しい状況には変化がない。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一時期は動きが悪かったが、徐々に戻りつつある。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・大半の得意先については、広告出稿は厳しいままであるが、通販関連企業の一部などでは、動きが戻りつつある。
		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・外出の自粛など、新型コロナウイルスの影響が引き続き出ている。当社は家庭用、業務用の売上が半々であるが、家庭用は夏祭り関連の需要がほぼゼロであるものの、前年比ではプラスで推移している。
		繊維工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・催事が増えてきたが、参加者の減少で売上が予定額に足りず、経費負担率が上昇している。また、注文は感染発生前からの受注のみであり、先行きの見通しが立たない。
		繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・8月はお盆の休日がある関係で、操業時の生産の減少幅は小さくなった。全体でも、前年比で10%以内の減少である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・夏季休暇の前には、受注量も少し増加したが、20日過ぎからは減少している。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・海外の輸出メーカーからの発注は減っているが、国内のメーカー、商社からは増えており、プラスマイナスゼロである。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の部品や、部品用材料などの動きが悪く、全体的には稼働率が70%程度になっている。
		金属製品製造業(開発担当)	受注量や販売量の動き	・繁忙期を過ぎたため、暇になっていく。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月はかつてないほど景況が悪く、最悪の状況は変わらない。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・海外への往来がほとんど不可能になっている。日々の企業活動に制約はないが、これほどの経済活動の停滞は想像を絶しており、日々の業況も振るわない。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・今月は猛暑の影響で、特にエアコンの販売が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
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は減少したままである。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、工事の延期や凍結が増えていたが、工事が再開し、一時的に技能労務者が不足する傾向が続いている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・婚礼シーズンとなるため、新型コロナウイルスの影響があっても商品は売れている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、折込件数が減少しているほか、仕事が減って収入が落ち、購読が減り始めている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・消費者向けの小売や飲食、サービスは、新型コロナウイルスの影響で、以前のように戻らない。どうすればよいかについて、模索が続いている。
		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	・大阪での新型コロナウイルスの感染拡大に加え、連日の猛暑による危険な暑さで、購買意欲が減退している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の設備投資計画が不透明になっている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・外食関連の不振で、店舗の解約が増えるなど、不動産関係も悪くなってきている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ローコスト系の会社に、見込み客を立て続けに取られた。新型コロナウイルスによる消費マインドの低下が、受注金額にも影響し始めた可能性がある。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、受注が前月よりも増えているといった声は少なく、逆に受注が減少している企業の方が多い。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・緊急事態宣言が解除され、飲食店などはかなり回復が進んでいる。ただし、自粛ムードが定着しつつあるなかで、どこまで回復が続くかはまだまだ不透明である。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・生産性の高い企業でも、工場の生産量がなかなか増えず、消耗品も使用せずに終わるため、新たな購入が少なくなっている。
	×	出版・印刷・同関連産業（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が数字で出始め、明らかに受注量が減少している。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの問題で、商売が止まるようになってきている。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大した時期から、前年比で40%以上の受注減となっている。
	×	金融業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が、長期の景気低迷につながっている。一時は感染者数も減少傾向にあったが、8月に入って拡大したことで、景気回復には相当な時間が必要となる。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で店舗の解約が増えている。今までは3か月前の解約が多かったが、今は期限の6か月前の解約が増えている。なかなか次のテナントも決まらず、悪くなっている。
	×	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影響が大きく出ており、売上は前年比で80%となっている。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・服飾関係の取引先が多いが、新型コロナウイルスの影響で、売上が前年の1割あるかどうかという状況にある。その対策として、半数から4分の3の従業員を解雇するなど、厳しい状況が続いている。
	×	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影響で、経済状態が悪い。
雇用関連		-	-	-
(近畿)		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・徐々に確実性の高い案件が増え、契約が決まり始めている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は前年比で60%程度であるが、3か月前に比べると、季節調整済みの数値で130%増となっている。

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
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・3か月前の状況から比べると、厳しいながらも、少しずつ新型コロナウイルスとの共存に向けて、努力している企業が増えていると感じる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人数は3か月前よりも増加傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・この2～3か月は、新型コロナウイルスの影響で引き続き状況は悪い。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求職者対応のなかで、内定が出ている旨の発言を聞く機会が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はみられず、期待はできないが、改めて大きな落ち込みも発生していない。求人数は今が底で、これからは少しずつ改善すると考えていたが、新型コロナウイルスが景気にもたらした傷は深く、しばらく上向くことはないと予想される。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は8月に入ってやや持ち直したが、依然として前年比で20～30%程度の減少傾向で推移している。特に、飲食・宿泊業、卸売・小売業、医療・福祉業、製造業などの落ち込みが激しい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年比で10か月連続の減少となっている。電機大手ですら仕事が減少し、自宅待機の社員がたくさんいる状況なので、下請業者まで仕事が回って来ないという事業主の声を聞く。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・7月は有効求人数が2.9%増と7か月ぶりに増加に転じたが、有効求職者数は8.0%増と3か月連続で増加したため、有効求人倍率は1.17倍と7か月連続で低下している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売業や飲食業はやや回復しているが、製造業のほか、特に建設業の落ち込みがひどい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・3か月前の、緊急事態宣言中で全く動きのなかった5月時点と比べると、新卒採用市場でも選考試験や就職イベントへの出展申込みなどがあり、上向きに感じる。ただし、月全体や前年比で見ると、これまでの売手市場とは異なり厳選採用の動きが強く、採用者数を絞る傾向にあるため、プラスマイナスゼロと考えられる。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・お盆明けから、9月末までの派遣契約の方針などが、具体的にようになってきた。予想どおり約50%が終了し、10月からの新規案件も先細りとなっている。そのなかで、テレワークを中心とした案件が出てきているほか、在宅勤務が中心の企業に対しては、今までと違って人材も比較的集めやすくなっている。今後もこのような傾向が続くそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・政治情勢のほか、今後2～3か月の新型コロナウイルスの感染拡大状況が不透明である。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況を見ると、関西企業からの出稿は、新型コロナウイルスの影響による業績の悪化で、全く動きがない。
	×	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・就職情報サイトなどで、採用活動を継続していると広報している会社が、実際は採用活動が終了しているケースが多くなっている。

## 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)		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。

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（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	・益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%く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、人出が少なく、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らず、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。

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〔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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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掛かったため、現在は景気が回復する兆しがみられない状況である。

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
		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。
		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。
		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いため、利用者数が伸びてこない。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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もほとんどない。
		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。
		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、帯問屋などの仕入先も何軒かが廃業している。

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
		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ため売上、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。

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
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	・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。
		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業し、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問合せも非常に少なかったが、徐々に問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。	
x		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。

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
	×	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。

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

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
(四国)		家電量販店(副店長)	販売量の動き	・梅雨明け以降、気温が高く残暑も続いて、夏物商材や白物商材を中心に売上が上昇している。また、在宅ワーク等が多くなりパソコンの販売も著しく伸びている。
		百貨店(営業管理担当)	来客数の動き	・来客数は月後半にはやや戻りがみられたが、お盆期間に密を避けたことや猛暑による外出自粛傾向が影響し、月全体では前月と同水準となった。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・巣籠り消費の恩恵が続いている。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・前月までは客単価の増加による前年超えだったが、今月は客単価、客数共に前年を超えている。しかし、市内で感染者の報告があると急ブレーキが掛かる。今は一進一退の状態である。
		衣料品専門店(営業責任者)	販売量の動き	・5月は緊急事態宣言でほとんどの店舗が休業を余儀なくされていたため、それに比べればまだ良い方だが、現在は前年比で30%以上下落しているため、非常に厳しい。
		乗用車販売業(営業担当)	販売量の動き	・メーカー、自社共にキャンペーンを実施しており、3か月前に比べれば販売量は良い。これまで新型コロナウイルスの影響で来店を控える方が多かったが、来店客も増えている。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新車の受注状況は前年の水準まで持ち直している。
		乗用車販売店(従業員)	お客様の様子	・来客数が増えてきた。
		乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・第2四半期に新型車が発売されたこともあり、受注台数が前年を上回る状況である。
		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影響により激減した売上も少しずつ上向いてきている。また、行政による消費促進キャンペーンがあったので、来客数が増えた。
		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収束したわけではないが、自粛要請も緩和され客足が戻りつつある。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後、前年の50%くらいまでは宿泊客が戻った。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンが7月下旬から開始され、新型コロナウイルス感染拡大前には至らないものの、徐々にではあるが個人の動きが出てきた。
		通信会社(営業部長)	販売量の動き	・販売数は前年同月と同等まで戻っている。
		競輪競馬(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による営業自粛や県をまたいだ往來の制限、国民1人1人の感染防止意識の高まりにより経済は大きく冷え込んでいた。しかし、今月には経済活動は徐々に復活しており、客足も増えてきていることから、経済活動による社会生活を履行しながら新型コロナウイルスとうまく付き合っていく状況となっている。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・売上低迷を極めていた3か月前と比べると客が動いている。大分、客が新型コロナウイルスへの対応に慣れてきたのだろう。
		設計事務所(所長)	それ以外	・営業活動が活発になってきており、その分、仕事の情報も入ってきている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されて大分良くなっていたが、第2波の影響で8月のお盆はかなり厳しい状況となり、急激に来街客が減少した。また、Go To Travelキャンペーンは奏功せず出控えが起きている。
		商店街(事務局長)	販売量の動き	・7月中旬以降に再び始まった新型コロナウイルスの全国的な感染拡大傾向が一旦は落ち着き始めたことにより、8月後半から人通りが戻り始めている。ただし、高齢者は引き続き警戒感が強く外出を控えており、全体では消費は弱いと感じる。
		一般小売店[書籍](営業担当)	お客様の様子	・客は熱中症対策で昼間は外出せず、クーラーの効いた室内で過ごしている。
	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影響で、業務用酒類販売を中心に行っている当店では今春以降、販売数が激減している状況が続いている。	
	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスに加え、猛暑による来客数の減少が売上に非常に影響している。	

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
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・お盆期間の帰省の自粛などで8月の来客数は前年を下回る数値となっている。ただし、買上点数、売上状況共に前年をかなり上回っている。これは、外食自粛で自宅での食事の回数が増えたことによるものと推察される。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響で来客数の前年割れが発生している。また、梅雨明けが遅くなったことも来客数の減少に影響している。
		コンビニ（商品担当）	来客数の動き	・イベントやレジャー需要がないと来客数が厳しい店舗がある。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・まだ新型コロナウイルスの影響もあり、来客数の伸びは余り良くないが、通販での注文はある程度入っている。それでも景気は横ばいかやや悪い。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で非常に悪い状況が続いている。ただ、Go To Travelキャンペーン等の施策のお陰で、地元客と近場の帰省客が若干動いてきたので、3か月前と比べるとほぼ変わらない状況である。
		通信会社社員	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、プッシュ営業が積極的に行っていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響があり、来客数は前年と比べ非常に低い。また、客の活動が鈍く、夜に至っては非常に悪い。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は大きく減少している。お盆などには必要商品の購入のために来客があったが、ふだんは外出を控えている客が多いので、来客数も人通りも極端に減っている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・3か月前の5月は、新型コロナウイルスの特需で非常に売上が好調であったが、現在はそうした状況にはない。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・今後のことを考え、少しでも手元の金を残しておくため、ランクを落とし価格を抑える方が増えた。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・このところ新型コロナウイルスの感染者が毎日発表され、来客数が一層減少している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客の人数、乗車率、水揚げ、距離を3か月前と比較すると、全体的にやや悪くなっている。
		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で全体的にすく落ち込んでいる。特に夜は外出する人が非常に少なく、料金が2割増しになる時間帯の売上が落ち込んでいる。昼間もやはり新型コロナウイルスの影響で病院に行く人が減っている。また、お遍路もキャンセルが出ている状態で良くない。
	×	商店街（代表者）	それ以外	・駅前再開発により誕生し、地元百貨店や中心商店街に再生困難なほどの打撃を与えた県外資本大型店が撤退する。県外資本の大型店を核にした再開発や街づくりは大きな曲がり角に入っている。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、今年はお盆の帰省が非常に少なかった。客はふだん使う物は買ったが、お盆商品は全く売れなかった。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月は更に来客数の減少が著しい。お盆の人の動きの悪さ、近隣の夏祭りの中止、高校野球の異例な方法での実施等がかなり影響したものと推察される。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・8月も前月と同様に推移すると期待していたが、四国三大祭りに挙げられる当県の夏祭りが中止になり、ホテルや飲食関係だけでなく幅広い業種に深刻な影響を及ぼした。我々衣料業界も8月は非常に厳しい月だった。
企業動向関連 (四国)		-	-	-
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間、公共事業共に、数件は受注できた。
		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が本格化する前と比べると悪いが、4～7月と比べると8月は少し回復している。
		税理士事務所	取引先の様子	・売上面は新型コロナウイルス発生以前と比べると大分回復している企業が増えている。

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
		農林水産業（職員）	取引先の様子	・園芸品の卸売市場販売は新型コロナウイルスの影響が収まっておらず、相変わらず業務需要の比率が高い品目や花きは単価的に厳しい。一方、家庭消費の多い品目は長梅雨とその後の晴天や高温の影響で出荷できる品が少なく、絶対量不足から高値となっている。果物も絶対量不足で旧盆前をピークに高値が続いている。ただし、日持ちのしない商品が多く、商品ロスや契約価格との逆ざやなど、この高値によりもうけている先は少ないのが実態である。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・市販用食品は前年並みに落ち着いてきているが、業務用食品は回復途上で、工業品向けは低調な状況が続いており、トータルでは前年比マイナスとなっている。
		鉄鋼業（総務部長）	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、販売量共に悪い状態が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域の方に再生可能エネルギー施設の提案を行いたいが、新型コロナウイルスの影響で人が集まらないというジレンマに陥っている。今は仕事が動かない状況である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の発注量が国、地方自治体共に前年度よりも微増しているが、企業や業種によって受注量はまだら模様である。新型コロナウイルスによる事業活動への悪影響は少ないものの、事業外の研修、セミナー、レクチャーなどは中止やリモート又は参加自粛していることより、景況感は、評価し難く分からない。
		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外食産業の景気は悪化している。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月は全国の小売店舗が相当数閉鎖し、特にゴールデンウィークの関係もあり前年比50%であったが、6～7月は自社、小売店共にネット販売が拡大し、前年比ほぼ100%を確保した。しかし、8月は5月同様、売上比率が高い観光地の小売店からの注文が減少している。ネット販売や新規取引先などの売上があったが、ばん回できていない。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・取扱物は前年比で2けたの落ち込みが続いている。新型コロナウイルスの収束が見通せず、行動制限やイベント自粛等の影響を受け、落ち込んだ個人消費ははまだ回復基調には至っていない。
	×	木材木製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が3割程度落ち込んでおり、回復の見込みもない。
	×	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商談が長引く等の影響が見受けられる。
	×	輸送業（経営者）	それ以外	・先がみえず苦しいが、知恵を出しながら頑張りたい。
	×	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、取引先の輸入数量の落ち込みや国内輸送貨物の低迷が続いており、倉庫物流に関しても在庫調整等で入出荷数量が落ち込んでいる。
	×	金融業（副支店長）	取引先の様子	・6月頃、一旦持ち直しかけたが、新型コロナウイルスの再拡大により、7月以降、取引企業の売上が再度減少している。
雇用関連		-	-	-
(四国)		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は前年と横ばいで、新型コロナウイルスの影響を受ける業種とそうでない業種が分かれている。
		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防止対策により、周辺企業も従来の事業展開を自粛しながら、今できることでサービスを提供している。新型コロナウイルスの対策を主とした新ビジネスへの事業者給付金や余剰社員の出向契約制の導入など、ヒト、モノ、カネの運用に努力しているところは改善傾向にある。
		職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が様々な産業に出てきており、事業所閉鎖、事業縮小等による人員整理を実施する事業所が4月以降継続していること等を総合的に考えると、変化はない。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・観光関連を中心にサービス業で引き続き採用活動が鈍化している。また、事務系の求人も減少傾向である。

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
		学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・大学生、短大生の就職内定者数が8月に入っても思っていたほど伸びていない。
		求人情報誌(営業)	求人数の動き	・飲食、宿泊業等のサービス業を始めとして、製造業等でも求人数が減ってきた。採用困難な一部の職種については引き続き募集継続しているが、トータルでは求人が大きく減っている。
		職業安定所(職員)	それ以外	・大卒等を対象にした就職フェアは、前年度と比較して3倍弱の参加者となっている。現段階で道筋がつかない学生が多数いると考えられる。
	x	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数が少なく労働者の契約も満了していく。

### 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。来店客数が、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。	

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（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。
		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。
		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。
		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来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。
		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。
		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。
		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。
		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店客数に大きくマイナスに影響した。
		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ア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。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・底値が続いている状況である。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。
		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。
		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。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・当店は、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。
		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。

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 (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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。

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也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、売上也減少している。
		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、店頭での売上也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。

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
		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ずまずだったが、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、前年度と変わりない状況であるが、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。

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
		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はいるが、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い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りない。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、これまでのようにはいなくなっている。新体制がまだはつきりせず、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。

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（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来を防ぐ対策として、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している。
		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。

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。

## 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
家計 動向 関連  (沖縄)		-	-	-
		百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・3か月前に比べると食品でお中元ギフトの動きがありやや良いが、前年に比べるとマイナス20%台と厳しい状況は変わらない。当地では8月中は緊急事態宣言が発表されているが、4月とは違い、経済活動と新型コロナウイルス対策の共存がみられるようになっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が増えている。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・新型車や高価格帯ブランドの受注が好調である。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・前年は8月に旧盆の時期があったため、比較すると売上高は減少するも、巣籠り需要で買上点数が増えて客単価が大きく伸長している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・7月後半から8月に掛けて、新型コロナウイルス感染者の数が急増したこともあり、目抜き通りやその周辺は来客数が激減している。当店も8月2日から営業自粛に入り、売上は例年の3分の1にまで落ち込んでいる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・沖縄県内の新型コロナウイルス感染症の流行による県独自の緊急事態宣言発出に伴う観光客数の激減が影響し、前年同月実績を大幅に下回る客室稼働率である。3か月前より前年比のマイナス幅が大きくなっている。
		住宅販売会社（代表取締役）	お客様の様子	・建築請負契約を行ったにもかかわらず、新型コロナウイルスの影響で仕事の先行きが見通せないとの理由で契約解除の事例が出ている。
		×	商店街（代表者）	来客数の動き
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン開始の連休4日間のみ客数が増加し、それに伴う新型コロナウイルス感染者の爆発の第2波により客足が途絶え、Go To Travelキャンペーン開始前よりも売上、客数とも減少している状況で、先行き不透明である。
	×	コンビニ（副店長）	来客数の動き	・前月22日から前倒しで始まったGo To Travelキャンペーン開始後に県内にてクラスターが発生したこと、県独自の緊急事態宣言に伴い、客数が大幅に落ち込んでいる。

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
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	競争相手の様子	・8月1日より新型コロナウイルス第2波を受けての自粛要請が出た。7月末の週末は例年であれば200名ほど入る店舗が、常連1名という惨たんたる状況だったこともあり、当社も全店舗9月2日まで休業に入っている。周りの店舗もほとんどが休業しているが、辛うじて開けている店舗も観光客がぼつぼつというだけの状況が続いている。都心部はゴーストタウン状態が続いているが、中北部のリゾート地周りは観光客で前年より入客が多く入っているホテルや居酒屋が散見されるようである。
	x	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・沖縄での8月初旬における新型コロナウイルス感染者の増加と、知事による沖縄独自の緊急事態宣言により、当初予定されていた8月宿泊予約が半減している。9月もキャンセルが続き、新規予約が少ない。10月も修学旅行のキャンセルや延期により、予約が大幅に減少している。
	x	旅行代理店（マネージャー）	それ以外	・5月までの自粛期間を耐えて、6～7月は沖縄県内独自の観光キャンペーンの効果がある程度あり、外での飲食も居酒屋程度までなら少人数でも行けるような気持ちになりつつあった矢先、Go To Travel キャンペーンなどによる来県者増、在日米軍基地の新型コロナウイルス感染者増、沖縄県の緊急事態宣言の発出で瞬く間に予約キャンセルの嵐で何もかもなくなり、振出しに戻る。
	x	観光名所（職員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響がある。
企業動向関連	-	-	-	-
(沖縄)	-	-	-	-
		食料品製造業（総務）	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍の影響を大きく受け売上が著しく減少している取引先と、巣籠り消費で逆に伸びている取引先があるが、全体ではやはり落ちこんでいる。減少している取引先は今の時点で、改善見込みが立てられないとの厳しい状況である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数は結構あるが、具体的な商談には結び付かない。
		輸送業（経営企画室）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者が沖縄でも増えているが、4～5月の緊急事態宣言時ほど、景気に影響を及ぼしていないものとみられる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、公共、民間工事向けの需要が厳しく、前年比で減少している。
	x	-	-	-
雇用関連	-	-	-	-
(沖縄)		職業安定所（職員）	求人数の動き	・観光関連業種の求人が徐々に復活し始めてきている。
		人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・派遣依頼数は現在さほど変化していないが、求職者がなかなかみえてこない。新型コロナウイルスで打撃を受け、雇用を維持できず退職者が多いと聞く割に、求職活動が少ないようにみられる。失業手当や他の手当で休職中となっているケースも多いように考えられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・前年比で求人数、特に県外の求人数が減少している。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	求人数の動き	・Webによる就職面接が行われているが、実感として求職数が少ないとみられる。
	x	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・問合せや求人登録が減少している。