

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）	・新型コロナウイルスがもう少ししたら終息すると考える。そのときは景気が上向くと期待する。
	○	商店街（代表者）	・Go Toキャンペーンがプラス要因となり、地域共通クーポンなどを利用できるので景気は良くなると考える。その一方で、キャンペーンを行うことにより新型コロナウイルスに関する新たな問題点も出てくると思われる。
	○	一般小売店〔高級精肉〕 （常勤監査役）	・新型コロナウイルスの影響による不況感が改善するよう政府の景気刺激策を期待する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス禍もそろそろ終息に向かうと思われる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・若者たちの節度ある行動が、今後の命運を左右する。
	○	百貨店（総務担当）	・冬のボーナスには期待ができないが、年末に向けて少しずつ消費マインドも上向きになるものと想定している。特に海外旅行がないなかで、レジャーに消費されていた金を買物に回ることを期待し、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなどの施策にもうまく乗っていきたい。
	○	百貨店（企画担当）	・8月最終週に県独自の緊急事態宣言が解除されたこともあり、入店客数は増え始めていたが、9月に入り、Go To Travelキャンペーンやイベントの人数制限解除などのマスコミ露出が増えるにつれて更に増え、大型連休には前年の80%を超えるなど来客数は目に見えて増えてきている。
	○	百貨店（経理担当）	・今後の新型コロナウイルスの影響は分からないが、現在と同程度の感染状況であれば、人々の行動パターンが新型コロナウイルス禍に順応していき景気は回復に向かうと考える。
	○	百貨店（営業担当）	・新しい生活様式を取り入れながら、経済活動もゆっくりと回復していくと思われる。
	○	スーパー（店長）	・支出割合への食費の影響がかなり大きいため、年末に向けては回復傾向に向かう。来客数は変わらず、単価が上がる見込みである。
	○	スーパー（ブロック長）	・9月の大型連休以降、行楽地に出掛ける人は増えると思われ、夜の宴会を除いて外食や旅行への支出が伸びてくる。
	○	コンビニ（店長）	・年末に向けていろいろなキャンペーンが始まるので、期待したい。
	○	コンビニ（店員）	・クリスマス商戦に向けて消費マインドが上がる傾向にある。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・新型コロナウイルス禍の状況は変わらないが、我々が新型コロナウイルスとどう向き合うか対応に慣れてきた感がある。したがって、今後新型コロナウイルスの悪影響は軽減され、ふだんの日常が戻ってくると考える。景気は回復傾向に向かう。
	○	家電量販店（店員）	・政府の政策で支えられているように思う。
	○	乗用車販売店（経営者）	・人の動きが通常どおりになってきている。今の状況が続くようなら、経済活動の回復も期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車効果もあり当社は全社的に好調を維持しており、今後も販売は期待できる。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・新規の来客数も増え始めている。販売数も増えているため、年末に向けて景気は良くなるのではないかと見込む。
	○	その他専門店〔雑貨〕 （店員）	・安定した政権が誕生し、新型コロナウイルス問題にも慣れてきたなか、年末に向け消費マインドにとってはプラスになる。
○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス禍が底を打ったと判断している。この先は上向きになると期待したい。	
○	一般レストラン（従業員）	・Go To Eatキャンペーンに期待する。	
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスが収まって、景気対策が実りあるものになると思う。	

<input type="radio"/>	都市型ホテル（営業担当）	・10月以降東京からのGo To Travelキャンペーン需要を期待している。一時的なことだが、ホテルは少しにぎわってきた。宿泊、レストランは今後も好調に推移しそうである。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンは年末年始頃に終了するが、当分の間は客が増えると思う。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・スマートフォンの新機種の発売を控えて期待できる。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・Go Toキャンペーンや新型コロナウイルス対策が徐々に強化され、少し気を楽にして外に出られるようになる。
<input type="radio"/>	レジャーランド（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、10月から東京がGo To Travelキャンペーンの対象になり、地域共通クーポンの付与が始まることから、需要の喚起になることを期待している。Go To Eatキャンペーン、Go To Eventキャンペーンへの参画も検討している。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・当県や沿線地域での新型コロナウイルス感染はごく僅かなので、現状の流れが阻害されるようなクラスター発生がなければ、乗客数も戻ると思われる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・人が外に出始めてはいるが、消費活動は以前と比べて抑え気味であるように感じる。比較的高額な商品が売れず、この状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・会社関係の客が減少傾向であり、そこが回復しなければ販売量、売上につながらない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・寒くなるとう新型コロナウイルスの感染拡大の不安がある。この何か月間で受けたダメージが大きかったため、どれだけ消費者が金を使ってくれるか不安である。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・いつ感染が拡大して消費マインドが冷え込むか分からない状況で、先のことは何ともいえない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・現在の状態では、積極的に家電製品を購入しようという雰囲気はない。全体的に生活に余裕のない人が多いと感じる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・政府のGo Toキャンペーンに期待する部分はあるが、2～3か月はまだこのままの状況であると考える。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・10月から政府のいろいろな経済政策があるが、実際のところ客は慎重である。多少の売上増加があっても、落ち込みを防止する程度である。2～3か月先は、法人、個人共にこの状況が変わらず続くと考える。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・一度落ちた消費者の購買意欲はなかなか元には戻らないが、新型コロナウイルスの感染がこのまま落ち着いていけば、これ以上落ち込むことはないと思われる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末用の受注が増えると思われるが、引き続き営業活動等で新型コロナウイルスの影響が残ることが予測される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・欧州では新型コロナウイルス感染の第2波に見舞われ感染者数が再び増加傾向にあるなど、全世界が収束を迎えるには相当な時間を要する可能性が高い。我が国における生産や輸出の回復も遅れると考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・Go Toキャンペーンの効果も限定的に終わると見込んでおり、新型コロナウイルスの影響が当面継続すると考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・新しい生活様式はかなり浸透してきているように感じるため、新型コロナウイルスが収まれば徐々に回復し始めると思うが、大きな変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルス禍の影響は、しばらくは一進一退を続けると考えられるので、まだこれ以上の上昇は望めないと思う。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・新しい生活様式に合わせて取扱商品を変えていかなければ難しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染の収束なくして回復は見込めない。年配の人たちに外出してもらえないと厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの状況の見通しが立たないなか、現在の水準が続くのではないかと考える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・味覚の秋を迎え、くりや柿などが店頭に並び始めるので、購入単価は上がると見込んでいる。

<input type="checkbox"/>	スーパー（商品開発担当）	・新型コロナウイルスの影響は依然続くと思われるが、各種キャンペーンもあり、外出や外食は以前より増える傾向にあるのではないかと。スーパー等で購入する商品も、新型コロナウイルス発生以前の平常時と変わらなくなるため、景気としては現状とさほど変わらないと思われる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響も変わらず、余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス禍で売れる商品が変化しているなか、キャンペーンなどを活用して品ぞろえすべき商品をそろえることで、売上の改善を計画中である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来客数は増加傾向であり、冬季に入りインフルエンザなど別の感染症への懸念も出てきそうである。このことで、新型コロナウイルスを含む感染症対策を重視するなかでの在宅ワークやステイホームへの動きが、再度強まる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの終息にめどが立たない限り、景気が良くなる可能性はないと思う。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・たばこの増税前の駆け込み購入後、一時的に来店動機が低下するが、Go To Eatキャンペーンのチケット効果に期待ができる。不透明な新型コロナウイルス禍であり油断はできないが、大きく低迷することはないと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルスの感染の拡大に加えて、インフルエンザの流行も懸念される季節に入ることから、引き続き客の動向に注視すべきである。一方で、10月からGo To Travelキャンペーンに東京が加わることから、レジャーや帰省需要がより一層増加することも想定されるため、これらの需要をうまく取り込む施策なども検討していく必要がある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・外出をする機会が多くなれば、需要も多少は増えるのではないかと期待する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・9月の大型連休などのイベントや新型コロナウイルス感染拡大のニュースなどで、週ごとに状況が目まぐるしく変わり、先を見通せない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・動きや問合せが全くないわけではない。新型コロナウイルスの影響も小さくなり、車で出掛けるような新たな動きがあるが、まだ見通しが立たないため分からない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの影響にもよるが、再び感染者が増えると動きが止まってしまうのではと危惧している。移動手段に自動車を利用してもらうことが新車の購入や工場への入庫増加につながるため、先行きに不安はある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響による買い控えとストレスにより、衝動的な購入につながっている面も多々あると考える。年内は良い状態が続くのではないかとと思われる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・月末にメーカーから来た第4四半期目標にも下方修正が入っており、上向き様子がない。予想としては厳しい状態が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（経営者）	・これからのインフルエンザや新型コロナウイルスの流行、特別定額給付金や助成金の効果に限界が発生し、非常に厳しい年末商戦が予測される。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・本来は年末年始の需要期に入るが、大人数の宴会は見込めない。一方で政府や都道府県による様々な施策への期待もあり、新たな需要づくりを行っていく。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着くまで、現状維持を目指していきたい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスはまだ収まらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [仕出し]（経営者）	・新型コロナウイルス対策の自粛の影響で、廃業、倒産などが増えてくる。格差がますます広がる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	・Go Toキャンペーンや今から始まる各種キャンペーンへの消費者の期待感が強い。

<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・これまでは団体客がほとんどであったが、新型コロナウイルス禍で完全に個人客となった。Go To Travelキャンペーンが追い風になると思うが、感染状況や政府、マスコミの報道により影響を受けられると思われるため、このような状況がまだ続くと考えられる。Go Toキャンペーンがどの程度国民の消費者心理を喚起するかによるため、見通しがつきにくい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数により判断した。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・今よりは良くなるが減速感があり、今後の期待感も持てない。Go Toキャンペーンもまだまだ活用されていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・現在の予約状況があるのは大変うれしいが、今後のインフルエンザと新型コロナウイルスの同時感染や東京のGo To Travelキャンペーン参加でどうなるのか。海外でも普通の生活に戻したところで感染者が一段と増えているので、10月以降の感染者増加が不安である。Go To Travelキャンペーンは感染予防をしながら絶対に続行してほしい。旅行会社はGo To Travelキャンペーンの売上だけでは厳しいので、何か半年先まで持続できる支援をもっと考えてほしい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・当社の入居しているビルでも撤退が相次ぎ、新規テナントがやっと決まった時点での退店が出た。ターミナル駅前のオフィスビルにおいても、本社を郊外へ移転するなどオフィス面積の縮小なども出始めており、今後も経費削減の動きが続くと考えられる。新常態とテレワークなどの進展に対応するには時間が掛かるので、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・3か月先は、まだGo Toキャンペーンなどの補助があるので、現状と変わらないと考えている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンの東京追加後の感染動向が非常に気になる。着地型に取り組んでいない地方の旅行者にはマイナス要素でしかないが、国内全体の旅行ムードが盛り上がることで発生する需要を期待している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・街中の人出が全く少ないので、2～3か月先に状況が変わるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・毎年この時期はイベントや結婚式で人出が多いが、現在はタクシー乗り場に車があふれ返っている。このままだと、忘年会シーズンも3～4割減少であると思う。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・現状の販売量が続くと考えている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスが収まらない限り、このままの状況が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少している時期は外出も増えるけれども、感染の波が高まれば自粛ムードが強くなってしまう。
<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	・Go Toキャンペーンに期待はするが、それほど効果が出るかどうか疑問である。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・11～12月の入場者予約数は現時点でかなり低迷している。コンペが少ないためか、前もっての予約が少ない。しかし、11月はゴルフシーズンでもあり、今後、入場者の予約数は増えてくると見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	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動向次第である。
<input type="checkbox"/>	美顔美容室（経営者）	・年末までのキャンペーンにより、お買い得な商品を購入する客がいる。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・若者は新型コロナウイルスを気にしている様子はないが、年配者は気にしている人が多いため、この状況がまだ続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [介護サービス]（職員）	・新型コロナウイルスにより不況の様相が見え隠れしているなか、客のマインド改善はまだ先と考えている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・低調さは続くが、12月を乗り切れるための貯金の時期である。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [室内装飾業]（従業員）	・元請工務店はリフォーム工事を中心に堅調な受注がある。一般客からのリフォームの引き合いも増加している。

□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新型コロナウイルスに加えて閑散期に突入するが、引っ越しが先送りになっていた客が来店すれば、平年並みか増加を期待する。
▲	百貨店（売場主任）	・9月の大型連休も土曜日が少し混雑したくらいで、平日と変わらない状態であった。旅行に行けない、在宅ワーク等の理由で靴の売上は厳しい状況である。
▲	百貨店（業績管理担当）	・6～8月は政府の給付金等の効果もあり、売上が回復傾向にあったが、ニュース等で報じられているように冬のボーナス減額などの影響を受け、客の消費マインドが冷え込む可能性が考えられる。
▲	スーパー（総務）	・新型コロナウイルス禍での生活リズムが確立してきているが、景気そのものが良いとはいえない。高額品、衣料品の売上が依然として低迷している。
▲	スーパー（販売担当）	・12月に競合店がリニューアルオープンし、脅威である。
▲	スーパー（営業企画）	・経済活動を再開させる動きは今後も続く。これからの感染状況にもよるが、内食需要は徐々に低下していくものと思われる。
▲	スーパー（支店長）	・相変わらずの新型コロナウイルス禍で客足は伸びない。9月の大型連休には人出があったが、休日明けは散々である。年末に向けて先行きが不安でしかない。
▲	コンビニ（企画担当）	・年末に掛けてインフルエンザと新型コロナウイルスの影響がより大きくなることが予測され、現在よりも外出を控える傾向が強くなると考えられる。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響も残るなかでのたばこと第3のビールの値上げは大きな逆風で、10月からの売上動向がとても心配である。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・3か月後はインフルエンザの流行時期になる。そうなると、消費者は新型コロナウイルスとの同時感染を危惧するとともに外出等も避け、消費に大きく影響を及ぼすのではないかと考えられる。
▲	家電量販店（店員）	・良い商品を選ぼうという購買意欲が落ちてきているように感じる。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・9月前半までは夏日と新型コロナウイルスへの慣れのお陰で売上も良かったが、10月以降は、自粛解除で新型コロナウイルスの第3波が来そうである。政府のバラマキ施策は旅行や飲食に偏るため、家電業界の恩恵は少なくなる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・冬場になると、インフルエンザに加えて新型コロナウイルスも感染者が増えてくると思うので、また消費が落ち込んでくると思う。
▲	乗用車販売店（経営者）	・やはり今後も新型コロナウイルスの影響を受けながらの経営が続くと思われる。特に今年の年末は、例年に増して動きが止まることが予想される。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況がもっと収束してくれば、客を店頭で誘致する活動をより積極的に進めることができるが、今のところ多くの客への積極的なアプローチは難しい。今後、ボーナスシーズンを迎えても余り期待できるような状況が現れるとは考えづらい。
▲	住関連販売店（経営者）	・経営収支の悪化が見込まれる。
▲	住関連専門店（営業担当）	・商業施設の新築、リニューアル共に新型コロナウイルスの影響が大きく、工事予定が延期又は中止となっている。住宅物件についても新築、リフォーム共に見合せというような相談も入っている。
▲	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・有店舗対面販売とネット通販の二極化が激しくなり、元の市場には戻らない気配がある。
▲	その他専門店〔書籍〕（店員）	・巣籠り需要もあり春から売上が伸びていたが、夏休みも終わり新型コロナウイルスの影響も落ち着きつつあるため、売上も例年並みに落ち着いてくるのではないかと見込む。
▲	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10.1%のマイナス、来客数は前年比17.8%のマイナスである。8月は、特に周辺の学校の夏休みが短縮された影響と分析している。
▲	一般レストラン（経営者）	・寒くなるにつれて、新型コロナウイルスだけでなくインフルエンザ感染予防のため外出を控える人が増えるのではないかと考える。

	▲	観光型ホテル（支配人）	・2～3か月後の忘年会シーズンは1年で最も利用人数、売上共に多い時期であるが、その大半を占める宴会がごとごとくキャンセルになっており、今よりも数値的には悪くなる。100人以上、特に300人を超す大型宴会は全て取消しとなっている。ただし、来月以降は行き場を失った修学旅行の引き合いが多く、特需に期待する。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。Go To Travelキャンペーンが東京まで拡大されることで人は動くが、同時に感染が増えれば反動は大きい。大手企業が出張を解禁していないので宿泊は限定的である。宴会は、今年春の案件が一旦秋に延期された後、キャンセルとなっている。忘新年会で稼ぎ時の12～1月も予約はない。会食付きの宴会はなく、会議の予約が数件あるのみである。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・純粋な団体旅行がまだ復活しないなか、新型コロナウイルスの第3波が来たら、スポーツ団体はまた中止になり、Go To Travelキャンペーンで申し込んだ個人客も恐らく取消しになるため、まだまだ景気回復のめどは立たない。
	▲	タクシー運転手	・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）	・Go Toキャンペーンで持ち直すところもあると思うが、社会全体として、皆が安心して再開できるマインドにはならない。秋冬に向けて新型コロナウイルス感染再拡大への不安も加わり、悪化局面になるように思われる。
	▲	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス禍で自粛期間を経過した後、一旦集客は良くなったが、再度の新型コロナウイルス禍の全国的な影響で、再度売上減少となっている。
	▲	理美容室（経営者）	・モノの値段も上がり、皆が金を使わなくなる。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大が落ち着いた限り、景気は戻らないと思う。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響である。
	▲	設計事務所（経営者）	・来月で現状抱えている案件は全て終了する予定のため、仕事量は減少する。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新しいワークスタイルに変わってきたが、受注量の下降は続きそうである。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での会食に会社から実質的にストップが掛かっている状況にあり、Go To Eatキャンペーンなどの施策では、多くの飲食店で回復が見込めない。
	×	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルス感染の再拡大のおそれがあり、景気はそこでまた下がると思う。
	×	スーパー（店長）	・百貨店や競合店の販促が徐々に強化されているなかで、旅行に行く人や外食の需要も増えてきており、徐々に日常に戻りつつあるので、現在よりもスーパーへの来店頻度は減少すると思われる。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・廃業するところが周りに増えてきた。まだ悪くなる。
	×	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスのワクチンができるまでは難しい。
	×	理容室（経営者）	・客の回転が悪い。ますます悪くなるようである。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により所得が上がらず、売上も悪い。
	×	住宅販売会社（従業員）	・地元ビルダーも、社員の配置を新築住宅の工事からリフォームへ移行しつつあるようだが、利益額は低くなるので事業経営が難しくなると思われる。
企業動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス禍の影響は依然注視する必要があるものの、新しい日常に向けて社会全体が適応しつつあると感じる。緩やかな回復が期待できるのではないかと。
	○	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・取引先で増産する仕事があるため、売上は多少伸びると思われる。
	○	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・このまま新型コロナウイルスの影響が収まれば、国際交流も増えて景気は回復すると思う。
	○	輸送業（経営者）	・人の往来が回復することで、様々な業種で物流ニーズが増えてくる。
	○	輸送業（従業員）	・来月から海外からの渡航も緩和され、Go Toキャンペーンも徐々に国民が受け入れている感がある。それに伴い若干景気も上向くかと思われる。国民の自粛ムードもかなり飽和状態になっている感が否めない。

<input type="radio"/>	輸送業（エリア担当）	・商業貨物は減っている。発送、到着共に減少しており単価も下落傾向である。
<input type="radio"/>	通信業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染対策にも皆が慣れてきて、ウィズコロナで社会生活が復活していくと感じる。
<input type="radio"/>	不動産業（経営者）	・10月の気象予報は明確になっていないが、今後も新型コロナウイルス問題の影響は少なからず続く。また、余計な出費を抑える気持ちも継続するとみている。公共交通機関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、少しずつ回復傾向になっていくとみている。
<input type="radio"/>	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの第2波が一時より落ち着いてきており、消費者の動きが、感染防止のために外出を自粛するという形から、十分に予防策をして通常の生活を送るような形に変化してきており、これに伴い消費行動も徐々に増えてきている。
<input type="radio"/>	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・下期からの増員もあり、売上増加に貢献できる見込みである。
<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・世間の景気は戻りつつあるようだが、新型コロナウイルスの第2波の影響があり、このまま悪い状況が続くと見込まれる。
<input type="checkbox"/>	化学工業（営業担当）	・引き続き現状維持の見込みである。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務秘書）	・飲食店や行楽地に客足が戻っていくが、客が戻らない会社、店舗は無くなっていく。給付金は社会全体に手厚いものであったと思うが、団体宴会の店や夜のクラブには焼け石に水である。首長の発言やマスコミ報道により、特定の業態が淘汰されることとなった。自動車の受注が回復し始め、景況感は回復傾向にある。
<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（社員）	・現在は上向き傾向であるが、気温の低下とともに新型コロナウイルス患者が増加して再度需要減少となり、結果として横ばいとなりそうである。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、発注が取りやめになったケースも出ている。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	・仕事量の先行きについて、楽観と悲観と両方あって見えていないが、当面の動きは良くない状況である。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車部品メーカーからは今年度の大型設備投資には乗り気ではないという情報があり、為替レートも円高に振れているため、この状況が良くなると判断できる材料がない。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・良くも悪くも余り変化しないと思われる。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響もあり、海外の状況次第という部分が非常に強い。自動車関係の一部には良いところもあるが、全体で見ればほぼ横ばい状態が続く。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が社会全体にどのような影響を及ぼしているのかが見えないので、漠然とした不安感がある。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・今が底であるが、しばらくこのまま底の状況が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	・新型コロナウイルスに対して、第2波も少しずつ落ち着きが出てきているなか、客側も慣れてきている感じがする。集客の落ち込みもないので例年並みに成約できている。ただし、今後、緊急事態宣言等が出ると厳しくなると考える。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・これからどうなるか想像が付かないが、不安はある。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルスの状況が2～3か月先にどうなっているかは不透明であり、予測が付かない。良くなっていると期待したいが、現状では厳しい。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・景気は上向き傾向であるが、新型コロナウイルスの影響を加味した場合のリスクに備えて、思い切った行動はできない。これからどのように事業を進めるか、リスクも考えた販売戦略であり、皆悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	・新型コロナウイルス発生後の在り方で経営を行っている企業も多いが、新型コロナウイルス発生以前の売上水準には到底戻らないと想定している企業が多い。もうしばらく現在の景気が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・様子見の感じが強く、取引案件の売り物件は現状で推移すると思われる。契約成立までは現状と変わらない。

	□	広告代理店（制作担当）	・年末に向けて予定のイベントは、年内はほとんどが新型コロナウイルス禍の影響で中止、又は延期になり、回復するまではかなりの時間が掛かりそうである。
	□	行政書士	・新型コロナウイルスの影響で現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・対面での打合せを再開しても、感染者が出てまた中止になったり、新型コロナウイルス感染者数の増減で外食に出掛けたり控えたりと波がある。先行きも現状維持ではないか。
	□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・積極的に営業活動をしている。多方面のいろいろな門をたたいてみて、新しいモノを製作し、新しい仕事を得られるよう努力する。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数が軒並み減少している。回復を見込める様子がない。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、身近な少人数で経営している先で廃業、自主休業などにより製造停止に向かう企業が増えている。倒産ではないので表には出ないが、数は倒産件数の2～3倍はありそうだ。
	▲	建設業（営業担当）	・今まで当業種では影響を受けなかったが、売上が減っている業種や業者からの参入も考えられる。そういった傾向になると、価格破壊など影響が出てくる可能性がある。2～3か月先ではないかもしれないが、新型コロナウイルスの影響は収まっていないので、先行きが懸念される。
	▲	輸送業（エリア担当）	・景気が上向く理由をみると新型コロナウイルスの影響による特需や一時的なものである。全体的にみると荷物取扱量は落ちており、上向く要素がない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・仕事の関係で話を聞くと、中小の個人経営者はかなり厳しい状況である。特に飲食関係、観光関係はどこも、つらい思いをしている。
	▲	通信業（法人営業担当）	・この状況が好転する理由を思い付かない。
	×	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を受けている。来年もこの影響は悪い方向に反映される。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読料が10月から上がり、それに伴う購読中止の連絡が後を絶たない。
	×	公認会計士	・株価や報道の内容と実体経済との間に大きなギャップを感じる。新型コロナウイルス発生以前からあった中小企業の収益性悪化や後継者難等の課題は、先送りされたままである。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の第2波による生産への影響は少なく、大手自動車メーカーの一部の車種においては、増産により仕事量も増えてきている。中国や北米向けの輸出も今後上向きに推移すると予想する。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人の動きが活発化するに伴って人手不足感が出てくるように思える。とはいえ、前年比でみるとまだまだである。
	○	職業安定所（職員）	・経済活動が再開し、飲食店等からの求人もちり直してきている。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	・街の人の出方が大分変わってきた。働き方の変化についても、一時しのぎではなく、この状態を前提とした再構築が進みつつある。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特に良化の兆しはない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・緊急事態宣言のあおりで、生産拠点、建設現場の稼働状況が低調なまま継続する見込みである。
	□	人材派遣会社（社員）	・この先も悪いままで先がみえない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスはやや落ち着きを見せてはいるものの、好転への明らかな材料がない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続き、採用に二の足を踏んでいる企業が多い。今年一杯は新規の中途採用をする企業はほぼないとみている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・現在の求人数の推移から、年内での大きな改善は見込めないが、業種・職種により徐々に回復しつつある。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・主に大企業では、求人が以前と同程度になる見込みがなく、かつ、採用の要件としても、基本的に優秀層のみの高いものが求められることが多い。

□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・全体的には良い要素はない。上期末の動きやGo Toキャンペーンに関連した動きは出ているが、短期的なものと感じる。
□	職業安定所（所長）	・新規求職者数は前年と同程度で推移しているが、雇用調整助成金を活用して雇用の維持を図っている企業がまだまだ多いなかで、新規求人数は前年比で減少が続いている。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響の見通しが立たない。
□	職業安定所（職員）	・製造関係の求人は減少傾向にあるが、飲食関係の新規求職申込みで来所する個人事業主が増加傾向にある。
□	職業安定所（次長）	・潜在的な求人ニーズはあるが状況を静観している企業が多く、今後もその状況は変わらないと考えられる。
□	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルス感染拡大が長期化するなか、新規求人数の減少が続いているものの、前年同月比の減少幅をみると落ち着きつつある。事業主都合による離職者の大幅な増加が続いており、引き続き注視する必要がある。
□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・事務部門での景気は現場より遅れてくるため、メーカーを中心として成り立つ当エリアの景気回復は、まだ難しいと見込まれる。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルス禍による採用に関しては、徐々に企業も順応しつつあるが、限定的な採用にとどまっている状態である。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・主要客である自動車メーカーからの請負取引は、10月以降本格的に予算削減が進み、1～3月に関しては、前年比で20～30%の予算削減となる取引もある。
▲	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの影響により先行き不透明感が強く、企業の積極的な求人活動が期待できないと考える。
×	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスショックによる、先行きの不透明感が強い。