

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 (九州)	◎	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染者の急増により、当社は8月から再び休業となり、経済的活動が順調に回復するとはとても考えられない。
	◎	競馬場（職員）	・客の入場が、再開される可能性がある。
	○	商店街（代表者）	・今月は4月との比較だけが良いだけで、決して状況が良いわけではない。収束に向かえば良くなるが、第2波の感染拡大が続けば、今の状況が継続するのではないかと懸念している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・この暑い夏、新型コロナウイルスが再発すると、秋以降が懸念され、この状態では商売が成り立たない。少しでも早く収束し、明るい年末を迎えられることに期待したい。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、自宅での食事が多くなっており、加えて、雨のため青果を中心に相場が高くなり、売上が上向き傾向である。このため、小売やスーパーマーケット業界の売上は、順調に推移しており、この状態が2～3か月は継続する。
	○	衣料品専門店（総務担当）	・2～3か月すれば、新型コロナウイルスの影響も相当に薄れ、かつ消費税引上げの影響も緩和され、若干の回復があると期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの状況次第ではあるが、第2波で自粛要請等なければ、今よりも好転する。
	○	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で停滞していた事業が、様子見ながらも動き出している。官公庁の観光事業では、Go To トラベルキャンペーンの動きも活発化している。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染防止で、人の動きがないために消費が悪くなっている。新型コロナウイルスのワクチンや特效薬が開発されるまでは、決して良くならない。
	□	商店街（代表者）	・消費の回復には程遠く、生活必需品のみ最低限の購買にとどまる。
	□	商店街（代表者）	・観光問題や宿泊関係、飲食店に対する様々な補助的援助はあるが、それでは解決しない。気をつけていても、新型コロナウイルスは見えないため脅かされ、地方ではいつまで持ちこたえることができるのか不安である。
	□	百貨店（営業担当）	・店頭でのお中元ギフト注文や持ち帰りの客は回復していない。一方、電話やファックスでの通販受注とインターネット受注は大きく伸びている。また、本店への来場は減少しているが県内各地域に展開のギフトショップやサテライトショップは堅調である。今後も感染収束までは、生命・生活防衛意識により、街への外出、とりわけ家族そろっての外出の抑制や、慎重な購買姿勢が続き、そのため景気回復は遅れると予想される。
	□	百貨店（売場担当）	・現状のままであれば、新型コロナウイルスの影響により、当店では、メーカーの都合もあり、8月以降衣料品13ブランドや食品等一部の企業が撤退あるいは廃止になり、かなり痛手となる。今後は、80～90%の推移の動きに期待したい。
	□	百貨店（売場担当）	・再び新型コロナウイルス感染者が増加しており、やっと徐々に客数や売上が戻ってきても、また外出自粛となれば急激に悪化し、先行きを見通すことが非常に難しい。今後、回復基調になることに期待している。
	□	百貨店（プロモーション担当）	・第2波到来を受けて、再度休業にならないためのリスクマネジメントを最優先に営業を続ける。
	□	スーパー（総務担当）	・食品スーパーマーケットだけを考えると、売上は引き続き前年比プラスで推移すると思われるが、新型コロナウイルスの感染拡大懸念の大きさに左右される部分が極めて大きい。
□	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルス発生以前の状態、若しくは若干悪い状態が継続すると予想している。	
□	スーパー（統括者）	・現在、チラシ特売は復活させず、生活応援安心価格として、特売期間を設けずに低価格での販売を実施している。客からは、良い評価があり、前年や予算含めクリアできている。	

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・当店の環境変化は、テレワークの促進による客の減少が更に顕著になる。飲食店を利用する夜帯の客数減も新型コロナウイルス感染再拡大の影響で、前年比70%程度であり、今度の景気回復の好条件は少なく、経営努力で現状維持がやっとである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの終息次第で景気も左右される。政府には、具体的な政策を隔々まで行ってくれることを期待している。状況が厳しい店でも、何の恩恵を受けることができずにいることを把握してほしい。この厳しい状況は、今後も継続する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・秋にインフルエンザや新型コロナウイルス感染が拡大すると、影響はかなり深刻なことになる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・引き続き先行き不透明である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス第2波と経済の政策次第で、状況は変化してくる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	・梅雨明けすると夏の商品でソフトドリンクやアイスクリーム、冷たい麺の売上が徐々に伸びてくる。今後、客単価が高くなることに期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・新型コロナウイルス感染者が増加しており、第2波の兆候である。3か月先のことが全く読むことができないが、秋に予定されていた公的催しは中止になっている状況である。企業としては、感染対策をしながら営業を続けていくことを目指しているが、今後業務の見直し等様々な企業努力をして、何とか維持したいという望みのみである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・緊急事態宣言が解除された後は、来店客数が多くなったが、最近感染者数が多くなったことで、来店客数が非常に減少している。これから3か月後、来店客数や販売量共に上がる見込みはないが、今より落ち込むことはないと考えている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（総務担当）	・新型コロナウイルスの特需も一段落し、逆に長梅雨の悪影響がじわじわと出ている。梅雨明け後の猛暑に期待したい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・特別定額給付金やボーナス、自粛等の状況に加え、猛暑で冷房の需要も増えており、高い買物をする客が増加している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・良くなるような状況ではない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・前年との比較では、この夏はコーヒー豆より飲料系がよく売れる。前年と同じ状況であれば増加傾向であるはずだが、新型コロナウイルスの影響もあり、来店客は若干減少している。しかし、数回の来店を避けるため、客の購入点数は増え、その結果、客単価が上がっている。この動きは7～8月まで続くと予想されるため、前年と景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は、しばらくは若干値上げ傾向で推移しそうである。夏休みが全体的に減少しており、客からは子供との短めの行楽予定を耳にするため、前年並みの販売量を予想している。
<input type="checkbox"/>	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・新型コロナウイルスの影響により、今年の3月から大きく落ち込んでいる。当面はインバウンドの回復も見込めず、状況は悪いままで変わらない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・アンケートの結果だけをみると、5月の緊急事態宣言の頃と比較すれば良くなっているのは間違いないが、末端の飲食店は、普通に戻らないし、何も変わりはない。今後も、この状態が継続しそうであるが、僅かな客をやりくりし日々耐え忍びながら、新型コロナウイルス収束を待っている状態である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルスの感染者が、再び増加に転じている。感染者が増加するニュースに連動して、宿泊や宴会、レストランの予約取消しが増える傾向が顕著である。終息がみえないなかで、景気が良くなるとは到底考えられない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・国内では、ある程度の予約に期待できるが、第2波やインフルエンザ流行等不安要素が大きく、現状では先行きがみえない。

□	タクシー運転手	・このまま新型コロナウイルスの終息がみえなければ、ホテルや空港を利用している客に影響があり、タクシー利用が減少するのではないかと危惧している。また、夜の街への外出も減少している。
□	通信会社（業務担当）	・新型コロナウイルスの状況下、何とか売上が元に戻るよう動いているが、感染者がまた増加傾向にあることもあり、なかなか思い切った経営判断ができない状況である。
□	ゴルフ場（従業員）	・第2波、第3波が落ち着くまで、しばらくは、この状態が続く。
□	理容室（経営者）	・今月後半になり、当県も新型コロナウイルス感染者が多く発生し、客の来店日数が延びており、今後の景気は、先行き不透明で良くなる気配はない。
□	美容室（経営者）	・例年ならば、春に景気が良くなり、夏に一段落するのであるが、全く変わらないということは、客の自粛傾向が考えられる。現状は最悪であり、その状態が継続しているため、今後も最低な状態は変わらない。悪天候も重なり、売上増進につながらない。
□	美容室（店長）	・今後の景気は不透明で、見通しが立たない。現状維持であれば、良い方である。
□	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）	・今後も新型コロナウイルスの影響が継続することにより、減収が想定される。
□	設計事務所（所長）	・契約となりそうな物件や資料関係が少ないため、今月と変わらずあまり良くないと判断している。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染により、今後が不透明なため、住宅計画の時期を延期している客はまだ多く、しばらくは横ばい状況が継続する。
▲	商店街（代表者）	・第2波の傾向が全国的に広がっている。来店客数や販売高にもかなり悪影響を及ぼすと予測される。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスが再び流行し始めているため、幾つかの会合が、再び中止になっている。飲食店やホテル関係では、利用者が減少しており、経済的に落ち込んでいき懸念される。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ここ数日、新型コロナウイルスの感染者が増えているため、外出する機会も減り、また売上にも影響してくる。近隣の客には、配達をして対応しているが、このまま感染者が増えると、法人向け事務所用へは、在宅勤務に切り替わり、配達が少なくなる。飲食店への自粛も再度要請があれば、注文も受けることができないため、今後の懸念される。
▲	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの終息がみえていない状況では、景気改善は見込めない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染者数が、また増加しており、来店客数への影響が不安である。
▲	百貨店（業務担当）	・外出自粛が日常的になると、元に戻るのことが難しくなる。また、収入が大きく減少している客もいるため、今後の消費は、更に冷え込むことが懸念される。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの終息が不透明のため、先行き不安である。
▲	スーパー（企画担当）	・梅雨の長期化とともに豪雨被害が深刻化しており、今後の農産物の出荷等が懸念される。また、夏休みの短縮等による観光、レジャー産業へのマイナス影響が、景気を悪化させる要因になる。一方で、新型コロナウイルスの終息が見込めないものの、内食傾向に変化はなく、巣籠り消費傾向は続くものと考えられ、食品スーパーの好調はしばらく続くと予想される。
▲	コンビニ（経営者）	・客数が増加している間は、売上が落ちても回復の望みがあるが、客数がどんどん減少していると今後が不安になる。また、客の消費マインドも将来の不安のために慎重になり、消費が落ちていく。
▲	家電量販店（店員）	・7月にクラスターが発生後、かなり来客数が減少している。どの時点で新型コロナウイルスが収束するかが最大のポイントであるが、3か月先の先行きが不透明なため、全く分からないが、今の状況では悪くなる。

▲	家電量販店（広報・IR担当）	・新型コロナウイルス感染者が再び増えている状況であり、6～7月は家電需要の駆け込み的な面も否めず、先行きは不透明である。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの状況次第で、今以上に悪化する。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の第2波が心配である。せっかく来店客が増え、販売台数が増したが、この先の状況が読めない。
▲	住関連専門店（経営者）	・今月の売上が上向いた要因は、10万円の特別定額給付金を消費に充てられたためであるが、消費されてしまうと、新型コロナウイルスが終息しない限り、景気回復は見込めない。
▲	住関連専門店（従業員）	・当県内でまた新型コロナウイルス感染者も増え、また近隣でもクラスターが発生したため、商店街に出歩いている高齢者が減少している。また、来店者数をみても徐々に減少に転じており、緊急事態宣言の自粛中の状態に戻るのではないかと懸念している。
▲	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）	・一時回復の兆しは見せたものの、新型コロナウイルスのマイナス影響は大きく、今後2～3か月の動向は楽観視できない。地域の客も日々の報道内容によって行動が左右されており、ワクチン開発といった起爆剤でもない限り、安定した経済活動はできない。
▲	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあり、消費マインドに水を差す状態である。7月4連休の街の人出も少なく、売上が伸びていない要因として、自粛ムードが反映されているためである。
▲	居酒屋（経営者）	・このままでは、新型コロナウイルスの感染者数が増加してくる。
▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・新型コロナウイルスは、人の動きに比例して感染者数も伸びている。旅行客の移動で一時的に経済効果は期待できるが、今後感染者数の急激な増加につながり、再度の自粛要請が発令され、深刻な状況になると予想される。
▲	観光型ホテル（専務）	・熊本地震の後、復興割があったため宿泊客が増えたが、それが終了してからは、その反動で不景気となった。今回も助成終了後の落ち込みが懸念される。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・第2波の状況により、悪化する。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・戻り始めた宿泊客も、再度の自粛要請で減少する可能性があり、見通しが立たない。
▲	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスに起因する一過性の販売増加であり、2～3か月後にはその勢いもなくなると予想している。
▲	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響があり、危惧される。
▲	美容室（経営者）	・第2波の兆候があり、悪くなる一方で、今後がとても不安である。閉店した同業者も多く、どうにか頑張りたいが、経済も厳しい状態で、今後の政府の対策に期待をしている。
▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・国内では、新型コロナウイルスの第2波が確実に近づいている。海外でも、発注先の情勢不安もあり、まだまだ景気回復は先である。
▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・再び新型コロナウイルス感染が広がりを見せしており、消費者動向が更に減少すると想定している。
×	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素や兆しが全くみえない。
×	商店街（代表者）	・当県でも新型コロナウイルスのクラスターが発生し、老若男女全ての方が警戒心をいっている。2～3か月先は、一段と厳しい商況であると覚悟している。
×	一般小売店〔青果〕（店長）	・プラスになる材料がなく、新型コロナウイルスの第2波が来ているため、8～9月は、猛暑や台風の影響で、もっとひどく、厳しい状況になるのではないかと懸念している。
×	一般小売店〔精肉〕（店員）	・新型コロナウイルスの第2波による、再度外出自粛等の発令があると、かなりの影響が出るのではないかと危惧している。
×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、今までは祝い事があると花の注文があったが、その注文もなくなり、今後の売上にかなり影響してくる。

	×	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染再拡大が予想より早く到来している。これまで以上に様々な業種に影響が及び、小売の回復は、最も遅れると予想している。
	×	百貨店（営業担当）	・今後は、新型コロナウイルスの感染者数が増加すると考えていなければならない。再度の緊急事態宣言が発令される可能性が極めて高いため、好材料になる物がない。内容的には、ファッション中心に非常に厳しい。ただ、一部特定の高額品だけは、動きがある。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの問題がある程度収束しない限り、景気は回復しない。
	×	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの第2波、第3波が確実にきている。
	×	衣料品専門店（店長）	・2～3か月先が不透明で、景気は悪くなる。
	×	衣料品専門店（店員）	・新型コロナウイルス感染者が拡大すると、また自粛になるのではないかと不安を隠せない。
	×	家電量販店（店長）	・店周辺エリアで新型コロナウイルス感染者が発生すると来客が激減してしまうため、現在の感染拡大傾向では客数減少が否めない。
	×	高級レストラン（経営者）	・助成金が底を突き、従業員に給料を支払う余裕もなく、以前のような日常が戻って来ないということがはっきりし、全く先がみえなくなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・今後、第2波の脅威を感じており、国の対策や政策次第では、今以上に深刻な状況に陥る。
	×	一般レストラン（スタッフ）	・急激な人の動きで、新型コロナウイルス第2波が必ず来る。次は特別定額給付金は給付されないことも考えられ、今以上に厳しい状況になる。現状が良く感じても、すぐ先には不安しかない。
	×	タクシー運転手	・国は、経済活動を拡大したいと考えているが、今回のGo Toトラベルキャンペーンは、実際の世の中の動きと全くずれている。国はリーダーシップを取り、今後の経済活動のかじ取りに期待したい。
	×	観光名所（従業員）	・長梅雨や令和2年7月豪雨の影響もあり、ボートの営業再開が見通せない状況である。もし、ボート営業再開となれば、混雑は見られない程度に来客数の回復は見込めると予想される。
	×	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの第2波に備え、生活維持のための現金確保や貯蓄が多くなり、不要不急の家の建築やリフォームには、支出しないと考えられる。
	×	設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの影響が長引いている。
	×	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、景気の先行きはみえない。一部では景気が良くなっているが、第2波により先行き不透明のため、購買意欲が非常に慎重で、不動産に手を出す人は少ない状況である。一部の物件では順調に進んでいるものもあり、その差が激しい。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営者）	・季節性商材の本格稼働時期に入っていくため受注は見込めるが、新型コロナウイルスの影響が続けば受注計画を下回るとは否めない。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・6～7月が底ではないかと考えている。2～3か月先は、秋口にもなるため受注関係も若干回復するのではないかと予想しているが、新型コロナウイルスの影響により先行き不透明で、なかなか難しい面もある。受注が増えると売上も上がっていくことになるが、今後はWeb関係が主力になってくる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・電気関係は今の状態が続くと考えられるが、自動車の需要は、若干上向きになるのではないかと客は予想している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・戻った時点で体制が確立できる企業が、経営を維持できていると考えている。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・6月の非稼働分のばん回生産が計画されており、生産量は増えてくる。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・全体的に横ばいではあるが、中国での生産ラインを日本に移行する等の対策により、国内生産量は徐々に高まる予定である。しかし、新型コロナウイルスの影響で思うほど伸びないのではないかと懸念は残っている。

○	建設業（社員）	・年度末に向けて、上向いてくることに期待したいが、今後新型コロナウイルスの影響で現場が施工不可能になることも考えられ懸念している。小さな工事でも受注しておきたいが、補正予算も全て新型コロナウイルス対策に充てられると予想され、早めの発注を願っている。
□	農林水産業（経営者）	・7～8月は、お中元シーズンで特別需要もあるが、今年は家庭内の消費が伸びていることもあり、お中元の引き合いも順調な流れである。外食部門の納品では、新型コロナウイルスの第2波の要素で、地方にも感染が広がっており、一段と消費が落ち込むのではないかと懸念している。スーパーマーケット向けでは、新しい商品の提案等もあり、計画需要に期待している。
□	化学工業（総務担当）	・国内外の作物生産の動きに対する新型コロナウイルスの影響は、不透明である。
□	建設業（従業員）	・見積案件も少ない状況だが、前月受注した8～9月しゅん工の物件で、配置員が不在になり、どうにか8月中に受注できる状態に対応したい。
□	輸送業（従業員）	・3か月先の受注金額は、化粧品や健康食品共に変化がない状態である。
□	輸送業（従業員）	・第2波と思われる状況が続いており、新型コロナウイルスの発生以前に戻るには時間が掛かる。また、新たな取組を模索している荷主もあるが、経済が落ち込んでいる状況で、個人消費にしても回復するには、相当な時間が掛かると危惧している。
□	通信業（職員）	・新型コロナウイルスの状況でも情報通信関連の受注は落ち込むことはなく、受注量は堅調に推移している。
□	通信業（経理担当）	・新型コロナウイルスの状況に、好転の兆しがない。
□	金融業（調査担当）	・世界だけでなく、日本でも新型コロナウイルス感染が再び拡大している状況である。ワクチンも未開発な上、政府の方針も明確に定まっておらず、今後2～3か月で景気が良くなるとは考えにくい。
□	金融業（営業）	・新型コロナウイルスの影響は、融資による資金繰りや各種の補助金等により、ピークを過ぎた感はある。しかし、第2波による更なる自粛も想定され、現況が長期化すると考える。
□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルスの感染者数がじわじわと増加しており、当面は予断を許さない状況が続く。事態が収束せず、厳しい経営を余儀なくされている事業者の倒産や廃業が今後も増えれば、地元経済の更なる疲弊は不可避である。
□	不動産業（従業員）	・商業施設の売上低迷が継続する。
□	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルス対策により、当分は動けないため、先がみえず不安である。
□	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルスの第2波で規制の発令があれば、今までの状況が続く。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
▲	家具製造業（従業員）	・東京以外でGo To トラベルキャンペーンが開始されているが、全国の観光客は増えず、ホテル観光業は需要の回復も期待できない状況である。今後、新たなホテル出店案件も軒並み中止及び保留になっており、全く回復の兆しが見えず、先行き不安な状態が続いている。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・購入に関する決定事項が先送りにされるパターンが多い。
▲	鉄鋼業（役員）	・新規の建設着工指数に陰りが見受けられ、新型コロナウイルスの影響が現れてくる。
▲	精密機械器具製造業（従業員）	・前月と同様に新型コロナウイルスの影響で、生産数減少傾向となっている。まだまだ見通しの付かない状況にあり、生産負荷の減少が続くと考えられる。
▲	輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染者が増えている。明らかに第2波となっているため、休業要請発令となれば、また景気が悪くなるのは必然的である。

	▲	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者数は、7月後半から増加し始めており、全体的に消費者心理や行動、事業主のマインドが落ちている。この感染者数はしばらく増加傾向にあると考えられるため、今後2～3か月は全体的には、景気は現状よりやや悪くなる。
	▲	広告代理店（役員）	・夏場のキャンペーン時期に出稿が盛り上がる気配を見せず、夏場のイベント等も見送られ、良いニュースがほとんどない状況である。
	▲	経営コンサルタント（代表取締役）	・7月末には新型コロナウイルスの影響が、更に厳しい状況になっていることを鑑みると、少なくとも8月は落ち込み、9～10月まで影響が残ると危惧をしている。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・経済活動が戻らない限り、景気は更に悪化することが考えられる。
	×	農林水産業（従業者）	・悪くなる要素しかない。
	×	食料品製造業（経営者）	・令和2年7月豪雨による被害で、休業状態である。回復まで厳しく、深刻である。
	×	繊維工業（営業担当）	・今後も倒産や閉鎖が増加すると考えられる。
	×	金属製品製造業（事業統括）	・民間では、新型コロナウイルスの影響により、積極的な設備投資が計画される状況ではなく、役所では公共事業を積極的に求められる。また、地方では、洪水での土木事業のみの支出となり、今後も大きく見込めない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・このままでは今後、受注が改善するのは来年以降との取引先の声がある。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先からの受注が、今あと数か月先も減少傾向にある。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が続いており、深刻な状況になる。
	×	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加傾向に転じたため、Go To トラベルキャンペーンの開始等で増加していた旅行申込みや飲食店の予約にキャンセルの動きが相次ぎ、ホテル・旅館・飲食店等では厳しい状況が続いている。
	×	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの委託業務の主要な発注は、例年では8月までに終了するため、このままでは、調査や計画策定、設計等の発注が行われないままに推移することが見込まれる。このため、受注できず景気が悪くなることが予測される。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスに対する不安はあるが、経済活動も積極的にならないと雇用が維持できない。年末商戦には、どの企業も力を入れてもらいたいところである。
	□	人材派遣会社（社員）	・当地での新型コロナウイルス感染者数の増加がみられるため、再度キャンセルが出る可能性がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染の広がりや、まだしばらく続く。その状況で、経済も回すことも求められるが景気回復までには至らないと予想している。8月には熊本地震からの豊肥線復活というトピックもあるが、効果は限定的である。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響により悪い状況ではあるが、給付金の処理の仕事が発生し、受注金額が大きい。しかし、給付金の仕事も短期的であるため、売上は落ちる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響もあり、売上が激減しており、稼働している派遣に対しても何かしらの調整が入る気配があり、全体的に悪くなる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・企業人事担当者と話をする限り、雇用が回復する見込みが見当たらない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	・Go To トラベルキャンペーンもあり、一時期ゼロだった旅行業界からの広告も若干復活し、業界全体がゆっくり動き出している。最近の新型コロナウイルスの感染者数増加で、復活の兆しがあった秋以降のイベントが、軒並み中止になりつつあり、このままの傾向が続けば、再度の景気の落ち込みが避けられない。リモートでのイベントに切替えも模索しているが、今の時点では中止の選択肢が多い。

▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	・収まりかけた新型コロナウイルスの感染拡大がそのまま続くと、秋以降は、政府の対策次第で、徐々に経営が厳しい業種が増えてくる。また、秋は本来であれば大学やスポーツ、エンターテインメント系の集客を期待できる時期だけに、景気の上向きは更に難しい。
▲	職業安定所 (職員)	・求人数は、新型コロナウイルスの影響に加え、令和2年7月豪雨の影響が復興需要のプラス面より当初はマイナス面が大きく出ることから、当面厳しい状況が続く。
▲	職業安定所 (職員)	・主な要因である新型コロナウイルス感染を収束させることが、最も効果ある対策であると考えられるが、当面の間期待できない。
×	職業安定所 (職員)	・県外への移動が戻りつつあり、再び新型コロナウイルスが感染拡大傾向にあり、状況改善につながる要素が見当たらない。
×	民間職業紹介機関 (職員)	・新型コロナウイルスの影響が長期化することが予想され、最低限の人材が確保されたら、これ以上採用活動はしない状況である。
×	学校 [大学] (就職支援業務)	・新型コロナウイルスの影響による企業の経済活動の動きは、感染者数の増加により、鈍化する恐れもあり、業績が悪化することにより、採用数を若干少なくしていくことも考えられる。