

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンの影響で、駅前店舗を中心に地域共通クーポンを使用する旅行者が大幅に増加している。全体の売上を大きく引き上げている。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・10月よりGo To Travelキャンペーンに東京都が追加されるなど、3か月前と比べて明らかに来客数が伸長している。
	◎	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・当自動車メーカーだけかもしれないが、販売台数は大変好調であり、前年比でも130%以上で推移している。現行の車も売れており、さらに新型車も好調なことが、販売台数が好調であることの原因でもある。
	◎	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車がよく売れている。
	◎	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的な動き、販売量が良くなっている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに東京が追加されたことで旅行ブームが到来し、忙しい状況となっている。自粛ムードの風向きが変わり、客の動きが良くなった。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・少しずつではあるが週末の販売量が増えてきている。ただし、駅の売店などステーション系売店の販売量が増えてこない。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・これ以上悪くはならないと思う。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンなどイベントが増えてきている。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンにより消費環境が好転している。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの恩恵が9月より出始め、10月に東京も加わって週末のにぎわいは前年比80%くらいにまで戻った。しかし、マイカー利用による個人旅行がほとんどであり、団体旅行は修学旅行がところどころで、一般の団体やインバウンドは皆無に等しい。
	○	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	来客数の動き	・9月の連休以降、人出が戻ってきたように感じる。しばらく買物をしていなかったから、と奮発する客も一定数ある。
	○	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が残るが、秋の受注量としては例年どおりである。
	○	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの浸透によって、国内旅行等については需要の拡大がみられる。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・結婚式や結納等、冠婚葬祭の行事が戻りつつある。
	○	百貨店（業績管理担当）	来客数の動き	・来客数は3か月前と比べ戻りつつあるが、依然として厳しい状況は変わらない。
	○	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのピーク時よりは落ち着き、徐々に来客数が伸び始めた。売上も少しずつではあるが回復傾向にある。テナントビルのイベントや新作の投入もあり、客の購買意欲を感じる。ただ、買物は短時間でという客が多く、引きは早い。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・前月に比べて来客数は前年比10ポイントほど上昇しており、更に回復基調となっている。政府の様々な施策により需要の回復は顕著である。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数はまだ前年比80%に戻っていないが、客単価が上がっており売上高は前年比90%近くに戻っている。
○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・徐々に来客数のマイナス幅が小さくなってきている。Go Toキャンペーンの好影響を感じる。	

○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の自粛時と比較して、重点商品を中心に販売数が改善されている。特に米飯、ファーストフードが3～4%程度前月より改善されている。
○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・二極化が発生している。都心部での新型コロナウイルスの影響によるダメージは、回復に時間を要している。住宅地や田舎では、新型コロナウイルスの影響がかなり軽減されている。事実として販売量の前年比も都心部と住宅地・田舎でかい離が発生している。今後は、都心部の経済状況の回復が景気に影響すると考える。
○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候の良い日が続いていたため来客数は増えたが、一見客の財布のひもが想像以上に固くなっていると感じる。
○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・人出が増えてきており、車の買換え等の前向きな話も多くなってきた。
○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・7月に比べれば来客数が増えてきている。仕事量は増えているが、前年に比べると格段に少ない。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客も少し新型コロナウイルスに慣れたような気がする。少しずつだが購買意欲が出てきているように思われる。
○	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・9月の大型連休以降、客の動きが以前より活発になっている。
○	その他飲食「ワイン輸入」（経営企画担当）	販売量の動き	・9月以降、政府の新型コロナウイルス対策であるGo To EatキャンペーンなどGo Toキャンペーンの効果が、販売量から実感できる。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・確かに3か月前よりは、Go To Travelキャンペーン等の影響で宿泊者数と食堂利用者数はそれぞれ前年比60%、80%超と伸びてきており、回復の兆しがあるとはいえる。ただし、一般宴会と宿泊宴会が合わせてまだ20%台となっており、全体を押し上げるまでには至っていない。
○	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がかなりよく出ている。宿泊、レストラン共に前年比80%ぐらいまで回復してきている。大人数を集める法人対象のパーティーや結婚式は回復が遅いが、ホテル全体では良いムードが広がっている。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン効果で、週末の宿泊は前年比60%ほどまで回復している。ただし、平日は前年比25%程度である。レストランは、ランチは回復基調だがディナーは厳しい。宴会は、予約がなく先がみえない状態である。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーン開始後しばらくして鈍化したが、10月より東京が追加され需要が急増した。また、テレビ報道によるネガティブキャンペーンも減少した。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンや県独自の宿泊施設助成事業で、個人の旅行客は増えだして活気が出てきた。
○	旅行代理店（経営者）	それ以外	・ターミナル駅前の人出は以前よりは多くなってきている。それに伴って昼間の飲食店街も、来客数は回復している。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーン効果で予約が取れないくらい引き合いがある。高級旅館や人気の温泉地やホテルでは、既に1月31日まで週末だけでなく平日も予約が取りづらい傾向にある。新型コロナウイルスと共存して旅行に出たり食事をしたりする日常生活に慣れてきているが、客には気を引き締めて、旅をしてほしいと促している。
○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・今月からGo To Travelキャンペーンに地域共通クーポンが付くようになり、劇的に個人旅行の申込みは増加している。一方、団体旅行は依然として様子見の状態が続いている。企業や組織団体が動き始めるようになって初めて旅行業界の景気が回復してきていると感じられる。

○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客先の訪問にも気を遣っていたが、客からの問合せも増え営業しやすい雰囲気になり、数字も上がってきた。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・学生の修学旅行でGo To Travelキャンペーン地域共通クーポンの利用が多い。
○	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・ハロウィーンイベントは開催できないが、修学旅行の団体客が例年より増加している。10月から地域共通クーポンの付与が始まり、日帰り施設、宿泊施設共に客単価が上昇している。
○	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・前月の入園者数は、天候にも恵まれ前年を上回った。新型コロナウイルス禍ではあるが、それぞれに新型コロナウイルス対策を考えて来園していると感じる。
○	観光名所（案内係）	お客様の様子	・人出は少しずつ増えているようである。
○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者数はほぼ前年並みで推移している。3か月前よりは客は戻ってきたが、レストラン等の客単価はなかなか戻らないのが現状である。
○	その他サービス【介護サービス】（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動制限が緩和されてきた影響か、低迷していた住宅改修工事の引き合いが回復してきた。
○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・どん底の状態よりは良くなっている。マイナスからゼロへ向かっている感覚なので、肯定的に良くなっているわけではない。
○	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良い話を聞かない。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・取引先が倒産、廃業した。いろいろな飲食店等から話を聞くと、大変厳しい状況である。Go Toキャンペーンにより、売上には直結していないが客足は戻ってきている。
□	一般小売店【生花】（経営者）	お客様の様子	・値下げした商品は売れるが、少し高いとなかなか買ってもらえない。必要な物だけ買う堅実な客が増えた。
□	一般小売店【酒類】（経営者）	販売量の動き	・配達員、社員共に午前中で仕事が終わる、若しくは交代で休みを取っている状況である。
□	一般小売店【贈答品】（経営者）	お客様の様子	・3か月前と余り変わらない。Go Toキャンペーンにより個人的な利用は増えているものの、品物の数が少なく単価が低いため、停滞したままの状況が続いている。
□	百貨店（売場主任）	単価の動き	・カード優待やポイントアップ等のキャンペーンを行っても高額商品は売れず、ビジネス用やカジュアル商品が人気で、売上は伸びず厳しい状態である。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数が増進状況であり、来客数や買上も一進一退の状況である。バーゲンセール品や限定品などへの消費者のニーズは高くなっており、デフレ時のような状況で本格的な売上の回復基調には至っていない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・相変わらず来客数の減少は続いている。買物頻度が少なくなっているため、購入単価をいかに上げていくかという努力が必要である。
□	スーパー（店員）	単価の動き	・くりやみかんなど秋の味覚が店頭に並び始め、高値のシャインマスカットも売行きが良い。Go To Travelキャンペーンは始まっているが、巣籠り特需はまだまだあると感じる。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・ハロウィーンの菓子は好調に売れたが、菓子、食品、日配品や日用雑貨の売上は前年比で約90%である。景気の良さしは不明である。
□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来店客の買上点数に変化がなく、必要な物の購入にとどまっている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・爆発的人気のコミック・アニメとのコラボグッズ販売やスピードくじの影響で好調だが、来客数が少し落ち込んでいるように見受けられる。
□	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・いまだ新型コロナウイルスの感染拡大に対して不安な状況が続いているものの、消費の落ち込みもなく、現時点においては大きな変化はみられない。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	単価の動き	・家電の販売現場はいつもと様子は変わらない。買換えにおいては、機能に不足のないモデルが選ばれる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・季節要因と給付金によって一時的な来客数の増加はあったが、現在は前年と同程度である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前月はようやく持ち直したと思っていたが、今月に入って動きがまた止まった。特に新規客は激減している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・10月に入って来客数の回復が実感できるようになってきた。成約数も増えてきており、少しではあるが新車の販売に関しては光がみえてきたともいえる状況になってきた。ただし、サービス工場への入庫は相変わらず低調で、他社との競合もあり、売上が落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発売により、客の車への関心は以前と比べて高くなっていると感じるが、新型コロナウイルス感染への警戒感から以前のような接客が取れなくなっている。来店を促すイベントも大きく開催できず、多くの客を積極的に誘致できないため、なかなか客の本音をつかみづらい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は微減、販売量は横ばいが続いている。急激に下がる様子はないが、上がる気配もない。来客数が少しずつ減っていると感じるが、大々的に集客をすることができない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 【貴金属】（経営者）	販売量の動き	・夏場よりも売上が落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	その他小売 【ショッピングセンター】（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がまだ継続している。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・10月に入りGo Toキャンペーンにより客は動き出している感はあるが、まだ来客数が大幅に増加するまでには至らず、前月と同様にテイクアウトと併せて売上を確保している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・Go To Eatキャンペーンが始まり新規の客やネット予約が入りバタバタとはしているが、少人数での利用で余り売上は伸びない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食【仕出し】（経営者）	お客様の様子	・表面上は正常に戻りつつあるが、恐る恐る様子見の状態、大半の人は心理的には良くないものを抱えながら生活していると思う。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・10月の地域共通クーポン開始を機にGo To Travelキャンペーンの取扱が加速した印象を受けるが、ほとんどが個人旅行であり、団体旅行の取扱をメインとする事業者としては、作業が増えた割に大きな数字の変化は現れていない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・1年以上前から繁華街の人出が少なくなったまま、横ばいである。飲食店経営者の話からも後ろ向きな声しか聞かない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・最悪の時期は4～6月であったが、7～8月頃から日中は客が増えつつあり、現状もその傾向が続いており最悪の状況よりは良くなっている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・客の数が全然戻らない。
<input type="checkbox"/>	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の出入りが少なくなり、2～3か月前と変わらず客は少ない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅【不動産賃貸及び売買】（営業）	単価の動き	・例年、10月は不動産賃貸業では忙しい時期だが、かなり落ち込んでしまった。単身層もファミリー層も、単価が例年より低くなっているのも要因である。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数は徐々に増加しつつあるが、客単価が上がらないため売上につながらない状況である。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・今月も客単価、買上点数が前年を大きく上回っており売上も前年を超えているが、前月辺りから来客数が前年を2%ほど下回っており、徐々に売上は落ち出している。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・買上点数が非常に少なく、売上に結び付かない。

	▲	スーパー（ブ ロック長）	お客様の様子	・いわゆる新型コロナウイルスの特需の追い風は弱まり、客の消費はG o T oキャンペーンでの外出、外食やデパートの催事に少しずつ向かっていると感じる。
	▲	スーパー（商品 開発担当）	販売量の動き	・売上は3か月前と比べてやや悪くなっている。3か月前は前年比で105%以上の伸長がみられたが、10月は103%とやや伸びが悪くなった。
	▲	スーパー（営業 企画）	お客様の様子	・G o T oキャンペーンにより内食需要が減少したため、来客数、客単価が下がり始めた。
	▲	スーパー（販売 担当）	来客数の動き	・販売量は変わらないが、来客数は減少した。
	▲	コンビニ（店 長）	販売量の動き	・値上げによるたばこの販売減少は思っていたほどではなく、売上は徐々に戻りつつあるが、全体としてはまだ弱い状態である。
	▲	衣料品専門店 （販売企画担 当）	競争相手の様子	・競合相手に廃業や倒産の話が出てきた。良い話を全く聞かない。
	▲	家電量販店（フ ランチャイズ経 営者）	来客数の動き	・10月に入って来客数が前年比9割程度である。前年は消費税増税後の落ち込みがあり、一昨年と比べるとかなり悪い。大物が動いているので販売量は微減で済んでいるが、店に活気がない。
	▲	都市型ホテル （経営者）	販売量の動き	・予約が入らない。
	▲	通信会社（企画 担当）	販売量の動き	・新規契約件数は伸び悩み、解約件数は増加傾向と、良くない傾向になってきている。
	▲	通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・増加傾向にあったのが今月は減少傾向になり、低迷が続くそうである。
	▲	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	・まだ外出を控えており、客足が鈍い。
	▲	美顔美容室（経 営者）	販売量の動き	・8～9月にキャンペーンでセット商品を購入した客が多かったため、今月の売上は減少した。
	▲	美容室（経営 者）	来客数の動き	・店から少し離れた所の客や、交通機関を利用する客の来店が減ったように感じる。
	▲	美容室（経営 者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響である。
	▲	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・住宅借入金等特別控除の控除期間が13年となる期限が9月であった反動で、10月は来場が少なくなり、商談自体も少なくなった。
	▲	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・販売量の減少がみられる。横ばいより若干悪化傾向である。
	▲	その他住宅〔住 宅管理〕（経営 者）	お客様の様子	・この先の見通しは立たないが、見積り依頼が増えてきた。しかし、発注延期になる案件も中にはある。先行きがまだまだみえない。
	×	商店街（代表 者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの状況がこの先も読めないため、それに対するリスクを懸念して、客は事業の拡充、投資、新規事業の導入、購買等のほぼ全てにおいて行動を控えている。見積りを出しても予算を確保できず、契約の成立が著しく困難になっている状況で非常に厳しい。
	×	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが収束して人通りが多くなる限り、景気は良くならない。
	×	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・来客数が非常に少ない。
	×	テーマパーク （職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症のためインバウンドがなくなり、イベントも軒並み中止で集客が見込めない。
	×	理容室（経営 者）	お客様の様子	・まだ新型コロナウイルスの影響がある。
	×	住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・広告を出しても来客がないこともあり、先行きが不安である。
	×	住宅販売会社 （従業員）	競争相手の様子	・同業他社からも、新築が減ったと聞いている。
企業 動向 関連 (東海)	◎	化学工業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・電材向けのクリーン容器の販売は引き続き好調である。自動車関連の化学薬品も回復してきている。香料、色素などの食品関係も、9月中旬以降は人の動きが多くなっていることもあり、回復傾向にある。

◎	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	・自動車部品については新型コロナウイルス発生以前に戻ってきており、前月については単月で利益も出た。
○	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・7月までの遅れを8～9月で多少取り戻すことができたが、上期トータルではマイナス傾向であった。受注量などに回復の兆しを感じ、今後の市場活性化に期待したい。
○	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	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7月の受注量、販売量は前年比80%であったが、10月は持ち直して95%まで回復した。
○	化学工業（総務秘書）	それ以外	・人気店には客足が戻っている。政府の施策もあるが、我慢のたがが外れた様子である。不人気店、経費で潤っていた接待店には客が戻っておらず、新型コロナウイルスによる淘汰の様相を呈している。
○	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2～3割弱減少していた売上、受注量並びに販売量が少し戻り、売上は新型コロナウイルスによる減少前と同程度に戻ってきている。
○	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなどで出掛ける人が増えている気がする。
○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費財以外の客は大幅に物量が減少していたが、幅広く回復に向かっている。
○	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・旅客機が飛ばないので、航空貨物機の需要が高まっている。
○	通信業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染対策に注意することが日常的になり、自家用車を利用した移動、観光が行われるようになってきている。旅行でなくても、近隣市町村のイベントに参加したり神社仏閣を訪れて消費をすることが、景気の下支えになっている。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・Go Toキャンペーンにより多少は景気が上向きになっているが、新型コロナウイルスの影響もあり、安定しているかといえば実質的にはそうではない。
○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日が多く、新型コロナウイルスの影響により出費を抑える傾向も継続している。売上は前年同期を大きく下回ってはいるが、前月よりも回復傾向にある。
○	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・一棟物件の不動産の買取りで問合せが活発になってきている。しかし、価格については低迷している。
○	会計事務所（職員）	受注量や販売量の動き	・前年同月は消費税増税後の反動で売上が落ち込んだ。当月の売上においても新型コロナウイルスの影響で、前年割れの数字になると予想していたが、結果として前年を上回る売上となった。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・地元の陶磁器関係は回復の兆しがないが、耐火物関係は、自動車関係が動き始め、リチウムイオン電池やハードディスクに関係する製品も活況を呈している。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量の減少が続いている。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米の自動車向け設備は受注がほとんどない状態が続いている。引き合いも激減している。
□	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により客先業界での設備投資がほとんどなく、売上がほぼない状態で非常に悪い状況である。
□	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は限定的だが、良い要素も余りない。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・通信事業者の設備投資意欲は積極的ではあるものの、新型コロナウイルス禍の状況を見極めるため様子見のところが多い。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・航空業界が思わしくないため、その影響が出始めている。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・10月の客の動きとしては、来場、成約共に例年と変わらなかった。地元自動車メーカー系の景気動向が上方修正されたことも要因と見受けられる。

□	建設業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響は、現在は特にないが、いっどうなるかは分からない状態である。年末年始から4月に向けての予算関係も決まっておらず、分からない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9～10月は、3か月前と比べて少しずつ上向きになっているが、11～12月もそうなるかという、荷主に聞いても見通しは立たない。年内は我慢、とみている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物量が増えてこない。個人消費の宅配需要は増加しても、企業向けの物流が改善しない限り、景気の底上げにはならない。
□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の荷物取扱量と比較すると今月も低迷している。低迷している状態が日常になっており、過去との比較が無意味になっている気がする。今の低迷期がスタンダードとなる時期であり、今後の景気の動きは、今をベースにして考えるべきではないのかと思う。
□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・飲食、宿泊及び旅行・観光関連の取引先では新型コロナウイルス禍での営業に苦戦が続いており、非常に厳しい状況である。車関連は新型コロナウイルス発生以前の状況に戻りつつあるが、完全には戻っていない。
□	行政書士	受注量や販売量の動き	・輸出が悪く在庫があり、貨物のはげが悪いと物流業者から聞く。
□	公認会計士	それ以外	・客である中小企業の業績が、新型コロナウイルス感染症による経済活動停滞の影響を受けて非常に悪い。政府の支援や特別定額給付金等の施策で一時的にキャッシュフローは回っているが、貸借対照表は大きく悪化している。
□	会計事務所（職員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で休んでいたスポーツジムが再開している。以前は荷物を置く貸ロッカーがほぼ全部借りられていたが、再開してから3か経過した今も半分は空きのままである。一旦休会や退会した会員が戻っていないと思われる。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・親会社の受託案件が継続的に続いているが、派遣契約者等の外部委託先メンバーは、増員も減員もない状態である。
□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・企業にはまだ余裕がなく、新規の発注は滞り気味であるが、少し前向きな動きもみられる。人と同じ動きをするだけでなく、新しいことに挑戦し前向きに行動する必要がある。
▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注数、販売数共に前年に対して大幅に落ちている。
▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因として9月～年末は、他の月より月商が2～3割上昇するのが常であるが、今年は上昇しそうにない。つまり例年の2～3割以上のダウンになりそうである。
▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・工場の稼働が落ちるほどではないが、余り受注状況には好転がみられない。大型案件の端境期なのは想定どおりだが、それ以上のペースで仕事量があるかは不透明である。
▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・市役所の窓口にあふれている。市民課にはマイナポイントをどうしたら受け取れるのかを尋ねる高齢者が多く、福祉課には生活保護受給相談の中年層が多い。この国の経済はどうなっているのかと率直に不安になった。
▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス禍のもと、百貨店の売上30%以上の落ち込み、中小企業や個人経営の飲食店等の倒産、閉店の多さやそこで働く人たちの減収など経済への打撃は想像以上に大きい。政府の経済対策もいまだ効果薄で個人では何ともし難い。何とか新型コロナウイルス発生以前を目指すが、余りにも先がみえない。世界全体の経済も軒並み減退するなかで日本だけ上昇気流というわけにはいかない。
▲	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・広告の受注量はさほど変わっていないが、新型コロナウイルス禍で厳しい状態は続いている。

	×	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・折込広告の受注量が悪化している。
雇用 関連	◎	—	—	—
(東海)	○	アウトソーシング企業(エリア担当)	周辺企業の様子	・自動車産業において、中国市場の回復により輸出は順調であるが、国内販売はメーカーや車種によって差が大きい。
	○	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	周辺企業の様子	・新聞広告に旅行会社が復活した。観光業を中心に人手不足が強まり、非正規中心ではあるが募集の動きが出てきている。
	○	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職者が前年同月比で3か月減少し、落ち着いている。
	○	民間職業紹介機関(支社長)	それ以外	・街中で飲食する人たちは明らかに増えた。Go To キャンペーンの影響が大きいと思われる。
	□	人材派遣会社(経営企画)	周辺企業の様子	・特に変化はない。
	□	人材派遣業(営業担当)	周辺企業の様子	・引き続き新型コロナウイルスの影響により各業種の企業は苦戦している。特に、建設業に関しては春先の受注激減の影響が現場に現れている。
	□	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・ホテルでは少人数の会食利用は多少あるものの、ほとんどないので、求人はない。
	□	人材派遣会社(企画統括)	求人数の動き	・企業サイドに派遣の新規求人ニーズがほとんどない状況が続いている。
	□	人材派遣会社(営業担当)	採用者数の動き	・求人数、採用数に関しては3か月前と比べて回復傾向にあるが、前年同月比では共に大幅に減少している。
	□	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	採用者数の動き	・10月に入り地元企業が次年度の新卒採用活動を具体化するなかで、どうにか採用を維持する企業も多いが、採用減や採用見送りも増えている。3か月前と比較して悪い状態が継続している。インフラ企業などは、今の悪い状態が今後数年間は継続する前提で、設備投資や人材採用の計画を立てている。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求職者の増加がみられるが、就職件数、新規求人数共に増加している。やや良くなっていると思いたいが、就職件数、新規求人数の増加は僅かであり、新規求職者の増加を数の上では下回っているため、変わらないとした。
	□	職業安定所(次長)	求人数の動き	・新規求職者数は、前年同月と比較して増加はしているが、最近は一定水準の数でとどまっている。新規求人数は前年同月と比較してマイナス26.8%であるが、前月よりは持ち直している。
	□	職業安定所(次長)	求人数の動き	・新規求人数が前年を下回っており、特に正社員求人数の減少が著しい。
	□	職業安定所(次長)	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に、前年同月から大きく減少しているものの、減少幅をみると底を打ちつつある。
	□	民間職業紹介機関(営業担当)	採用者数の動き	・引き続き採用に慎重な企業が多い。オンライン面談などが徐々に浸透しつつあり面接機会は増加しているものの、採用決定まで結び付くかという点に関しては、引き続き低調である。
	▲	人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・主要客の自動車メーカーでは、予定どおり今月から請負取引の予算削減が始まり、数名の業務終了者が発生している。担当拠点の業務待機者は今年度中で最も多い状態なので、景気はやや悪いと感じる。
	×	—	—	—