

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 (中国)	◎	観光型ホテル（副支配人）	・乗年の1月くらいまではGo To Travelキャンペーンの効果で旅行者の予約は増加する。
	○	スーパー（店長）	・前年同期が消費税の引上げで消費が落ち込んでいたため、その反動で今後、消費は前年を上回る。
	○	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルスの影響で巣籠り需要が高まっているため、手作り商材や鍋の材料等の伸びが増加する。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス禍の現状においても客の購買意欲は低下しておらず、動機付けがあれば客は動く。今後、緩やかではあるが、景気は確実に回復する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・来客数は回復傾向にあり、今後景気は良くなる。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・イベント規制の緩和やGo To Travelキャンペーンの実施で人が戻ってくる。今後、少人数の会合やイベントが増加することで来客数が更に増加する。
	○	コンビニ（支店長）	・今後、経済活動が再開し、人が動いてくる。
	○	衣料品専門店（代表）	・Go To Travelキャンペーンや飲食店の支援事業等を利用する人が増加すれば、洋服の需要も増加する。
	○	家電量販店（店長）	・ラニーニャ現象の影響で今冬は厳しい寒さの日が多くなるとの予報があり、エアコンを中心に暖房商品の販売が好調になれば、売上が増加する。
	○	家電量販店（店長）	・来客数の減少に対応して、単価を上げるので、売上也増加する。
	○	家電量販店（販売担当）	・前年同期が消費税の引上げで消費が落ち込んでいたため、その反動で今後、消費は前年を上回る。
	○	乗用車販売店（店長）	・現在は中古車販売が好調に推移し、客が新車を買ひ控えている状況にあるが、後は新車販売も新型車発売の追い風になり、上向ってくる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・年末の決算期が近づき、客の動きが良くなるため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、新型コロナウイルス対策を徹底しながら、今まで自粛していた告知や販促を行っていくので、景気は良くなる。
	○	その他専門店 [和菓子]（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなる。
	○	その他専門店 [土産物]（経営者）	・政府のいろいろなキャンペーンで人が動くのに伴い、売上也増加する。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・新型コロナウイルスの緊張感が段々と薄れていること、Go To Travelキャンペーンなど景気対策での需要増が期待できることなどから、景気はやや良くなる。ただ、これから気温が低くなるにつれ、新型コロナウイルスやインフルエンザなどが流行期に入り、感染増の可能性も高くなるので楽観視はできない。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・Go To Travelキャンペーンの東京発着解除の影響が少なからず出てくるため、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・Go To Travelキャンペーンが始まり、観光客の動きが活発になるため、来客数が増加する。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・10月からGo To Travelキャンペーンの東京除外が解除され、地域共通クーポンの利用が可能となるので、宿泊客が増加する。また、地域独自の需要喚起策の併用も後押しとなり、飲食、物販店の経済効果も出てくる。
○	都市型ホテル（総支配人）	・Go To Travelキャンペーンによる予約が伸び始めているが、前年と比べ3割減少している状況である。今後、東京発が継続されれば、景気はやや良くなる。	
○	都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelキャンペーンで地域共通クーポンの発行が始まることから、秋の行楽シーズンに向けて、多くの人々が動き出す。	
○	タクシー運転手	・現状が悪すぎるので、後はやや良くなる。	
○	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスが終息に向かえば、景気回復傾向が持続する。新型コロナウイルス禍では、ネット商材自体の需要は増加基調で推移する。	
○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスに伴う制限が緩くなり、客の物品購入が出てくる。	

<input type="radio"/>	テーマパーク（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	テーマパーク（管理担当）	・Go To Travelキャンペーンの影響で景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	観光名所（館長）	・東京がGo To Travelキャンペーンの対象となったことで、観光客が増加する。
<input type="radio"/>	観光名所（館長）	・イベント制限の緩和やGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの開始などにより外出する人が増加するため、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（営業担当）	・来客数の増加など、新型コロナウイルス対策の自粛ムードが改善してきている傾向がみえるため、今後景気はやや良くなる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・生活必需品以外の消費が上向く傾向がなく、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔靴〕（経営者）	・新型コロナウイルスの先行きが不透明なため、年末年始の商戦に向けて消費スタイルを元に戻す人もいれば、消費を控える人もおり、結果的には余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・百貨店やスーパーの来客数は増加しているが、商店街の店舗の来客数に変化はなく、今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が上向く要素が何もないため、今後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（経営者）	・経営規模の縮小など、新型コロナウイルス後の商売の在り方を早急に考える必要がある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食品〕（経営者）	・国の新型コロナウイルス対策や景気浮揚策等があるので2～3か月で景気が急速に後退することは考えにくいですが、景気はデフレ基調で推移していく。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスが終息しなければ景気は急速に改善しない。また、撤退したショップの売上をばん回できなければ状況は厳しさを増していく。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンなどもあり、新型コロナウイルスの波がまたいつ来るか不明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で客の外出機会が減少したため、洋服の必要性がなくなってきている。こうした状況で、少し高額なパジャマなどのホームウェアや肌着等の売上は前年を上回っているが、客単価が低いため、今後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・Go To Travelキャンペーンなど経済活動が優先されつつあり、今後も新型コロナウイルスの影響は続く。都心部の百貨店などは今後も厳しい状況が続く、地方についても都心部ほどではないが、大幅に改善する余地はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスのピーク時から回復基調にあるが、今後冬季になりインフルエンザと並行してどのような状況になっていくか不透明な部分が多く、景気回復は厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・食料品の売上は前年並みと回復傾向となっているが、衣料、洋品雑貨の売上が全く伸びず、全体の売上を押し下げる結果となっている。季節も涼しくなり、衣料品の動きが回復しなければ、この状況が当分続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来月からのたばこやビール類の税の引上げ前の駆け込み需要もなく、今後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、売上が前年を上回り、来客数が前年割れする状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数や購買点数は今後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・前年は10月からキャッシュレス・消費者還元事業の効果があつたが、今年はそれに代わるものがなく、景気回復が見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・天候も涼しくなり、食材が豊富に出回っているが、衝動的な購買は少ない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・最近、新型コロナウイルスの感染者数が減少しており、この先も増加しなければ来客数は増加するが、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの動向次第だが、今のところ景気は変化する様子はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・客の動きの悪い状況が続く。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が大きく、今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・特に景気が良くなる要素も悪くなる要素もないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・決算期に入るので、年初に保留になっていた案件も動き始める。客の会社の業績に復調の兆しが出てくることで、今後、前向きな話が増加する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・新型コロナウイルスの影響がやや緩和しているが、依然として先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で例年開催している移動展示会を開催できず、客の来店を待つだけなので、今後も期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、客が不要不急の外出をしないため、来客数が増加しない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・新型コロナウイルスが落ち着けば、景気は緩やかに回復するが、感染が拡大傾向になれば、景気は更に悪化する。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスやインフルエンザの影響で、客が現在よりも3密を避けるようになるなか、食に関する全ての業界間での客の奪い合いが激しくなる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスが終息するまでは来客数の一進一退が続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気が少しずつ回復していくとも考えられるが、新型コロナウイルスやインフルエンザの影響で景気が悪くなる可能性もあるので、現時点では景気に大きな変化はないと判断している。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・ここまで悪くなると、今後、景気が良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンで高級旅館の景気は良くなると思うが、一般旅館は助成金の金額変更か割引率を考慮してもらわないと厳しい状態のままである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・現状では、旅行業への後押しも景気の回復につながらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンを始めとする各種経済対策の効果を期待するが、現実的に景気が好循環に転換していくにはまだ時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・Go To Travelキャンペーンで県外から訪れる人の数が増加している。ただ、新型コロナウイルスの影響で全般的に乗車率が悪く、イベント等の開催も不透明なため、今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスが終息するまでは景気は良くなったり悪くなったり繰り返してはいる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・一時的にいい状態になっても持続しないため、今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの先行きが不透明なため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で先がみえない状況が続いているが、特にインターネットは今後も必要となってくるのでしばらくは今と変わらない状態が続く。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（業務担当）	・本来であれば、年間で最も多くの来園者のあるイルミネーション開催時期であるが、新型コロナウイルス対策を行った上での開催になることで、例年どおりのイベント開催は難しく、今後の新型コロナウイルス感染状況も懸念されるなか、開催を行っても例年同様の来園者数が見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [温泉センター]（担当者）	・近隣で新型コロナウイルス感染者が出てきており、これから冬に向けてインフルエンザが流行する時期なので、集客が見込めるかとても不安であり、今後の対策を検討していかなければならない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスを気にしている客が多く、来店周期が伸びていく。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・百貨店や商業施設の来客数も回復しておらず、商店街も人出がない状態なので、今後も景気は良くならない。

□	設計事務所（経営者）	・これからは、新築より中古の物件をリフォームし流通する方向に変わっていくと思われるが、今はまだそうした動きが鈍く、見通しは現状と変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・地価の評価額が下がったが、建売住宅などに比べると、注文住宅はなかなか購入までにはつながっていない。
□	設計事務所（経営者）	・問合せ等の数は増加しているが、来場制限などが原因で受注数が伸びない。また、リモートによる対面手法での受注の伸びも鈍いため、しばらくは厳しい状況が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの第3波が来るおそれもあるが、現在の回復基調は維持できる。
▲	商店街（理事）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、景気はやや悪くなる。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で厳しい状況が続く。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスやインフルエンザが流行してくる時期に景気がどのように動くかは分からない。結局は新型コロナウイルスそのものよりも社会のムードや報道がどうなるかが一番の問題となってくる。
▲	百貨店（営業担当）	・春夏商品の売行き不良等により、各メーカーの秋冬商品の品ぞろえが例年に比べ少なくなることから、売上が減少する。
▲	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響は少なくなってきたが、集客策としてのイベントが実施できないことや店頭商品の在庫確保が難しくなってきたことなどから、景気は悪くなる。
▲	スーパー（財務担当）	・所得減少による節約のため、客が低価格志向になり、買上点数が減少することから、売上也減少する。
▲	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスが落ち着かないと景気は良くなるらない。
▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で人出が少なくなるため、景気はやや悪くなる。
▲	通信会社（総務担当）	・利用希望件数が落ちてきており、契約数がこれまでどおり確保できなくなる。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で倒産件数が増加しており、今後家計への影響が少なからず出てくる。
▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響による収入の減少や失業が続くため、景気はやや悪くなる。
▲	ゴルフ場（営業担当）	・例年よりも予約が少なく、新型コロナウイルスの影響で景気はやや悪くなる。
▲	競艇場（企画営業担当）	・9月初旬に開催したG1競走で売上が十分確保できたため、3か月後は売上が減少する。
▲	住宅販売会社（営業所長）	・新型コロナウイルスの影響やボーナスの減少などにより消費マインドが低下するため、景気はやや悪くなる。
×	商店街（代表者）	・駅前には旅行客などが増加するので良くなっていくが、街中への人の流れがないため、今後も景気は良くなるらない。
×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は悪くなる。
×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は悪くなる。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・経済活動の再開で、今後、ますます新型コロナウイルスの感染者数が増加するため、景気は悪くなる。
×	百貨店（販売計画担当）	・ボーナス支給額の減少、取引先からの商品供給の減少などにより景気は悪くなる。
×	コンビニ（エリア担当）	・当分の間、競合店との消耗戦となるため、人員削減等も念頭に置く必要があり、今後は厳しくなる。
×	乗用車販売店（統括）	・新型コロナウイルスの影響で買い控えが出てくる。
×	自動車備品販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、リモートワークだから自動車通勤の社員が車を使わない、企業の訪問営業自粛で営業車を使わないなど、負の連鎖が出てきており、今後、景気は悪くなる。
×	自動車備品販売店（経営者）	・既にかかなり厳しい状況であるが、今後は更に厳しくなる。
×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が激減し、客の情報を把握できず、戦略の策定も困難になっているため、今後も悪くなる。
×	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響で景気は悪くなる。

	×	通信会社（広報担当）	・客が必要最低限しか購入する様子がないため、今後景気はやや悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しないと客が外出しないため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・景気は既にかかなり盛り返しており、今後も良くなる。
	◎	通信業（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響によりネットワークやサーバー機器購入に向けた動きが活発化してきている。また、前年度から計画していた機器の更新やデータセンター利用を年度内に完了する動きが慌ただしくなってきたため、景気は良くなる。
	○	食料品製造業（経営者）	・Go To Travelキャンペーンで4連休のホテルの稼働率が上がるなど好材料が出てきている。今後も人の動きが活発になり、景気はやや良くなる。
	○	食料品製造業（総務担当）	・観光地や飲食店に客が戻りつつあり、景気は現状よりは良くなる。
	○	繊維工業（監査担当）	・緩やかにではあるが、受注額が増え始めており、販売方法の改革で持ち直してくる。
	○	木材木製品製造業（経理担当）	・景気はまだまだ悪いが、今後は政府の様々な施策もあり、これまでよりはやや良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が徐々に弱まるため、景気はやや良くなる。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口の引き合いもなく、受注も低迷したままの状況が続いているが、一部で実施が遅れていた設備改修に取り組む客も出始めているため、景気はやや良くなる。
	○	鉄鋼業（総務担当）	・1～3月の受注予測が少し上向いており、今後景気はやや良くなる。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子産業で受注が伸びてくるため、景気はやや良くなる。
	○	輸送業（支店長）	・今後も巣籠り需要がある程度好調を維持するため、景気はやや良くなる。
	○	会計事務所（経営者）	・Go To Travelキャンペーン等の効果も期待され、新型コロナウイルスの感染拡大がなければ、景気は上昇する。
	□	農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で休業する店などがあり、今後も新型コロナウイルスの完全な終息が見込めないため、景気は変わらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で今後も景気に大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きをみると、今後も景気は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少してきており、景気は一時的には回復基調にあるが、まだまだ予断を許さない状況が続く。
	□	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は高水準が続く。
	□	輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
	□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス禍において、経済活動や個人消費がどの程度回復するかが不透明であることから、今後が見通せない状況である。
	□	金融業（融資企画担当）	・欧州などで新型コロナウイルスが再拡大していることから、地元完成車メーカーの世界販売の回復ペースが鈍ってきている。このため、地元の系列部品メーカーの受注が引き続き前年比で1～2割程度のマイナスとなるなど、景気は悪い状況が続く。
	□	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要は例年どおり、年内までは落ち着く。
	□	広告代理店（営業担当）	・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。
	▲	化学工業（経営者）	・当面は新型コロナウイルスの感染拡大による世界的な経済活動の停滞が続く。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・雇用調整助成金の休業補償が1万5000円であるのでまだ助かっているが、営業からの受注見込みは芳しくなく、今よりも落ち込むため、厳しさは増していく。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・政府の景気対策がGo To Travelキャンペーンに絞られるため、景気はやや悪くなる。

	▲	建設業（経営者）	・受注量の減少傾向が続き、新規物件も出てこないの、景気はやや悪くなる。
	▲	輸送業（総務・人事担当）	・受注の減少が長期化するため、景気はやや悪くなる。
	▲	金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルスの第2波の最中であり、取引先の収益状況は厳しい。新型コロナウイルスの終息の見通しが立たず、第3波も予想され、収益面、資金繰り面では厳しい状態が続く。
	×	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・来年度の受注量については確定できていない部分が多く、ここ数年来て類を見ない不透明さとなっており、今後景気は悪くなる。
	×	建設業（総務担当）	・今後、新型コロナウイルスの影響に加え、インフルエンザも流行するため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	・新型コロナウイルスの大規模な感染拡大がなければ、経済活動が活発になり、景気も回復していく。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの状況次第だが、景気はもうこれ以上は悪化しないという状況まで落ち込んでいるので、多少なりとも良くなる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業は一時の閉塞感から脱却しつつあり、新型コロナウイルスに対する制限緩和もあり、市場も緩やかながら回復していく。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・一連のGo To Travelキャンペーンが人の移動と消費を刺激してきており、また地元では主要駅のリニューアルが完了したため、今後人出が増加する。
	□	人材派遣会社（社員）	・景気は米国大統領選挙の状況やこの冬の新型コロナウイルス及びインフルエンザ等感染症の状況次第で下向くか上向くか両極端となる。
	□	人材派遣会社（支社長）	・自動車系の需要が回復しつつあるが、景気回復には時間が掛かる。
	□	人材派遣会社（支店長）	・これから劇的に市場が活性化することは考えにくい。業界によってはめどが立たず、動きが止まったままの企業もあるため、3か月後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用の様子をうかがう企業が多いため、今後も厳しい状況が続く。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・多くの企業が先行きが見えない不安を抱えながら、新しい採用方法を模索している。新卒の採用者数は変わらないが、前年までと大きく違うのは、企業の大半が量より質を優先するようになったということである。2019年卒以前の約4年間くらいの売手市場のときは質より量で人数合わせでやむなく採用する企業も多かったが、新型コロナウイルス禍の現在ではそれがない。今後も厳しい採用状況が続く。
	□	職業安定所（所長）	・土産菓子製造の会社から、新型コロナウイルスの影響で観光客の減少が続いており売上の回復が見込めず、助成金など支援がないと人員整理も考えざるを得ないとの話が出るなど、今後も厳しい状況が続く。
	□	職業安定所（事業所担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が様々な業種にあり、雇用調整助成金等の申請も多く、8月の申請は、7月と比べ23.4%増加している。また、雇用保険関係を前年と比較すると、適用事業所数は7月が前年比1.9%増、8月が前年比2.0%増、被保険者数は7月が前年比0.5%増、8月が前年比0.6%増と共に微増で推移している。一方、資格喪失者数は7月が前年比15.2%減、8月が前年比21.4%減と減少に転じている。新規求職者数を前年と比較すると、7月が前年比6.8%減、8月が前年比8.2%減と減少しているが、有効求職者数は、7月が前年比0.4%増、8月が前年比5.8%増と増加傾向になっている。
	□	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	・新型コロナウイルスの影響が遅れて出てきている企業もあり、また、希望退職者を募る企業も出てくるなど、景気は厳しい状況が続く。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新型コロナウイルスの影響で企業の採用意欲が低下しているが、現状を打破する要素が見当たらないため、今後も現在の厳しい状況が継続する。	
□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・しばらくは現状が続く。	

□	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスは引き続き景気に悪影響を及ぼす。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	・新規求人数、新規求職者数が減少しており、今後も景気はやや悪くなる。
×	—	—