

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	商店街（代表者）	・良くなると期待したい。政府の対応が第2波のときも今回と同じであれば、今回以上の不景気になる。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・景気が悪いのは原因がはっきりしている。新型コロナウイルスの影響はまだあるが、現在は落ち着いてきているため、これから1～3か月は良い状態が続くと見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスが終息すると考えるため、景気は少し良くなる。
	○	商店街（代表者）	・今が最低のときである。10万円の給付で多少は周りも含めて良くなる。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルス対策の外出自粛が解除され、多少は良くなると見込んでいる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・期待を込めて良くなる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・緩やかに元に戻っていくのを期待するしかない。
	○	一般小売店〔書店〕（経営者）	・今月末から少し明るい兆しが見え始めたため、7月からは少し景気が戻ると見受けられる。
	○	百貨店（総務担当）	・第2波の発生が非常に気になるころではある。夏季ボーナスの減少も売上に影響を及ぼす可能性が高いが、海外旅行等海外で消費されていた金が国内に振り向けられることになり、消費需要も高まるのではないかと推察している。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言が解除され、週を追うごとに来客数、売上は上がってきている。今後も再度の流行などがなければ、一定のレベルまで売上の戻りは期待できるが、インバウンドは、当分の間戻ってこないと思われる。
	○	百貨店（経理担当）	・徐々に回復に向かうと見込む。
	○	百貨店（営業担当）	・少しずつイベント、宣伝等が再開したら、もう少し客の動きが戻るように感じる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響の緩和で、徐々に戻ると期待している。
	○	百貨店（業績管理担当）	・入場制限や買物時間制限といった3密対策を実施し、徐々に集客催事の開催を検討している。春夏商材の在庫が多く、バーゲンセールでの売上増加が見込める。
	○	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染の第2波が来ないことを願いつつ、現状維持できれば多少良くなると期待している。
	○	スーパー（総務）	・新型コロナウイルスの影響により売上が落ち込んでいたが、衣料品の売上が前年並みに戻りつつあり、食料品の売上も非常に良いため景気が戻ってきた。
	○	スーパー（販売担当）	・いろいろな行事があり来客数が増えるため、景気は少し良くなる。
	○	スーパー（支店長）	・緊急事態宣言時と比較すれば、少しは客の動向も良くなり期待はできるが、また第2波などとマスク等で騒がれると、一気に需要が再び縮小するのではないかと考える。早く終息に至り、ニューノーマルでよいので活気のある生活をしたい。
	○	コンビニ（企画担当）	・このまま新型コロナウイルスの影響が収まっていくようであれば緩やかに改善していくと考えられるが、状況の変化によっては悪化する可能性もある。
○	コンビニ（エリア担当）	・人の往来が増えて来客数が増えたと少し回復すれば、客単価は高止まりしているので、景気の回復が見込める。	
○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染拡大時と比較して、人の動きも少し活発にはなったが、感染拡大前の売上と比較してマイナス3%の状況である。今後については、エンターテインメントキャンペーンを継続して実施することで来客数の改善と季節商材、エリア商品の強化を図る。	
○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響による直近のどん底状態から脱し、少しずつ来客数も増え始めている。夏頃には現状より人の動きも活発化することが予想されるため、来客数が今より増えて、飲料等の夏物商材を中心とした売上の回復も考えられる。	

○	コンビニ（本部管理担当）	・景気に関しては、今後回復傾向が続くと見込む。理由は、新型コロナウイルスによるマイナスの影響を受けている世帯もあれば、新型コロナウイルスの影響で外食、外出を自粛し金を使わなかったため金が貯まった世帯もあり、後者の世帯はこの夏に財布のひもが緩むと考える。実際に周りでもそのような話をよく耳にする。
○	コンビニ（商品企画担当）	・今後、東京オリンピックが延期となった関係やこれまでの新型コロナウイルス禍での自粛疲れなどにより、7月の連休や8月のお盆には、ある程度の人移動が発生すると想定する。ただし、新型コロナウイルスの第2波の発生などがあれば、確実に景気は悪化する。
○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・家電業界は、新型コロナウイルスの影響も軽微で巣籠り消費にも支えられているため、消費マインドが戻れば景気も良くなる。
○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス発生以前のように当然いかないが、このままの感染状況が続けば、少しずつ戻ってくるように見受けられる。
○	乗用車販売店（従業員）	・前年比では大幅に落ち込んでいるが、新型コロナウイルス感染拡大の時期からは徐々に新車の販売台数は回復しつつある。この数か月の新車販売台数が落ち込みすぎて、今よりは良くなるという意味合いもある。
○	乗用車販売店（従業員）	・問合せ件数も多く、自粛期間が長かったため、新型コロナウイルス対策の移動手段として自動車は良いと考えると、総合して自動車業界はこの先明るいと思われられる。
○	乗用車販売店（営業担当）	・滞っていた新商品の発売が判明し、来月からは商品の入荷も徐々に見込めるので、元どおりには時間が掛かるだろうが、期待している。
○	乗用車販売店（営業担当）	・緊急事態宣言の解除以降、来客数は戻りつつある。メーカー側の客への購入支援もあるため、回復を見込む。
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・10万円給付金の使用が見込める。夏のボーナス支給状況によっては購買意欲の向上が見込める。
○	高級レストラン（経営企画）	・ウィズコロナとして各企業、消費者が動き始めている。政府の政策により自粛対応企業の支援策が実行される。テイクアウトの定着と、新型コロナウイルス感染症対策を各店舗で実施することにより、イートインの来客数の戻りを期待する。
○	観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの客の動きがあり、少しずつ景気は回復すると考えるが、まだまだ弱い回復基調が続くと考える。
○	観光型ホテル（支配人）	・県や市の地元観光誘客キャンペーンをきっかけに利用客が動き出してくれると思うが、遠方からの来客はまだ見込むことができない。夏の期間、地域や自館の催しも全て自粛し中止となっており、売上前年比50%の壁すらもまだまだはるか先のことである。今月よりは良いにしても、絶対的に売上が低すぎる。
○	都市型ホテル（営業担当）	・希望的観測であるが、プロ野球開幕や都道府県の移動もできることになってマインドが少し変わってきている気がする。今後、新型コロナウイルスの影響が現状並みで推移すれば、少し変わってくるかもしれない。
○	旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンによる需要喚起が期待される。
○	旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンが少しずつ浸透して、景気が良くなると見込んでいる。
○	通信会社（営業担当）	・今後も、通信速度向上に向けて販売量の増加が見込める。
○	テーマパーク（職員）	・屋外施設を出掛ける先に選んでいる傾向がある。
○	テーマパーク職員（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染が拡大してこなければ、多少回復していくと思われる。
○	観光名所（案内係）	・人出が段々と増えているため、現状のまま進めば期待できると見込む。
○	美顔美容室（経営者）	・8月からキャンペーンが始まるため、販売量が増加すると見込まれる。
○	美容室（経営者）	・夏になると新型コロナウイルスが落ち着き、暑くなるとパーマやカットに来店する客が増えることを期待する。
○	設計事務所（職員）	・夏まで新型コロナウイルスは流行しないと考える。9～10月に第2波が来ると考えるため、それまでは景気は上向きだと考える。

○	住宅販売会社（従業員）	・来場者数が徐々に増えてきている。7月からは会場イベントが再開される予定である。回復に向かっていくと考えている。
○	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・受注までは至っていないが、企業の改装工事引き合いが数件きている。
□	商店街（代表者）	・相変わらず来客数は伸びず、客単価が極端に低くなっている。
□	商店街（代表者）	・自粛中のダメージが大きく消費の回復が遅れているところで、新型コロナウイルスの第2波が来るのではないかと、楽観的には考えることができない状況である。
□	商店街（代表者）	・自粛ムードが完全になくならない限り、家電の消費は買換え需要しか考えられない。
□	商店街（代表者）	・第2波の懸念があるため、変化はしないように感じる。
□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・新型コロナウイルスによる今後の影響は、まだ見通しが立たない。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で2～3か月先も飲食店の回復は期待できない。今月のように前年比7～8割減が続くと考える。回復の見込みは、全国的に終息するという兆しがみえてこないと難しい。
□	一般小売店〔果物〕（店員）	・2～3か月ほどで景気は変わらない。
□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響でまだまだ先行きは不透明であり、不安が拭えない。
□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・現状からは、3か月先は分からない。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・徐々に客側での制限が解除されているが、秋までは現状が続くと見込まれる。
□	百貨店（売場主任）	・休業中は取引先も同様であったため生産量が少なく、現在ある商品でクリアランスセールを乗り切る予定だが、サイズがない商品が多く、売上は余り伸びないと考える。
□	百貨店（経理担当）	・渡航制限は段階的な解除が進むと考えるが、新型コロナウイルスの第2波のリスクや、可処分所得の減少から需要は盛り上がることはないと考えられる。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、経済活動が以前のように戻っていかない。
□	百貨店（販売担当）	・客は外出に前向きになっているため、新型コロナウイルスの危機感はあるが、現状よりは少し良くなるのではないかと。
□	百貨店（計画担当）	・来客数や売上が回復傾向にあるが、まだ100%回復したとはいえない状況にあり、その状況がしばらく続くとみられる。
□	スーパー（店長）	・金を使う時期には使うはずである。まだまだ外出先も制限されているので、食費に回すことも多いと見込む。
□	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの状況によって、売上の推移は変わると思うが、イベントの自粛に伴う菓子や飲料類の減少、気温の上昇による買い控えがあると見込む。
□	スーパー（ブロック長）	・新しい生活様式が継続され、在宅勤務、夏休みの短縮、外食店でのソーシャルディスタンスなど、内食需要の追い風が続くと思われる。
□	スーパー（商品開発担当）	・今年は新型コロナウイルスの影響で、夏休みやお盆の状況がどうなるか分からないため、予想が難しい。現状の売上をみると前年とさほど大きな変化はないため、景気は変わらないのではないかと見込む。
□	スーパー（販売担当）	・競合店が閉店している11月までは良い状態が続くと見込む。業績は良いが、懸念としては新型コロナウイルス発生前には数人いた閉店時刻の23時頃の客がほぼゼロである。その分日中の来客数が増えているとみられる。
□	コンビニ（店長）	・夜の来客数の落ち込みはまだ続いており、回復に時間が掛かりそうである。
□	コンビニ（商品開発担当）	・自粛明けから回復を期待させる話は聞こえてくるが不透明である。安心はできない状況が続くと考える。
□	コンビニ（店員）	・子供の夏休みも短縮されて、客の動向が読めない。
□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスが終息したとしても、景気がすぐに戻るとは考えられない。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・足元の傾向は、少しの間は継続するのではないかと思われる。現状まだ給付金が給付されていない地域を考えると、家電量販店としてはこの傾向が続くように見受けられる。ただし、我が国全体として、まだまだ産業界全体では戻っていない状況と耳にすることが多いため、3か月程度ではこの状況は変わらないのではないかと思われる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・外出自粛明けで消費は回復してくるとみられるが、新型コロナウイルスの第2波の心配もあり、先行きが読めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・徐々に新型コロナウイルスの影響は小さくなってきているが、まだ見通しがつかない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後も新型コロナウイルス禍での一進一退の状況は続くものと予想される。将来への不安もまだ払拭されていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・移動自粛が解かれ、自動車で遠出する機会が増えてくれば、販売台数、工場への入庫台数も回復してくると見込む。ただし、現状の客の様子、販売台数、入庫台数では良くなるとも思えず、しばらくはこの状況が続くと考え。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新たな販売体制のもと新型車両も発売され何かと話題性はあるが、まだ客の動きが悪い。残業時間やボーナスが減少し、客は大きな買物への抵抗感がまだ拭い去れずにいる。市場全体の購買意欲が盛り上がるのは、まだまだ先のように見受けられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響がどこまで続くのかが不安である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔書籍〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響で夏休みも短く、旅行や遠出等も敬遠されると考えるため、来客数、客単価共に伸びると見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・緊急事態宣言解除から約1か月で、特別定額給付金の影響もあり、消費マインドは以前より良くなったように感じるが、これ以上良くなる要素が見当たらない。第2波の心配もあり様子見の感がある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・宴会需要が望めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・新型コロナウイルスのワクチンが開発されないと皆が外出することはないため、テイクアウトに力を入れることを検討している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・政府のGo To Travelキャンペーンが始まれば、業種によって良くなることもある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・恐らく今の状態が続くが、なくなるものがあれば新しいものも出てくる過渡期かもしれない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・政府による10万円の特別定額給付金は、消費に回らないかと思っていたが、消費者の心理を明るくする効果があったと消費者の様子から感じられる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・現在の予約数から、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・景気対策と新型コロナウイルスの影響次第である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、忘年会の受注が本来ならピークの時期であるものの、全く受注できない。いつまでこの状況で雇用を守って会社を維持できるか、見通しは立たない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・海外旅行は、3か月以上はゼロベースが続くと予想する。国内旅行も、年内に50%回復するか否かという見通しである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・にぎわいが戻りつつあるが、タクシーの稼働台数が増えるなかで利用者の取り合いも始まり、外国人客が当面の間戻らない状況で今の伸びでは以前の水準にまでは届かない。ターミナル駅前のデパートのレストラン街では、既に閉店して1か月以上次の店が決まっていない店舗や休業の貼り紙のままの店もある。別の大規模ビルでは、8月末に4階にわたって専門店街を運営する大型店の撤退が決まっているだけでなく、同じビル内にある住宅関連の店舗群が2フロア閉店の予定となっている。リニア中央新幹線の開業も2年遅れになると発表され再開に水を差し、少なからず新常态の影響が出始める。

□	旅行代理店（経営者）	・海外レジャーが難しい状況でGo To Travelキャンペーンが、個人旅行会社にも救いの手を差し伸べてくれるかで変わってくる。Web予約を行っていない小規模店では、即割引商品の販売は不可能で大手旅行社の企画商品を受託販売するので、旅行終了後に領収書をGo To Travelキャンペーン窓口へ送付して口座にキャッシュバックする方式が望ましい。ここ数日も、給付金10万円が4名分あるからそれを利用して北海道、沖縄のふだん泊まれないリゾートホテルへ泊まりたいという問合せがある。台風は必ず来るにしても、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の再発出は避けたい。土産代も立て替えて現地の小さい土産屋も潤うように、絶対にあとからキャッシュバックの方法がよいと考える。
□	旅行代理店（営業担当）	・動きの悪い団体客に対して、Go To Travelキャンペーンを絡めた提案準備を早々にしたいが、販売法の詳細な仕様が分かるまで目標が立てづらく、どれくらいの取扱が見込めるのかが不明である。現場の声を反映した仕様になっていることを期待したい。
□	旅行代理店（営業担当）	・8月上旬から中旬に予定しているGo To Travelキャンペーンで、どれだけ団体旅行が復活してくれるか不透明である。夏休みも短く、第2波におびえて、旅行を計画する人もすぐには回復しないとみている。
□	タクシー運転手	・繁華街、駅周辺に人が少ない。景気が良くなるめどが立たない。
□	タクシー運転手	・良くなる要素がない、生活できない。
□	タクシー運転手	・例年であればボーナスシーズンも始まり需要が増えるはずだが、今年はボーナスが出ない会社もあることや新型コロナウイルスの影響もあり、以前のような忙しさになる状況ではない。
□	通信会社（営業担当）	・新規件数は落ち着いてきたものの、しばらくはこの状況が続くと思われる。
□	レジャーランド（職員）	・個人客の出控えが続いていることと、多くの学校で夏休みが短縮されることにより、例年並みの水準に回復することは難しく、厳しい状態が続くと考えている。
□	ゴルフ場（支配人）	・8～9月の入場者予約数は、前年の同日と比べるとまだまだ低い状況である。9月はゴルフシーズンに入ってくるが、今のところ予約数が伸びない。2～3か月先の景気はまだまだ悪いままと見込まれる。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・観光列車の予約が始まっているが、担当者の自宅待機が続いており問合せも少ない状況である。まだ客は出控えているように感じる。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・真夏に向けて入浴用具の販促を強化していくため、その需要を確実に拾っていききたい。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・この状況下でどれだけ例年並みに戻せるかを思索している段階であるが、部屋を探す客がどれだけ増加するか、又は新婚世帯がどれだけ増加するかを見通すのが難しい。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波の心配もあり、外に出ることを控える傾向はしばらく続く。景気の回復は望めない。
▲	百貨店（販売担当）	・自粛明けの需要で文房具では好調なものもあるが、結婚式関連が前年の半分程度と厳しい。
▲	スーパー（店員）	・客の流れ、動きも以前とは違い、今後も厳しいのではないかと見受けられる。
▲	スーパー（販売担当）	・住居用品では、マスク、アルコール消毒の特需も一服し、それに代わる売上の核となる商品が見いだせない。食品でも品切れ商品がまだ回復しておらず、長期予報で暑い夏に向けての商戦も力強さがみられない。
▲	コンビニ（店長）	・第2波で一部でも活動自粛になると影響が出る。改正健康増進法もたばこの売上に影響している。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・今の状況は飽くまで一時的なものであり、決して景気回復によるものではないと考えている。
▲	家電量販店（店員）	・定額給付金で必要な物を買った後は、購買意欲は落ちるのではないかと。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が拡大しており、第2波への警戒から消費が減少すると思われる。

	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (経理担当)	・売上は前年比で28.7%のマイナス、来客数は前年比31.5%のマイナスである。
	▲	一般レストラン (経営者)	・新型コロナウイルスの不安もあり、客は金を使わない。キャッシュレス決済を導入していないため、不安である。
	▲	一般レストラン (経営者)	・7月からモーニング・ランチを再開しても、以前のように客が来ないと見込む。しかし、持ち帰りは前年に比べ少し売上が上がっている。
	▲	通信会社 (企画担当)	・会社関係の新型コロナウイルスの悪影響を多々耳にしており、これが個人にも必ず影響してくるはずである。
	▲	パチンコ店 (経営者)	・新型コロナウイルス禍で自粛要請を受け入れた後、まだ客のマインドが完全には戻っていないため、それ以前の状態になるまで時間が掛かりそうである。企業努力よりも、新型コロナウイルスの終息と完全に相関している。
	▲	その他レジャー [スポーツレジャー紙] (広告担当)	・新型コロナウイルスの影響がもっと出てくる。
	▲	理美容室 (経営者)	・外出もせず、消費意欲も余りないように見受けられる。
	▲	美容室 (経営者)	・2～3か月では新型コロナウイルスの状況は変わらない。来年、再来年と長引くのではないかと懸念する。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	・今後、受注量の減少による大きな影響が出てくると思われる。
	▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	・今年の夏は花火大会、イベントや祭りも中止で、想定していた受注量が確保できず、先行きが不明瞭である。
	×	スーパー (店長)	・個人所得が減っているなかで必要以上の買物をしないため、1品単価は下落し買上点数は減っていくと思われる。
	×	コンビニ (店長)	・新型コロナウイルスの影響が残るなか、繁華街、ビジネス街に人が戻ってきている感じはしない。この不安が拭えない限り、現在の状況は続き回復は難しい。
	×	衣料品専門店 (販売企画担当)	・まだまだ新型コロナウイルスの影響から回復の兆しはみえない。
	×	住関連専門店 (営業担当)	・建築業界の営業においては、3密を守っていると仕事、受注にならない。マスク等対策をしながら営業はしているものの、その影響で年末～来年にかけて更に悪くなると懸念する。
	×	テーマパーク (職員)	・新型コロナウイルスの第2波が心配で、人が動かない。
	×	理容室 (経営者)	・当分の間は仕事が少ないとみられる。
	×	設計事務所 (経営者)	・全く分からない。少なくとも良くなる材料は1つもない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	・新型コロナウイルスが終息しなければ、社会全体の景気は良くなるしない。
	×	住宅販売会社 (従業員)	・多少仕事が減ったことよりも、中堅の地元ビルダーが倒産したりすると更に住宅への投資が減ると思われ、とても不安である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響も2～3か月後には良くなると見込んでおり、全体の景気としても良くなるのではないかと考える。
	○	電気機械器具製造業 (総務担当)	・社会の要請もあり、ネットワークの大容量化に向けて設備投資は堅調であるとみられる。これらの関連事業は、しばらくは安定した展開ができると見込む。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・自動車メーカーの生産量が増加すると考えており、受注量も増加する。
	○	建設業 (役員)	・この2か月は新型コロナウイルスの影響で広告の自粛やマンションギャラリーを閉めていたが、販促活動ができるようになり客も動き出している。来場者数は少しずつ回復してくると思われる。
	○	輸送業 (従業員)	・7月になれば少しずつ荷動きが回復しそうだという話を数社から聞いている。具体的な依頼も数社からきているが、それが7月だけの話なのか今後は上向きになるのかは、当面様子見といったところである。
	○	輸送業 (エリア担当)	・宅配便は安定的に増え、新型コロナウイルスで自粛していた会社が動き出し、商業貨物も動き出す。
	○	通信業 (総務担当)	・感染対策ができてきているため、少しずつ行動が戻ってくると期待する。ただし、東京の夜の街の報道は、全国の活動再開の機運にブレーキを掛けすぎている。該当する場所ではもっと自粛するべきである。

○	不動産業（経営者）	・7月は例年同様に晴天の日が多くなるとの予報であるが、今後も新型コロナウイルスの影響が少なからず続くともみている。公共交通機関の利用者が減少している間の売上は厳しい状況が継続するが、少しずつ改善傾向になっていくともみている。
○	公認会計士	・新型コロナウイルス禍による操業度の底は6月と思われるため、景気は上向くと考える。ただし、第2波があった場合は、再度、操業度の底がくる可能性があり、その場合は景気が再度悪化する可能性がある。
○	会計事務所（職員）	・持続化給付金の申請が今月も多かった。しかし、対象月をみると3～5月に集中していて、今月は少し持ち直してきているように見受けられる。
○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響は短期間と考えていたが、1年は続くとも考えることが正しいかもしれない。時間はあるため、やれることは精一杯やっておこうとも考える。新製品は特許出願の段階に入った。
□	化学工業（営業担当）	・外出自粛が緩和し、業務用洗剤等外食産業での需要は回復するかもしれないが、3か月で需要に伴う発注が増えるかは読めない。
□	化学工業（総務秘書）	・やや悪い状態が続く。自粛疲れの反動で買物や飲食を楽しむ人で一定のにぎわいが続くと思うが、客足が戻らない飲食店は廃業する。飲食チェーン店や高級クラブなどが厳しいと思う。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車関連が良くないことは間違いないが、ほかでは増産や設備増強の話が出たりしており、現状のまま推移しそうである。
□	金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小傾向に新型コロナウイルスの影響が加わり、販売量の少ない状況が続くとも考える。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車の販売状況が好転しないと設備投資も増えない。設備投資が増えるまでには、もう少し時間が掛かりそうである。
□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売見込みより判断する。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・しばらく同じ状況が続くと思われる。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・現在の景気が下がり切っているため、これ以上は下がらない。
□	建設業（営業担当）	・今年度の仕事に対しては予算が決まっているが、今後に関しては、現在の社会情勢が延長した場合の寄附金や補助金との兼ね合いで、発注になるか延期になるのかがはっきりしていない。
□	輸送業（エリア担当）	・国際物流量はしばらく低迷すると見込む。
□	輸送業（エリア担当）	・景気対策の特別定額給付金は、政府の思わくにして新たな消費を拡大することはなく、マイナスを補填するための給付金になっている。給付金によってプラスマイナスゼロになっただけで、消費者の購買意欲はプラスには転じておらず、景気はこの先もまだ低迷していく。
□	不動産業（経営者）	・より一層購買意欲は降下するが、資産としての不動産の見直しが進む。
□	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルスがもっと収束してくれば、経済的にも少しずつ戻ると思う。あとは企業側の行動次第で景気も変わってくると思われる。
□	会計事務所（職員）	・取引先の様子をみると、売上は徐々に増えてきてはいるが元どおりには程遠い状況である。また、新型コロナウイルスもいまだ完全には終息しておらず、自粛ムードはまだ残っている状況であるため、景気が好転するにはまだ期間が必要そうである。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・営業活動に期待はしているものの、取引先自体が案件の拡大、再開にはまだ時間が必要なので、派遣契約の停滞が続くと思われる。
▲	食料品製造業（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの影響は更に長期化することが予測され、先行きは極めて不透明である。
▲	金属製品製造業（従業員）	・これだけ経済情勢が悪化しているなかで、これからは投資関係も減っていくので、建築投資が夏以降、例年どおり出てくるか非常に心配しており、悲観的な見方にならざるを得ない。

	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・業種によっては少し仕事量が増えたが、メインとなる工作機械、自動車関係については、週休3日等まだ先がみえない状況が続いており、しばらく売上は減少傾向となる。
	▲	通信業（法人営業担当）	・新型コロナウイルスへの不安は消えていない。個人消費や企業投資が活性化しなければ、国がどれだけ税金を投入しても、景気は回復しないと考える。
	▲	通信業（法人営業担当）	・大企業を中心に正常勤務に戻りつつあるが、個人企業や個人経営の飲食店の現状はかなり厳しい。身近な飲食店の話でも、集客、売上が新型コロナウイルス発生以前に戻るのはまだまだ厳しいとのことである。政策的にも、下層にもっと焦点を当てないと厳しい現実が変わらないようである。
	▲	金融業（従業員）	・最悪の状況からは少し良くなってきたものの、いろいろな業種が例年に比べると低迷している。新型コロナウイルスの第2波も予想されたり今後の見通しも立たない状況で、完全復活には時間が掛かる。
	▲	金融業（企画担当）	・客足が戻っていない企業が多く、新型コロナウイルス発生前の状況に戻るにはまだまだ時間が掛かる。企業体力がどこまで持つかに懸かっている。時間が掛かる分、更なる景気悪化が見込まれる。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・生活必需品などのチラシは一定数入ると思うが、大勢の集客が伴うイベントなどを告知する広告は、引き続き期待できない。
	▲	行政書士	・新型コロナウイルスの影響が続いており、設備投資やガソリンスタンド設置を延期する話が出ている。
	×	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響もあり、業界自体の落ち込みが激しい状況である。回復できる要因が見当たらず、このままずるずるとひどくなっていくことを懸念する。
	×	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・新型コロナウイルスの第2波が心配されるなかで、取引先の生産量減少、休日の増加、資金繰りの悪化や雇用確保の問題で景気悪化が当分続くものと見受けられる。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が本格的になり、失業者や会社を畳む人等が出てくると考える。
	×	鉄鋼業（経営者）	・製造業への影響は6月から本格化し、今年度予算が各企業で立てられない状況である。今後の仕事が減るとの見込みが予定として内示されている。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・各所でクラスターが発生し、低迷した状態が続くのではないかと。
	×	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続く。
	×	建設業（経営者）	・日本の政治家は緊張感がなく、他人事のように感じる。
	×	輸送業（経営者）	・住宅建材、工作機械など注文残がなく、これから一層物流量が減るものと見込まれる。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・7月から取引先の営業が再開になるので、少しは良くなると思う。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・5Gの携帯通信については、この秋以降市場で利用者数が増加し、その影響で5G関連の企業においては、この先2～3年は仕事を確保できる見込みである。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数をオープンにする企業が少しずつ出てきた。すぐに改善されるとは考えにくいですが、今後2～3か月掛けて向上するのではないかと。
	○	職業安定所（所長）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響等で、新規求人数の落ち込みが大きかったが、6月に入り少し持ち直しがみられる。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・更なる悪化の見込みはないが、明確な回復見込みもなく、不透明な状況である。
	□	人材派遣業（営業担当）	・各種給付金、補助金が行き渡り、大幅な悪化は考えにくいですが回復までには及ばず現状の継続となりそうである。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの2次感染拡大の不安は残っており、景気動向は不透明な状況が続くと思われる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で各社は人材採用を新規に検討する余地がなく、特に派遣については契約満了で終了するケースが目立つ。自動車関連や機械関連の企業では顕著に現れている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・外食産業や製造業の非正規労働者の募集がしばらくは見込めない。数か月前の人手不足がうそのように感じられる。

□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響が続く限り、この状況は変わらない。
□	職業安定所（職員）	・社会経済活動が動き始め、求人数が増加している業種もあり、新型コロナウイルス禍から立ち直り始めているとみられる一方、今後の雇用調整の情報も多く聞かれる。
□	職業安定所（次長）	・派遣労働者等の雇止めは多くなってきているが、正規労働者の解雇等の件数は、少なくとどまっている。
□	民間職業紹介機関（支社長）	・サービス業、小売業の大手の求人はまだ戻ってきていない。製造業も同様である。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・案件を終了する企業は2～3か月前と比べて減少しており、継続して採用したい企業は要件を変えながらではあるが面接・内定等も出ている状況から、今後は事業存続において必要な人材採用を考えている企業の採用が増える見込みである。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの第2波の懸念があるなかで、求人を見合わせる企業が多い一方、現時点ではオフィスワーク系の就労者にはそこまで影響がないため、流れが滞っている状況である。
▲	職業安定所（職員）	・飲食店では再開しないでそのまま閉店してしまうところもあり、失業者が増加する。
▲	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの今後の感染状況による。現時点より少しでも拡大した場合は、経済活動再開にブレーキが掛かるが、現状を維持できれば、変わらないと考える。
▲	職業安定所（次長）	・企業の採用活動の動きが感じられるようになってきたものの、新型コロナウイルス感染拡大の影響等で、新規求人数の減少傾向が続いている。現在の雇用を維持しようとする事業所からの、雇用調整助成金の支給申請の増加が続いている一方で、僅かではあるが人員整理を検討しているという声も聞かれ、先行きへの不安感は拭えない。
×	人材派遣会社（営業担当）	・主要客の自動車メーカーとの受託取引では、10月から予算削減が始まる。それに伴って業務終了者も何名か発生する見込みで、エンジニアの稼働率も低下する。
×	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス終息のめどが立たず、世界経済が非常に不透明な印象である。
×	人材派遣会社（営業担当）	・契約終了者数は、現状では前年比で10%程度の増加にとどまっているが、9月末の契約終了が増加する見通しである。新規求人数は、人材派遣、人材紹介共に大幅に減少している。