

1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：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 (北海道)		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いているものの、Go To Travelキャンペーンの効果が一程度表れてきている。特に週末や4連休においては、前年の7割近くまで来客数が回復している。ただし、売上総額ではまだ前年の3割台にとどまっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・客の業態にもよるが、コロナ禍からの脱却がみえ始めてきている。完全には戻っていないが、回復傾向が少しずつ強まっている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだ続いているが、来客数、買上客数が少しずつ増加している。また、客単価が新型コロナウイルス発生以前よりも高くなっていることから、この傾向が続けば、売上の回復も期待できる。
		スーパー（役員）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、4連休を中心に観光客がかなり増えてきている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・周りの工事が増えてきたこと、飲食店の動きが少しずつ回復してきていることから、景気はやや良くなっている。観光客も3か月前と比べると、団体客などの動きが少しみられるようになってきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量が徐々に上向いてきている。先行きについても楽しみである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・4～6月の緊急事態宣言が出されていたときは客の流れも悪く、販売量も例年と比べて落ち込んでいたが、7～9月になると客の懐も少し緩み、乗換えが相当進んでいる。例年と比べても良いところまで持ち直していることから、景気は上向いてきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車両の導入などがあったこともあり、販売台数が予算に近い数字になってきている。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・景気はやや良くなっている。季節の変わり目にあることから、必要商材の購入が増加するなど、客の購買意欲が高まっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・徐々にではあるが、来客数が増えてきている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや地元自治体による宿泊喚起キャンペーンなどが寄与したことで一時の落ち込みは脱している。ただし、道内客が主体であり、道外客やインバウンド客が回復していないことから、本格的な来客数の回復には至っておらず、厳しい売上となっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・若干ではあるが、Web経由の個人客、観光目的の客について回復の兆しがみられている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で欠航していた航空便が9月に入ってから回復傾向に転じている。量的には例年に遠く及ばないものの、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、団体旅行もようやく回復傾向がみられるようになってきている。周辺観光地では、4連休において自家用車を利用した道内客及びレンタカーを利用した道外からの個人客でにぎわい、久しぶりに活気のある風景がみられた。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・売上の主力である法人、組織の団体旅行について、3か月前は一切みられない状況であったが、9月は案件の取扱があった。新型コロナウイルスの影響は依然として大きいですが、少しずつ改善傾向がみられるようになってきている。
	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・飽くまで全く売上のなかった緊急事態宣言前後との比較ではあるが、Go To Travelキャンペーンの後押しもあり、8月と同様に一定の来客数がみられる。ただし、来客数がごく少数な上、単価の低い道内宿泊の成約が数件ある程度なので、赤字の状況は変わらない。	

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
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・まだまだ景気の悪い状態ではあるが、少しずつ客の動きが出てきているなど、最悪の状況は脱してきている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・タクシー予約について、観光貸切りでの利用が入り出すなど、Go To Travelキャンペーンの効果が出てきている。ただし、当地域で開催される予定だった会合などがいまだに見送られており、完全に戻るまでには2年程度は掛かるとみられる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー割引クーポン券やプレミアム付商品券が発売されたことにより、3か月前と比べればタクシーの利用状況は上がっている。ただし、売上は前年から30%のダウンとなっている。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる停滞から徐々に回復傾向にあったが、9月は天候不良の日が例年よりも多かったため、24日時点の前年比は34.6%にとどまっている。ただ、4連休の際にはインパウンドでにぎわっていた前年と同じような来客数の日もあったことから、実感としては景気は上向きになっている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・4連休や各種政策の効果がある程度みられたことから、前月と比較して利用客数が増加傾向となっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・少しずつではあるが、来街者が戻ってきている。特に4連休の際は、人数自体はそれほど多くなかったが、久しぶりの人出がみられた。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子をみる限り、景気が良くなっているとはいえない。
		商店街（代表者）	それ以外	・3月以降の景気悪化により、回復が見込めない状況のなか、9月は区域内で2店舗の閉店があった。店舗の閉店が続いたことで、ほかの店主や来街者にまで暗い雰囲気漂っている。また、当地において、前月に新型コロナウイルスの新規感染者が見付かったことで来街者の足が止まったこともあいまって、景気の悪い状態が続いている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がみられるなか、天候不順の影響で農作物の価格が高騰していることが売上に響いた。客の入込は4連休のみ良かった。
		スーパー（店長）	それ以外	・売上は下げ止まっているものの、新型コロナウイルスが終息していないことから、相変わらず低い水準で推移している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・6月は特別定額給付金の影響で消費が活発化した。7月以降は節約志向がみられる。客単価の上昇や買上点数の増加がみられるものの、客の来店頻度が低下していることから、全体の売上はこれまでよりもやや減少している。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・コロナ禍のなか、食品スーパーマーケットの売上は引き続き好調に推移しているが、来店頻度の低下に伴い来客数が減少している。その一方でまとめ買いによる客単価の上昇傾向が引き続きみられる。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・コロナ禍のなか、国が人を動かすことで消費を拡大させる景気向上策に出ていることから、これまでの巣籠り需要にやや変化がみられるようになってきている。9月の売上は前年を上回って推移しているものの、伸びは鈍化傾向にある。また、来客数は前年から3～5%の減少、客単価は前年から6%前後の低下で推移している。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上は前年を超えているものの、プレミアム付商品券などが影響しているためであり、景気の実態はそれほど良くないとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・景気はやや良い状態では変わらない。3か月前は新型コロナウイルスの影響とキャッシュレス・消費者還元事業の効果により、売上が好調であった。9月は免許品の値上げ前の駆け込み需要が生じていることで売上確保につながっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の受注は順調であるが、全体の販売量に大きな増減はなく、余り変化はみられない。

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
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (経営者)	販売量の動き	・販売量が前年並みの水準に近づきつつある。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、観光客がやや増えており、3～5月に比べると景気はやや上向きにある。ただ、それも昼に限った話であり、夜になると地元客も来ないため、とても景気が良いとはいえない。今後は観光客の少ない時期となるため、景気はどんどん悪くなるのではないかと懸念している。
		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・ランチが善戦したことで売上は前年の30%を超えそうだが、景気は3か月前と変わらない。売上が伸び悩んでいることから、テイクアウトを行いたいと考えているが、衛生面のことが心配でまだ手を出せない状況にある。ホテル内のレストランでは、いまだに休業を続けている店舗もみられる。朝食を含めて、少ないスタッフで対応している店舗も多く、客が入って混雑すると、スタッフの人数が足りないため、てんてこ舞いになっているようだ。また、ホテルによっては調理や配膳、ベッドメイクのバイト、パートを解雇した上で出勤停止状態を続けているところもあると聞く。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響から脱し切れていない。
		スナック (経営者)	来客数の動き	・前月とほとんど変わりはなく、景気の悪い状態が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍のなか、3か月前と比べると若干落ち着きが見られることで、道内客が動き出している兆しが見られるようになっている。しかしながら、まだまだ厳しい状況に変わりはない。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・3か月前とほぼ同じような売上で推移している。客同士の距離を確保するため、現在も席を1つおきに使用し、完全予約制としているため、前年と比較すると20%程度の売上減になっている。
		美容室 (経営者)	販売量の動き	・売上は前月と比べて5%弱の減少となっているが、減少傾向が続いているわけではない。前年と比べてもほとんど変わらないことから、景気は3か月前と変わらない。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・例年であれば、イベント開催に伴う売上の増加が見られる時期だが、今年はイベントのほとんどが中止になっているため、影響が出ている。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・希望的観測も含めてだが、新型コロナウイルスの影響は底を打ったとみられる。ただし、先行きについては予断を許さない状況にあるため、現状維持で推移することになる。
		商店街 (代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばい傾向で推移しているが、歓楽街において感染者が出続けていることから、中心商業地は危ないというイメージを払拭できないでいる。中心商業地はいまだに他地域と比べて落ち込みが大きく、売上も依然として前年比50%を割り込んでいる。歓楽街の店舗においては、もう少し街全体に与える影響を自覚して、自助努力を行ってほしい。組織立って感染防止に取り組んでいかないと、いずれ自分たちの歓楽街が消滅することにつながるかもしれない。そこまで追い込まれている状況である。
		百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要があったことに加えて、インバウンドによる売上も好調だった。今年はそれらの反動で非常に厳しい状況にある。
		百貨店 (役員)	販売量の動き	・前年は消費税増税の直前で駆け込み需要がみられた月であった。その影響を考慮しても、新型コロナウイルスの影響で前年よりも景気はやや悪くなっている。
		百貨店 (営業販売担当)	来客数の動き	・6月は特別定額給付金の効果もあり、一時的に高額商材に動きがみられた。それに対して、9月は前年の消費税増税前の駆け込み需要やそれに合わせたイベント開催などがあったことの影響が大きい。年配客を中心に客の来場が戻っていない状況にある。
		家電量販店 (店員)	来客数の動き	・9月は夏物家電と暖房機の需要期のはざままで来客数が少なかった。ただ、新型コロナウイルスの影響は少しずつ解消されてきている。

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
		その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・国の景気支援策には一定の効果があったが、国民の不安が長期的なものになってきていることから、悪い意味で動きが落ちてきている。景気回復に向けて、これからが重要な時期となっている。
		通信会社（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、店舗への来客数を抑えざるを得ない状況にあることから、通信機器の販売量は前年から3割程度落ち込んでいる。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを訪れる客との商談に要する時間が長くなってきている。購入決定の判断に迷う客が増えてきている。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・この4連休で例年の半数程度の人出がみられたことはプラスであったが、道内客が多かったことから売上には余りつながらなかった。売上は前年の27%まで回復したが、景気の水準は悪いままである。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・クールビズ期間中は単価の低いワイシャツが落ち込んだだけであったため、持ちこたえることができたが、現在は衣替えのスーツが全く動いていないことから、景気は悪くなっている。何も売れない状況にある。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・9月のタクシー売上は8月と同じく前年比マイナス30%であった。4～5月の売上は前年比マイナス50%であったが、6月以降は前年比マイナス40～30%で推移している。夜の繁華街の人出は相変わらず少なく、昼間よりも夜間の売上の落ち込みが大きい。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・前月まで回復傾向にあったが、イベントなどが軒並み中止となったことから、景気は下向きに転じている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・貸切りハイヤーの利用については、インバウンド客のオーダーが全滅である。国内旅行での利用も減少している。一般法人やイベント関係者からのオーダーも減少している。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・消費者の考え方が新型コロナウイルスを機にがらりと変わってしまった。不安を抱いたまま生活していることから、景気は悪くなっている。
企業動向 関連 (北海道)		-	-	-
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自粛ムードが緩和されてきていることで人出が増えてきた。ショッパへの来客数も増えており、受注につながり始めている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・低迷していたサービス消費は各種政策の効果に加えて、新型コロナウイルスに対する一般市民の意識が変化し、日常の消費行動が活発化していることで、持ち直しの動きがみられる。また、サービス以外の消費についても、衣料品を除けば底堅さがみられる。これらのことから、道内景気は3か月前と比べてやや良くなっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として、前年から1割以上売上が落ちた状態が続いている。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・5月から受注量が落ち込んでおり、回復の兆しがみえない。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年であれば、建設業の最盛期にあるが、新型コロナウイルスの影響で民間工事が減少しているため、見積りの引き合いや工事の打合せが少なく、比較的穏やかな時期となっている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を受けて、工事の進捗が遅れていたが、このところ天候が安定していることもあり、進捗状況は回復してきている。また、追加の工事案件があることで、完工高の上積みにつながっている。ただし、公共工事の年度内完工に向けて、工期日程的に厳しいものがある。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず紙・パルプや建材の荷動きが鈍い。倉庫部門では、冷凍バターの在庫が増えているほか、農作物関連製品も需要減により多めの在庫を抱えたまま新物のシーズンに突入している。そのため、今後、経済活動が上向くことで、貨物が回転することを期待している。
		司法書士	取引先の様子	・取引先の各企業では、今後の社会状況をみながら、活動を強化したいと考えているようだが、新型コロナウイルス発生以前の状況には戻っていないのが現状である。

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
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上は引き続き前年並みで推移している。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・客の設備投資意欲は弱い、受注に関しては変わらずに推移している。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・当地はこれから冬季の準備に入る時期となるが、新型コロナウイルスの再流行への漠然とした懸念により、企業各社における営業活動や投資活動について慎重な姿勢が目立ち始めてきている。観光面ではGo To Travelキャンペーンの効果が出てきているが、取引先各社の状況から景況感を3か月前と比較すると、やや悪化している。
		司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が依然としてみられる。自粛生活が当たり前となり、不要不急の外出などを控えることが習慣として身に付いたこともあり、大型案件である住宅などの新築や購入が先延ばしされている状況にある。不動産取引にかかる商談も、テレワークではなかなか進まないため、景気回復にはしばらくの時間が掛かることになる。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・少しずつではあるが、景気は下向き傾向にある。車業界では新車販売が厳しい状況にあるため、年末に向けても景気が悪いまま推移する。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で仕事の仕方が変化しており、受注活動の制限や営業形態の変化による影響が出てきている。売上は前年実績から10%ほど落ちている。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月の販売量は前年比マイナス32.8%であり、3か月前の6月の販売量は前年比プラス1.0%だったことから、景気は悪くなっている。
雇用関連 (北海道)		-	-	-
		求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	・飲食関係については、夜の飲食店も含めて、若干客足が増えつつある。また、百貨店にテナント入居しているアパレル系からの求人も復活傾向にある。ただし、新型コロナウイルス発生以前の水準にはまだ達していない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	雇用形態の様子	・建設や介護、貨物運送など、新型コロナウイルスの影響を余り受けていない業種では、求職者からの反響が以前よりも増えていることもあり、正社員求人が少し戻ってきている。アルバイトやパートについても、正社員ほどの伸びではないが、前月と比べて多少増加傾向にある。ただし、先行きについては不透明な部分がある。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前は国の緊急事態宣言が解除されたばかりの時期であり、企業側も様子見や自粛ムードが強く、募集、採用ニーズが弱かった。現在は必要に応じて募集する平常時に近い雰囲気が見られることから、景気はやや良くなっている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	採用者数の動き	・前年よりも掲載件数の少ない状況が続いていることもあり、応募数が前年を上回るなど、良い傾向が見られる。特に医療、介護、物流業界で顕著である。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・3か月前と比べて景況感の良くなっている企業が一定程度みられる。一方、まだまだ回復していない企業もみられる。全体的には3か月前よりも景気が良いとみているが、業界や企業によるばらつきが大きい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の有効求人倍率は1.14倍と前年を0.01ポイント上回った。新規求人も前年を上回っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・2021年新卒の大学生は求人数が少ないなか、Web面接などが行われていることから、企業の実際の雰囲気が見えないまま内定を得ている。この結果、企業側に内定承諾書を出さないまま、就活を長期化させる傾向が見られる。こうしたことから、将来に向けての人材確保が不十分になることが懸念され、企業業績の不振と合わせて出口の見えない不景気感が続くことになる。

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
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規求人の依頼が低調である。過去に取引のあった企業に当社からアプローチしたり、求人サイトへの新規営業を行うことで月間求人数を維持している状況である。前年と比較すると、新規求人の申込みは5割減となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における8月の有効求人倍率は0.80倍であり、5月と比べて0.06ポイントの低下となっている。
	x	-	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：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 (東北)		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンでの宿泊者が増えている。宿泊人数は少ないが単価が伸びてきている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前は最低の売上だったので、その頃に比べると売上は上がっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・9月の上旬までは猛暑が続き、熱中症対策の商品がかなり売れた。その後、急に温度が下がり寒くなったため、体調管理のための必要からか免疫力アップの商品が売れていて、客単価が非常に上がっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・平日は相変わらず静かで、この新型コロナウイルス禍の状況に消費者がいい意味でも悪い意味でも慣れてしまった感がある。ただ4連休中は徐々に人が動いたために、旅館・観光施設などへの販売量が良かった。今までの出控えのストレスもあり、周りが動くなら動いても許されるかもという心理があるとみられる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、夏のイベントが軒並み中止されたことと帰省自粛もあり、来客数は伸びなかったが、高額品の動きが回復の兆しを見せ始めていることや、買上数量も高く推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今年はお彼岸の日取りが良く、そして4連休の効果もあってか、売上が前期比107.8%で推移している。また、酒、たばこが増税前で売れていることもプラスになっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数は前年を大幅に下回ったままだが、客単価や買上点数は前年を上回ってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりはかなり良くなってきたが、前年にはまだまだ及ばない。住宅立地の店は100%近いが、街道沿いやホテル、オフィス街の店舗はいまだ壊滅的な売上である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年差マイナス10ポイント。最も減少した月はマイナス20ポイントであったため、来客数の回復傾向がみられる。特に週末の人数が増えており、Go To Travelキャンペーンの効果が現れている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍による自粛ムードが緩みつつあり、若者を中心に外出する方が増加している傾向がある。コロナ禍前とまではいかないが回復傾向に向かっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来店数の著しい増加はないものの売上高は安定している。高額ブランド商品のニーズが多く購買につながっている。旅行等に出掛けられないので洋服を購入するケースが増えている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・前年9月の来場者数と比較すると85%の実績だが、3か月前の新規来場件数と比較すると2週目で6月総来場件数と同等の来場があり、最終は前年並みの来場に足りつつある。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・購入を考えている来店客が徐々に増えてきている。滞在時間も長く、商談がしやすいせいを受注が増えつつある。
	乗用車販売店（本部）	お客様の様子	・前年超えとはいかないまでも、ある程度の水準まで販売台数が戻ってきている。来店傾向も家族連れが多くなっており、その会話からも過剰に新型コロナウイルスを心配する声は薄れているようである。	

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
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・今月はお彼岸の月で、小物類の販売が思ったより順調で売上をやや押し上げている。新型コロナウイルスの影響で売上は期待していなかったので良い展開である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	お客様の様子	・燃料油、特に灯油は季節の関係から需要が伸びてきている。生活必需品でもあるので、例年程度には見込める。
		その他小売 [ショッピングセンター](統括)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらないものの、客の慣れもあり、消費マインドは多少なりとも上向きになっている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・7月から営業再開とGo To Travelキャンペーン効果で今月は良くなっているが、前年比ではまだまだマイナスである。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・県民割が東北6県や全国を対象とした施策に対象エリアが拡大し、需要が喚起された。さらに、Go To Travelキャンペーンとの重複利用が可能になる等、客のお買得感及び選択肢が増加したことが、旅行需要の増加につながってきている。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーン、市、県の宿泊割引プランより個人旅行の需要が増え始めている。一方で修学旅行のキャンセルが増え始め、法人団体も動きがないことから、全体としては、景気が良くなっているとはいえない状況に変わりない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・9月中旬から日中の平均乗車回数が3か月前の1.5倍と増加している。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・販売量の前年比が3か月前よりも良くなっている。
		観光名所(職員)	来客数の動き	・客も増えていて景気はやや上向きの感じはあるが、まだ周りに内緒で来ている旅行者が多く、土産を持っていけないという事情もあるようで、土産店も業務としては順調に伸びているとはいえない。そして、来客数は増えているが修学旅行生が中心だったりするので、今一つ伸びきれていない。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・4連休の天候が良くて久しぶりに込み合い、学校団体も少し戻って一息つくことができたが、前年にはまだ及ばない。
		その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・来店客、フェアへの参加数などが目に見えて増えてきており、回復がうかがえる。
		一般小売店[書籍](経営者)	販売量の動き	・前年の消費税増税の影響が出ているので、前年比からすると良い数字にはなっていない。特別定額給付金も消費に回らず預金に戻っているという情報もある。将来不安があるため、消費マインドが上がっているとは思えない。
		一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・前年は消費税増税前の月で前年比130%だった。今年はその分がへこんでいるが75%なので少し良い。一昨年と比べても変わらない。
		一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・商品が動かず、メインとなる布団づくりの注文もないので、利益にもつながらない。
		一般小売店[カメラ](店長)	来客数の動き	・来客数は徐々に回復してきているが、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
		百貨店(買付担当)	お客様の様子	・国内ではウィズコロナの動きが少しずつ出ているように見受けられるが、当地区に限っては行動自粛ムードにほとんど変化がない。消費動向も同様で一部ストレス発散の購入がみられるが、消費マインドは低下したままとまっている。
		百貨店(経営者)	販売量の動き	・地域の経済活性化施策などにより、多少入店客数も増えてきているが、以前のような消費動向は見られず、効果は食料品、高額商品の領域に限定され、衣料品の秋物への需要は激減している。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・9月はコロナ禍のなか残暑もあり、前年比で来客数減少が若干拡大しており、買上点数もそれに比例している。ただ、1品単価は5%強と上がっている。全体としては消費の傾向はやや低下してきたようである。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・3か月前頃と比較して、1人当たりの買上点数が下落しているが、客単価は平常に戻りつつある。

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
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周りの企業に勤める人から、コロナ禍ですっと減っていた仕事やっと少しずつ増えてきて、会社も休みではなくなってきたという話を聞いている。3か月前と同じくらいの景気である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夕夜間の来客数の減少により、売上が厳しい。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、単価共に変化はなく、横ばいで推移している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・初夏と比べ外的環境に変わりなく、来客数もトレンドにあった数値である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・法人から作業服等の注文が多少回復してきたが、店舗への来店客が減少したことや学校関係の修学旅行や体育祭などの中止により、売上が半減している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年の同時期に比べて購買意欲が減少しているのか、来店数も控え目で売上に繋がらない。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ふだん着使いのカジュアル服に関しては徐々に需要が通常ベースに戻りつつあるが、仕事用途でのニーズは男女共に少なく、厳しい状況が続いている。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・今年度は前年比70～80%の状態が続いており、景気が改善されることは考えられない。来客数も伸びていない。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・給付金の影響で3か月前はたくさんの来客があったが、現在は落ち着いている。消費税増税前の駆け込みがあった前年との比較は難しい。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・個人客が車を買う状況になったとき、これまでは新車だったのが、出費を少しでも減らすため中古車を買おうとするケースが多くなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・トラックなどの動きも依然悪いので、消耗部品が動かない。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	販売量の動き	・今年の5月以降はずっと低調のままで前年比で20～30%は落としている。また、前年9月は消費税増税前の駆け込みで売上が上がったが、今年はいきよりの低空飛行となり頭を抱えている。特に飲食店、観光業関係からの売上が全くない状況である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策も一段落した感じはあるものの、需要の回復には至らず、販売量は前年比減を一定レベルで推移している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前のどん底に比べれば多少は良くなっているかもしれないが、底辺で推移していることには変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンなどの対策もあり例年並みに近づいてきてはいるが、大きくは変わっていない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーン対象商品の販売は個人客が中心である。団体需要は修学旅行や校外学習を中心とした学生団体が動き出したが、学校によっては延期や中止も発生している。また、一般団体は数件の発生にとどまっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化は見られない。
		テーマパーク（職員）	単価の動き	・客の入込など来館は増えたが、購入数は上がらない。
		観光名所（職員）	お客様の様子	・遠方から、特に首都圏方面からの来場は若干増えているようだが、それを警戒して地元の客足が伸びない。割引券等を発行して誘客を試みているもののなかなか集客につながらない。
		美容室（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症が発生してから、カットだけでオプションのメニューは要らないという方が多くなっており、単価が伸び悩んでいる。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客が高齢化しているので、段々と来客も少なくなってきた。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官公庁からの発注件数は前月と低いところで変化はない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・首都圏からの移住希望に伴い安価な中古住宅の需要が伸びている。

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
		その他住宅[リフォーム](従業員)	販売量の動き	・特別定額給付金給付の効果は収束したとみられる。給湯器交換工事が減っており、リフォーム工事は塗装工事が減っている。
		その他住宅[住宅展示場運営会社](従業員)	来客数の動き	・8月から来場者数が伸びていたが、県内で新型コロナウイルスの感染者が増加傾向にあることから、前月、前年と比較して大きな変化がなくなっている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・秋祭りやイベントの中止により商店街のにぎわいはなく、来街者数は減少している。Go To Travelキャンペーン効果により観光客が幾らか戻りつつあるが、売上等に直接結び付いていないのが現状である。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・6～7月に掛けて営業自粛後の需要の戻りがうかがえたが、その後購買行動に陰りが見られ、特にファッション関連商品の売上が低下している。高齢層の客の来店は減少したまま推移しており、主要客層の客数減、買上単価減も響いている。
		スーパー(営業担当)	お客様の様子	・来客数が前年を割り込む日が多くなっている。クーポン日は集客できるが、それ以外の日が厳しい。買物頻度は下がり、客単価も以前の傾向からは鈍化傾向で売上も前年を少し超える程度になっている。
		スーパー(営業担当)	来客数の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、家庭用品や酒の売上が大幅に悪くなっている。来客数も97%と来店頻度が下がっているが、生鮮品の買上点数に支えられているため、売上は曜日対比では前年を維持しているが、日付対比ではマイナスになりつつある。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で行動がある程度制限されていたが、解放されつつあり大型スーパー等に行き人が多くなったため、来客数が減少している。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・平日は夜が最近また静かになってきたという実感がある。土日は8～9月と催事が全くない状況なので休日の売上が悪い。
		コンビニ(店長)	単価の動き	・購入数は必要最小限のように見受けられ、客単価が下がっている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・コロナ禍と残暑の影響で秋物商材の立ち上がりが遅れている。
		家電量販店(店長)	来客数の動き	・夏場の猛暑によりエアコンなどの需要があり、8月までは売上が前年を上回っていた。しかし、今月は猛暑も一段落し、冬の準備のための暖房商品の売上はまだ上がっていないため、前年比90%で推移している。来客数も上期で売上が上がっていた状況よりも勢いがなくなって、新型コロナウイルスの問題でやや不安な状況になっている。
		家電量販店(従業員)	お客様の様子	・買い回りが多くなっている。また、価格に対して厳しくなっている。給付金効果が薄れてきていて反動が出ている状況である。
		住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・受注生産で受注量が減少しているため、販売量が減少している。
		その他専門店[靴](従業員)	販売量の動き	・集客が戻らず売上は厳しい。例年は旅行シーズンで歩きやすい、疲れにくい靴の需要があるが、今年は例年の半分以下である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数の少ない状況は続いている。9月の大型連休は昼時だけ少し増えたが、それ以降は静かな状態である。ディナータイムはほとんど客がおらず、大変苦しい状況である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きく、やや収まってきたもまた出してしまうと一気に商売が暇になるという繰り返しである。
		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で業種によって格差が生じている。サービス産業の消費回復ができておらず倒産件数も増えてきており、関連取引会社にも影響が出ている。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・コロナ禍により特に飲食業、宿泊業の売上に大きなダメージが出ている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・テレワークも落ち着いてきたためか、通信環境の整備をする人も少なくなり新規客獲得にブレーキが掛かってきている。また、節約傾向がより強くなっているため、解約者も徐々に増えてきている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染が収束していかないと厳しい。売上が上がらない。

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
		競艇場（職員）	単価の動き	・利用者数は特に変わっていないが、前月まで大変良かった客単価が、今月は非常に厳しい状況になっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策の移動制限が解除になり一時売上が回復したが、すぐに止まってしまい、7～8月の来客数は前年比10%、9月は15%と少なくなっている。中でも新規客は前年比75%ほどである。人の動きはまだ慎重なようである。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が依然として続いている。客は風評被害ということも考えているようである。中心街、商店街の人通りが極端に減っている状況が続いている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍で最低限の来客しかない。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・9月中旬以降、店頭の販売量、来客数の減少が著しくなっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・米の買取価格が下がったり、誘致企業の工場での解雇が始まったりしている。また、10月1日から増税が始まるたばこの買いだめも見当たらない。厳しい状況が続いている。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ景気も5～7月で一旦上がってきたかと思われたが、お盆で大打撃を受けて以降、景気の立ち上がりのめどが立たない。
	×	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスにより夏祭りのイベントが全て中止になった。売上も減っている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店、宿泊、観光関係は相変わらず状況は悪化する一方である。県内都市部の一部はGo To Travelキャンペーンがあるせいか、客は来ているようだが、3密を避けるために1回転当たりの人数減や営業時間短縮をしており、コロナ禍前と比べても来客数が大幅に減った状況に変わりはない。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で4～8月まで前年比65%マイナスとなっている。なかなか脱却できない。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・まだまだ新型コロナウイルスの影響がある。地元のフリーでの来店客は安定してきているが、法人の接待や大人数での宴会がほとんどない状態が続いている。よって、売上も50～60%くらいで悪い意味で落ち着いてしまっている。やはり新型コロナウイルス感染症のワクチン等が世の中に出回ってからでない限り現状からの脱皮は無理である。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・客から、勤めている営業所が新型コロナウイルスの影響で閉鎖になり、苦しんでいるという話を聞くことが多い。
企業 動向 関連 (東北)		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・桃の作柄は春先の気候のせいで実の付きが例年の6～7割と少なかったが、8月は天候にも恵まれ、甘みが多く品質が良かったため、自営出荷分の販売単価が例年より3～4割良くなっている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の真ただ中に比べれば良くなっているが、前年比では大きくマイナスである。イベントの縮小やリモート化がマイナスの要因である。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べれば、平日に街中を歩いている人が増えていることや、9月の4連休中は駅構内などに多くの観光客があふれていたという状況から、変わりつつあるのではないかと感じている。4連休を除けば売上はさほど伸びていないが、取引先からの受注も少しずつ増えており工場の稼働率も少しずつ上がってきている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注が極端に落ち込んでいたが、思ったよりも早く回復してきている。
		経営コンサルタント	それ以外	・Go To Travelキャンペーンと自粛疲れが、消費拡大につながっている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・近くの観光地、温泉街で域外、県外ナンバーの車が目立って増加している。コロナ禍前ほどではないものの来客が増えているという声を聞く。
		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・米の農協買取価格は前年比で下がったものの、収穫量は前年よりも増加している。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比90%程度という状態が続いており、ギリ貧状態である。

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
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響で各種イベント等の中止が続いており、印刷物の受注が減っている。
		出版・印刷・同 関連産業（経理 担当）	受注量や販売量 の動き	・3か月前も現在も売上が前年比で10%程度落ち込んでおり、景気は横ばいである。
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	それ以外	・Go Toキャンペーン等の対策はあるが、観光業等特定の業界にしか恩恵はないため、全体としては余り景気が良くなっていない。
		建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・大型の受注は一旦落ち着いている状況である。
		建設業（企画担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍の影響で、客先の設備投資計画に延期や規模縮小となる案件が散見される一方で、一部設備投資を再開する客先もあり、一概に悪化しているとも言いきれない。
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・9月の売上は前年比で15%の減少見込みである。8月は前年比で21%の減少だったので若干良くなっている。ただ、たまたまそうだったただけなのか、景気が戻りつつあるのかは判断しきれない。
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスのほか台風災害関係で取り込み中のユーザが多く、反応が悪くなってきている。
		金融業（広報担 当）	取引先の様子	・自動車販売等一部業種には回復の動きがみられるが、新型コロナウイルスの影響により、会合やゴルフコンペ等の減少や冠婚葬祭の規模縮小等が当たり前になりつつあり、飲食や宿泊、冠婚葬祭業の苦戦が継続している。
		広告業協会（役 員）	受注量や販売量 の動き	・イベント関連の受注が依然として低迷状態であり、ここ数か月、広告売上は低いレベルで推移している。広告業界復活の道のりがまだ見通せない。
		コピーサービス 業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・大きな受注はないが、以前よりは働き方改革に関連する商材の引き合いが増えてきている。新型コロナウイルスの影響は確かにあるが、この状況が日常であると理解し、今後の働き方の仕組みを変えようとしている取引先が増えてきている。少しでもそのお手伝いができるよう取り組んでいる最中である。
		窯業・土石製品 製造業（役員）	受注量や販売量 の動き	・東北全体で官需、民需共に低調で出荷量は前年同期比を下回っている。今後もこの傾向がしばらく続く見込みである。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症、米中貿易摩擦の影響で業績が悪化した取引先の影響を受けつつあり、身の回りの景気としては悪くなっている感がある。
		金融業（営業担 当）	取引先の様子	・飲食業などは以前と比べると売上が回復してきているが、コロナ禍前の水準には程遠く、回復にはまだ時間が掛かる。
		司法書士	取引先の様子	・コロナ禍で所得が減少した結果、銀行の住宅ローン審査が通らない客が出てきたと聞いている。
		公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、飲食関係では前年比売上、利益が悪化している客が多い。サービス業も業績的には前年を下回っている。建設関係は何とか売上、利益で前年と同程度を維持しているが、全体としてはやや悪くなっている印象を受ける。
		その他非製造業 〔 飲食料品卸売 業 〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・2月から始まっている新型コロナウイルスの影響は依然として脅威である。全体的にそれがしみわたって、なかなか状況の変化が見られない。終息に向かっているれば良くなるのだろうが、現状ではそれは考えられない。
	×	その他非製造業 〔 飲食料品卸売 業 〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・3か月前は緊急事態宣言解除を受けての6月となり、消費マインドが回復し、販売も回復に転じた。しかし7月以降、感染拡大の第2波によって再び消費は落ち込み、今なおその傾向は続いている。
雇用 関連		-	-	-
(東北)		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が復調傾向にある。
		新聞社〔 求人広 告 〕（担当者）	求人数の動き	・相変わらずのコロナ禍で景気低迷状態が続く。求人数は8月と変わらず前年比80%のラインで推移している。業種的にはIT、通信のセールス、エンジニア等に偏っている傾向があり、主流の流通や飲食、サービス等が激減している。

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
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人媒体を見ていても同職種の案件ばかり並んでいたが、ここ最近他業種の求人も見掛けるようになってきている。
		学校〔専門学校〕	それ以外	・数か月前の自粛時の景気よりは、多少上向き傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・受注は前年比50%で回復は程遠い現状である。反面、求職者はほぼ前年並みの水準に戻りつつあり、他の派遣会社の契約終了者が当社へ登録している。そのなかで外資系生保の事務センターの年次増員などが堅調のため、新規の選引当率が向上して業績の落ち込みを支えている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・小売店や外食産業の求人について、業績は前年と比べてダウンしているが、この数か月の間にコロナ禍に対応してきているので、これ以上悪くなる状況ではない。求人も再開し始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・スポーツイベントや文化催事、ステージ等、不特定多数を対象にした催事が復活していないため、関連産業や地域の小売店も含めて相当深刻な影響が続いている。秋祭りなど人が集まる催事なしに地方経済が上向くことはない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス関連による雇用調整について、宿泊飲食業については収束傾向にあるが、製造業で増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で減少幅が横ばいである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、月間有効求人数のいずれも大幅な増減がみられない。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響でまだまだ会議が少ない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の前年同月比の減少幅が大きい状況が続いている。
	x	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東北エリアで前年比40%前後のマイナス数値となっている。現状改善見込みがなく、かつリモート推進企業が多くなっているため、東北撤退企業も出てきている状況である。

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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 (北関東)		* 一般小売店〔土産〕（経営者）	* 販売量の動き	* ・3か月前の6月は緊急事態宣言が解除され、近隣の社寺の拝観受付も再開された時期である。しかし、来客数は数えるほどで、販売量は例年の1割にも満たなかった。その時期と比べれば今は良くなっているが、前年同時期と比べると4割程度の売上しかない状況である。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・たばこや酒の増税のため、客1人当たりの買上点数が増え、客単価が上がったので、やや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・3か月前に比べるとやや良い。新型コロナウイルスの問題が、Withコロナという言葉や経済効果も多少あって、客の動きが3か月前と比べて良くなっている。今月はたばこの増税前ということもあり売上が良かったが、全体的にみても、3か月前よりは前年比での売上も回復している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、自粛していた客が少しずつ外出し始め、来店している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・6月辺りから新車販売が落ち込んでいたが、中古車も合わせると、徐々に前年同月並みに戻ってきたようである。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・少しずつ客足が戻りつつある。大人数での宴会は皆無だが、少人数での飲食が目立ってきている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりは良くなっているものの、まだ、例年のようには戻っていない。

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
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	販売量の動き	・地域の新型コロナウイルス感染者数が減っているわけではないが、生産活動の正常化等に伴い、社員食堂で提供する食数も戻ってきている。ただし、施設単位でみると、出張禁止やリモートワーク等の影響で、提供食数が元に戻るまでには至っていない。総体では新規受託先を含め、前年と比べて増加している。レストラン部門の戻りは鈍い状況が続いている。
		都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・一時的なものかもしれないが、Go To Travelキャンペーンの影響で、宿泊はシルバーウィークを中心に稼働や売上が戻ってきている。しかし、料飲部門については、宴会や多人数での会食などは全くと言えるほどない。ランチや朝食の売上だけでは、厳しい。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの利用申込みがコンスタントに入ようになってきたが、団体利用はまだほとんど発生していない。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・秋の旅行シーズンに入り、Go To Travelキャンペーンと自治体の補助金が奏功し、波はあるものの、動きは出てきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンで、案件が増えている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの反動の影響で建設業の販売数が堅調である。ただし、4月以降の累計では、まだ前年比を下回っているため、この状況が続くかどうかは不透明である。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・単純比較では良くなっているが、3か月前は月の途中まで短縮営業だったこともあるため、感覚的には横ばいである。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響を受けた観光経済は、Go To Travelキャンペーンの浸透により、週末やシルバーウィークは徐々に回復しているものの、平日は低調で、全体では依然厳しい状況にある。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が徐々に少なくなっており、感染対策等の徹底により、少しずつ客足が戻っている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・身の回りの景気は上向きになってきているが、いまだに下がったままの業界もある。下がったままの業界は、これから先、更に大きく下降していくと予想され、気が気ではない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・マスクも常用されるようになってきたが、新型コロナウイルス感染の恐れもあり、相変わらず商店街の人通りは少ない。店側も毎日の閉店時間を短縮する傾向にある。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	単価の動き	・今月は新型コロナウイルスの影響は少し落ち着いてきている。天候不順の割には、まあまあだったと思う。しかし、イベントも余りなく外出を控える人は多いので、変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・暑さが続いたので、売上自体はさほど変わらないが、今後、涼しくなってくると販売量は落ちる。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要があった。今月は前年同月の特殊事情を考慮しても極めて厳しい状況である。食品物産展など一部好調な部分もあるが、衣料品を中心に、各商品群とも依然厳しい状況である。
		スーパー（商品部担当）	単価の動き	・ここ数か月、来客数の苦戦を客単価の上昇で補い、売上を維持する傾向が続いている。消費者の自粛モードに変化がなければ、現状が続くそうである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で1日当たり7万4000円マイナスの86%で、8月からは前年比2%ほど改善がみられ、今月も中旬から月末にかけて客が戻ってきている。特に、21～24時の夜間の客が戻っている。今は新型コロナウイルスの影響よりも店舗前の道路工事の方が大きなマイナス要因となっている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、新車、中古車、輸入車、国産車、全ての売行きが落ちている。来客数が極端に減っており、販売は2～3か月前と同じくらいの低水準で推移している。

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
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・地方都市の当地では、今ごろになって客が新型コロナウイルスの恐ろしさを認識してきている。報道による新規感染者数にかなり影響されているのか、客の動きが鈍く、購買やその他の活動にも影響を感じる。 ・スーパーに行っても皆がマスクをしていて、来店客も従業員も感染を恐れているような感じである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年との比較では、来客数減少率が3か月前とほぼ同等である。近隣で新型コロナウイルスのクラスター発生が報道され、自粛ムードが弱まらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・8月の落ち込みが9月もそのまま続いている。厳しい状況に変わりが無い。
		通信会社（局長）	それ以外	・当社が関連する企業や客の状況に変化は感じないものの、取引先の派遣会社から、「製造業では派遣切りが多く苦労している」という話を聞いている。
		ゴルフ場（総務担当）	来客数の動き	・来客数の動きは、3か月前と比べて変わらない。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、購買単価共に、変化がみられない。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・3か月前と比べて客単価、商品単価共に低下している。落ち込みが特に激しいのは化粧品部門である。マスク着用が必須の風潮で、化粧品の必要性が薄らいでいる。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・紳士服、婦人服共に、アパレル大手の撤退の影響がある。特に、紳士服は撤退後の補填ができていない。衣料品に限らず、雑貨等にも当たっているが、進捗がない。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・秋の行楽を控えている客が多いため、今月中旬にダイレクトメールを送って秋物セールを開催したが、販売量は前年と比べて落ちている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・例年以上の残暑もあって前半は夏物商材の動きが良かったが、後半は他の商材でカバーできなかったため、やや悪くなっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・特別定額給付金の10万円が支給された月は良かったが、数か月たって季節的にエアコンは端境期となり、売上は鈍化してきている。今月のけん引商材はカラーテレビと洗濯機である。売上は、消費税増税の駆け込み需要でボリュームの大きかった前年と比べると、70%となっている。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・前年同月は消費税増税前の駆け込み特需があったこともあるが、新型コロナウイルスの影響による巣籠り特需も減少傾向である。生活用品に関しては、節約志向が高まりつつある。
		その他専門店 [靴小売業]（経営者）	来客数の動き	・7月から上向くと思っていたが、8月は来客数が少なかった。イベントや天候など、前年と大幅に異なるので人の動きがつかめない。また、Go To Travelキャンペーンで、買物に注意が向かなくなっている。テレワークによってライフスタイルが変わり、メーカーや問屋の動向も、客の動きがつかめていない様子である。売上は少し落ちてきている。
		その他専門店 [燃料]（従業員）	販売量の動き	・依然として受注が減少している。今後の受注残も減少傾向が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず、今月も悪過ぎる。今月は1年で最大の祭りも中止になり、人が集まるイベントがなくなり、ひっそりとしている。Go To Travelキャンペーンも、観光地ではないため、人が来ることがない。年金受給していない若者は、生活するのが大変である。この状況がいつまで続くか分からない。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、やや悪くなっている。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	お客様の様子	・不要不急の外出を控える意識の高まりは、車での移動にも影響が出ている。車体部門の入庫減少傾向が響いて、技術者の雇用に悪影響が出始めている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・来客数がかなり落ちている。インターネットによるアクセスは増えているので、関心はあるようだが、寂しい状態が続いている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、新型コロナウイルスの影響のせいで、テレワークや本社への異動により当地域からは撤退傾向で、貸事務所空室が大分目立ってきている。また、夜の飲食店関係の貸店舗も同様である。まだ回復に至っていない。

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
	×	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・当店の客はほとんどが高齢者なので、今のところ、全く街に出てくる気配がない。やはり、外出しても安心安全だという環境が整っていないことが、大きな背景にある。そのためにも、安心安全の環境づくりに、国を挙げて取り組むべきだと思っている。環境を整えてもらわないと、経済活動や人は回らずお金も回らないので、先行きは全くみえない。
	×	家電量販店(営業担当)	販売量の動き	・前年は10月からの消費税増税のため消費が前倒しとなり、単価の高い商材の動きが良かった。その反動で今年は前年比で75%と大変苦戦している。新型コロナウイルス関連の消費で好調に推移していたが、前年実績までのカバーはできない。
	×	住関連専門店 (店長)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響による飲食店やアパレルの倒産、破産が続き、今後の見通しが立たない。
	×	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる自粛要請、休業要請はあっても、保証はない。また、解禁宣言もない。この業界は壊滅する。
	×	タクシー(経営者)	お客様の様子	・全体的に動きが悪く、前年同月と比べて40%減である。
	×	タクシー(役員)	お客様の様子	・近隣地域でクラスターが発生し、出控えが顕著なため、悪くなっている。
	×	ゴルフ練習場 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、街に人が出てこない。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・今月はあたかも町の人口が半減したかのように閑散としている。どの職種といわず苦戦を強いられている。
企業 動向 関連 (北関東)		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・6月の売上は前年度と比べて半分以下だったが、今月の売上は前年度の8割まで回復している。
		一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・一部の取引先では、緊急事態宣言中に工場稼働を止めたことによるマイナス分をリカバーする動きが本格化している。増産対応のため休日出勤を行い、フル稼働している部署もある。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・盛り返してきた部門や前向きな引き合いがあり、期待している部分もある。ただし、回復と言えるまでには至らないと思うところもあるので、やや良いという判断である。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染状況がこう着状態のなか、徐々にではあるが、受注は感染症影響以前の計画に対して約90%と、回復基調になっている。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、野外レジャーへの安心感から通販向けキャンプ用品、テント、パーベキューセット等の輸送量が増えている。今月下旬には気温も下がり、冬物家電、石油ファンヒーターやこたつ等、暖房器具の物量が増え、前年の2割増の売上である。
		社会保険労務士	取引先の様子	・イベントなどが少しずつ行われるようになってきており、以前よりは良くなっている。
		その他サービス業[情報サービス] (経営者)	受注量や販売量の動き	・引き合い、商談件数、受注量共に増加傾向にある。客の投資意欲が、少し前向きになっているように感じる。
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・例年なら備蓄の時期だが、お陰様で出荷に追われている。
		建設業(開発担当)	それ以外	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業だが、新政権が誕生したばかりなので、今後の公共工事の推移は未知数である。今期の公共工事発注は前年比34%増と過去に経験したことのない金額である。これは前年の大雨による災害復旧に起因している。当社も前期比10%増の受注がある。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・集客イベントの告知広告はSNS等で行うことが多くなっているため、印刷する案件が極端に少ないままである。同業者からは事業縮小の話も聞かれるようになり、広告業界の先行きは不透明である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・企業の経営行動や消費者の外出、消費行動に大きな変化はない。新型コロナウイルスの影響で、雰囲気的には外向きの消費行動が散見される。
		電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いている。

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
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先、受注量等の動きが、良いときの半分以下という大変な状況である。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・民間工事の動きがすこぶる悪い。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・いくつかの取引先から「売上や利益が減少したため、管理作業費用の安い他社に依頼したい」と言われ、売上が減少している。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・じわじわと落ちている感じである。ただし、我々の業界は、どちらかと言えば極端に景気の影響は受けない業界なので、幾分助かっている面がある。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同月比で売上が約3割落ちている。全般的に仕事量が落ち込んでいて、厳しい状況である。
雇用関連		-	-	-
(北関東)		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月に入ってから、求人が少し増えて忙しくなっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・飲食、サービス業の休業数が減少してきている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・青果物、食品関係は順調で、品ぞろえもありスーパーの人の動きも幾らか増えているようである。住宅関連等の建設、工場関係では食品製造以外だと自動車関連や電子に動きがあるが、やや不確定ではある。購買力が鈍っているということもある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣依頼は回復傾向にあるものの、社内の人事異動で充足するまでといった期間限定の依頼が多い。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、派遣求人数は低迷している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が大きい状態が続いており、求人減少の主な要因となっている。特に、製造関係では雇用調整や休業等を行っている事業所が多く、求人が控えられている。
		*	*	*
	x	*	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まだ前年の売上に戻ってきているわけではないが、Go Toキャンペーンの影響もあり、大分人出が増えてきているように感じる。ショッピングモールに入っている店舗もあるが、まだ7割程度ではあるものの、少しずつ戻ってきている。
(南関東)		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・全社的に販売量が目標の120%近くまで達成できており、客の購買意欲も上向いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、少しずつ個人客が増加し、4連休は今年初の満室となった。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの利用が活況になっている。4連休の人出も多くなり、前年比121%くらいに伸長している（東京都）。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前はまだ新型コロナウイルスの影響をかなり受けていた時期である。新型コロナウイルスが収束し、徐々に客が戻ってくることを期待しているが、団体旅行の客は非常に少なく、個人客が多い（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	販売量の動き	・設備投資を積極的に行った結果が徐々に始めている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月は目標数字の約95%を達成し、やや良くなっている。3か月前と比べても、販売量が1.5倍以上になっている。4～7月まで落ち込んでいたが、8～9月で回復してきている。住宅情報会社からの紹介案件も非常に増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・物販とレンタルの両方を扱っているが、レンタルがどんどん増えており、なおかつ料金も少しずつ低価格になってきていることから、販売量、販売額共に少しずつ減少している。

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
		商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響から、徐々に上向きつつある。経済を回しながら新型コロナウイルスもケアする政府の方針が柔らかく形になってきているように思える。クレジットカードの取扱も前年比80%まで回復してきており、超低空飛行から低空飛行までにはなっている（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・自治会からの敬老の注文が前年並みに入ったので、助かっている。また、8月のお盆に自粛をしていたからなのか、秋の彼岸には動きがみられ、売上につながっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・来客数は少ないが、問合せをして買う客が増えている。
		一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前は6～7月だが、7月の東京盆は新型コロナウイルスの影響で売行きが余り良くなかった。今月のお彼岸はかつてのにぎわいを見せてくれて、例年どおりと感じている。まだまだではあるが、少し明るい兆しが見えてきている（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭に関しては、来客数は以前より間違いなく増えているが、今月は雨天の日がやや多かったためか、この数か月の伸びほどは増えていない。ただし、客単価はマスク等の高額品があるために上がっている。外商部の案件も徐々に入ってきているが、まだまだである。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による最悪期からは抜け出せたと思っている。食料品については、相変わらず生鮮、総菜を中心に好調であり、今後も少しずつ上昇してくる（東京都）。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・9月に入り気温が落ち着き始め、来客数は週末や4連休に大きく伸長している。今月は新型コロナウイルスの影響で開催を見送っていた物産催事も再開され、長く来店していなかった客の戻りもみられている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は残暑により婦人服を中心に秋物の動きが緩慢である。また、新型コロナウイルスの影響により、一品会や冬物受注会などを中止しているため、厳しい状況である。食料品は外食自粛の影響で、総菜や弁当などの中食が伸長している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・インバウンドは皆無であるが、国内消費に関しては上昇傾向にある。食料品、生活雑貨が順調に回復してきている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言解除直後の月であり、反動として化粧品、肌着などの消耗品や子供服など贈答需要のアイテムを中心に動きのあった月である。今月は、前年が消費税増税前の駆け込み需要があった月であることから、単純に前年と比較して推論できないものの、前々年比では来客数、売上共に9月が上回っているため、3か月前よりは良くなっている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・9月の4連休は久しぶりに人の行き来があり、密を避けながらもプロモーションを強化したところ、来客数増につながっている（東京都）。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・3か月前の6月と比べると、客、店側の新型コロナウイルス対策が浸透したためか、来客数、売上共に増加している（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・3か月前に比べ来客数は増加しているものの、当月は前年同期比マイナス約25%で推移している。売上は前年同期比マイナス約20%であり、客単価は上昇している。
		スーパー（販売促進担当）	それ以外	・前年9月度は消費税増税前の駆け込み需要があったため、今年は衣料品、住居品が苦戦している。食品は好調が続いているが、店の合計は落ち込んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来月からたばこが値上げになることから、今事前に買いためをする客が結構多いので、狙いどころである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの影響で近隣のイベントは縮小傾向にあるが、少しずつ開催されるようになり、戻りつつある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・週末だけなのだが、客が来るようになっている。

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
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・顧客ビジネス型の着物事業、毛皮事業が前年比70%台まで回復してきている(東京都)。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・厳しい状況のなか、販売量が微増ではあるが伸びてきている。
		乗用車販売店 (店長代行)	販売量の動き	・9月は決算月ということもあり、来客数、販売台数共に前月よりは増加したが、来月以降は不明である(東京都)。
		その他専門店 [貴金属](統括)	販売量の動き	・まだまだ完全に回復したとはいえないが、安定した売上を確保できている(東京都)。
		その他専門店 [雑貨](営業担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後の客層は10~20代前半が中心だったが、8月以降は30~40代も増えてきており、全体の客単価の底上げにつながっている(東京都)。
		その他専門店 [ガソリンスタンド](団体役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による販売量減少はピークを過ぎ、需要が戻ってきていることに加え、4連休ではレンタカー需要も増加し、販売量が増えた(東京都)。
		高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・レストラン部門の来客数は累計で前年比約40%となっている。緊急事態宣言解除後の6月頃は前年比20%台だったので、それに比べるとやや回復傾向にある(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・当店の場合には、決して景気が良いというわけではなく、前年同期と比べてさほど落ち込まなかったということである。ただし、新型コロナウイルス感染者数の増加が以前より落ち着いてきていること、10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京都も追加されることなどから、首都圏の人々には少々心理的な解放感がみられる気がする。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止に対する動向が読めない。少し回復傾向にあるが、秋から冬に掛けて、第3波があるかないか、予測不能である(東京都)。
		その他飲食[居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルス感染防止のための自粛期間であったため、人通りも少なく、それに伴い来客数も少なかった。今月は少しずつ宴会の予約も入っている(東京都)。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べると、新型コロナウイルスが収束に向かいつつあるという機運もあり、若干回復してはいる。依然として近隣の大型コンベンション施設でのイベントがほとんどないことに加え、食事を伴う宴会もほとんどないため、前年比及び予算比では4割程度という状況である。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・8月ほどではないが宿泊稼働も50%近くまで回復してきている。特に、9月の4連休はほぼ満室の状況が続き、久しぶりに忙しかった。3か月前と比べると、Go To Travelキャンペーンの影響で販売量が大幅に伸びている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・学校の遠足が数件動き始めており、3か月前の案件ゼロから比べればやや良くなっている。ただし、一般団体旅行が皆無のため、事業継続が困難なことには変わりはない。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンにより国内旅行の予約が伸びているが、マイクロツーリズム人気により近場の温泉施設等は既に売り切れており、追加販売が厳しい施設もある。海外旅行については受入れ国側の入国制限等もあり、再開にはまだまだ時間が掛かる(東京都)。
		旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・9月に入り、教育旅行が動き出したので、国内の数字を支えている。海外旅行や訪日旅行については全くなく、この部分の悪さを国内の教育旅行がカバーしている状況である(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	来客数の動き	・東京都でもGo To Travelキャンペーンが解禁されるので、来客数が徐々に増加してきている。
		タクシー運転手	それ以外	・東京都が23区内の飲食店などに求めていた営業時間の短縮要請を15日で終了した途端、一斉に夜間の人出が多くなり、タクシー利用も増えている。これまでは中距離客は全く望めなかったが、月後半になってちらほらみられるようになっている(東京都)。

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
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で4～5月は最悪だったが、8月に入り暑くなってからは、昼間の人出が増えているように感じる。これからが心配ではあるが、多少は良くなっている（東京都）。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響の少ない法人からの受注が増えてきている（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・アメフトなど、スポーツイベントの開催が決まった。少しずつイベントの機会が増えてきている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新しい生活様式の定着で、テレビの視聴時間やインターネットの利用状況が増えてきている。新規のインターネット契約も増えている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による在宅勤務や外出自粛の浸透に伴い、有料テレビサービスや高速インターネットサービスの需要が増加している。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・少しずつではあるが、案件が増えてきている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・景気がやや良くなっているとはいえ、3か月前の状況が悪過ぎただけで、本質的に良くなってはいない（東京都）。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況から営業機会が減少していたが、訪問営業を受け入れる世帯が増え、来客数も戻りつつある（東京都）。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・行政からの指名を大変多く受けたが、当社は社員を増強していたので、多くの仕事を取ることができている。5～7月と段階を経て仕事が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量が例年並みに戻ってきている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・秋口から建築資材の需要が回復し、前年を上回っている。ただし、全体ではなく、落ち込んだままの業界もあることから、一過性の可能性もある（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・9月前半は暑さの影響もあり、エアコンが好調であった。4連休後は、細かい仕事や手間の掛かる仕事が増えている。以前に出した補助金絡みのパッケージエアコン取付けなどもあった。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの関係で、特別定額給付金が出たことから、耐久消費財を購入する客が多少増えてきたと感じている。決して景気が良いわけではないが、専門店として修理等もしているの、そちらの利用客も増えている。景気が良くなる方向ではないが、今月は来客数が少し増えている（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・徐々にではあるが、回り始めている。しかし、現状回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・4月と同様、9月は新学期で、文具店においては売上がある程度見込める月であるはずだが、新型コロナウイルスの影響により学校の授業の進行が例年どおりでないため、学童用品を目的とした来客数が落ち込んでいる。近隣商店街の来街者も、週末を中心に大分回復してはいるが、商品の購入目的で来店するというよりは、今まで控えていた外出を楽しんでいるような感覚で、買物目的は余りないよう見受けられる（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続き、インバウンド需要もほぼない状態は変わらず、3か月前と比較しても非常に厳しい客の購買行動に大きな変化は感じられない。前年9月は消費税増税前の駆け込み需要があったため、多少なりとも戻ってきているのか、状況判断が非常に難しくなっている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・前年は消費税率引上げ前の駆け込み需要があったため、前年比で売上をみると非常に厳しい。ただし、来客数は前月と比較して復調してきている（東京都）。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、来客数は横ばいで推移している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・秋物商戦がスタートし、本来であればファッション部門の集客や売上が盛り上がりつつあるはずだが、今年は一変している。食品以外のフロアでは盛り上がりが見えづらく、ほとんどみられない（東京都）。

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
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・会員施策等を実施するものの、9月の売上は前年比6割弱で推移しており、7～8月までと大きくは変わらない（東京都）。
		百貨店（副店長）	お客様の様子	・3か月前の6月は営業を再開し、長期休業による反動買いもあり、今後に期待を持っていた。その頃と比べると、新型コロナウイルスへの警戒感は若干緩んだものの、客の動きが更に活発になったということもなく、景気が上向いたとの実感はない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の安価な商材やポイント何倍の日、あるいは何時からお買い得というタイムサービスなど、少しでも安く買える時間や店をうまく使い回って買物をしている（東京都）。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、販売数は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない。より安価な物へと志向が傾いている（東京都）。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・10月からの酒類及びたばこの税額変更に伴い、9月後半から販売量が伸び始めているが、他の食品類の動きに大きな変化はない。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・衣料品は前年比で25%ほど下回っている。また、化粧品を含む住まいの品は前年を3割以上下回っている。食品は5～10%前年を上回っているが、全体では1割ほど前年を下回っている。外出がないなか、衣料品、住まいの品の動きが非常に悪くなっており、化粧品を中心としたインバウンドも見込めない状況である。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・買物動向に変化はない。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・肉食化傾向がまだ続いているためか、販売数量はいまだに伸びている。しかし、1品当たりの単価が下がってきており、その分が相殺されて売上の横ばい状況が続いている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・深夜の客足はまだ50%程度だが、昼間の来客数は増加している。たばこの値上げ前のまとめ買いもあり、客単価が上昇しているが、一過性のものか、まだ見極めはできない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・9月は4連休があり、販売量が少しは戻ったが、全体平均では販売が1割程度落ち込む状況が続いている（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・来客数が前月から少し落ちてきている。1人当たりの単価も低い（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・マスク関連の需要は落ち着いたが、売上は安定して見込める。婦人アウターは外出をしないので落ちている。
		衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・9月もずっと暑く、秋物衣料の出足が悪かったが、下旬になってようやく動き出した。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・9月上旬までは来客数は増加で推移していたが、中旬以降は減少傾向にある。巣籠り消費特需は一旦落ち着いている（東京都）。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・繁忙期を過ぎ、新型コロナウイルスの影響による制限はあるが、必要な消費動向はみられる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくなく、前年度の5割減となっている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数は以前とほとんど変わらず、売上も変化がない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・上半期の決算なのに、例年よりも全体的に販売数が落ちている。
		その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	販売量の動き	・商品の販売量が何となく伸び悩んでいる。先行きも伸び悩むのではないか。
		その他小売【ショッピングセンター】（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の傾向に大きな変化はなく、共存関係も構築されている気がするが、不安を払拭することはできない。感染、経済共に大きくは変わらない（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・前年は9月から年末に掛けて売上が伸びたが、今年の7～9月の売上は前年比40%となっており、新型コロナウイルスの影響が出てから改善していない。
		高級レストラン（仕入担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は相変わらず続いており、大口の宴会や大人数の会食、法人利用が増えず、厳しい状態が続いている（東京都）。

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
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチに関しては、リモートワークの影響でIT系はほぼゼロで、夜の営業は地元リピーターがほとんどである。遠方の客の予約は余りない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・店舗によって異なるが、3か月前と比べて、駅近の店は会社勤めの客が利用しないこともあり、非常に悪い。逆に郊外型の店舗は前年より良くなっている。駅に近づけば近づくほど良くない。郊外型、又は駅から離れた店舗の方が多少良いようである。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の6月1～28日までは前年比で、売上62.3%、来客数57.0%であったが、今月9月1～29日までの前年比は、売上60.1%、来客数55.2%である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月に緊急事態宣言に伴う自粛が解除されてから、フリー客が若干戻り始めていたが、今は横ばいくらいである。勢いがなくなり、少し厳しい状況になってきている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言後に増えたテイクアウトはかなり減ってきているが、その代わりに、来客数が増えている。宴会にまではつながらないが、2～3か月前よりは来客数が増えている（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・4～6月のボトムであった来客数は、徐々に回復してはいるものの、前年度比プラスマイナス0の水準には戻っておらず、今後もその可能性が高い。新しい水準に合った体制作りがいまだできておらず、業績、利益は横ばいである（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況に変化がみられない（東京都）。
		旅行代理店（総務担当）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果が出つつある状況だが、団体の動きはなく、個人が動き始めたようである（東京都）。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・夜、特に深夜帯の人出が全然ない。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの影響により営業活動を制限していた。9月は通常状態に戻しているものの、計画比で70%にとどまっている。営業的には回復傾向にあるものの、客からの問合せが前年に比べて減少傾向にある（東京都）。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・8月同様、量販店経由の申込数が減少している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限のプランを選択する意識は変わらない。
		通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・昨今の新型コロナウイルスの影響のなかで、競合他社等は大きな動きはせず、静観している。あえて動かないので、景気の変動もみられない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	単価の動き	・10円未満ではあるものの、毎月客単価が下がり続けており、下げ止まる根拠が見当たらない。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・接待利用、法人コンペの需要が全く改善していない。来客の多くは客単価の低い会員の利用であり、収益圧迫要因となっている。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルス感染の勢いは沈静化せず、景気の先行き不安、雇用機会の先細り等で、今の状況が続くとみられる。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・4～5月の売上が全くなり、回復という言葉は使いにくいだが、前年比で約80%まで戻りつつも、不景気が続いている。新型コロナウイルス感染対策を講じているために、キャンペーンも打ち出しにくいので、動画配信での情報提供サービスに力を入れている。しかし、売上に直結しないため、本当の打開策にはなっていない。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	来客数の動き	・営業活動で法人から話を聞くが、社内レク的なイベントや懇親会は、まだ会社から許可が下りないそうである（東京都）。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で外出を控える人、あるいは出費を抑える人の比率が非常に高くなってきており、活発に車の買換え等を考えるムードは盛り上がっていない。今後、新しい車種の発表等により少しでも改善することを願っている（東京都）。

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
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を覚悟していたが、ほとんどなかった。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・自分のやること自体は多くなり、忙しくなっているが、プロジェクトの数が増えているわけではないので、身の回りの景気は変わらない。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・現在受注している案件の納期は今年度末である。新規受注があるとしても小規模な案件と考えられ、しばらくは現状維持が続く。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・コンサルティング的な相談はあるが、実際の仕事にはつながらないため、前には進まない(東京都)。
		設計事務所(職員)	それ以外	・業務上はメディアに発表される新型コロナウイルスの影響による社会的な景況観の落ち込みを感じないが、消費税率の引上げによる物価上昇は強く感じる(東京都)。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・3か月前と比べると、若干だが客の動きが鈍くなっているように感じる。土地の売却予定の客が強気の価格を設定しているが、なかなか動かず、値下げをきているようなので、今後少し変化してきそうである。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・テレワークの普及によるものか、郊外の建て売り住宅の現場見学来場者数は増加してきているものの、なかなか購入決定には至らない。
		一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・前月と同様に、新型コロナウイルスの影響で得意先が店を辞める状況が続いている。今後ますますそのようなことが起きるのではないかと不安がある(東京都)。
		一般小売店 [傘](店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除直後、戻りつつあった客足が、ここにきて減っている。
		一般小売店 [茶](営業担当)	販売量の動き	・店舗は売上、来客数共に減少している。取引先の社員食堂からの発注量は、リモート出勤や交代出勤による出勤制限により、減少が続いている。
		一般小売店 [茶](営業担当)	販売量の動き	・販売数が全然伸びず、会社などに設置している自動販売機も引き上げてくるような状態である。早く新型コロナウイルスが収束することを祈っている(東京都)。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・消費税増税前であった前年との比較となり、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛、天候不順のなかで、全体を通して厳しい結果となっている。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・営業再開直後の6月は、緊急事態宣言中の自粛の反動で、食品や生活必需品を始め幅広いカテゴリーで客の購買意欲が旺盛であった。足元では、購買意欲が堅調なのは一部の高額品や食品、富裕層に絞られている(東京都)。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・3か月前も来客数はそれほど良くなかったが、今月もやや落ちている。今まで客単価で売上を上げていたが、前月よりは少し落ちており、総体的に少し悪くなっている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・今月の売上も予算には届いているが、3か月前と比べると来客数が極端に落ちている。3か月前までは売上も110%くらいで推移していたが、今は104%くらいで、6ポイントほど落ちている(東京都)。
		スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響のなか、買物頻度が減り、1回の買上額が高い状態が続いている。一時よりは在宅率が低くなっているようで、買用量は少なくなってきた。
		スーパー(ネット宅配担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる特需は一段落したとみているが、売上は前年よりやや高い水準で推移しそうである。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・前年と比べて少し売上が落ちている(東京都)。
		衣料品専門店 (統括)	販売量の動き	・9月の高気温による秋物需要の低下や、テレワーク、冠婚葬祭の規模縮小による重衣料の販売点数減少があり、来客数も落ちている。

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
		衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・前半は多少上がってきたように感じられたが、中盤から後半に掛け、急に売上が悪くなっている。当ショッピングセンターの空きスペースを催事屋が安い使用料で使うようになっており、正規の家賃を払っている既存店は迷惑している状況が続いている。商店街組合としても運営会社に言っているが、まるで聞く耳を持たない。1年後はかなりの数の閉店や退店、倒産が目立つようになるのではないかと。
		家電量販店(店長)	来客数の動き	・特別定額給付金の給付効果で、来客数と買上額が良かったが、9月に入り来客数の減少がみられる。また、冬のボーナス削減のニュースなど、財布のひもが固くなる要因があるため、購入単価も低下傾向がみられる(東京都)。
		家電量販店(経営企画担当)	販売量の動き	・9月に入り、新型コロナウイルスの感染者数が拡大から減速傾向が鮮明になり、景気に好影響を期待できる局面と考えるが、販売実績は奮わない。消費税増税前の駆け込み需要発生というイレギュラーな前年とはなく、2年前の水準との比較でも大きく落ちている(東京都)。
		乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・客の相談内容から判断すると、全体的に景気は良くない。例えば、注文を受けた車の納車時期が少し遅れたためにキャンセルしたいと言われたり、トラック関係では、やはり運送会社も荷物が減ってきているため、受注した車の変更や納車の延期を求められたりしている。景気は徐々に悪くなっている(東京都)。
		住関連専門店 (統括)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、来客数が大きく落ち込んでいることから、販売件数、販売額も軒並み減少している。
		その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要があったので、非常に厳しい状況である。来店回数が激減し、買上点数も少ない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマン客の乗車が全く元に戻らない。これまでは夏の暑さで昼間に一般客が乗車していたが、このところ涼しくなって、急に乗車が減っている(東京都)。
		通信会社(局長)	お客様の様子	・ダイレクト営業を主としている当社において、当エリアは特に新型コロナウイルス感染者が多いというイメージが強く、消毒や感染防止対策を徹底して行っていると説明しても、客が憶病になっており、家の中まで入れてもらえない状況が続いている(東京都)。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響か、来店頻度が鈍っている。
		設計事務所(所長)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、公共の予算が感染対策に取られて、建設関係には予算が付いていない。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。新型コロナウイルスの影響で住宅の売行きは非常に悪くなっている。ホテル、その他商業ビルの賃料もまともに入っていない。また、建設業についても、このような状況では、なかなか新規プロジェクトを始められる機運にはならず、公共工事以外の工事が少ない。公共工事は多少あるが、工事原価が高くなっているため、利益が取れずに赤字になってしまうこともある。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム] (経営者)	競争相手の様子	・相変わらず新型コロナウイルスの影響は大きく、客との接触が控えめになっているために、対応できない状況にある。
	×	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で消費も自粛傾向にある。
	×	一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・今テレビ等で毎日はんこ不要論が騒がれているが、どこまでを必要な印鑑と線引きするかによっては、最終的には廃業も含めて検討していかなければならず、非常に厳しい。
	×	その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	来客数の動き	・リモートワークが定着したためか、外食需要が減り、打撃を受けている(東京都)。

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
	×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で客がほとんど来ず、来客数がかなり減っている。ケータリングのパーティは、最初の頃は売上の4割近くあったが、ゼロになってその状態が続き、売上に大きく影響している。客足が鈍くなったことと、ケータリングがないことの両方の打撃で、景気が悪くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昼はほぼ1人で来る客ばかりになっている。夜も宴会はほぼない。宴会どころか、食事会すら家族単位の2～3人くらいで終わってしまっているの、飲食業としてはかなり厳しい状態である。
	×	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、全然来客がない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・病院の送迎利用は多少あるものの、会社からのオーダーが減って、日中の利用が期待できなくなっている。終電後の利用も少なく、飲み屋からのオーダーも減っている。
	×	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症防止対策のため、広いゴルフ場であっても、フロント、浴室、食堂など、身体的距離を保つ必要があり、入場制限を継続している。したがって、絶好のゴルフシーズンであっても最大稼働ができず、来客数は思うようには戻らない。
	×	その他サービス [フィットネス クラブ]（マネージャー）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響がある（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で大きく状況が変わっている。今月以降徐々に回復すると期待している（東京都）。
		その他サービス業 [情報サービス]（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響のなかにも、ようやく受注量が増えてきて、景気の回復傾向が出てきている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お彼岸、敬老の日など、前年まではいかないが、3か月前よりは注文が入り始めている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベントやセミナーに関する受注が少しずつ戻ってきている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷などを行っている。今月は、個人客で、1人で象牙の実印を4本、リフォームなので材料は持込みだったが、10万円の特需があった（東京都）。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で受注が前年比で大きく落ち込んでしまったが、その頃と比べれば、まだら模様ではあるものの、回復してきた取引先がある。販売促進用品の落ち込みが顕著である。
		金融業（役員）	取引先の様子	・全業種で改善傾向にある。特に、不動産業の改善幅が大きい。緊急事態宣言の解除以降、在宅勤務、テレワークへの移行に伴う需要喚起で、賃貸仲介、売買仲介の動きが活発になっている。建設関連は、新型コロナウイルス対策に特化したインフラ整備の受注が増加している。卸、小売業は業況に下げ止まりの動きがみられてきたため、人手不足感が強まっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・経済が復活しているなかで、宣伝費も少し復活してきている（東京都）。
		その他サービス業 [ディスプレイ]（経営者）	受注量や販売量の動き	・周りの経済状況に少しずつ動きが出てきている（東京都）。
		その他サービス業 [廃棄物処理]（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先工場の稼働低迷が続いているものの、僅かながら回復傾向がみられ、前年同月比5ポイント減までには回復してきている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・クライアントも何かしようとは検討しているが、回せる予算がないため、受注にならない打診が多い。集客するイベントなどが活発になるまでは、今のままで変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の品物は、医療関係以外は軒並み動きが悪くなっているの、全体としてはやや悪くなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、医療品容器の受注は種類の偏りが目立ち、化粧品容器は低迷したままの状況が続いている。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関係の仕事をしているが、ほとんど低調である。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス以前に取引先が計画していた設備投資が延期され、現在もそれが継続している。前にも後ろにも動かない状況になっている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が底を打ったようである（東京都）。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が少しずつ薄らいでいるように見えるが、先行き不透明である。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が思った以上に増えてこない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食業は依然として客足が戻っていない。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・業種によって取引先の様子は違うが、小売業や飲食業は、徐々に回復傾向にある。不動産賃貸業では、空室率が上がり、賃貸事務所の撤退も多くなり、売上が減少傾向にある。製造業の受注は増加してきて、やや安定している。取引先の倒産件数はやや減少傾向だが、新型コロナウイルス関連の融資も入っているので、予断を許さない（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィステナントの大半がテレワーク推進を奨励しているためか、在館人数が約50%になっている。その影響もあり、館内の飲食店テナントの売上が一向に戻らない。ランチ時間帯の弁当も、販売個数は調整しているものの、売れ残ってしまうケースが多くなっている（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街を通るが、飲食店には本当に客が入っていない。経営者が変わり、違う店になっていることも結構ある（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・短時間営業や休業をしている会社がまだ見受けられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店なども客足が少しずつ戻っているが、客は出費に関してはシビアになっている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が薄れてきており、通常の受注に戻りつつある。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・多少動きがみられるが、まだ本来の取引には戻っていない。特に、地方などは都会からの移動を警戒して、取引が中断している（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・当社は商業的な印刷が多いため、非常に苦戦している。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べるとマイナス15%となっているが、大手メーカーから更なるコストダウン要請がある。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・東京の得意先の1件はかなり落ち込んでいるので、取引を中止した。京都の得意先が頑張っているため、今はそれをやっている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がまだ変わらないなか、業務は通常に戻り、車両も全車両稼働してきているが、取扱量は減少しているため、1車両の採算が悪化している（東京都）。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・7月以降は底ばい状態である（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・今春プロ野球の開幕戦が手に入り喜んでいたら新型コロナウイルスの影響により中止された。今月5000人の入場が認められて観戦に行ったが、会場付近のすし店は7月末で閉店しており、会場内の売店メニューもいつもとは異なり、酒類の販売はなく、ビールの売り子もいなかった。にぎやかな応援の声もなく、寂しい観戦で、帰りの電車も座れて、驚いた1日である。その後1万5000人にまで増えたが、この状態が続いたらどうなるのか心配である。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存の契約単価を値上げできないので、人件費の最低賃金上昇分をなかなか補うことができず、赤字の現場が増えてきている。人手不足の影響で、新規契約を受託することを敬遠する機会も増え、収支改善が難しい（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・自宅での作業により効率がダウンし、受注量が減少している（東京都）。

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
	×	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・客の動きが鈍く、受注期間が延びてしまっている ので、売上が減ってきている。
	×	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	それ以外	・通勤途中にターミナル駅の地下街を通るが、商店及 び飲食店のシャッターが下りたままで、中には閉店 のお知らせが貼ってあるところも何軒がある。新たに店 舗が入ることもなく、そのままのことが多い（東京 都）。
	×	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、輸出関係が止まって おり、仕事が少なくなっている。
	×	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの影響で、国内、海外共に受注 が減少している（東京都）。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・思った価格で物が売れない。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・新型コロナウイルスの報道のされ方が悪すぎる。
	×	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・公共工事も少なく、民間も設備投資意欲がなくなっ ている。前年に比べ受注が50%以上減少している。
	×	金融業（支店 長）	取引先の様子	・経済活動は日常に戻り始めているが、新型コロナウ イルス以前の状況に戻るには程遠い。
	×	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスが収束しないため、イベントが ない。
	×	税理士	取引先の様子	・3か月前は、夏には新型コロナウイルスも下火にな っているように思われたが、依然として感染者数は 一定水準にとどまっている。飲食店の営業は短縮要請 から外れてはいるが、消費者は感染を心配して以前の ようには戻らない。4連休中の人出は増えたが、その 影響を見定めないと、安心して旅行や飲食はできな い。
	×	経営コンサル タント	取引先の様子	・新型コロナウイルスが大きく影響して、中小企業で は深刻な売上減となっている（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・前年同月並みに就業が決定している（東京都）。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・3か月前比で求人数は140%、派遣契約開始数は 170%と回復傾向にはある。しかしながら、前年同月 比でみると求人数は約40%、派遣契約開始数は30%強 減少しており、依然として厳しい（東京都）。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・物流関連において、オンラインショップの売上が前 年比で大幅に増えており、年末繁忙に向けて増員等の 話が多くなってきている。
		人材派遣会社 （社員）	それ以外	・現在の取引先から仕様変更、解約などコスト削減の 申入れが多数あり、その対応に追われている。一方 で、新規取引先から受託の話も出てきている。求職者 数は増加しているため、年齢やスキルなどの制約はあ るものの、受託に関するハードルは低くなっており、 求人が増えれば現状の水準は維持できる（東京都）。
		人材派遣会社 （営業担当）	採用者数の動き	・派遣求人数は若干増加傾向にあるが、成約数が同じ 水準で伸びていない。そのため、ここ数か月とさほど 変わらない推移となり、余り良くない状態が続いて いる（東京都）。
		求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・求人数の動きにほとんど変わりはない。下向き のまま動きがない様子である。
		求人情報誌制作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響により活動を控える業種 や業態は減っているものの、完全に復活したとはい えない。業績の見通しがほとんど立っていないので、自 社を含め採用を控えている企業が多いように感じる （東京都）。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大防止のための自粛要 請がなくなり、求人数が増えるかと思いきや、前年 比で減少が続いている（東京都）。
		民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・学生の意識調査報告では、8月1日時点での内定率 は83%と前年よりやや低い。学生からも、就職活動 は厳しかったという感想が多い。採用環境は厳しさが 継続しており、まだまだ回復の見通しは立たない（東京 都）。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・特に製造業において、新型コロナウイルスの影響に より求人数が減少している。
		人材派遣会社 （社員）	それ以外	・会社の売上や採用動向に変化はないものの、自身 を含め、周囲の消費活動が不活発になっている（東京 都）。

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
		人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・派遣受注と成約数は回復してきたが、人材紹介の受注と成約数は伸び悩んでいる。雇用リスクのない派遣は利用するが、新たな雇用に対しては消極的な企業が増えてきている(東京都)。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・例年なら下期10月1日入社の求人が多くなる時期だが、今年は求人数が少なく、例年の7割程度となる予定である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・3月以降、各月の新規求人数は減少を続けており、前年同月比で20~30%の落ち込みとなる一方、雇用保険受給者は増加傾向にある。
		民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・短期間では回復傾向はみられない(東京都)。
	×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が前年比3割減と大きく減ってしまい、回復してこない(東京都)。
	×	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣事業では、引き合いが明らかに減っており、契約解除も増加している(東京都)。
	×	求人情報製作会社 (営業)	周辺企業の様子	・12月に向けて希望退職を募る企業が更に増えていく。取引先企業の動きも相変わらず鈍い(東京都)。
	×	求人情報誌製作会社(所長)	求人数の動き	・広告件数が少なくなっている。
	×	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・もっていた仕事を取りやめになったり縮小している。件数は23件出ているが、規模的にも金額的にも少なく、前年に比べて5分の1程度である。ばん回も難しそうで、とにかくひどい状況である。

5. 甲信越(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(-: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 (甲信越)		-	-	-
		商店街(代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、今年の運動会は全て取りやめになるかと思っていたが、小規模に開催した学校も多くあった。やはり運動会があるとすると、関連商材が多少出ている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・平日は相変わらず最悪の景況感だが、シルバーウィークは新型コロナウイルス流行後で一番の出があった。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・10月からたばこの値上げがあるため、今月の売上は前年をやや上回っている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は残るものの、店頭来場客数や新車販売は改善傾向にある。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・車検や一般整備等は、問合せも増えて概ね順調である。車両販売も以前に比べれば問合せは増えたものの、販売台数に大きな変化はない。
		その他専門店 [酒](店長)	来客数の動き	・今月の初め頃は、今までと違い急ブレーキが掛かったような状況だったが、月後半になるにつれ、シルバーウィークもあり、徐々に人も戻ってきたと感じている。今月はやや良かったのではないかと。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・Go To Travel、Go To Eat、応援券、プレミアム付商品券等、政府や行政機関の景気刺激策と自粛生活への疲れから、少しずつではあるが、客足が戻ってきている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて、多少動きがあるように感じる。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・外出規制緩和の効果が出ていると思われる。消毒、換気、空気清浄機の設置等、対策を講じている。多客が予想される時期は休業していたが、客自身の防疫意識も高まってきているので、入店規制はしないようにしている。
		観光型旅館(経営者)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの実施のお陰で、インターネット経由の個人客は例年並みか、9月に関しては例年以上の売上がある。しかし、売上の中心である老人会、企業、自治会、社協、保護者会、医師会、農協、同級会、研修会等の団体利用が全くない。そのため、売上は例年の60%しかない。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・観光地や温泉地ほどではないが、Go To Travelキャンペーン利用客が増えてきている。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・ここ数か月変わらずに、個人利用が上向いてきている。特にシルバーウィークに関しては、明らかに人の流れが多く、自粛疲れなのか、客の雰囲気も消費して楽しもうという感じが見て取れる。ただし、法人や団体利用はほとんどない状況に変わりがなく、まだ大幅な回復傾向とは言えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・一定期間ではあるが、シルバーウィークの4日間の宿泊稼働率が、今年初めて90%を超えている。また、レストランの来客数も前年9月よりも増えている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・新規加入や問合せが、徐々に増えてきている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・新しい生活様式の影響か、在宅時間の活用方法として有料テレビサービスの契約が増えている。キャンペーン効果で、問合せも引き続き安定して入り、売上は上昇傾向にある。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・個人客は戻りつつあり、団体ツアー客も若干だが来訪し始めている。シルバーウィークは大混雑だったが、入場規制がかかって、相当数の客は入場できなかった。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・仕事の依頼数は多く、下請に依頼する物件が増えている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・8月以降、別荘の見学者数が増加傾向にある。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・地域のプレミアム付商品券等の発売が始まっているが、経済対策の一環による販売のため、使用条件が付いている物もあり、出回り具合が読めない。余分な出費を控えている消費者に、こうした施策で購買意欲を出して欲しいところである。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、巣籠もり需要が旺盛である。来客数の伸びはないものの、客単価が上昇している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・残念ながら9月は、前年比で売上は3%減、来客数は7%減となっている。よく注文が入る10地区の秋祭りや敬老会がなくなり、売上につながらない。3%減でも健闘したと思っている。当市発行のプレミアム付商品券の効果もあるが、皆そろそろ使い果たしたようである。年末にまた、プレミアム付商品券が出るとのことなので期待している。今後注文が増えたときに備えて、2名ほど求人中である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこや酒の増税効果で、客単価上昇は目立つものの、来客数自体は変わらない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は各種キャンペーンなどいろいろな施策をやってもらったお陰で、何とか現状維持という状況なので、余り上向いてるとか下向きになっているとかということはない。キャンペーンをやって駄目ということなら下向きかもしれないが、余り変わっていないような気がする。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客足は遠のいており、お金が回らない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年同時期は消費税増税前の駆け込み需要の影響もあり、売上を前年と比べると大幅な減少となっている。前々年との比較では、若干の売上減で推移している。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要もあり、来客数や客単価など前年とは比較できない。ここ数か月の来客数の動きをみると増えてはいないので、変わらない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が減少している。
		旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が減少したり増加したりで、旅行需要が伸びていない。個人旅行は若干の動きが出てきているものの、自粛感が強く、大きく変わりはない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で悪くなっているが、ここ3か月は、ほぼ同じ状態で進んでいる。

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
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・地域のゴルファーが、旅行を控えたり親族の帰省が中止となったりしたため、ゴルフ場がレジャーの中心になってきており、8月の入場客数は前年を超えている。密な遊びができないことから、若者層のゴルファーも増加傾向である。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	来客数の動き	・3か月前は前年比45%で、今月は同55%を超えてくる。シルバーウィークの4連休もあり、一般客が徐々に戻ってきている感じはある。団体や予約が戻ってくれば良いが、まだそのような状況ではない。
		その他サービス [貸切バス]（経営者）	お客様の様子	・依然として新型コロナウイルスの影響で、貸切バスの仕事はない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・店の前の通りには終日ほとんど人影がない。これが新しい日常だとすると、立ち行かなくなりそうである。更にマスク姿は警戒心を呼び起こし、購買意欲をそいでしまう現況である。
		一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・客の消費意欲が低い。残暑も一段落して、これからというところだが、特にヒット商材もなく、難しい。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる影響は徐々に落ち着いてきている。単価は前年実績を上回るものの、客数は減少している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・6～7月にかけて、徐々に入出が上向き回復しつつあったが、新型コロナウイルス感染拡大の第2波がきて、再び一気に冷え込んだまま、回復していない。
		その他サービス [葬祭業]（経営者）	単価の動き	・子供が少なくなって、後をみてくれる人がいなくなっている。親戚なので葬儀を出すがお金は掛けずに済ませたいという声が多くなっている。また、葬儀業界では今、価格競争が起きていて、安いことは当たり前前の時代になっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響はもちろんあるが、天候不順の影響もかなりある。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・全部の理由が当てはまる。とにかく、客が動いていない。人のせいにはしたくないが新型コロナウイルスの影響はとて大きく、なかなか収束する気配がないので心配である。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-	-
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンに加え、秋のぶどう狩りシーズンが重なった影響もあって、来客数、売上金額共に、戻りつつある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆明け以降、客も少しずつ落ち着きを取り戻しつつある。先行きの不安感はあるが、受注は上向いてきている。
		新聞販売店 [広告]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・政府が進める新型コロナウイルスへの経済対策等で、イベント等が徐々に実施され始めている。前年とはまだ差が大きいものの、広告出稿が少しずつ戻ってきている。
		食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・売上が毎月減少しており、過去最悪の状態、資金不足に陥っている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前月に続き今月も売上は思わしくない。酷暑だけが問題ではない。今後はWithコロナ対策の違いによって、各社で差が生じてくるのではないかと。
		金融業（調査担当）	競争相手の様子	・製造業は生産に下げ止まりの動きがみられる。非製造業は観光関連で持ち直す動きがみられるものの、低水準の状態が続く。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の年末商材受注はあるものの、新型コロナウイルスの影響で出張ワークショップ等が中止になっており、打撃は大きい。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、外国人観光客が皆無の状態、観光業等は大きな影響を受けている。新型コロナウイルス以前の水準を取り戻すには、相当の期間が必要である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先から、仕事量の減少、休業や外注引上げといった話を聞いている。新規案件の話はなかなか進まない。

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
	x	その他製造業 [宝石・貴金属] (経営者)	受注量や販売量の動き	・催事は徐々に再開されているが、来場者、特に年配者の来場が減っている。来場者の購入率は前年の50～70%まで上昇したものの、売上は20%程度低下している。デパート関係は大都市を中心に、総じて今まで催事ができなかったり、顧客への積極的な販売を自粛してきた影響で、当面は仕入れがストップしている。金地金の高騰から、秋冬用の新企画製品の価格が上昇しており、各店舗で在庫が売れていないことから、新企画商材との価格差が大きくなり過ぎて、話が進まない。助成金や経費削減でバランスを取っているのが現状である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-	-
		職業安定所 (職員)	それ以外	・求人の落ち込みは前年同期に比べて小幅になってきている。また、雇用調整助成金の申請も落ち着いてきている。
		求人情報誌製作会社 (経営者)	周辺企業の様子	・当地周辺の夜の飲食街で、新型コロナウイルス感染者のクラスターが発生し、組合や振興会加入の多くの店で、8月下旬～9月にかけて2週間休業した。その後、営業再開したが、客足は極端に少ない。求人募集については、特に、飲食をはじめ、宿泊、サービス業で減少している。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・低調ながらも動きが出始めた事業所と依然として厳しい状況の事業所の明暗が分かれている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響の長期化で、やや悪くなっている。
		民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・企業の採用意欲は慎重なまま、推移している。
	x	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・対外的には新型コロナウイルス対策やその影響のためと言っているが、実際は60歳再雇用制度で席がなく、正社員以外への玉突きが始めている。既に来年4月以降の契約更新相談が始まっており、こちらの方が大変なことになる。

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。

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
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・必要な返礼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。

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
		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。人気の高級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かが全く読めない。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 Travel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こと、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、商店街に人が出ない。
		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。

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
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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が行きの中心で、厳しい状況ではある。
		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。
		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。
		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。
		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。

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
		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。
		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。
		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。
		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ため景気は変わらない。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付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。

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
		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ほらいでいる。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控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。

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
		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ます。
		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、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。景気の良し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付く案件は少なく、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。
		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。

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
		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。
		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、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おり、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着きを見せているが、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。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：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		衣料品専門店（店舗運営）	販売量の動き	・一時は新型コロナウイルス対策の商品しか見られなかったが、店頭を秋冬物に入れ替えたことで服飾雑貨やアクセサリーにも動きが出てきている。

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
(北陸)		観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・7月末で県民限定宿泊割引の補助が終了したが、7月は前年を上回る売上を確保できた。7月22日よりGo To Travelキャンペーンを開始したが予約はまだ低調で、8月は前年比で総売上は84%、宿泊人数は87%、宿泊単価は90%である。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・デパートの企画展のイベントに合わせて入込客が増加し、駐車場の利用客も戻りつつある。また、近隣地域のイベントなどでも回遊する客が確実に増加している。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・今年の9月は大型連休があり、久しぶりに前年並みの連休の人出となった。久しぶりの忙しさにスタッフの動きにぎこちなさはあったが、一安心である。4連休以外はいつもの閑散とした日々である。
		一般小売店[精肉](店長)	来客数の動き	・3か月前の6月との比較ではやや良くなっている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる客の動きが、Go To Travelキャンペーン等の影響もあり、多少戻ってきている印象を受ける。
		コンビニ(店長)	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響から、前年比で20%以上売上が減少していたが、今月の売上は前年比で7%程度の減少となっている。例年に比べると極めて悪い状況だが、3か月前から比べると例年の売上に近づいており、やや良くなっている。
		乗用車販売店(経営者)	来客数の動き	・来客数が少しずつだが増え始めている。以前と変わってネットでの問合せも多くなっているため、動きが出てきたようである。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新型車の発売が続いているため、週末の来客数が増えている。
		乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・新型車の発売に伴い、客からの問合せも多く、来客数も5月頃までと比べて増えている。新車の受注で好調が続いている。
		自動車備品販売店(役員)	お客様の様子	・集客面では戻りつつある。連休期間は自粛前のような来客数で、売上も例年並みに戻ってきているが、単価は低い状況である。ガソリンの給油量も増えており車の使用が増えているとみられる。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響をまだ楽観視はできないものの、9月の4連休は帰省客や家族3世代での来店など、6~8月には見られなかった客層の来店があった。消費動向は依然として衣料品や飲食が不調であるが、季節の変わり目となることから今後の販売動向を注視する必要がある。
		一般レストラン(統括)	お客様の様子	・9月の大型連休で県内外の消費者が多く動いた。それにより駅周辺が徐々に人のにぎわいを取り戻していた。10月1日からはGo To Travelキャンペーンが東京も対象になるので、北陸の中でも特に当地は首都圏からの観光客が増えていくと考える。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で4月から赤字が続くなか、今月は前年の1割減とささやかな希望がみえた。年配客は警戒心が非常に強く、人が少なければ来店するという感じで、客は5割しか戻っていない。1日に1人や2人の客では成り立たない状態である。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや県内小中学生の修学旅行などで前年比の70%まで客が戻ってきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・週末を中心に観光客が増えている。4連休は特に良く、久しぶりに売上が上がっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・県外からの出張者が少し増えている。夜の繁華街は全く駄目である。売上も全く芳しくない。
	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が落ち着き始め、外出を自粛している人も少なくなってきた。	
	テーマパーク(役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がやや落ち着いている。また、Go To Travelキャンペーンなど様々なプロモーションの影響もあり、3か月前と比べると、国内の個人客を中心に前年同月比ではやや旅行客の動きが戻ってきているように見える。	
	競輪場(職員)	販売量の動き	・来場者が戻りつつあり、インターネットを通じた車券購入が堅調である。	
	住宅販売会社(営業)	販売量の動き	・住宅ローン控除の延長契約対象期限となる月のため、駆け込みが発生している。	

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
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・9月の大型連休がすこかった。新型コロナウイルスが終息したわけでもないのにあの人出は驚異的である。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・他の業界は回復傾向にあるかもしれないが、小売業界は来客数が増えてこず、現状では変わっていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・近隣店との競合や感染症対策の影響で来店頻度が減少しているが、客単価アップの状況は続いている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は依然として変わっていない。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・9月前半は新型コロナウイルス第2波の影響とみられる自粛ムードで、前月の復調に冷や水を浴びせる状況である。後半は持ち直し傾向で救われている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少し落ち着いてきているようにも見えるが、衣料品に関してはまだ回復の兆しは見られない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・新築住宅向けに家電一式の販売数が増えてきている。
		家電量販店（本部）	来客数の動き	・消費税の引上げがあったため前年と比較はできないが、前月と同様に新型コロナウイルスの影響が薄れてきている様子である。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・9月はひやおろしという酒が次々と出る月で、いろいろ取りそろえて他の商品と一緒に売りたいと期待していたが、ひやおろしだけしか売れない状態である。結局、余計なものは必要ない、今が旬のものは欲しいという感じである。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・4連休から客足が回復してきたが、前半の落ち込みが大きく、トータルでは例年の60%ほどの集客である。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・悪い状態のまま一進一退である。
		旅行代理店（所長）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが開始されて2か月が過ぎ、徐々に利用者の認知が高まってきているが、遠距離の旅行は引き続き自粛傾向が強く、近県への旅行にとどまっている。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・9月に外部委託施設で新型コロナウイルス感染者が発生して、2週間の臨時休館を実施した。幸い施設を媒介とした感染はなかったが、利用者のほか、一般の人からも様々な意見を頂いた。無事施設再開にはこぎつけたが、金銭的な影響以上にスタッフへの精神的な影響が気になっている。
		美容室（経営者）	それ以外	・今月は売上、来客数共に前年をクリアしている。前年の9月は、消費税の引上げ前の月で駆け込み需要もあり、一昨年より10%以上伸ばしていることを考慮すれば、今月の売上は良いといえるかもしれない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月は税制優遇が受けられる締切の月だったこともあり、受注には強さがみられたが、今後どのような受注数になるかは不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示会の来場者数が増えない。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	来客数の動き	・来客数の減少に比例して売上額も減少し続けている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・前半は残暑が厳しく、秋物衣料の動きが鈍い。あわせて大手アパレル不振などの影響でショップの撤退が続き、秋物の投入が遅れるなど悪循環が続いている。継続して新型コロナウイルスへの感染予防の意識が強く、レストラン部門において夕食や宴会などの業績が非常に厳しい。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により商品生産が遅れたため、秋物商材や新商品の納品が遅れたことと、倒産、撤退したブランドや会社が多く発生したことにより、上位顧客の要望する商品が用意できず購入が遅れている。また、気温の急激な低下により、夏商品が前半で終了し、客が商品購入を迷っている。テレワークによりビジネスアイテムの需要が低下している。トラベル需要も大きく低下し、バッグや靴といった身の回り品などにも興味を示さなくなっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・ぜいたく品の出費を控え、買物も必要最小限に抑えている。

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
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・季節商材が売れなくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休中は帰省客も来店していたが、連休後は元に戻っている。
		通信会社（店舗統括）	販売量の動き	・緊急事態宣言が出ていた期間よりも、最近の方が販売量が減っている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に、3か月前と比べて契約数が減っている。前年同月比でも、減少幅が大きい。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントへの来客数は予想を下回り、いつもより少なかった。例年は9～10月は客の動きは良いのだが、今年は問合せや相談件数も少なく非常に動きが鈍い。このままでは今年の12月まで受注は厳しいと考える。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・9月の大型連休は久しぶりの人出であったが、若者が圧倒的に多く、年配客はまばらである。財布のひもは固く、人出の割に売上は今一つである。
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2019年9月は高額品を中心に消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、売上高は2018年比でプラス25%と好調に推移した。今年9月はその反動減と新型コロナウイルス禍での外出自粛、大手アパレルメーカーの退店が要因で前年比25%減少の見込みである。
	×	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・相場の高単価に支えられているのみで、来客数や購入点数は伸び悩んでいる。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・消費者への還元事業や特別定額給付金などの特需があったことが要因としては大きい。また、今月に入り消費者の来店や購買の動きが急に止まっている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・4連休は宿泊が直前予約で伸びた。しかし、宿泊部門は前年比で40%、レストラン部門は35%、宴会部門は30%である。夜の宴会が全くなく、昼の会議のみで大変厳しい。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料分野は用途を問わず全体的に悪い。また、資材分野については低位安定という状況である。
		精密機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前の新型コロナウイルス感染拡大状況下での売上予測に対しては、国内、海外共に速いスピードで回復してきている。ただし、全体ではまだ新型コロナウイルス禍発生以前の状態には戻っていない。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共工事の受注と施工をメインとする当社も同業他社も、このところ受注が活発になってきている。
		通信業（営業）	取引先の様子	・業種により差異はあるものの、現在は新型コロナウイルス禍が比較的落ち着いているので、感染拡大前に設備更改やリモートワークの整備等を実施する企業は増加していると考え。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在、物件を買いいたいという客がかなり少ない。
		司法書士	取引先の様子	・市内北部の区画整理終了地区での不動産取引が多い一方、売買が成立しない地区も多い。
		食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、比較的好調に推移していた市販用がここに来て前年割れ傾向に転じている。巣籠り需要の増加によるものと捉えていたが、直近の不振の原因はつかめていない。引き続き大幅に前年割れの業務用とあいまって、トータル売上は非常に厳しい状況にある。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着きつつあるものの、経済活動の停滞による影響は引き続き大きく、受注、販売共に厳しい状況が続いている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き毎週金曜日は一時帰休を行い、生産調整を行なっている。米国市場の受注は戻りつつあるが、欧州、国内市場の回復がまだまだの状況である。
		金融業（融資担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスによる自粛期間の影響が具体的に数字となって顕著に表れており、決算や中間報告においても赤字計上する取引先がほとんどである。

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
		税理士（所長）	取引先の様子	・落ち込んでいた飲食業、観光業がGo To Travelキャンペーンの力もあり、以前よりも回復しているが、収支が黒字というところまではなかなか追い付いていない事業者が多いようである。そういう面では3か月前よりは良くなっているが、まだ本来の形には戻っていないという状況である。製造業の設備投資関係、建設業関係では、新型コロナウイルス禍の影響を受けて計画が中断しているものが多くあり、受注予定が非常に少なくなってきたため、製造業関係や建設業がこれからマイナスになるのではないかと考える。
	x	*	*	*
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・一時に比べ、人の往來の増加やイベントの実施など、少しずつではあるが経済活動が戻りつつある。ウィズコロナを意識しながら、様々な面で動きが活発化しているように感じる。
		人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・有効求人倍率が依然として低調である。派遣登録者数も少ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・どの業種、業界も明るい話がない。これまでの活動のやり方を変え、新型コロナウイルス禍の社会に対応した取組をしていくという話をよく聞く。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・全産業において求人数は、新型コロナウイルスの影響により、前年同月より大きく減少している。特に、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業での減少が大きい。製造業は先行き不透明という事業所が多いが、復調しつつあるという事業所も少し出てきている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・離職者だけではなく、在職者も含め求職者数が増加している。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス発生以後、新しい求人が少なく、採用を見合わせている傾向がある。企業業績をにらみ、小規模の休業を行っているところもある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人とは逆に、派遣の打切りや派遣期間の短縮が多少増加したようである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・1回当たりの掲載件数が少ない。
	x	-	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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 (近畿)		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・売上の前年比は、7月は95%で、8月は120%、9月は130%と好成績となっている。国のGo To Travelキャンペーンの効果や県民限定割引の併用で、来客数と単価のアップにつながっている。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンで実際の申込みも増え、国内旅行は前年並みに戻っている。
		観光名所（経理担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンによる旅行需要の喚起のほか、時間の経過により、新型コロナウイルス感染症への恐怖心が薄れてきたことが影響している。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きかった4～5月に比べ、良くなってきた。また、9月の大型連休中は直営各店の来客数が増加し、回復の兆しが感じられた。ただし、新型コロナウイルスの発生以前と比較して、売上ベースでは70%程度であるなど、まだまだ厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食関係に関しては、完全に商売がなくなった店もあるなど、余り良い状態には戻っていない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・9月の大型連休には、来客数が前年を上回る日もみられる。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・自粛疲れの反動で、来客数は増加傾向にある。特に、食品部門やレストランが好調に推移している。今後は上期に中止した北海道物産展も再開する。ただし、なじみ客への外貨活動は積極的に行うわけにはいかず、苦戦している。

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
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・郊外型百貨店での食料品の売行きは、引き続き好調を維持している。9月25日までで、自家需要の割合の多い生鮮品や総菜の売上は、前年比で6.2%増と好調である。ギフト需要が中心の菓子や進物については、手土産需要の減少が響いて0.3%増であるが、それでも前年の実績は確保している。今後も当面はこの状況が続くと考えている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンド売上の消失という状況は変わらない。一方、国内客の動きは7～8月に掛けて鈍化していた回復傾向が、今月の後半には4連休という好条件も重なり、来客数はかなり盛り返している。売上も運動し、減少傾向が改善してきている。
		百貨店（販売推進担当）	競争相手の様子	・前年は消費税増税前の駆け込み需要が発生した反動で、前年比は厳しいが、各社が物産展を再開するなど、段階的に集客をねらう動きが出ている。一昨年比でみると、7～8月よりも数ポイント改善しており、秋冬商材が出そろって今後期待している。
		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染対策が浸透し、密を避けた上での来店が定着している。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・9月後半の4連休を中心に、来客数は回復傾向にある。また、月中旬から一気に気温が下がり、秋の気候にシフトしたことも後押しし、羽織物やニットなどの重衣料に動きが出始めている。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全国的に新型コロナウイルスの影響が落ち着く傾向にあるほか、気温の低下で、4連休での客の行動や購買が活発になっている。特に、特選雑貨や特選ファッションは好調に動き出しており、おせち料理などの予約も、予想どおり好調に推移している。
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第2波といわれた状況が落ち着き、少し人が戻ってきた感がある。特に、9月の大型連休前後から、これまで外出を控えていた年配層や子連れのファミリー層を見掛けるようになってきている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・数か月連続で売上が増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・専門学校や予備校は通常の授業に戻ったようであるが、企業のリモートワークが定着しているのか、サラリーマンやOLの来客数が低水準のまま、戻っていない。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・客は少しずつ戻りつつあり、店内には客が常にいる状態になってきた。単価は低いが、来店人数は増えてきている。また、フリマアプリなどを利用する人が増え、商品の授受に伴う来店が増えており、そのついでに買物をする人も増えている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・4連休では、出掛ける前に飲料などを購入する客が、多く来店している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べるとやや来客数は増えているものの、数年前に比べると、まだまだ芳しくない。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・テレワーク関連や白物家電などに動きがみられる。特に、外出を控えて家で過ごす時間が増えていることで、冷蔵庫や洗濯機などの高額商品が好調に売れている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・6月以降は来客数が増え、販売台数も増加している。特に中古車の販売が好調である。新型コロナウイルスの影響で、インターネット経由で車両を検索し、購入まで行うケースが増えている。
		その他専門店【医薬品】（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、マスクや手洗い用品、うがい薬などの購入が、多くの人にとって習慣化している。当社はドラッグストアであるため、医療品や衛生用品の動きは引き続き良い。また、9月上旬は暑い日が多かったため、飲料や基礎化粧品、メイク落としやウェットティッシュの動きも良くなっている。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量が、3か月前に比べて20%増えている。

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
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染予防にも慣れてきて、都心部に出掛けるのを避ける傾向にある。商店街のスーパーで買物をする事で、ストレスを発散している客を多く見掛ける。また、酒税の引上げ前のまとめ買いも一部で見られる。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約で満席になる日が増えている。
		都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・各企業の出張解禁に伴って利用者が徐々に増えているが、全面的な解禁ではないため、爆発的な回復には至っていない。Go To Travelキャンペーンは、出張費の削減に活用されていると感じる。また、Go To Travelキャンペーンが利用可能であるにもかかわらず、市内や人気テーマパークの周辺ホテルに空室があるなど、レジャーによる利用は増えていない。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや9月の大型連休の好調により、少しは良くなっている。ただし、国内客については少し動きが出てきているが、海外からの旅行者は皆無の状態である。
		都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・平日はほとんど低稼働のままであるが、土曜日だけはGo To Travelキャンペーンの影響で、宿泊客数が増加している。特に、9月の大型連休は旅行会社からの予約が多く、新幹線と宿泊のセットが60%を超えた。また週末のレストランは、地域独自のキャンペーンの効果で、宿泊とステーキ食べ放題のセットが好調となることも多い。
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・9月に入ってから、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、宿泊の客室稼働率が上昇している。9月の売上の前年比は、8月よりも大きく伸びており、レストランにも同様の傾向がみられる。一方、宴会も売上の前年比は伸びているが、宿泊やレストランほどの伸びはない。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや、地域独自のキャンペーンの効果で、9月の大型連休の稼働は前年並みには届かないものの、かなり回復している。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが始まり、少し店頭で活気が戻った。休業していた3か月前に比べると、客が来店し、申込みが入る状況になったことは有り難い。販売商品もどちらかといえば高額で、ふだんはなかなか行けない場所に行くという発想で申込みが入っている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響か、巣籠り消費に関連するインターネットやケーブルテレビの申込みは好調である。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	来客数の動き	・9月19～22日の4連休は、当地域周辺の人出が顕著に増加し、各施設の入店客数や売上も大きく回復したが、連休明けは一転して不振となっている。ただし、不安定な状況が続いているとはいえ、全体としては回復基調と考えられる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・国内のレジャーは、特に屋外での動きが戻りつつあるが、全体としてはインバウンドが欠ける分、戻りきっていない。
		美容室（店員）	来客数の動き	・3か月前に比べると、来客数はやや増えているが、ブライダル関連の動きはまだまだ厳しい状況である。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・不動産の購入相談や移転先の検討などが、持ちかけられるようになっている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・不動産の開発用地の情報が少しずつ増えており、取引価格についても、新型コロナウイルスの発生前と同じ水準で取引されている。ただし、開発目的は住宅や物流関連が大半を占めるなど、投資目的の選別は厳しい。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場の来場者数も回復しており、各出展企業の契約数は上向きとなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・客足の引きが早い。週末はそれなりに人出があるものの、平日は閑散としている。

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
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が変に落ち着いた感覚があり、緊張感も薄れているため、感染対策商品の商談も落ち着いた感がある。その一方、別の機器を購入する話はなかなか出てこない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	お客様の様子	・客が徐々に戻ってはいるが、閉店や経費削減などで、これまで納品していた客が減っているため、景気が良くなったとはいえない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前とほぼ同じ状態で推移しており、前年比で60%と健闘がみられる。ただし、スタッフは出勤を減らして頑張っているがもう息切れ状態である。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・暑さの残る月初は、来客数、売上共に伸びなかったが、気温が落ち着いてきた中旬からは少しずつ元に戻ってきた。客の雰囲気を見ると、新型コロナウイルスという未知の脅威にも慣れてきたようで、自分なりの工夫や対処を取っており、少しずつ客の明るさも戻ってきている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・3か月前と比べても、売上は横ばいである。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの発生以降、来客数はめっきり減り、販売量についても前年よりもかなり落ちている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・振り袖が売れる時期であるが、来年の成人式があるかどうか分からないため、全く動いていない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は、前年が消費税増税前の駆け込み需要で好調となった反動もあり、前年比で30%減と大きく悪化している。特にファッション関連は、新型コロナウイルスの影響でビジネスからカジュアルのほか、自宅での需要にシフトしている。かつて需要のあった商品は極端に落ち込み、単価もダウン傾向となるなど、厳しい状況にある。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・9月の4連休は、前年を上回る入店数となったが、それ以外は前月の傾向と変わらない。月全体では、前年比で80%前後の入店客数となっている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・3か月前は来客数が前年比で30～40%減であったが、まだ改善されず、厳しい状況が続いている。
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスに対する客の反応は、過敏ではないものの、染み付いている。防衛反応は強く、外出の制限により、ファッション関連は苦戦している。多少は戻りつつあるとはいえ、観光客の減少により、土産などの需要の減少が続いている。
		百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、比較が難しいが、2年前との比較では、前月までと大きく変化していない。ただし、4連休はGo To Travelキャンペーンの影響からか、他県ナンバーの車での来店も多くなっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は依然として続いており、来客数、売上共に前年を大きく下回っている。EC事業への転換を進めているが、売上を補う動きには全くなっていない。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・消費意欲が旺盛であったシニア層が、生活のための消費に偏っており、買上の総額が上がってこない。ただし、一部では高所得者による資産価値の高い貴金属の購入が増え、外商の売上に復調の兆しがみられる。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・前月に続き、4～7月ほどの新型コロナウイルス特需はみられない。9月の4連休は非常に盛り上がり、高価な食材や寿司などがよく売れたが、月後半は盛り上がり欠けた。これは、前年が消費税増税前の駆け込み需要で売上が伸びた影響が大きい。今年は酒の一部やたばこの売上は伸びたが、全体としては限定的な動きとなった。また、果物の価格が上がった影響で、子育て世代は価格の安い輸入品にシフトし、国産の旬の果物を購入するのは60代以上となるなど、購入層がはっきりと分かれている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・当店では4月以降、衣料品と住居関連、食品の全てにおいて、来客数が前年比で90%前後の状況が続いている。食品は売上が好調であるが、客単価の上昇による影響が大きい。一方、来客数の減少については、特に高齢者の来店頻度が落ちていることが、年齢別の売上構成や対象商品の売上不振から判断できる。

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
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響に、客もやや慣れてきたと感じる。販売動向も平常時の状態に近づきつつある。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・レジ袋が有料となって買上点数が少なくなり、1人当たりの単価が下がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・9月の大型連休で出費が増えたため、節約して外に出てこなくなっている。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンなどで、割安で旅行が楽しめるようになり、これまで娯楽を抑えていた分、支出は出てきているが、以前のような衝動的な購買は控える傾向が続いている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いているといわれるが、自粛の動きが全て元に戻る感覚はなく、インバウンドも止まったままである。状況はほとんど変わらず、落ち込んだままである。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる自粛ムードは緩和され、客の様子も2～3か月前に比べてかなり変化が感じられるが、景気の改善はみられない。
		家電量販店（店員）	それ以外	・景気は良くないが、家電業界でいえば、地域独自の給付金の効果が出ている。空気清浄機能付きのエアコン向けの助成金があるため、エアコンや空気清浄機の販売量が増えている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数の落ち込みが大きく、なかなか売上の改善に弾みが付かない。給付金の給付直後は、猛暑と重なってエアコンや冷蔵庫の販売が増えたが、インバウンド消費も落ち込んでおり、厳しい状況が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年よりも減少しており、販売も減少している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、販売量自体は余り変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・来客数は減少したままで、余り増加する傾向にはないが、来店客の雰囲気は良くなっているように感じる。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの発生以降、激減した売上は低空飛行のまま変わらず、客もまだまだ戻っていない。
		その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・前年よりも悪い状況に変化はない。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	お客様の様子	・依然として、新型コロナウイルス特需は続いている。マスクやアルコール除菌関連は、特に売上に占める比率が高い。売上や単価は悪化しているものの、来客数は増え、大きな利益も出ている。特に、生活必需品が売れているように感じる。
		その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・春先に購入しなかった物を、今更購入しない。Go To Travelキャンペーンなどの刺激策もあるが、利用する余裕のある客は一部である。
		その他小売【インターネット通販】（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染対策が次第に周知され、予防意識も高まるなか、都心の百貨店や商業施設に出掛ける頻度が大きく減少している。
		その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	販売量の動き	・ここ数か月はマスクの問合せが多かったが、どこでも購入できるようになってきたため、問合せや売上が落ち着いてきている。その他の受注も、通常どおりとなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続きそうである。助成金や各種の補助金があるため、今まで何とかやってきたが、そろそろ限界である。自力で乗り越えるしかないが、感染者数がなかなか落ち着かないため、来客の動きにも影響が出ている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月の4連休までは、満遍なく来客がみられたが、それ以降は商店街の人通りが少なく、昼間の集客はさっぱりであった。また、テレビの人気ドラマが日曜日の夜9時から始まるため、早い時間からの来客が増えている。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・地方都市では徐々に回復がみられるが、東京の都心部の回復が進んでおらず、前年比で50%程度の推移となっている。関西全体では、前年比で90%にまで回復している。

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
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	お客様の様子	・売上はかなり戻っているが、働き方も変わってきたため、人の流れが変わってきている。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・9月はGo To Travelキャンペーンの影響もあり、4連休のほか、週末はほぼ満室となっている。ただし、個人客は前年比でも増えているが、団体客が全く増えていないため、月全体の宿泊客は前年比で75%程度にとどまっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4連休は、どの運営先の宿も満室となった。ただし、高級露天風呂付の小さな旅館は相変わらず前年よりも良いが、その他の施設は稼働率が上がってこない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、生活レベルでの自粛がみられる。外出しない傾向にあるため、タクシーの需要が減っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・徐々に人の流れがはじめている。特に、日常生活でも通院や会社関係での利用が少しずつ増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる日常生活の変化は、通常の状態に戻ってきたように感じるが、日中の客の利用状況に変化はない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・各指標が下向きや横ばいとなるなど、悪い雰囲気になっている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・例年、この時期に出る新商品が発売されず、前年比で更に販売や集客が落ちている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・まだまだ娯楽産業への逆風は厳しく、売上は前年比で50%を超えることがない。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	来客数の動き	・少しイベントが開催されるような環境になってきたが、まだまだ厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、様々な業種の客の不動産購入意欲が低下している。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・依然として、新型コロナウイルスの影響で受注が伸び悩んでいる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・マンションの販売市場では、高額商品の動きが新型コロナウイルスの発生前の水準に戻りつつあるほか、戸建て住宅は相変わらず好調に推移している。株価の水準も戻りつつあることから、高価格帯の物件に動きが出てきている。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・6月以降、客足は持ち直してきていたが、7月下旬からの新型コロナウイルスの感染第2波もあって、売上、来客数共に減少傾向である。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は新型コロナウイルスの感染者が発生したため、来客数、売上共に前年比で25%減となっている。徐々にマイナス幅が拡大している。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・前年は消費税増税前の駆け込み需要による押し上げがあったほか、今年は新型コロナウイルスの影響もあり、9月は前年を大きく下回る結果となった。増税要因を除けば、売上は徐々に回復傾向にあるものの、シニア層を中心とした客の来店はまだ鈍い。アイテム別には、化粧品関連が60%台と厳しい状況に変化はなく、前月まで好調を維持していたラグジュアリー関連も同様に厳しい。その一方、食品関連では、消費税増税の影響が小さかった郊外店舗を中心に、前年以上の数字となっている。地域密着型の店舗は、客足も徐々に戻りつつある。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が徐々に沈静化に向かうなか、都市部の店舗では来客数が少し上向いているが、低調なままである。一方、郊外の店舗では、大都市に比べて感染リスクが低いと判断されている影響か、前年の実績を上回る店舗もある。ただし、客の滞留時間が延びず、郊外でも面積が大きな店舗は苦戦している。商品別には、各店舗とも食品部門は比較的好調であるが、婦人服は厳しい状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・スーツを始め、外出に必要な衣料品が売れなくなっている。

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
		スーパー（店長）	販売量の動き	・19日以降の4連休前後から、自粛ムードが緩和されて外食が増えつつある一方、内食が減り、食品の売上が減少傾向となってきた。一方、食品以外では、近隣の日帰りレジャー関連の需要が多いことから、遠出の動きはまだ戻ってきていない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・スーパー業界での傾向として、ステイホームや外出自粛の意識が高まり、一時よりも来客数は減っているが、1人当たりの買上単価は高止まりしているため、良いとも悪いともいえない状況である。
		スーパー（店員）	単価の動き	・お彼岸には、お供えの果物や墓花がよく売れたが、ふだんは果物の価格も高いままで、野菜の価格もそれほど下がらなかったため、余り良くない。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数の減少で、生活スタイルが少し以前の形に戻った分、家内消費の関連商品の売上が落ちている。
		スーパー（企画担当）	それ以外	・前年は消費税増税前であり、日曜日も1回多かったため、9月末には大きく売上もアップした。その反動もあり、今年の既存店売上は前年比で97%台に落ち込んでいる。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染の収束がみえないなか、スーパーは外食需要が中食へシフトする動きを取り込み、売上の増加が続いている。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が広がるなかで、当社を始めとする食品スーパーでは、客が食品をまとめて買うケースが増え、前月までは客単価が大きく伸びていた。ただし、今月は客の買物が感染拡大以前のようになり、客単価が下がりつつある。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、所得の減少する家庭が少しずつ増えている。消費が抑制され、販売量の減少につながっている。
		家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・季節が秋になり、季節商材の動きが落ち着いてきた。巣籠り需要も落ち着いてきたため、消費をけん引する商品がない。
		住関連専門店（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、家にいる時間が長かったせいか、片付けや模様替えをする人が増えている。ただし、給付金で一時的に売上が伸びたが、ここ最近では落ち着いている。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	単価の動き	・来客数の増加がみられない。客単価も厳しく、目的買いの場合でも予算の幅が狭い。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・ホテルの主力となる宿泊、宴会はいまだに受注が回復していない。レストランに関しては、新型コロナウイルスの発生以前には及ばないものの、受注の引き合いが多くなっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8985円で、3か月前の9652円よりも下がっている。
		美容室（店長）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、固定客が何とか残っていることで、売上に大きな影響は出していない。
		その他住宅【住宅設備】（営業担当）	販売量の動き	・新規の施工依頼は低水準で横ばいとなっている。仕事量を調整するため、作業員に休暇を与えている状況である。
	×	一般小売店【菓子】（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、8月のお盆明けから9月に掛けて、販売数量が一向に回復する兆しが無い。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・前年よりも悪い状態が続いている。高齢者が新しい服を着て外出する場所がなく、食料品以外は買物にも行かないため、服を買わなくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ダイレクトメールへの反応が非常に悪い。高齢者は自宅に閉じ籠もっているようである。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・取引先や見込み客、仕入先など、どこをみても新型コロナウイルスの影響で仕事が激減している。もちろん当社も、リーマンショック以来の赤字に陥っている。
	×	通信会社（企画担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で提携企業の売上が落ちているほか、解雇や早期退職の話が周囲から聞こえ始めている。新型コロナウイルスの影響が長期化することで、経営の厳しい企業が増えているほか、近所の飲食店の閉店も増え始めている。
企業		-	-	-

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
動向 関連 (近畿)		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・外食向けなどの業務用商品は売上が悪く、足踏み状態が続き、生産量、販売量共に減少している。一方、家庭用商品は少し持ち直してきている。
		食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・9月の大型連休は客の流れが良かったため、少しは経済も回ったと感じる。気温もそれほど下がっていないため、飲料水の売上也少しは良くなっている。
		化学工業(管理 担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、5～6月は出荷量が非常に落ち込んだが、9月は前年比で若干のマイナスにまで回復してきた。特に、車載関連が回復している。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前よりもやや良くなっているが、基本的には調整局面であり、最悪の域は脱していない。
		金属製品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・休業を実施し、雇用調整助成金を申請している同業者もまだ残っている。
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・やや良くなっているといっても、3か月前の状況が余りに悪かったため、今月が少し良くなっているように感じられる程度である。ただし、ますます悪くなっているわけではない。実感としては、余り変わらないという状況である。
		広告代理店(営業 担当)	受注量や販売量の動き	・通販関係の広告出稿が好調であるが、それ以外は以前よりも良い業種はない。Go To Travelキャンペーンが実施されても、旅行代理店を除き、関連業種の広告は余り戻っていない。
		その他サービス 業[店舗開発] (従業員)	受注量や販売量の動き	・飽くまで3か月前との比較であるが、駅の乗降客数も平日を中心に、徐々に元の状態に戻りつつある。それに比例して、駅ナカ店舗の売上也復調の兆しをみせている。その一方、新幹線の駅構内の店舗については、依然として前年比30～40%前後と、厳しい状況が続いている。
		繊維工業(総務 担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の在庫販売が優先され、製造元まで注文が回ってこない。ただし、小売での販売は少しずつ増えつつあるため、時間差で製造元に波及してくることを期待している。
		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量の日々の増減が激しく、総じて微減となっている。
		化学工業(経営 者)	受注量や販売量の動き	・7月頃に一度受注が回復した後、再び悪化した。ここへきて下げ止まっている。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量の動き	・数字としては変わらないが、雰囲気は余り良くない。飛まつ防止パネルを手掛けている企業は忙しそうであるが、過当競争で単価がかなり下がってきている。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今年に入って引き合いや受注が激減しているが、この状況に変化はない。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量の動き	・売上は少しだけ増えているが、ほぼ横ばいである。
		輸送用機械器具 製造業(役員)	取引先の様子	・発注内容は設備のメンテナンスや修理がほとんどで、部品の更新や設備の入替え、新規の導入といった依頼がない。見積りの依頼も同様である。
		建設業(経営 者)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で打撃を受けた会社は、設備投資に慎重である。その一方、体力のある会社は、先を見据えて設備投資を粛々と進めている。
		建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注単価が相変わらず低調である。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・良いともいえず、悪いともいえないが、引き合いは徐々に出てきており、今後に期待したい。無電柱化については、業界にとって追い風となる。
		輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・前年の消費税増税による打撃に、新型コロナウイルスの影響が重なり、売上が落ち込んでいる。
		金融業[投資運 用業](代表)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、元には戻らない。政府が助成金を積み増し、官民一体で感染に対する姿勢が必要である。中途半端な助成では焼け石に水で、かえって政府への不満が募るため、事態の好転につながらない。
	新聞販売店[広 告](店主)	受注量や販売量 の動き	・折込件数が落ち込んだまま、回復しない。	
	広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告の発注が前年比で大きく落ち込んでいる。	

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
		その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注量や受注件数が若干減ってきている。
		繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・9月は大きな落ち込みはないが、2年連続の減少となるため、じり貧状態である。
		一般機械器具製 造業(設計担 当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、受注案件が1年以上の延期、若しくは中断となっている。
		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・前年は消費税増税の駆け込み需要があったため、前年比では大きく悪化しているものの、2年前の水準を上回る荷動きとなっている。
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・大きく落ち込んだ受注や販売、生産などが一向に戻らず、こしばらくは先を見通しても、回復の兆しがみえない。
	×	電気機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・飲食や観光業の不振はよく取り上げられるが、製造業も変わらないか、それ以下の業種もかなりある。
	×	不動産業(営業 担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、3月末に6か月後の解約予告が多く出たため、今月末に解約が集中している。さらに、今月から来月以降も、6か月前に予告された解約が続々と出てくる。店舗の賃料が下がるほか、次の新規出店もないため、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業 [電気業](営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・依然として先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)		-	-	-
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・就業決定数が少しずつ増えてはいるものの、例年に比べると非常に悪い。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数は前年比で65%程度であるが、3か月前の状況に比べると、かなり改善している。
		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・9月の大型連休は観光地で久しぶりに混雑がみられた。10月からはGo To Travelキャンペーンに東京が追加されるため、観光業では少し景気回復の兆しが感じられる。
		新聞社[求人広 告](営業担 当)	周辺企業の様子	・一連のGo To キャンペーンといった政府主導の経済政策のほか、イベントの規制緩和などもあり、関連企業に少しずつ活気が戻っているように感じる。新型コロナウイルスの発生前までとはいかないものの、着実に景気は戻ってきている。
		民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスのワクチンや治療薬は実用化されていないが、感染予防対策がある程度は浸透したことにより、以前に比べて求人数は微増となっている。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べて少し増加傾向にあり、産休の代替要員や、期間限定の求人が増えてきている。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・来月から下半期に入るが、新型コロナウイルスの影響で企業心理もなかなか前向きになれず、景気は横ばいの状況が続く。そのなかでテレワークへの移行が進むことで、仮に大阪の案件でも、これまではなかったような遠方からの応募があったりする。実際にマッチングも少しずつ始めている。この動きは非常に興味深く、今後の1つの参考材料になる。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・この3か月は継続的に悪い。前年比で6割程度の求人しかなく、業績は苦戦している。
		アウトソーシ ング企業(管理 担当)	それ以外	・新規の依頼もなく、通常の仕事も減少している。
		新聞社[求人広 告](管理担 当)	求人数の動き	・新聞広告の求人数に目立った変化はみられない。ただし、新型コロナウイルスの影響は4～6月ほどのダメージはないものの、社会全体で慢性化している。体力がない中小企業が多い関西では、多くの企業で人を増やすような動きは取りにくい。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数の減少が止まらない。景気は上向きであるが、求人にまで反映されていない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数、新規求職者数は、3か月前とほぼ同水準であるため、景気は変わらない。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・3か月前と変わらず、求人数は減少傾向にある。2021年卒の新卒採用も落ち着き、これから22年卒の採用計画を立てる時期となるため、今後の動向次第で景気の方が変わってくる。

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
		学校〔大学〕 (就職担当)	それ以外	・新政権の政策に期待しているが、まだ具体的な動きがみえない。現在、新規入学予定の留学生の入国はゼロであり、来年度もゼロの可能性があるので、大変な状況である。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・8月の大阪の有効求人倍率は、季節調整値で1.14倍と8か月連続で低下した。有効求職者数は4か月連続で増えており、求職活動の長期化の兆しがみられる。また、新規求職者のうち、会社都合の離職者が前年比で51.8%増と5か月連続で増えているなど、引き続き厳しい状況が続いている。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・増加傾向にあった新規求職者数は、9月に入って微減傾向となった。ただし求人数も激減するなかで、再就職の動きは鈍い。求職者が滞留する傾向にあり、失業状態の長期化が懸念される状態となっている。
		学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・前年と比べ、9月に入っても内定がなかなかもらえない学生が多いと感じる。エージェントなどを利用することも視野に入れねばならない。
	×	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が大きい。

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 (中国)		観光型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンを利用し宿泊する旅行者の予約が増加しており、客室も満室の日が多くなっている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数がかかり増加していた時期よりも回復傾向にあるが、まだまだ例年と比べて景気が回復しているとはいえない。
		一般小売店 〔靴〕(経営者)	お客様の様子	・インターネット販売だけでなく、実店舗での売上も戻ってきており、客の消費意欲も向上している。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスに慣れてきたのか、人の動きが多少良くなっている。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で休止していた物産展を約半年ぶりに復活させたところ、入場制限等を実施したにもかかわらず、予想以上の来店があり、大成功となっている。ただ、婦人服を中心としたアパレルは依然として厳しい状況にある。
		百貨店(営業企画担当)	来客数の動き	・外国人の来店は皆無ではあるが、Go To Travelキャンペーン開始から観光客が増加しており、売上回復の要因となっている。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・3か月前の新型コロナウイルスのピーク時と比べると来客数や売上は回復傾向にある。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数が前年を上回る店舗が出てきている。
		コンビニ(副地域ブロック長)	来客数の動き	・イベント規制の緩和やGo To Travelキャンペーンの実施で来客数が回復している。
		コンビニ(支店長)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で週末の来客数が増加している。
		家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数や売上が増加している。
		乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・週末になると多くの客が来場し、契約件数も増加している。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もなくなってきており、来客数や販売数などが例年どおりになりつつある。
		その他専門店 〔和菓子〕(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなっている。
		その他専門店 〔土産物〕(経営者)	来客数の動き	・個人客の利用が増加しており、下げ止まった感じがある。ただ、土産物が売れるというよりは生鮮品が売れていて利益率は余り良くない。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕 (管理担当)	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルス対策の自粛の最中ということもあり、その時に比べれば良くなっているが、飲食を含め復活はしていない。客が増加しているが、目的買いの客が多く、買い回りする客は少ない。
		高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや地方自治体などの助成活用で、個人客が戻ってきているが、団体客の回復にはまだ時間が掛かる。

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
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・少しずつではあるが、来客数が増加してきている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・相変わらずサラリーマン等の多人数での予約宴会は減少しており、特に自治体や大手企業からの予約が入っていない。ただ、家族連れを中心とした一般客の利用が増加しているため、来客数は前年の90%を維持している。時間帯別では、ランチタイムは前年以上と好調で、ディナータイムの早い時間帯も前年の90%まで回復しているが、ディナータイムの遅い時間帯は飲みの客が減少しているため、前年割れが続いている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・6月の頃に比べると来客数が微増しており、4連休は県外の客も多く来店している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・東京除外でのGo To Travelキャンペーンの効果もあり、個人客の利用が増加し、週末の客室稼働率が前年並みに戻ってきている。ホテル独自の割引商品も販売可能となり、一泊二食の利用が増え、レストランの来客数の増加につながっている。また、Go To Travelキャンペーンの効果で高単価のプラン商品が売れている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で観光客の利用が増加しており、9月の連休は新型コロナウイルス発生以前の状況に戻っている。また、高単価な商品から埋まる状況にある。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・依然として宴会場は厳しい状況にあるが、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、宿泊客は徐々に増加しており、4連休に多くの客が利用している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前年と比べ、昼は70%、夜は60%の売上となっており、3か月前よりはやや良くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス発生前と比べればまだまだであるが、3か月前と比べると、多少人の動きがあり、売上も若干増加している。
		タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスが多少落ち着いているため、景気はやや良くなっている。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・新しくサービスエリアを拡張しているため、客からの加入の問合せは継続している。新型コロナウイルスの影響もあり、自宅でのインターネット環境を必要と考える人が多くなっている。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる制限が緩くなり、客の物品購入が出てきている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で人の動きがなくなり、停滞感のあった景気が底をついている。人の動きが良くなり、周囲の店舗にも回復の兆しが出てきていることから、ネットやスマートフォンサービスの需要も戻ってきている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・9月の4連休に徐々に大きなイベントを開催したところ、天候にも恵まれたため、来客数が多くなっている。
		観光名所（館長）	来客数の動き	・市内、県内、近県の人を中心に来客数が増加しており、9月の4連休は前年を大幅に上回る来客数となっている。
		観光名所（館長）	来客数の動き	・9月に入り旅行者数が増加している。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・企業コンペは減少しているが、個人客が増加してきたため、多少ではあるが予約が伸びてきている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第2波がピークを過ぎた感じで、客の外出が増加し始めており、モデルハウスの来場者数も前年並みに戻りつつある。
		商店街（理事）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が購買に慎重になっているため、消費につながっていない。
		商店街（代表者）	それ以外	・街に出てくる人は増加しているが、消費にはつながっていない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で食品スーパーは内食、中食の需要が増加し堅調に推移している。来客数は前年の102%前後で推移している。また、客単価は106～107%で推移している。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・街の人出は多くなっているが、売上にはつながっていない。

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
		一般小売店 〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンで、少し観光客は戻ってきているが、ツアーバスの予約は急なキャンセルがあるなど大変不安定であり、依然として、厳しい状況である。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年は消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、多くの部門が好調だったが、今年は新型コロナウイルスの影響で、例年行っていた物産展が中止となったり、観光部門が低迷したりしているため、売上は前年を大幅に下回っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・各メーカーの商品の製造量が例年より20%少なく、端境期用の商品を製造していないメーカーもあるため、商品の不足をバーゲンセールの商品で補っている。このため、売上は厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・一旦新型コロナウイルスの影響が収まり、外出する人は多くなっているが、来客数の減少は続いている。土日は少し人出があるが、平日を中心にミセスやシルバー層の来客数が減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、週末の来客数は減少しているが、週全体では変化はなく、売上も横ばいである。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・売上は前年を大幅に上回っているが、来客数の前年割れが続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いており、回復傾向がみられない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・週末、夜間の来客数の減少や、観光客や駅の利用者の減少などにより、来客数が前年の85%前後で推移している。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・生鮮品の価格が若干高いこともあり、客の買い回り品が決まってきた。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・取扱商品が立て続けにテレビや新聞等のメディアで取り上げられた影響で、売上は前年比116%、来客数は前年比170%となっている。商品の供給が追い付かず、機会損失を招く結果になったとはいえ、おおむね売上は好調である。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて客単価に変化がない。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・新型車が発表されたが、来客数に大きな変化はなく、前年の70%と計画の半分以下となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算月で告知も入れたが、販売台数が伸びていない。
		その他専門店 〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・商店街の人通りはさほど減少していないが、業種によって買い控えがある。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・緊急事態宣言解除後の6月と比べると、売上や来客数は横ばい状況にある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の外出自粛が来店に歯止めを掛けている。感染防止対策の徹底を図っているが、地方では感染者が出るたびに外出自粛の感覚があり苦戦している。
		その他飲食 〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気の悪い状況が続いている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・連休や週末は来客数が増加しているが、平日の来客数は伸び悩んでいる。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いており、景気は余り良い方向に進展していない。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・まだ新型コロナウイルスの影響が出ており、特に団体旅行については繁忙期である10月以降も回復する見込みはない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンで、若干、人の動きが良くなっている。ただ、夜の乗車については、9月中旬に新型コロナウイルスのクラスターが発生したため、後半からは客が利用を控えるようになっている。
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の動きに特に変化がなく、景気も変化はない。

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
		テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で景気は厳しい状況が続いている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・来客が予約制のため来客数の伸びが制限され、受注活動に影響が出ており、しばらくは大幅な伸びが期待できない。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・民間工事は新しい契約が出てこない。また、官の工事も長寿命化改修工事が少し出たくらいで新築が出ていないので、販売量は相変わらず伸びない。
		商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が子供服を購入しようとしないうため、売上が回復しない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りは相変わらずやや少ない。朝夕が少し涼しくなってきたので、秋物が動き始めているが僅かである。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で引き続き来客数が少なく、特に主要な客層であるシニア層の来客数の減少が顕著である。特に今月は前年の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で来客数は大幅な前年割れとなっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数十万円の洋服や宝石が売れる一方で、100万円以上、200万円以上の商品は売れず、販売量が減少している。
		スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・客の買上点数が減少している。青果物の価格が安定してきており、販売点数が伸びないため厳しい状況である。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・外出自粛のため、買上点数が前年より増加しているが、前月と比べると減少している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客がいつになったら着物を着られるようになるか分からない状況である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・端境期に入っているため、売上の柱になる商品がない。また、新型コロナウイルスによる巣籠り需要を先食いしている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で客のライフスタイルが変化し、客が新たなライフスタイルに慣れてきたため、大きな変化はない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少している。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・前年の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で悪くなっている。
		その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーン等のお陰で、県外からの客は多少増加したが、地元客の動きは悪い。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・いまだに、回復の兆しがなく、廃業に向けての秒読みが近づいてきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生以前の状態になかなか戻らない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・月々の出費を必要最小限にとどめる傾向が強まっている。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・全国販売のSG競走が開催され、売上が十分確保できた6月下旬と比べると売上は減少している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・年配の客が来店時期を先延ばしにしたり、来店しなくなっているほか、若い客も同様に来店時期を先延ばしにしたり、土日を避けて来店するようになっている。
		住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・景気が良くなる要素が見当たらない状況で、景気はやや悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月に入り来客数が急激に減少している。
	×	一般小売店【眼鏡】（経営者）	お客様の様子	・不要不急の外出を控えている高齢者が多いため、景気は悪くなっている。
	×	スーパー（店長）	それ以外	・前年9月の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動や、近隣に競合店が出店したことなどから、9月は厳しい状況になっている。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・8月末に競合店がオープンしたこと、店の前を通る車の数が減少したこと、新型コロナウイルスの影響が続いていることなどから、9月に入り、来客数が大幅に落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・9月に入り来客数が激減している。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売量は前年比75%と大変厳しい状況である。

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
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・6～7月に一度は持ち直したかと思ったら、8～9月と売上が最悪の状態になっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で客の収入が減り、個人消費も落ち込んでいる。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・大きな展示イベントを開催しているが、新型コロナウイルスの影響で来客数が少なく、売上也想定以下である。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス対策に費用が注がれていることもあり、客に全く購買意欲がない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の外出自粛傾向が続き、身だしなみに気を使う必要性がなくなってきたため、来店間隔が伸び、客の回転が悪くなっている。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪化していた景気が元に戻りつつある。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・通信機器やサーバー機器の更新、設置するデータセンター利用に向けた問合せ等が確実に増加している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業務用や土産品は引き続き厳しい状況が続いているが、季節が変わり、徐々に受注量が増加しつつある。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス発生前の状態には戻っていないが、製造量は徐々に上向いている。
		繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・過去に例がないほどの売上低下が続いていたが、6月以降、徐々に持ち直し、売上が前年を上回る部門も出てきている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注減少から一時休業で生産調整を実施しているが、受注量が多少上向き、休業日数が減少している。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・自動車産業の回復にあわせて若干荷動きが戻ってきている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	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低迷していたものの、国内製造は徐々に受注量も回復してきている。また、海外についても一部まだ本稼働ではない所はあるものの、新型コロナウイルス発生以前に戻りつつある。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・主要客からの受注量は新型コロナウイルス発生前の水準である。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・不在率が低い状況が続いている。業務量が増加しても、生産性が向上しているため、効率的な業務が可能となっている。EC化が進んでいるので、取引業者や取扱量が増加している。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・客の生産計画が少しずつ上がってきている。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・延期、繰延べとなっていたコンサルティング業務や研修事業、アンケート分析等の業務が徐々に回復しつつある。アウトソーシング受託などの長期固定型業務の動きははまだ鈍い。
		農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・単価が上がることもなく、下がることもない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・景気はまだまだ小康状態ではあるが、底を打った気配はある。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や売上予測がなかなか上向かない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・素材、電子産業の製品出荷量が低位安定している。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響が心配されるが現段階では、予定物件が順調に受注できている。また施工中の物件も順調にしゅん工している。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で低迷している地元完成車メーカーの世界販売は、徐々に回復しているが、依然として前年を2割程度下回っている。地元の系列部品メーカーの受注もおおむね2割減となっている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は前月に比べ微増だが、成約件数は余り変わらない。
		広告代理店（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によるイベント等の中止や延期に伴い受注量が減少している。
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が前月と同水準で増加しておらず、工場は定時間割れのため、引き続き雇用調整助成金を活用して週1～2日は帰休を行っている。	

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
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・受注した案件がキャンセルとなるケースはないものの、客の操業の減速等で納期の先送りが発生している。
		輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響に伴う客の減産で受注が大幅に減少しており、回復には1年以上掛かる見込みである。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・リモートワークなど小規模な受注はあるものの、中規模、大規模な通信機器などの更改は余り伸びておらず、例年を下回る受注状況である。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・総じて取引先の売上は戻ってきているが、新型コロナウイルス発生以前の水準までは戻っていない。新型コロナウイルス対策関連の経費等が増加しており、収益面、資金繰り面では厳しい状態が続いている。
	x	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品向けを中心に受注量が大幅に減少しており、前年と比べると30%、3か月前と比べると12%の減少となっている。
雇用 関連 (中国)		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・3か月前と比べると求人、求職者共に動きが出ている。新型コロナウイルスの影響は変わらずあるが、今のうちにという意識が高く、企業は苦戦しながらも採用を続けたり、予定より人数を減らして採用したりしている。その分、中途採用でカバーする動きがあるかと期待していたが、まだ様子見のところが多い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・大手製造業の工場のラインが一部動き出したため、景気はやや良くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率は5か月連続で低下しているものの、全国平均を上回るトップ水準にある。雇用の不安定化は否めないが、下げ幅もやや小さくなりつつあり、近い将来上昇する。
		民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・人との接触を避けるため、客との打合せや面談を控えていた企業が、様々な対策を講じることで対面機会を増やしていることから、ビジネス機会が増加してきている。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比70%程度で推移している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響で、新卒採用に向けた学生のインターンシップの受入れを、オンラインでの説明会やオンラインでの受入れで完結する企業も出てきている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・現在新卒採用と中途採用の営業に回っているが、新卒採用予定数は前年並みと答える企業が大半である。製造業も3月以降の落ち込みが激しかったが、現在は従来の半分以上は稼働しており、採用意欲は変わらない。組織の存続と強化、年齢などの人員構成の適正化、将来の幹部候補やコア人材の確保などが採用の主たる理由となっている。中途採用については、特殊技能を持った技術者以外を採用する企業が減少している。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、温泉旅館の一斉休業が終了し営業再開となったものの、求人募集に至っていないことから、宿泊業、飲食サービス業が前月比で8割減となっている。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、新規求人数を前年と比べると31.8%の減少、有効求人数も28.9%の減少と大幅に減少している。新規求人数の直近3か月を同様に前年と比べても28.0%の減少となっている。産業別新規求人数も、建設業や教育、学習支援業など一部の業種以外は前年を下回っている。有効求人倍率は、6月1.43倍、7月1.42倍、8月1.45倍で推移している。
		民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	求人数の動き	・年末や来期へ向けた求人数が増加してきているが、全体の求人数は変わらない。景気の良さあしが業界によって異なっており、求人をやめる企業と増加する企業に分かれてきている。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・3か月前と比べ、求人数が大幅に伸びてはいない。景気の悪い状況が続いている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	採用者数の動き	・3か月前から余り変化がない。

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
×		その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・長期間続く新型コロナウイルスの影響で企業の閉鎖が増加している。
		職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・前年と比べ新規求人数が25%減少している。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は下げ止まっておらず、依然として減少傾向にある。当社がメインとしている事務系ニーズは大変少なく、あったとしてもハローワークで充足する状況である。有期雇用への不安からか自ら退職する派遣社員も増加しており、派遣社員の稼働数は下がる一方である。

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：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		-	-	-
(四国)		商店街（代表者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、販売量は増加してきているが、前年比では依然として減少しており、回復には時間が掛かることが予想される。
		商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの第2波がほぼ収束に向かっている。県内でも新規感染者がしばらく出ておらず、商店街への来街者が戻ってきている。また、9月の大型連休では、Go To Travelキャンペーンの影響で県外から多くの観光客が訪れており、夜の街もにぎわっていた。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・週末は少しずつ来客数が増えてきたが、平日は以前と変わらず人通りも少なく来客数も少ない。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・9月中旬より売上は回復基調にあり、9月の大型連休では、ほぼ前年と同水準まで売上が伸びた。
		百貨店（販売促進）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの影響もあり、客の動きが活発になっている。
		百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・イベント行事の再開やGo To Travelキャンペーンの効果等により、9月後半頃から来客数に戻りがみられた。しかし、高齢者層の外出自粛傾向は変わらず、前年並みの回復には遠い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・9月の大型連休における家庭内食材料の販売が好調に推移した。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店が閉店した地域は、特に客が集中して、売上や利益率が改善している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・9月の大型連休以降に、来客数の増加に伴い売上回復がみられた。しかし、たばこの増税に伴う一時的な売上増加も含まれており、手放しでは喜べない状況には変わらない。
		コンビニ（商品担当）	お客様の様子	・以前と同じ生活に戻っているわけではないが、多少は新型コロナウイルス第2波の収束の雰囲気を感じる。
		家電量販店（副店長）	販売量の動き	・3か月前と比べると来客数は増加しているが、目的の商品のみ購入する客が多い。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・メーカーや販売店独自のキャンペーンの開催に伴い、一定の販売数を確保することができた。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9月の新車受注状況は前年を上回る水準で推移している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・全体的に前年の消費税増税の影響を取り戻す程度の受注を確保できている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が下火になりつつあり、客の自粛ムードも薄れている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン等の観光復興施策により、宿泊客数は戻ってきている。
	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンが10月から開始される影響で受注が増加している。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスが少しずつ収束しつつあり、昼間は街に人が戻っているが、夜はまだ飲みに出る人が少ない印象を受ける。9月中旬以降は遍路道の予約が入っているため、明るい兆しを感じる。	
	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除以降、少しずつ経済活動が再開されている。レジャーやショッピング、スポーツ観戦等の利用者が回復傾向にあるため、各業界の売上高は増加しており、景気は上昇傾向にある。	

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
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・業種によって異なるが、人の行き来は3か月前よりも増えており、都市部との往来も増えている。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭、外商共に売上が前年を割っているが、下げ止まり傾向にあり、底は脱したように思われる。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で外食控えが続いており、飲食店への納品も減少したままである。宅飲みが増加傾向にあるが、消費者はディスカウント店へ流れている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・8月以降、来客数は前年並みに戻りつつある。外食自粛の影響はまだ続いているとみられ、客単価は高値で推移している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、景気は依然として余り良くない状況である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、来客数は少しずつ戻りつつあるものの、前年比では7割程度である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・6～9月の景気は横ばいといった状況である。自粛している客も多く、久しぶりに出社したという声を聞くことが多い。
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・販売数からみると、新型コロナウイルスの影響はほぼ感じられなくなってきており、前年と比べても大差はない状況である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・元々9月は客の動きが鈍い月だが、今年は新型コロナウイルスの影響もあり、更に売上が落ちてくる状況である。
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・街に人が戻り、活気は出てきたが、高齢者は相変わらず外出を控える傾向にあり、消費が力強いとはいえない。
		スーパー（財務担当）	単価の動き	・外食から内食への需要の変化は継続しているが、その度合いは徐々に鈍りつつある。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は減少しているものの客単価は上昇しており、前年比でみれば売上はほぼ横ばいである。目的の商品以外の品物を購入する客が減少している。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気の動向は余り変わっていない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・季節の変わり目で気温の変化もあり、9月下旬頃から比較的値段の高い商品が少しずつ売れ始め、明るい兆しを感じている。
		衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除された6月以降、徐々に売上が減少してきている。前年度の消費税増税による駆け込み消費の反動もあり、今年度は売上が前年比で40%近く減少する見込みである。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材の販売も一段落し、全体的に販売量が減少してきている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊部門については、Go To Travelキャンペーンによって、個人の客の動きが出てきた。しかし、団体客に関しては全く動いておらず、宴会等の大人数での飲食は自粛ムードが続いており、依然として非常に悪いという状況である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・来店を控える年配の客が依然として多い。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・地元資本のスーパーや量販店が、県外大手資本店との競合により次々と閉店し、中心街に住む人まで買物弱者になりつつある。
企業 動向 関連 (四国)		*	*	*
		農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は、入荷が安定基調にあり例年並みで推移している。一般消費は新型コロナウイルスの影響による内食需要の増加を受け、量販店の生鮮食料品の売上は伸びているが、業務需要は引き続き低調である。卸売価格は、近年業務需要がけん引してきたことから、飲食業界で倒産や離職者が増加している現在の状況は不安要素が強い。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・自粛要請がなくなってきたことや、9月の大型連休に人が動いたことにより、観光業を中心に底を脱した感じがある。また、感染対策をしっかりと行った上で行動を促すようなニュースを目にするようになり、心理的に後押しする要因にもなっている。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関連の事業においては、少しずつ新規の仕事の受注が入るようになった。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の納期の平準化施策により、例年よりも上半期の発注量が予想以上に増加していることから、受注量も相応に前年より増加している。売上や利益についてはこれからの処理状況によるが、発注量と受注量が増えていることは好ましい。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・行政からの受注が順調である。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と比較すると売上は戻ってきているが、前年比でみると90%の落ち込みであり、かなり苦しい状況である。
		税理士事務所	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で客足が遠のいていた取引先の売上などに回復傾向がみられている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入り、小売店への客足が少しずつ戻り、受注が旺盛になっているが、スポーツタオルやホテル向けタオル、大型イベント向け商品の受注が戻っていない。8月までの産地各社の売上は前年比60%程度であったが、今月は70%程度まで回復している。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注量が低迷したままである。今後もしばらく現状の受注量で推移すると予想しており、回復は難しい。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先各社の試算表や決算数値に新型コロナウイルスの影響が依然として残っている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先企業の販促意欲は依然として低く、例年のイベント等の中止も続いており、販促広告は厳しい状況が続いている。
		食料品製造業（商品統括）	それ以外	・残業抑制により、収入が減少する業種が増加している。
		輸送業（経理）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる影響は依然として続いており、重厚長大の物資に関して国内物流の動きは鈍い。輸出入については、若干の持ち直しがみられるものの大きな動きはみられない。
	×	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注と販売量は前年比20%減少程度で推移している。
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、海外工場の時短勤務や海外での商談の長期化が見受けられる。
	×	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・4～6月よりも7～9月における取扱物量の落ち込みが激しい。9月に入り、国内における新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるものの、取扱物量の減少に歯止めが掛からず、企業収益の悪化が長引くなか、企業経営は体力勝負の様相を呈している。ネット通販等に代表される非対面型や非接触型購買への生活様式の変化を支持する消費者の増加は、個人向け宅配便業者を除いた商業物流業者に深刻なダメージを与えている。
雇用 関連 (四国)		-	-	-
		人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大防止のための規制が少しずつ緩和され、夏場は前年比80%減少であった公共施設への客足が、前年比50%減少まで戻ってきている。しかし、集客イベントの人数制限や感染防止対策等が必要であり、まだまだ気が抜けない状況であることは変わらない。
		求人情報誌（営業）	求人数の動き	・県内の求人倍率は低下しているが、周辺企業の求人状況をみると極端には減少しておらず、低い水準で横ばいに推移している状況である。求人数が減少していることや、求職者数が増加してきていることで、採用に至る割合が以前と比較すると増えてきたという側面もある。
		職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が、様々な産業において出ており、事業所閉鎖や事業規模縮小等により人員整理を実施する事業所が4月以降継続的に発生しているが、件数は落ち着いている。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・製造業や観光業、ホテル業、ビューティ関連の業界については、依然として大幅に求人が減少している。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・内定者数等の大学、短大の就職状況は、前年の同時期に比べ、依然として厳しい状況にある。
		-	-	-

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
	×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人が増えつつある職種もあるが、全体としては求人数はいまだに少なく景気が下向きである。
	×	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、広告業界は依然として落ち込んでいる。都市部では回復してきていると聞くが、地方の代理店はその恩恵にあずかれない。地方では、依然として飲食業やイベント関連の落ち込みが大きい。

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 (九州)		一般小売店 [精肉] (店員)	販売量の動き	・飲食店向けの販売量が増えている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・車両の納期に新型コロナウイルスの影響が少なくなり、購入した客を待たせる期間が短くなっている。
		住関連専門店 (従業員)	単価の動き	・9月になり気候が秋めいてきたため、単価の高い秋冬寝具が動くようになっている。季節要因が大きい。
		観光旅館組合 (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第2波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、宿泊客は徐々に戻っているように感じる。回遊をせずに、宿完結型の客が増えている。
		商店街 (代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスが若干収束に向かい始め、来客数が前年比70%まで回復している。
		商店街 (代表者)	それ以外	・近隣の同業者が廃業したため、新規の客が増加し受注量が増えている。
		百貨店 (総務担当)	販売量の動き	・飲食店の売上回復傾向が全くみえないが、天候が安定するに従い秋物衣料品や雑貨の動きがみられる。
		百貨店 (プロモーション担当)	来客数の動き	・9月の4連休は、遠方からの観光客や買物客が増加し、少し活気が戻っている。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・衣料品関連への来店客数が回復傾向にある。特にキッズ関連は顕著に数値の変化がうかがえる。
		コンビニ (エリア担当)	お客様の様子	・客の新型コロナウイルスへの新しい生活様式が成熟し、落ち着いてきている。たばこや第3のビールの値上げに対する反応もあり、今月は駆け込み需要が見込まれ、若干上向きになる。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・他社メーカーの商品との競合で、新型車の評判が良く、来店数も増えている。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・9月の新車販売台数が計画を上回り、前年を超えている。新型車効果やサボカー補助金制度等が客の購買意欲を盛り上げている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・政府の経済施策により、動くことを我慢していた人が活動を始め、経済が回り始めている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・当地域では、新型コロナウイルス感染も若干落ち着いているため、大変緩やかではあるが、客足が戻ってきている。
		観光型ホテル (総務)	来客数の動き	・9月の売上が前月を上回り、ホテルが立地する繁華街の客足も明らかに増えている。新型コロナウイルスの第2波が収束したことを実感する。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前月までと比較すると、格段に宿泊・外来の客が増加している。Go To Travelキャンペーンも加わり、外出の傾向が顕著である。
		旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	・3か月前と比較するとGo To Travelキャンペーン効果で来客数や申込件数、販売高が上昇はしているが、前年を超えてはいない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・Go Toキャンペーンやイベント等により、少しずつではあるが、活気を取り戻しつつある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー利用は、県内外からの客が徐々に増えている。
		通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で遅れていた官公庁の予算配分が終わり、次年度の予算取りの問合せや相談が増えている。
	ゴルフ場 (従業員)	来客数の動き	・天候もさることながら、県内でクラスターが発生したことで、社交場としてゴルフ場が選択されていると考えられる。単価はなかなか上がらないが、今後しばらくこの傾向が続く。	
	その他サービスの動向を把握できる者 (所長)	お客様の様子	・全体的にはほとんど変わっていないが、一部会場貸しで、客の問合せや予約が入っている。	

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
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・戸建注文が3か月前と比べ毎月増加傾向にあり、景気はやや持ち直しつつある。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、経済が低迷していたが、時間がたつにつれて新型コロナウイルスの付き合い方が分かってきている。飲食・外食産業は相変わらず厳しい状況ではあるが、一般的な事業は取戻しつつあると判断している。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で外出を自粛しているためか、来店客数が少なく、また、旅行に行くこともないため、旅行用品や婦人服等の需要がない状態が続いている。落ち着くまでは、厳しい状況である。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街では、国の施策である特別定額給付金やGo To Travelキャンペーン等は全く縁遠く、新型コロナウイルスの影響や9月の高温、台風襲来で全く売上が上がっていない。
		一般小売店[青果](店長)	お客様の様子	・依然として新型コロナウイルスの影響はあるが、客はマスク等感染予防をして買物しており、また、野菜の相場も落ち着いている。客の購入意欲が3か月前と比較すると随分変化している。
		一般小売店[鮮魚](店員)	お客様の様子	・飲食店も厳しく、どこも売れていない状態である。当店にも来店客がほとんどなく、仕入れのための来店で、若干購入がある程度である。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス予防のダイレクトメール抑制や物販催事未開催の集客抑制で来店客は減少し、加えて、滞留時間短縮は続いている。13:00までは人出があるが、午後は減少し、平日に比べ土日祝日の来店客数減少も継続している。新型コロナウイルス感染予防として3密防止や目的買いの来店、また、店頭や催事場での集客抑制で早期回復は難しい。一方、プレミアム付商品券販売へ関心は高く、期間中早朝から行列となり販売開始前に当日分を完売している。近隣商店街では、ビジネス客を除くと人出の回復がない状況である。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・来店客数は増加しているものの、アパレルを中心としたブランドの撤退等の影響により、売上は確保できていない。
		スーパー(統括者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で、依然として1人当たりの買上点数が多く、客単価増加につながっている。特に当県や隣接エリアが好調に推移し、ハイ&ローを廃止し、通常安心価格が客から支持を受けている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況に改善の兆しが見られず、経済活動も依然として縮小した状態である。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響も若干減少し、街に徐々に活気が戻っている。しかし、店の経営は依然として厳しく、元に戻っていないのが現実である。
		コンビニ(エリア担当・店長)	販売量の動き	・9月上旬は、台風の影響で客単価が伸び、特にソフトドリンクやパン、総菜のまとめ買いが多かった。中旬から下旬に掛けては、たばこ増税の影響により買いだめが見受けられ、単価が上がっているが、他の商品は変わらない状態である。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・相変わらず来街者が少なく、来店客はいない。
		衣料品専門店(店員)	来客数の動き	・街には、徐々に人が戻っているが、百貨店のシニア向けフロアは、まだ閑散としており、敬老の日のギフト需要も今年は少ない。
		衣料品専門店(総務担当)	お客様の様子	・来店客がいないため、電話による誘客を行っているが、新型コロナウイルス感染を恐れて外出していないため、なかなか店に足を運んでもらえない状況である。
		衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・6月は自粛要請が厳しい頃であったが、9月はやや動きも出始め、物の動きも多少ある。しかし、まだ購買意欲は制御されており、外出を控えている人も多く、物の動きは伸び悩んでいる。
		家電量販店(総務担当)	お客様の様子	・高機能や高付加価値商品の動きが良く、特に調理家電や家事家電等で顕著である。夏物は落ち着いてきたが、従来のシーズン商材というくくりが変化し、通年商材になりつつある。

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
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・前年に消費税引上げによる駆け込み需要があり単純に比較できないが、ほぼ例年並みで推移している。巣籠り需要やテレワーク関連の商材は、一時の勢いはないが伸長している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月の店の売上は、余り良くない。都市部でのキャンペーンは順調に回復しているが、新規事業は悪く、トータルでは横ばいである。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・来店客数は若干減少傾向であるが、買上点数は増えているため、2～3か月前の売上と変わらない。前年比では、全体的に売上は下がっているが、客の流れは変わっていない。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は、やや下げ傾向である。9月の4連休は前年並みの販売量に戻りつつあり、9月は前年並みの販売量を見込んでいる。
		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）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、依然として10%程度の影響があるが、第2波からは若干回復傾向にある。テナントで最も回復の遅れていたシネマと旅行業種は、政府の大型イベント緩和とGo To Travelキャンペーンの施策で少しずつ持ち直している。物販系は、前年ベースに推移するようになり、レストランとサービス業は、ほぼ回復傾向である。このまま新型コロナウイルス感染が拡大しないことを願っている状況である。
		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】（統括者）	来客数の動き	・インバウンドや国内観光客の回復がないため、厳しい状況である。Go To Travelキャンペーンに期待している。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・3か月前は、県や市で実施された宿泊割引の影響で、非常に忙しい状態であったが、今はGo To Travelキャンペーンの影響により、特に週末は忙しい。全て個人客で満室だが、団体と違って平日の予約が少ないのが不安である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年比とほぼ同じ販売数に落ち着いている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前から状況は変わっていない。客の外出自粛で、数字も低迷したままで景気回復基調にない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染予防として、3か月前と同様に来店客がない。
		学習塾（従業員）	来客数の動き	・3か月前と比べると問合せが増加している。
		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）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、サービスのキャンセルが継続している。
		設計事務所（所長）	それ以外	・災害による復旧関係の仕事はあるが、一般の業務は低迷している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街者数もなかなか回復基調になく、前年比の8割程度である。
		一般小売店【生花】（経営者）	販売量の動き	・お彼岸も終わりイベントがなく、加えて、新型コロナウイルスの影響で開店祝い等の花の注文もないため、今月の売上は、前年より落ちる。
		一般小売店【茶】（販売・事務）	来客数の動き	・当県での新型コロナウイルス感染者は減少しており、日常生活を取り戻すことを望んでいるが、まだまだ売上が上がらない。来客数も少なく、前年から半減している状態である。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・今月は、非常に厳しい数字になっているが、マインド的にも若干良くなっている。百貨店のサプライチェーンは、非常に疲弊しており、撤退ブランドも多く出ている。しかしながら、食品催事の客の反応が非常に良い状況である。このことが、すぐに数字につながるわけではないが、そのような反応や今までの抑制された生活が払拭されつつあると考えられる。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・秋～冬に向けて、新型コロナウイルスのまん延を不安視している客が非常に多い。必要最低限の外出や買物がしばらく続く。

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
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で、依然として内食需要の高まりが続いているが、最近の感染者数の減少やGo To Travelキャンペーン等の施策の効果が出始め、以前と比べると内食需要も落ち着きを見せ、売上の伸びはやや落ちている。また、来客数は前年割れで推移している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍に加え、台風10号接近が消費動向に影響している。9月の大型連休は、久しぶりに行楽地がにぎわっているが、巣籠り消費の傾向に大きな変化はなく、今後も続くことが予想される。特に、衣料品はアウター商品の回復が見込めず、引き続き前年を大きく下回ると考えられる。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・長期にわたる新型コロナウイルス禍による春先の巣籠りから、徐々にスーパーマーケットでの買物が減っている。社会全体としては僅かに戻っており、その分スーパーマーケットの売上増加が以前の状態に戻る動きをしている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客数の前年比が3か月前は92%であったが、9月は86%で悪化している。出勤や行楽等の外出機会減少が続いている状況である。客単価は110%で推移しており、生活必需品中心に売上点数は増加しているが、売上回復には至っていない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・特別定額給付金の効果も落ち着き、次の施策である行動制限の緩和及びGo To Travelキャンペーン効果で、特に週末は客が行楽に流れてしまい、来店客数が目に見えて落ちている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月の景気は、例年よりやや良くなっている。前年との比較では、消費税引上げ前ということもあり比較できないが、3か月前は新型コロナウイルス禍で、特別定額給付金が給付された時期になり、家電の需要は非常に良かった。その3か月前と比較すると若干下火にはなっているが、例年よりやや良くなっている状況である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる景気の後退は、下げ止まった印象を受けるが、今月は大型台風により、休業を余儀なくされたことが大きく影響している。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・外食産業は引き続き厳しい状況が続いており、納入業者も同様に厳しい状態である。3か月前は緊急事態宣言が解除された反動で、売上がやや戻っていたが、8月の新型コロナウイルス感染者の増加で、売上は下降している。9月は改善傾向にあるが、3か月前の水準までには至っていない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・当県の感染者数がかなり減少しており、今月の連休には、新型コロナウイルス発生以前の人出に戻っているが、また、いつ感染拡大が起こるのか分からないため、予断を持ちながら推移を見ている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスに起因する、光インターネットニーズの盛り上がり収束に向かっている。
		美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染対策として、来店間隔も長くなっており、しばらくこの悪い状態が継続する。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベント等が開催できず、集客ができない。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月は敬老月間ということで、商店街や各組合、各店ではイベントやセールを打ち出しているが、今年は、例年になく敬老対象者の来街者並びに来店がとてもなく、高齢者の消費は減少している。新型コロナウイルスの影響が要因である。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・全国的に新型コロナウイルス感染者が増加した夏以降、消費者は自粛生活に慣れてきており、生活必需品以外消費意欲が全くない。
	×	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・6月は、クリアランスセールを五月雨式にスタートしたことで、購買動機を作ることができた。9月は、ラグジュアリー商材が活発に動いているものの、百貨店の主要客であるシニア層が、依然として感染防止のため来店を控えている状態が続いている。

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
	×	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・6月の売上は全店で88%、9月の売上は79%で11%下がっている。この要因は台風10号で、全店休業が影響しており、前年の3%ほど落ちている。そのことを加味しても8%落ちているため景気は悪くなっている。来店客数も78%になっており、メーカーの撤退や倒産が大きな要因である。
	×	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来店客の感染対策として1回の買上点数が多いため、来店客数がどんどん減っている。来店があれば、手立てが考えられるが、来店がないため手段も限られ、客の消費意欲が減少している状況である。
	×	コンビニ（店長）	それ以外	・少し回復しているかのように見えるが、多くの企業で、リストラや冬季ボーナスカット等があり、根本は変わっていない。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響だけではないが、今月も売上が伸びない。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月も来客がない状態で売上がなく、非常に厳しい月になっている。
	×	観光名所（従業員）	来客数の動き	・台風等の影響で、来客数が非常に少ない。しかし、4連休には例年どおりのにぎわいを取り戻している。
企業 動向 関連 (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が増えている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・水害被害の復旧で、一部の商品ではあるが、月末から販売のための出荷が始まっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係は、3か月前と比較すると若干良くなっているが、前年度との比較ではまだまだである。通常の製品は、軒並みダウンしているが、ネット関係がどうか前年より良くなっている。
		金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は、依然大きく景気は悪いと考えるが、4～5月に比べると、需要の回復はみられる。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・飲食業や夜の接待に伴う飲食業の売上が、前年比の50%に戻っているが、それ以上になる気配はない。しかし、それらの業種を除く中小企業では、70～80%に戻っているため、総体的には回復しつつある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・9月は、3か月前の状況よりかなり良くなっている。コロナ疲れもあり、Go To キャンペーンの経済対策により特に連休には人出も多く、5月や夏休みと比較しても随分変化がある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・客の人材投資が回復しつつある。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・前年比50%前後に回復しており、徐々に良くなってきている。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入り、全体的な売上が回復している。以前から良かったスーパーマーケットや量販店向け、また、冷食加工も順調に動いている。厳しい状況であった外食部門も前年のレベルまでには程遠いが、4～5月より回復している。今月の売上は、前年比の約97%を予想している。ただし、粗利益は大きく落ち、前年の70～75%になる。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・まだ、新型コロナウイルス禍の影響で生産が伸びず、回復までには至っていない。先行き不透明感もあり、部品の供給等も在庫で補っており、増産していない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で、生活スタイルにあった製品の受注は増加しているものの全体的に見て変わらない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・木材や製材等の建築資材関係、食品関係が低調である。一方、タイヤの輸出が復調したこともあり、会社としては余り変わらない。ただし、低調な業界からは値下げ要求もあり、今後は不透明である。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・内食向け商品は堅調であるが、外食向け商品の荷動きは相変わらず悪く、加えて、医療向け製品加工の仕事は極限まで減少したままである。また、台風特需により一部商品が動いてはいるが限定的で、全体的に厳しい状態は変わっていない。
	通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス対策による動向に、大きな変化が見られない。	

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
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・飲食店の客足の戻りは総じて弱い。一方、台風対策として、ホームセンターでは災害対策関連用品の引き合いが急増し、県内企業の業況判断DIには改善の兆しもみられる。しかし、新型コロナウイルス発生前の水準にはまだ遠い。
		金融業（調査担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染者は、緊急事態宣言時ほどではないが、日々感染者は発生しており、当行で受け付ける保証協会付保での新型コロナウイルス関連新規貸出金も受付を継続している。業績が回復している業種もあるが、全体的に3か月前より景気が良くなっているとはいえない。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客からのオリエンテーションの頻度や予算規模から、景気が底を打った状態がしばらく続いている。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・情報交換会議の会員の発言から、新しい動きは見られない。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・設備投資は引き続き必要最小限にとどまり、大型の設備投資は先延ばしである。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・今年は残暑が厳しくなく、台風も少ないことから、産地では順調に生産されており、価格は従来とほぼ同じであるが、トマト・ミニトマト等は価格が低迷している。
		繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・全体的に遅れが生じており、受注が少なくなりつつある。
		家具製造業（従業者）	受注量や販売量の動き	・飲食店やホテルの新規出店数が、6月以降急激に減っている。新型コロナウイルスの影響で出店しても先がみえないため、取りやめやペンディングがありえる状況になっており、附属する家具の需要も大幅に減っている。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・客である建築業者は、受注残を多く抱えている状態で、メーカーの売上までに結び付かない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が、確実に出てきている。
		建設業（社員）	受注価格や販売価格の動き	・官公庁の発注予定が、第2四半期までに80%の目標と発表されていたが、まだ発注されていない工事があり、早期に繰越工事の発注を期待している。
		金融業（従業者）	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケット等の売上は回復が鈍化してきている。また、新型コロナウイルスの影響から地元企業の求人が減少し、雇用情勢が悪化しており、市民生活の不安感は解消されていない。
		新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・新聞広告の申込みは相変わらず良くないが、少しずつ戻っている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注が約30%落ち込んでいる。営業もできないまま時期を待つしかない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村から発注される調査や計画策定等の委託業務で、当初予算があったものを、新型コロナウイルス対策の予算に変更されたものが多く、9月に入札される予定のものが発注停止になったり、一部の県では、事業所によって入札の指名を行わないところもあったり、受注が激減している。
雇用関連				
(九州)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前より動きは出てきたが、例年と比べると3割程度である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・当県では新型コロナウイルスも落ち着いた状態が続いており、中心市街地や郊外大型ショッピングセンター等への人出も多くなっている。新型コロナウイルス発生以前の水準とはいえないが、4～6月頃の状況と比較すると景気は良くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は予断を許さないが、感染者数の減少とともに企業活動も再開を始めている。これまで延期や中止をしていたメディアや団体主催の講演会やセミナーも再開され、感染予防しながらも自粛中に比べ景気も上向きである。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が、増加傾向にない。

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
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前の新規求人数の減少幅は大きかったが、前月に引き続き新規求人数が前年比20%以上減少してはいるが、減少幅としては小さくなっている。パートタイムの求人減少幅は大きい、フルタイムの求人減少幅は小さくなっている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、就業者は転職等の動きを控え、求職者の仕事エントリーも鈍い状況である。全体的な受注内容は、新型コロナウイルス関連の発生業務の依頼もあり、プラスマイナスとしては変わらない。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・注文数も特に増えず、不景気というほどの減少もなく落ち着いている。企業は、必要なときに人員を増やすという対応が多い。また、新型コロナウイルス関連の特別定額給付金にかかわる仕事が一時的に増えたが、終わりが見えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・下期は、人材の需要期であるが、派遣の受注が伸びていない。特需的な新型コロナウイルス感染症対策対応給付金支給の事務も一段落したため、雇用が全て契約満了となる。したがって、求職者が増えるが、新規の仕事が少ないため、失業者が増えていくと予想される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年この時期は求人件数が増加するが、求人の取扱件数が前年比50%と低迷したままで、依然、厳しい状況が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、今年度に入り前年比30%程度の減少が続いているが、一時期ほぼなくなっていた販売職等の派遣の求人が、少しずつ復活している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2021年3月卒業予定者の採用選考に勢いはなく、横ばいであるが、福祉系の求人は活発になっている。求人活動を継続している企業は一定数みられるが、増加傾向に転じていない。2022年卒業採用に向けたインターンシップの実施を計画している企業は、一定数あるものの、前年度と比較しても減少している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、企業の採用意欲が悪化している状況で、IT業界等一部を除き、現4年生の求人数は減少傾向である。2022年卒業予定の3年生は更に厳しくなる。
	×	新聞社〔求人広告〕（社員）	求人数の動き	・求人広告の出稿数に改善の兆しが見られない。新聞広告だけではなく、その他メディアの求人広告出稿も悪いと聞いている。

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：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 (沖縄)		-	-	-
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客数は前年と比べると減少しているが、客単価としてはむしろ上昇しており、売上は戻りつつある。
		コンビニ（副店長）	来客数の動き	・今月前半は毎週末の台風9号、10号の接近でかなり厳しい状況であったが、連休に掛けて来店客数が増えたように見受けられた。全国的に独自の新型コロナウイルスの警戒レベルが1段階下がった影響もあるかと
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・以前よりは良くなっているが、やはり県民各位も不要不急の外出をしないこともあり、まだまだ新型コロナウイルスの影響がある。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンなどの割安感から、国内の観光客、地元客がリゾートホテルなどに集まり始めている。リゾート周りの飲食店は結構戻ってきているようだが、市内の飲食店はまだ30～50%ぐらいがやっとならぬ。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響によりホテルを休業していたが、今月はGo To Travelキャンペーンの効果もあり、少しずつ客が戻ってきている。
		住宅販売会社（代表取締役）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響はあるものの、公共工事や非営利活動法人などからの一定の受注がある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・延長期間を含めて、緊急事態宣言期間では個々人の自粛意識が大きく、24時間における来店客数も1000人を超える日がほとんどない。特に夕方夜間の来店客数は低迷を続けている状態である。

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	
		観光型ホテル (代表取締役)	来客数の動き	・沖縄独自の緊急事態宣言も9月上旬に解除された。また感染者の数も月末近くになって落ち着いてきている。一時的に9月19日からの4連休では観光客の動きが良くなったが、それ以降の予約数は増加していない。9月全体でみると客数は以前と変わっていない。	
		旅行代理店(マネージャー)	販売量の動き	・少しずつ出張や旅行などは解禁となり動き始めているが、それでも前年比で3割程度の取扱である。まだまだ先は長い。	
		百貨店(店舗企画)	販売量の動き	・9月の初旬まで緊急事態宣言が出ていたため、前年まで人気企画であった北海道物産展が開催できず、集客、売上にも大きく影響を及ぼしている。	
		スーパー(企画担当)	お客様の様子	・旧盆需要が、新型コロナウイルス禍の影響で縮小傾向となっている。	
		スーパー(販売企画)	来客数の動き	・今月は月初で前年にはなかった旧盆需要があったことから良い状況で推移していたが、月末になり前年10月の消費税増税による駆け込み需要効果の影響から、客数が前年比で大変厳しくなり、売上も悪くなっている。	
		通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で消費マインドが下がり、販売量が減っている。	
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・キャリアのキャッシュレス関連の不祥事により、若干だが客数に影響が出ている。この影響が他社からの乗換えが減り、逆に他社へ乗り換える客は増えている。例年だと9月に発売となる人気機種も、新型コロナウイルスの影響により10月以降に伸びていることから、買い控えもあるようである。	
		観光名所(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で沖縄県独自の緊急事態宣言が出され、来県する客が減っている。	
		x	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響でここ半年以上、店が潰れたり、状況が大変悪化している。
	企業 動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		食料品製造業 (総務)	取引先の様子	・観光関連、フードサービス関連が以前より少しだけ動きが出てきており、売上高も僅かながら増加しているが回復スピードは鈍い。このような状態が長く続くと、大変厳しい状況に追い込まれる取引先が出てこないか不安がつきまとう。	
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新築に関しては、申込件数がやっと出始めている。リフォームは契約件数が増加傾向にある。	
		窯業・土石製品 製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共、民間工事向け出荷は共に前年比での減少が続いている。	
		会計事務所(所長)	取引先の様子	・4連休で観光客が戻りつつあるが、再度、感染者拡大の懸念がある。	
		x	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-	
		学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で一旦減少していた求人に関し動きが出て求人数が増えている。	
		人材派遣会社 (総務担当)	求人数の動き	・求人数及び求職者が減少している。	
		求人情報誌製作 会社(編集室)	求人数の動き	・6月の週平均求人数432件に対し、9月は449件で微増はしているが、余り変わらない。	
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数の動きは3か月前と比べて余り変化がない。	
		学校[大学] (就職支援担当)	周辺企業の様子	・飲食店等は客が入ってきている感じがするが、求人数に直接影響を与えるほどではない。	
	x	-	-	-	