

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 (経営者)	来客数の動き	・9月に入って明らかに来客数が増えてきた。新型コロナウイルスが多少落ち着いていることで人の動きも活発になっている。買換えを検討する客も増えてきた。
	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・今月は車がたくさん売れている。
	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新型車効果もあり、新車の販売台数は県内全店で好調であり、前年比130%に達している。新型コロナウイルスによる減販の反動かと思われる。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・鉄道・空港系の売店は、まだ前年比30%の低迷であるが、量販店の売店は前年比60%まで回復してきた。
	○	一般小売店〔高級精肉〕 (常勤 監査役)	販売量の動き	・政府の景気刺激策を期待している。
	○	一般小売店〔土産〕 (経営者)	来客数の動き	・3月から新型コロナウイルスの影響で急変した観光客の動向は、ゴールデンウィークをボトムに6月にはやや戻ってきた感がみられたが、7月から第2波に見舞われ肝腎のお盆休みが自粛ムードで閑散とした状況であった。Go Toキャンペーンもマイカーによる観光客が一部活況を呈しているが、鉄道利用客はまだ半分の回復である。
	○	一般小売店〔生活用品〕 (販売 担当)	来客数の動き	・来客数が大分戻ってきた。買物に出掛けたい心理になってきているように感じる。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・8月は猛暑や外出自粛の影響もあり、売上は思ったほど伸びなかったものの、9月は北海道展等の物産展を再開し、久しぶりの集客、売上を確保した。衣料品の立ち上がりも、メーカーの製造遅れ等もあり9月中旬からの実施となり、気温も低下傾向となって動きが出始めた。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの定着に加えて9月の大型連休に恵まれたために、レジャー目的の需要が増加した。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・必要な返品などの需要が少しずつ増えている。物産展では人が多く動いている。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍について客も対応に慣れがみられるようになり、世間の風潮もあるのか、ここ1週間ぐらいは来客数も増加傾向にある。
	○	スーパー（ブロック長）	お客様の様子	・月初より百貨店の物産展も再開となり、当社主力店の売上への影響を懸念していたが、客はまだ感染のリスクを考えて地元スーパーでの買物を選択しているようだ。高単価な商品の動きも良い。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・店舗のロケーションによっては前年並みの水準に戻った店もあるが、駅ナカ・駅前の店舗は、鉄道利用客がまだ戻っていないため、それに連動して低い水準が続いている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・主力商品である店内調理を含む米飯、調理パン、ベーカリー、ファーストフードが3～7%改善し、全体の売上で3%改善された。併せてオリジナル商品のパッケージ変更や新型コロナウイルス禍での需要により、冷凍食品で3%の改善がみられる。
	○	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の状況にあって、朝と夕方の来客数が、7～8月に比べて増加傾向にある。通勤・通学客が少しずつ戻っていると思われる。
○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・たばこの値上げに伴う仮需要が前年の消費税率引き上げのときよりも大きく、全体の売上も前年を若干ではあるが上回っている。	

○	コンビニ（商品企画担当）	お客様の様子	・一時期、新型コロナウイルス感染の第2波の影響と思われる来客数の減少が顕著であったが、ここに来て全国的に収束傾向にあることから、売上も前年の半分程度まで回復した。特に9月は、大型連休の効果もあり、レジャーや帰省需要の増加により連休中の売上が前年の7割程度まで回復する日もあった。
○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・完全に回復傾向である。営業職として数か月前は絶望的な日々を過ごしていたが、今ではその状況を脱した感がある。理由は、批判も多いがGo Toキャンペーンで人の動きが活性化していることで、当社の販売も前年比93%まで回復している。
○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・イベントのダイレクトメールで来店する機会となった。自粛しながらも気晴らしをしようとする人が増えているように感じる。
○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染にまだ収束が見通せない状況ではあるが、客の財布のひもは若干緩まってきているように感じる。ただし、衣料品の需要に関しては非常に厳しい。
○	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・全体的に新型コロナウイルスに対する不安感が減っていると感じる。
○	その他専門店 [貴金属]（経営者）	販売量の動き	・店頭購入単価は低いものの、催事での購入率は向上しており、外出自粛のストレスからか購買意欲が以前と比べて向上している。
○	その他専門店 [雑貨]（店長）	来客数の動き	・店舗への集客が、一時の状況を考えると安定してきている。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、やや来客数が良くなっている。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・数値的には、3か月前は全社計で前年比20%台であったのが40%近くになったため、やや良くなっている。宿泊者数が40%、食堂が70%近くまで戻ってきてはいるが、宿泊宴会・一般宴会がまだまだ20%ほどしかないのが、低迷を続ける大きな要因である。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・必要に応じて予約が入るようになった。
○	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの影響は目に見えて出てきている。宿泊、レストランは回復傾向であるが、法人宴会、婚礼は変化が見られない。
○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・比較が3か月前なので、それよりは良くなっている。しかし、減速感があり、今後の期待感を持っていない。Go Toキャンペーンもまだまだ活用されていない。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの宣伝効果で高級旅館やホテルでおいしいものを食べたい、ワンランク上のホテルに泊まりたいという動きがみられる。人気的高级旅館は混み合っている。感染予防を促しながら、旅に出たい客層の予約の取り込みを急いでいる。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンや県の宿泊施設への補助などで、個人の旅行は動きが出てきた。これらの補助制度が終わるとどうなるのが全く読めない。今の段階では、受注がほぼゼロだった状態から前年比10%以上には上がってきているので、この判断にした。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果と新型コロナウイルスの落ち着きにより、客足が増えた。
○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・ウィズコロナとしてGo To Travelキャンペーンが始まり、スポーツ団体客が復活してきた。個人旅行ばかりの申込みからスポーツ団体客の取扱が増え、前年比50%まで戻ってきた。ただし、職場・研修旅行やイベント等純粋な団体旅行は、まだ様子見で実施がない。第3波が来るまではこの状態が続くと思われる。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・様々な要因で機種変更の需要が増えている。

○	レジャーランド (職員)	来客数の動き	・個人客は例年の水準に届かないが、修学旅行を中心に学校団体客が増加している。Go To Travelキャンペーンの効果で、宿泊施設は回復傾向にある。宿泊単価が高額な施設の利用が多い。
○	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・9月の大型連休の来客数が増えた。
○	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・今月は月初より雨天が多く、入場者は伸び悩んだ。中旬以降は少し良くなっているが、入場者、売上共に前年並みには届かないと思われる。しかし、3か月前の6月よりは、入場者数、売上共に少し良くなっている。
○	その他レジャー施設[鉄道会社] (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策の方法が浸透した結果なのか、1列車当たりの乗客数が若干であるが増え、ある程度外出控えが緩くなったと感じる。また、Go Toキャンペーンの効果で観光列車の予約が上向いている。
○	美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で来店できなくなるかもと考え、キャンペーンでまとめ買いをする客が多かった。
○	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・上期末でもあり、少し販売が上向いている。新型コロナウイルス禍での生活が定着してきている。冬に掛け落ち込む分、10月も上向きが続くのを祈るばかりである。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・月別売上でみても、ほぼ同じ動きとなっている。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・休日などの人出は戻りつつあるものの、売上は依然として低位での横ばいである。特別定額給付金の恩恵にあずかることもほとんどなく、厳しい状況が続いている。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・繁華街やデパートは、人の動きが多少はにぎやかになってきたが、売上につながっているかという点、さほどでもないという意見が多い。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により仕事を失った人もいる。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・来客数、客単価共に伸びず、販売量、売上につながっていない。
□	一般小売店[結納品] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策による自粛で、商店街に人出が全くない。
□	一般小売店[生花] (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比較するとやや持ち直しているように思うが、まだまだ元には戻らない。ただ、今年のお彼岸は天候も落ち着いて、墓参りの花は、高騰した割にはよく売れた。
□	一般小売店[贈答品] (経営者)	お客様の様子	・3か月前から売上が停滞し、そのままの状況が続いている。新型コロナウイルスが終息せず、客も買物を控えており人との付き合いを広めていない。自分への御褒美程度であり、人との付き合いや贈答までにはならず、停滞した状態がそのまま続いている。
□	一般小売店[書店] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響も残るが、秋期の販売量が確保できている。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・7月末に発生したクラスターの影響により客の行動は慎重になっており、来客数が落ち込んだままである。9月の大型連休は一時回復しマインドが変わったように見えたが、休み明けは元に戻ってしまった。
□	百貨店(業績管理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され6月から徐々に売上が回復してきてはいるが、前年並みには売上が戻っておらず、減少傾向が続いている。
□	百貨店(販売担当)	お客様の様子	・9月後半からのテナントビルの販促施策により、集客は少しずつではあるが回復傾向がみられ、購入意欲のある客の来店もあった。しかし、9月の大型連休は期待を大きく下回る来客数、売上となり、新型コロナウイルスの影響は続いている。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・各店舗で客席数を減らしているため、歩いている人の数は多く、店内飲食より屋台や食べ歩きの方が順調と感じる。販売量、販売額共に6月とほぼ同じである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・飲食店は、昼の客は戻ってきたが、夜はまだ戻ってきていない状態である。中小スーパーは、過去の水準を維持している状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・学校が始まり、一般的な食料品の買い出しの量も落ち着いてきた。雷雨や日照の影響を受けた野菜の値段も標準価格に戻り、平均を維持している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・やや良い状況は変わらない。9月の大型連休はいつもなら来客数が減るのに今年はそうでもなかった。お彼岸のだんご、おはぎや花も好調だった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況はまだまだ終息しておらず、依然として内食需要は高いが、自粛規制が段階的に緩和されていることにより、売上の前年比は3か月前より低下してきている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・秋の地域イベントは全て中止になっているので、年内の景気回復感はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は、たばこ値上げ前の特需はあるが、来客数のマイナスは変わっていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電は、買換え需要があるのでふだんどおりである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	販売量の動き	・9月前半は気温の上昇もあり季節商材の動きが良かった。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・4～5月の新型コロナウイルスによる景気の悪化から、6～7月は回復している感じがあったが、ここに来て回復が足踏みしている感じである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・回復の兆しは見えるが、業種や会社の規模によって差がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・今月に入り、来客数が回復してきている。すぐに成約につながるわけではないが、客に動きが見られるのは良い兆候である。Go To Travelキャンペーンの話題も出てくるようになり、行くなら移動手段は自動車という客も多い。相変わらず、コンパクトカーや軽自動車売行きを中心に、厳しい状況ではある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前月に比べて来客数も余り変わらず、販売量も上向いてこない。販売商品が海外生産ということで、4～6月の工場停止がまだ影響を残しており、在庫量も徐々にしか増えない。客の購買意欲も低い。
<input type="checkbox"/>	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も落ち着きつつあり、動きの悪かった旅行雑誌等はGo Toキャンペーンもあり売上が伸びてきた。前年と比べても春から1～2割は売上が伸びており、しばらくは巣籠り需要もあるため良いと見込む。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・ランチ、休日の需要は戻りつつあるものの、テイクアウトで補完している状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・秋になり客の動きは少しだけ上がってきたようである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・相変わらず来客数は少なく、日によってはゼロの日もある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・この行楽シーズンも、今までどおり変わりはない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	販売量の動き	・表向きは上向いている感はあるが、全く苦しいままである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・9月20日以降、来客数が増えた。

□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊は、新型コロナウイルス感染者数が落ち着いてきたことやGo To Travelキャンペーンの効果もあり、8月より良い。ただし、高級ホテル、旅館はGo To Travelキャンペーンで割安感があり、大きな恩恵を受けているが、ミドルクラスのホテルは価格が大幅に下落して厳しい。宴会は、来年1～2月までの案件がほぼキャンセルとなっている。
□	旅行代理店(経営者)	それ以外	・3か月前よりは良くなった業種がある一方、LCCの撤退にみるように、雇用や消費が消滅しているのので景気は変わらない。ターミナル駅前の大規模ビルでテナントの撤退が相次いでおり、飲食店の売上もその影響で落ちている。
□	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・個人旅行だけではあるが、Go To Travelキャンペーンの効果はみられる。それでも個人旅行の取扱は、まだ前年同期の半分くらいである。観光要素の団体旅行は依然ほぼゼロのため、全体ではまだまだ回復しているとはいえない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・深夜の営業時間短縮が解除されたが、新型コロナウイルス感染の悪いニュースも報道され、相変わらず繁華街は人がいない状況である。
□	観光名所(案内係)	お客様の様子	・ここ数か月、客が長く滞在しない。短い時間で済ませ店も暇なようである。
□	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。
□	その他サービス [介護サービス] (職員)	販売量の動き	・介護リフォームの受注件数が低迷している。新型コロナウイルス第1波の頃の資材調達の遅れによる要因とは異なり、客の発注決断が慎重になっている。
□	その他住宅[不動産賃貸及び売買] (営業)	来客数の動き	・今年の2～3月の繁忙期時に新型コロナウイルスで引っ越しをする客が激減したが、ここに来て反動からか増加傾向にある。しかし、例年よりも単価が下落しているのも否めない。
▲	スーパー(店長)	競争相手の様子	・百貨店が物産展を再開、商圈範囲内に大型商業施設が開店し競合店も販促を強化してきたことで、来客数が減少してきた。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は減ってきている。買物頻度が新型コロナウイルスの影響で落ち、なおかつお盆と9月の大型連休明けで金を使い切っている様子である。
▲	スーパー(商品開発担当)	販売量の動き	・3か月前の前年比売上の伸長は107%ほどであったが、9月は103%とやや売上の伸びが鈍くなった。
▲	コンビニ(店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が売上、来客数に影響する。年末に掛けて不透明な状況であるため、景気は下向きではないかと考える。
▲	コンビニ(店員)	来客数の動き	・夏休みが明けてから反動が大きかったことと、天候が悪かったことから、前半は落ち込んだ。後半には回復の兆しがある。
▲	家電量販店(フランチャイズ経営者)	来客数の動き	・9月に入っても暑さでエアコンが売れたが、前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年の売上は超えそうにない。9月下旬からは来客数も減っている。
▲	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・季節的にも良いはずだが、客の動きが鈍くなっており3か月前の勢いはない。
▲	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新型車の発売に伴い、客の車への関心は増えてきているように感じられるが、多くの客が、この先の見通しが立たないので今は新車の検討時期ではないと話に乗ってきてもらえない。高級車を検討できる客はごく一部にすぎないと感じる。
▲	住関連専門店(営業担当)	販売量の動き	・新築住宅やその他商業施設の新築が、延期又は中止になっている。大規模改修、リフォームも同様で、来年春以降まで様子見の姿勢となっているところが多い。
▲	その他飲食[ワイン輸入] (経営企画担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍に対する不安感は和らいでいる。せっかく購入するならば、ワンランク上の物を注文される機会も増えている。

	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・人の動きが半年ほど変わらない。街中の繁華街も人出が増えていない。飲食店からも人出が少ないという話しか出ない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・一度景気が悪くなると絶対元へは戻らない。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約数にはさほど変化はないが、解約数が大きく増えている。
	▲	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により一時中断していた外販営業を5月より通常に戻して対応していたが、客の様子から徐々に直面对応が難しくなり、数字が下がってきている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・通信機器設備への投資が減少傾向にある。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数や単価の動きがやや悪くなっている。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・皆、金を使わないようにしている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、遠方や電車に乗って来る客が外出を控えているため、来客数は減っており景気は余り良くない。
	▲	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あり、受注量が減少している。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・自営業者の客の売上が悪く、電化製品を買う余裕がなくなってきた。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・飲食店への来客数は、新型コロナウイルスが発生する前の水準には程遠い。飲食店の閉店が続いており、閉店の予定も続々と入っている。
	×	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月はイベントがあったためシャワー効果を期待していたが、ほとんど客が来なかった。通常であればイベントとともに忙しくなるが、イベントだけ盛り上がった状況である。平日、土日共に暇であった。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き	・客は来ない。問合せもない。注文書と出荷だけで日々の仕事が終わってしまう。これからが新型コロナウイルスの正念場という感じである。
	×	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息しないので、観光客が少ない。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により客足が悪くなっている。
	×	理容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスには慣れてきたが、仕事は暇である。
	×	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・広告を出してもほとんど反応がなく、客の動きがない。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・不動産売買の動きが悪いようで、それに伴う新築住宅の着工も減少した。
企業 動向 関連 (東海)	◎	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	・3か月前よりは景気は改善されたが、利益は出ておらず、前年同月比でみるとまだまだ戻っていない。
	○	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・8～9月と残暑が続きアイスクリーム商品の出荷が好調である。一方で秋冬物商材の立ち上がりは鈍く、10月以降の復調に期待が掛かる。
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車に関わる業界が徐々に回復傾向にある。また、5Gに関わる電材需要は引き続き好調である。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍で生産量の落ち込んだ取引先が、やっと上向き始めたので、全体として若干景気が上向いてきた。
	○	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が少し緩和されてきたようで、全体的に外出が増えていると感じる。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費財の動きには余り変化がないが、生産財メーカーの生産量が徐々に回復してきている。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・Go Toキャンペーンの宣伝効果もあり、少しずつ人の動きが出てきたため、景気回復のきっかけになりそうな気配を感じる。

○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が多いが、残暑が厳しい上に新型コロナウイルス問題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。公共交通機関利用者は8月よりも回復傾向にあるが、売上は前年同期を大きく下回っている。
○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・今月に入っても新型コロナウイルス禍のなかで猛暑が続いていたこともあり、前月同様、良いというほどではない。
○	会計事務所（職員）	受注量や販売量の動き	・売上においては、前年同月比でみていくと新型コロナウイルス感染拡大後は依然として前年割れの状態が続いているが、客先の小売店では徐々に来客数が増加しており、回復傾向がみられる。
○	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・客先の親会社の改善対応が活況で、人員の増加ができている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・3か月前も最悪の状況であったが、今月も悪いままの状況が続いている。特に自動車関連の仕事は戻らないままで、景気は悪いままである。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・飲食店に客が戻ってきているが、団体の宴会や夜のクラブは戻っていない。ウィズコロナの姿が見えてきており、終わりを迎える業態はなくなっていく。景気の良さあしではない淘汰が進んでいる状況である。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少している。価格は引き続き交渉を受けるケースが多い。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米市場の自動車向け設備の引き合いは増えているが、実際の設備投資に結びつく案件は少なく、受注確率は低い。
□	電気機械器具製造業（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も折り込まれてきており、余り変化がない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は稼働日数の関係で売上の減少もみられたが、9月にはほぼ戻り、3か月前と同様の数字になっている。
□	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、通信を支えるネットワークインフラの構築やメンテナンス事業の分野では、総じて受注は好調である。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・航空製造業界は、新型コロナウイルスの影響により沈んだまま上がっていない状況である。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・集客は例年並みで、新型コロナウイルスに対して不安を口にする人は少ない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・4～8月までは20%ほど落ち込んだ。9月はまだ終わっていないが受注量は少しずつ増えつつある。しかし、以前の状態に戻るかどうかは不透明であり、10月以降の動向も、客先に聞いても分からない状況である。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店は数か月前と比べると、活気が出てきている。自動車販売、製造に関しても上向きのイメージであるが、また同じような状況になるかもしれない不安があるため、思い切った行動ができない。
□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・観光業、飲食業を中心に新型コロナウイルスの影響を受けている企業は引き続き多い。皆耐えているが、業況がかなり厳しい企業も多い。
□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・春先や1～2か月前のような、売り急いだ価格の設定は見られなくなった。
□	行政書士	受注量や販売量の動き	・ホームセンターに入っている物流業者は忙しく、ドライバーを募集している。
□	公認会計士	それ以外	・客の業況は、新型コロナウイルス感染症の影響で、ほぼ全ての産業で悪い状態である。国や地方自治体の施策による給付金、助成金等のお陰で、当座の資金繰りは見通しがついてはいる先が多いが、財政状態は大幅に悪化している。
□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・持続化給付金を申請した顧問先は多いが、緊急事態宣言の解除後は、6～7割くらい売上が戻り、現在もおおむねそれが維持されている。

	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年比20%以上落ち込んだままである。製造業は8月からひどくなっているようで、減少幅も広がっている。今から新型コロナウイルスの影響が本格化するのではないかと。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事の総量は決して多くないなかで、短納期や安値依頼などが続き、収益面では良くない状況である。
	▲	建設業（営業担当）	それ以外	・当業種での影響はそれほどでもないが、製造業では新型コロナウイルスの影響で休業、出勤日数の調整がみられる。パート社員には時間調整があるという話を数人から聞くので、やや悪くなっている。
	▲	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の影響により荷物量が減少している。取扱荷物量をみると、今月の1日当たり取扱量は前年より10%落ちており、毎日10%近く荷物が減少している。現在は上向き要素がなく、まだこの景気の低迷は続くと考えている。
	▲	通信業（法人営業担当）	取引先の様子	・自治体の新年度予算要求時期に差し掛かり、必要性の高いであろう事案について提案するが、先の見えない状況からか、新事業に取り組む意欲がなく、予算化にこぎ着けない事案が多く感じる。
	▲	その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	取引先の様子	・企業収益はしばらく上がらない。同業他社等に聞いても、いずれも返答は良くない。じっと我慢するしかない。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注数、販売数をみても、前年より大きく減少している。
	×	新聞販売店 [広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシが低調である。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き	・自動車生産業種全般において販売が回復してきたことから、8月は前年比90%程度、9月は同100%まで回復している。ただし、最大手自動車メーカー関連にいえることで、その他のメーカーは、まだまだ厳しい状況が続くと見込まれる。
	○	新聞社 [求人広告]（営業担当）	求人数の動き	・少しずつ街のにぎわいも戻ってきており、回復傾向にあるように思われる。それに伴って求人活動を始めるところも出始めている。
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者が思っていたより増加せず安定している。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特に大きな状況の変化はない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ホテル業界は悪いままで変わらない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比でマイナスの状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・主要客である自動車メーカーでは、以前から進めている全社的な経費削減に加え、新型コロナウイルスの影響もあって内製化の動きが高まっており、派遣や請負の引き合いはほぼ止まっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人に関しては、底を脱した感があり徐々に回復しつつあるが、前年比ではいまだ大幅に下回っていて、業種・職種による偏りが大きい。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・3か月前と比べ、新規求職者数が減少している。
	□	職業安定所（次長）	求人数の動き	・有効求人倍率が1倍を切る状況で推移しており、特に新規求人数の前年比での落ち込みが大きい。
	□	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から大きく減少しているものの、3か月前の減少幅と同程度となっている。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・消費回復の兆しが見えない。建設業の受注減少の影響により、現場工事が減少傾向である。
	▲	職業安定所（次長）	求人数の動き	・新規求職者数はほぼ横ばいで落ちつきを見せているが、新規求人数は減少傾向が続いている状況である。6～7月の減少幅は約17%となっている。

▲	民間職業紹介機 関（営業担当）	採用者数の動き	・徐々に求人依頼数は増加してきているが、採用要件や求める要素などは引き続き限定的となっているため、採用数自体の伸びが見られない状態である。
×	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により失業者数が増大している。