

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)		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数は回復しつつある。ただ、新型コロナウイルス流行前の状態に戻るには時間が掛かる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・果実収穫の全盛期であることから、景気はほんの少しだけ上向いている。ただ、前年実績とは程遠い。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・売上は5月が最も悪く、前年比3.3%となっていたが、10月は前年比で43%まで回復している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・販売量はまだ以前の状態に戻っていないが、思い切った買い方をする客が増えており、客単価が上向いている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・10月は9月と比べて売上が戻ってきている。ただ、前年は9月に消費税増税前の駆け込み需要がみられ、10月に需要の先食いによる売上減が起きていたことから、単純に比較できない面がある。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が薄らいでいることで、来客数、売上が回復してきている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・10月の来客数は前年並みに届いていないものの、過去数か月間での比較では回復傾向にある。また、客単価も8～9月と比べると3～4%伸びており、売上を押し上げている。
		スーパー（役員）	販売量の動き	・前年は消費税増税の駆け込み需要の反動による消費の冷え込みがあったこともあり、前年と比べて好調な売上となっている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響はいまだにみられるものの、Go Toキャンペーンの実施とともに売上が回復傾向にある。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・下見目的の来客数やや増えてきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車を中心に受注量が伸びてきている。ただ、メーカーの供給体制が悪く、新車登録が遅れ気味であるため、売上が比例していない状況にある。供給状況が改善すればもう少し景気は良くなる。サービス部門の売上も車検対象台数が増えてきたことで売上が増加傾向にある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9～10月にかけて販売量が上向いている。ただ、月末になり、やや落ち込む傾向がみられることが気掛かりである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数の前年比が上向いていること、新車販売台数が目標に近い台数まで伸びていることから、景気はやや良くなっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が回復しつつある。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・地元客に加えて、観光客も増えており、それに伴って収益が改善している。
	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果により消費単価が伸びていることから、売上が回復傾向にある。ただ、2月以降の予約が大きく落ち込んだままであることから、その効果も1月一杯までとみられる。これから冬季を迎えて、道内外の個人客の動きが悪くなること、外国人観光客が一切見込めないことから、来春までの経営は非常に厳しくなることが懸念される。	
	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンにより北海道内の観光需要が喚起されつつある。ただ、週末は稼働が上がるが、平日は低調である。	
	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの開始直後は、マイカー利用の道内客のみが増加していたが、9月の連休頃から航空機利用の個人客、大型バス利用の団体客が増え始めており、需要が回復に転じてきている。	

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
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・主力である法人の団体旅行はいまだに皆無に等しい状況であるが、中学や高校の修学旅行、部活動の遠征に伴う宿泊や交通機関の取扱が徐々に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	・Go To Travelキャンペーンにおける地域共通クーポンの取扱が10月から始まったことが後押しとなり、客の動きが出てきた。
		タクシー運転手	販売量の動き	・コロナ禍のピーク時期と比べれば、確実に景気は上向いている。ただ、Go To Travelキャンペーンが始まってから、今まで感染者が余り確認されていなかった地方都市部においても、新型コロナウイルスの感染者がみられ始めていることが気掛かりである。
		タクシー運転手	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンや地域共通クーポンの効果により、消費が多少上向いてきている。売上に関しても前年並みの数値になってきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたこと、Go To Travelキャンペーンが開始されたことにより、3か月前と比べると、一定程度の回復の兆しが見られる。ただ、10月下旬になり、当地において2件のクラスターが確認されたことが気掛かりである。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・話題の通信端末が発売され、前年に発売された端末よりも3倍程度売行きが良いことから、景気はやや良くなっている。ただ、オンラインによる購入が増えている一方で、店舗での購入が大幅に減っていることが気掛かりである。
		観光名所（従業員）	お客様の様子	・3か月前の利用者は多い日でも1000人程度であったが、10月はGo To Travelキャンペーンの効果も顕著に表れていることで、平均して2000人程度、多い日で4000～5000人となるなど、利用者が伸びてきている。ただし、例年並みの水準には程遠い。
		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	・例年であれば、この時期の輸送量は大きく落ち込むが、今年はGo To Travelキャンペーンの効果も顕著に表れている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・10月初旬から中旬にかけて、中心部を訪れる客が徐々に回復しており、飲食店のなかにも前年の6割程度まで回復した店舗がみられたが、下旬に中心部で2名の新型コロナウイルス感染者が確認されたことで客足が止まり、飲食、物販共に低調となった。
		百貨店（役員）	それ以外	・今のところ、来客数、売上共に前年並みの水準となっている。ただ、前年は消費税増税の影響で売上が落ち込んでいたことから、新型コロナウイルスの影響から脱却しつつあるのかどうか、今一つ見極めが付かない。
		百貨店（営業販売促進担当）	来客数の動き	・前年のように物産催事などを開催できていないこともあり、来客数が回復してこない。特に年配層の動きが悪く、婦人服、婦人雑貨などの関連商材の売上が回復してこない。
		スーパー（店長）	それ以外	・引き続き新型コロナウイルスの影響がみられる。底を打った感はあるが、以前の水準に戻るところまではいっていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数や客単価は前年から10%ほど上昇しているものの、来客数は前年から10%ほど下がっており、売上は前年とほとんど変わっていない。新型コロナウイルスの流行後、食品に関してはこうした傾向がずっと変わっていない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの流行以降、来客数の減少が継続している一方で、プレミアム付商品券などの効果で客単価や買上点数が上向きとなっているなど、少し異常な状況にある。実際の景気は横ばいか下向きとみられる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比85%となっている。特に夕方から夜間にかけての落ち込みが激しい。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・通常時と比べて、販売量が20～30%ダウンしている状況がここ数か月続いている。

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
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・来客数の落ち込み幅が同じような水準で推移している。タイヤの販売量についても同様の状況にある。売上をみて一昨年を下回る水準で推移している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが行われていること、対象地域に東京が含まれたことで、観光客が増えてきている。ただ、昼は客の来店があるものの、夜は会合や宴会などが全くみられない。景気は3か月前よりは良くなっているが、全体的には現状維持の状態である。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・昼食は前年比30%を上回って推移しており、3か月前と変わらない。夜は振りの客、予約客が少ないが、10月に入ってから若者を中心に人の流れが良くなっている。ただ、どの飲食店も最低限の人数で営業しており、想定を超える来客数があると混乱している。地方の飲食店は、高単価店も含めて、昼が良くても夜が悪く、どうにか持ちこたえている状況にある。地方の宿泊施設では、感染対策が当たり前になっており、従業員も客も慣れてきているようだ。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・元々、景気の悪い状況にあり、これ以上景気が悪くなることはない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍のなか、ここ2～3か月の景気は良いとも悪いともいえない状況にある。Go To Travelキャンペーンなどの効果もあり、若干人の動きがみられるようになっているが、そうした動きが賃金に反映されるまで時間が掛かることになる。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・直近3か月、ほぼ同じような来客数、売上で推移しており、変化が余りない。ただ、今年は完全予約制で人数制限をしたうえでの営業となっているため、前年と比較すると約10%程度の売上減となっている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前、前年と比べて、売上はほとんど変わっていない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・景気が悪いことを肌で感じている客が多い。客がそのように話しているのを耳にする機会も多い。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの対象地域に東京が含まれたことで、客が本格的に増え始めている。特に地域共通クーポンの効果は大きく、売上の3～4割強を占めている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業が終了し、たばこや酒類の増税前の駆け込み需要もなくなったことから、商材の動きが悪くなっている。これまで販売量が伸びていた商材であっても、前年割れするものがみられる。今後、こうした商品群が増加するとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・観光についても少し動きがみられるようになっているが、当地ではまだ一部の団体客しか訪れていない。店舗の来客数もやや減少する傾向がみられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・例年、寒くなると客足がやや落ちてくる傾向にあるが、当地における新型コロナウイルスの感染者が増えてきていることから、2～3か月前と比べて客足が鈍くなっている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況やその報道によって、景気が左右されやすい状況にあり、景気はやや悪くなっている。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・北海道における新型コロナウイルスの感染者が増え、警戒ステージがステージ2に引き上げられたことで消費マインドが低下している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・イベント関係や国内旅行者による予約件数が減少しているなか、予約キャンセルもみられることから、利用客数が減少傾向にある。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息するという期待を持っていたが、ここに来て感染者が増えてきていることから、再び景気が下向きになるのではないかと懸念している。
		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への来場者の多くが購入に慎重であるなど、様子見の客が多い。

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
	x	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が落ち着いてきたことで、客足も戻りつつあったが、ここに来て歓楽街でクラスターが発生する状況が続く、とうとう1日の感染者数が最高を更新した。気の緩みなのか、マスクを着用しない人も増えており、これから冬に向かうなかで一層の感染拡大が懸念される。商業は年末に向けて壊滅的な状況となることが懸念される。
	x	スーパー（従業員）	来客数の動き	・来客数が回復するような要素がみられない。コロナ禍における消費低迷が今後一層進行することが懸念される。
	x	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・例年であれば、実売期を迎えて、スーツ関連の動きが盛り上がる時期だが、今年は消費が落ち込んでおり、全く動きがみられない状況となっている。
	x	タクシー運転手	来客数の動き	・10月の売上は前年比マイナス30%であった。今年は5月の売上が前年比マイナス50%となり、6月以降マイナス30%程度で推移している。例年であれば、寒くなるとタクシーの利用が増える傾向にあるが、今年は新型コロナウイルスの影響で利用客は減ったままである。特に歓楽街が閑散としており、歓楽街での利用客が極端に減っている。
	x	美容室（経営者）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの影響で全国的に人の移動が増えているなか、新型コロナウイルスの感染者が収まるどころか増えていることから、外出を控えたいと考える客が増えている様子がうかがえる。
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	・新型コロナウイルスの感染者は減っていないが、重症者が少ないこともあり、社会活動が活発になってきている。家で暮らしか見直され、家具インテリアに金を使う人が増えていることもプラスとなっている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・農作物関連商材の荷動きは、新シーズンを迎えて順調な滑り出しとなっている。生乳は本州向けの荷動きが一段落しているものの、紙パルプは年末需要に向けて動き始めている。一方、一般雑貨の荷動きは相変わらず鈍い。トレーラー物流については、消費の底上げによって上向きを期待している。
		通信業（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で営業行動が落ち込んでいるものの、客の購買行動がみられ始めていることから、受注量は増加している。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスに対する意識が変化していることから、日常の消費行動が活発化している。観光も政策効果により道外客の持ち直しがみられる。サービス以外の消費は引き続き底堅いことから、消費の持ち直しに伴って景気は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	・3か月前と比べて変化がみられず、売上の悪い状態が続いている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み期に入り、新型コロナウイルスの影響で進捗が遅れていた工事もばん回しつつある。一方、収益的にはコストアップを避けられず、計画を下回る状況から脱せずにいる。
		司法書士	取引先の様子	・取引先企業において、業務の範囲を広げて営業活動を行うことで、業績アップを図る動きがみられる。
		司法書士	取引先の様子	・以前と比べて、不動産取引の動きが少しはみられるようになってきたが、依然として新型コロナウイルスの影響が大きい。Go To Travelキャンペーンについて、百万人泊単位で利用されているとの報道もあるが、景気が良くなってきたとの実感はない。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・受注量からみても、景気は大きく変わっていない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍においても建設現場が動いていることから、景気は変わらない。今後についても、公共、民間共、工事需要が継続するとみられる。
	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	・売上はほぼ前年並みで推移している。こうした状況は年度内一杯続くと思われる。	

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
		建設業（従業員）	取引先の様子	・コロナ禍で資金リスクが増大しているため、建設業界において、受注者が工事費の前倒し入金や着手金の増額を求める例が増え始めている。
		司法書士	取引先の様子	・不動産の売買、建物の新增改築工事が減少している。
		その他非製造業 [鋼材卸売] （従業員）	受注量や販売量の動き	・下期の鉄骨出荷の総量が前期よりも減少することが見込まれており、業界の仕事量が限界を迎えているとの予測がみられる。
	x	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・10月の販売量は前年比マイナス46%となっている。3か月前の7月は前年比マイナス2%であったため、景気は悪い。
雇用 関連		-	-	-
(北海道)		求人情報誌製作 会社（編集者）	周辺企業の様子	・Go Toキャンペーンの効果により、居酒屋のなかには新型コロナウイルスの流行以前よりも多忙になり、満席で客を入れることができなかつたとの声も上がっている。ホテルでは、例年並みの宿泊数に戻りつつあるという話も聞く。家電配送業者は、特別定額給付金の効果で例年以上に多忙だったようである。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・全体的には上向き傾向にあるとみられるが、業種間でのばらつきが大きく、上向きになっていないところもみられる。全体的には景気はやや良くなっている。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・既存客からの求人は特に減少していないが、新規求人の問合せが極端に減少している。新型コロナウイルスの影響で、販売系、飲食店からの求人がほぼゼロになっている一方で、業績回復を狙うための営業系の求人が増加している。一方、客の話を総合すると、業績が前年から30%ほどダウンしている企業が多く、そうした企業では中途採用を完全にストップしている。
		求人情報誌製作 会社（編集者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染者が地方でもじわじわと増えていること、報道などで繁華街の状況が伝えられていることから、飲食店への客足が伸び悩んでいる。求人数の増加にブレーキが掛かっている。
		求人情報誌製作 会社（編集者）	雇用形態の様子	・建設業、運輸業、介護、卸売業の求人数は前年を上回るほど堅調である。また、アルバイトやパートよりも正社員の求人数の方が順調に回復している。
		求人情報誌製作 会社（編集者）	周辺企業の様子	・当地中心部では、依然としてコロナ禍からの回復傾向の声が聞こえてこない。一部では、政策効果による改善傾向がみられるが、最近の新型コロナウイルス感染者の増加傾向を考えると、先がみえないのはもちろん、予断を許さない状況にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の有効求人倍率は1.20倍と前年を0.01ポイント上回っている。新規求人数も前年を上回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における9月の有効求人倍率は0.80倍となったが、6月との比較では0.05ポイントの低下となっており、下げ止まっている状態にある。
		学校[大学] （就職担当）	求人数の動き	・2021年卒業予定者の就活状況から、企業の採用活動量は小さく、採用予定枠も少ないことがうかがえる。内定率をみても前年から10ポイントほど減っており、特に女子学生が好む旅行業界やファッション業界の採用枠が大幅に縮小している。経済活動、消費行動が上向きになる要素が見当たらず、Go Toキャンペーンも一時的な景気底上げにしかならないため、今年一杯は就活生の苦戦が続く。
		*	*	*
	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		一般小売店[書籍] （経営者）	販売量の動き	・我々の業界は今某アニメの大ブームである。商品の調達がうまくいったので、全体の来客数や販売量も相当良くなっている。また、郷土作家の映画化作品も動いているために全体を押し上げている。
(東北)		スーパー（店長）	販売量の動き	・7月の売上は前年比105.4%、8月は103.9%であった。10月は107.6%と更に数値を伸ばしている。
		衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・今年の冬は寒くなるという気象予報の影響もあり、しっかりとした防寒着のニーズが多い。アウターの品ぞろえを強化していたこともあり、十分に対応ができている状況である。

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
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン部門ではランチの客数が前年比で9割の数字が出ている。だがディナーの客数は伸び悩んでいる。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン利用客が増えている。休前日は先々まで満室の状況であり、平日の予約も増えてきている。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・県の宿泊割引キャンペーンとGo To Travelキャンペーンの併用が可能になり、個人の予約が急激に増えている。また、ツアー募集团体の催行率が異常に高い。
		観光名所（職員）	販売量の動き	・土産店においては、地域共通クーポンの効果が非常に大きい。旅行中や使用期限内に使い切らなければならない感じでクーポンが使用されている。金額も大変大きく、売上に占める割合は40%を超えている。この効果が大きく、売上也徐々に戻りつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス関連の影響が大変大きく、長く続いている。3月以降、地域、商店街においてイベント、催事等が中止になっているため、人出が極端に減っている。ようやく今月から少しずつ取り戻してきている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・9月は前年より落ち込んだが、今月の売上は現在のところ前年比130%前後となっている。来客数及び販売量が多くなっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・消費者がコロナ禍の生活に慣れてきたのか、動く又は集まることへの抵抗が薄れてきている。その影響で、少しずつではあるが小規模な会合や飲み会、ゴルフコンペなどが開催されるようになり、飲食店への販売量も今月中旬以降は良くなってきている実感がある。また、Go To Travelキャンペーンの影響で宿泊施設などへの販売量もようやく上昇してきている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・来客数はまだ大きく前年を割っているが、1回の来店時での買上金額や数量は上がってきている。経済活性化施策が直接的に功を奏しているという実感はないが、3か月前に比べれば買い方も活発になってきている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・平日の売上はさほど変わらないが、土日にイベント等があるときは混雑する日が増えてきた。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・例年7月が売上のピークであるが、今年は新型コロナウイルスの影響で大幅ダウンとなっている。ようやく7月に比べ来客数が1日当たり100人程度戻ってきているが、前年よりは20%以上のダウンのままである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べると、Go To Travelキャンペーン等の効果もあり人の動きが活発になってきた。しかしながら、夜の飲食店でのクラスター等の発生もあり、夜間の来客は相変わらず悪い状況である。この傾向は今後も続くと思われる、Go Toキャンペーンによる新型コロナウイルス感染の拡大も懸念されることから、持ち直しは難しいと予測される。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・我慢していた反動が少しずつ始めている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・現状は新型コロナウイルスの影響で苦戦しているが、ここ数か月見られなかった結婚式でのスーツや礼服の需要、転職に伴うスーツの準備といったことが、客の購入動機として出てきている。こうしたニーズが増えてくれば少しずつ回復してくるのではないかとという明るい兆しが見えてきている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べ新型コロナウイルス感染者が横ばい状態となっているなか、Go Toキャンペーンなどで外出意欲が高まり、新型コロナウイルス対策をしながらも買物を楽しもうとする方が増えてきている。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・気温低下の影響もあってか、前月までの動向から販売量、来客数が若干増えてきている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・前年は増税後に来客数が減ったが、今年は前月と比較してもほぼ変わらず、単価は上がっている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・展示会イベントを開催したところ思った以上に来場者があり、新車、中古車共に受注、販売台数が確保できた。

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
		乗用車販売店 (本部)	来客数の動き	・来店客、とりわけ新規客の来店がかなり増えてきている。単価は余り高くないが、カー用品や小物類の売上も徐々に上がってきている。
		自動車備品販売店 (経営者)	来客数の動き	・飲食店の来客数が行政のお得なプレミアム付商品券などで増加している。また、行政独自のタクシーを利用した飲食店のお持ち帰りグルメデリバリーサービスもプラスに作用しており、観光での利用低下分を補っているようである。車検等に関しては例年と変わらない様子ではあるが、乗用車、トラック共に自粛、受注減少によって移動距離が少ない分が消耗部品にも作用している現状である。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産で納品が可能になったために、販売量が増えている。
		住関連専門店 (経営者)	お客様の様子	・客の出入りが少し多くなってきている。仏壇の予約や問合せも多くなっており、景気は少し上向きになってきている。
		その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・コロナ禍で激減していた観光客が僅かではあるが戻ってきている。Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの利用も思った以上である。一過性のものでないことを祈っている。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・秋冬物の動きが活発になってきている。前年は消費税増税のあおりで10月は非常に厳しかった。また、前月も割と気温が高く、動き自体は良くなかったのだが、日々気温も順調に下がっていき、秋冬物へと移行したようである。前年見送ったものを今年に入って購入しているのかもしれない。
		その他小売 [ショッピングセンター](統括)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、土日週末の来客数はかなりの増加がみられる。土産、飲食店の売上も徐々に回復傾向になってきている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍ではあるが、客も少しずつ増えてきている。
		一般レストラン (経営者)	それ以外	・政府のGo Toキャンペーンや地方の割増商品券などで幾らかは盛り上がってきている。心配なのはこのキャンペーンが終わってからのことである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月の中旬過ぎくらいから、少しずつだが客が戻ってきている。ただ、決して景気が良くなったというわけではなく、我慢していたものが少し開放されたという感じを受ける。このままの状況で続いてくれれば良いが、客からはまだまだ厳しい状態だという話も聞くので、一概に景気が良くなったとは言いきれない。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go Toキャンペーン効果が出ている。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンなどの景気刺激策が過剰とも思えるくらいあり、効果も例年を上回る動きとなっているが、個人客が中心である。
		旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンにおいて東京発着が解禁となり、地域クーポンの付与も始まっている。それにより、夏休み期間と9月の大型連休を除いて需要が低迷していた頃よりは景気が良くなってきている。しかしながら、近場の需要が引き続き好調ではあるものの、東京を中心とした新幹線や航空機を利用しての客が徐々に動き出している状況にとどまり、本格的に動き出してはいない。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・団体旅行は依然として動きが止まっている状況だが、個人旅行においてはGo Toキャンペーンの効果で回復基調となっており、ややではあるが良くなっている。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・コロナ禍の影響で特に飲食業は大きなダメージを受けたが、国民の危機意識が浸透してきた。緊急事態宣言解除以降も徐々にではあるが、少しだけ持ち直してきている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・サービスエリアの拡大に伴い、徐々に新規の加入者が増えてきている。特に放送サービスの加入者が大きく伸びており、巣籠り需要の掘り起こしが一気にできている。これに引っ張られるように通信サービスも増え始め、IP電話もプラスしたお得なトリプルメニュー加入も増えている。

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
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンで宿泊や来客等以前よりは良い。なかったらひどい状況になっていた。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果はある程度実感できるようになっている。また、春からずれ込んだ教育旅行の団体も来場するようになっている。ただ、3密回避のため席数制限で食事を断らざるを得ない場面があり、売りこぼしも発生している。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	販売量の動き	・強烈な自粛ムードが収まり、行動や消費には明るさが感じられ、来店数、売上額共に増加している。
		一般小売店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・10月の下旬に市では繁華街を対象に新型コロナウイルス感染症のPCR検査を実施した。関係者の約半分の人が受けたが全員陰性だったと報道されている。ただし、その後すぐに接客を伴う飲食店で新型コロナウイルスのクラスターが発生し、非常に大変な状況になっていると客も心配している。そのような理由で、繁華街の夜はゴーストタウンになっている。
		一般小売店 [寝具]（経営者）	販売量の動き	・依然として商品の動きが鈍い状況である。
		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ものの、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は戻りつつあるが不要不急の物は買われていない。また、感染予防の意識から客の滞留時間が短くなっており、結果として客単価が下がっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年比でみれば増税月だったことによりプラスに転じているように見えるが、来客数に大きな変化は見られず、上向きになっているとは言い切れない。
		百貨店（買付担当）	お客様の様子	・宝飾や化粧品等今まで苦戦していたカテゴリーが好調で、コロナ疲れを発散させるかのような購買動向がみられる。しかし、衣料品、特にシニア層に関してはそこまでの伸びはなく、全体をならずと変わっていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前との比較ではさほど数値状況に変わらないが、前年は増税後の落ち込みがあったため、その反動で前期比が良くなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・盛夏と比べ外的環境に変化がない。立地によるが、コロナ禍の生活スタイルの変化も大差ない。
		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来客数が著しく減少し、売上が4割減少している。国のキャンペーンも観光地が少ない当地では余り恩恵がない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・増税があった前年10月と比較して売上は前年並みなので、決して良いとはいえない。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・前年は増税があったので10月の実績は大きく落ち込んだ。それと比べると随分良くなっているように見える。しかし、一昨年と比較すると大差はない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車、中古車共に販売台数が伸び悩み、修理などサービスの利益も前年よりも落ち込んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・前年実績と比較し販売台数は増加傾向だが、新型コロナウイルスの影響が新規客は減少にあることは変わっていない。
		その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍の影響も最悪から持ち直してきてはいるが、悪い状況が続いていることに変わりはない。個人客や居酒屋等、食がメインの飲食店はかなり企業の努力をして売上確保に尽力している。応援できるような施策を展開している。
		その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンでのクーポン利用はあるが、当県での新型コロナウイルス感染症クラスターの影響もあり、良いとも悪いともいえない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言解除以降、ある程度の回復はあったが、その後は一定の水準のまま推移し、Go Toキャンペーンなどによる効果も見られない。
		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避けられず、特にディナータイムの客はほぼいない。お昼の客は多少来ていただけようにはなっているが、団体やパーティーが全く入らず、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
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンを利用した申込みでは、個人客は近隣県での宿泊が圧倒的に多く、航空機や鉄道を利用した長距離方面の販売量は極端に少ない。団体の割合は教育旅行が9割を占め、一般は1割程度と依然として停滞しており、景気が上向きになっているといえる状況には至っていない。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・新型コロナウイルスにより非常に厳しい状況が続いており、今月、同業社が廃業をしている。
		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。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・良くなる要素が見当たらない。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・3連休と秋休みがなくなったが、平日の学校団体も下支えしており、台風と悪天候で低水準だった前年に追いつきつつある。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・結婚式や会合などのイベントがないために髪を切るタイミングがなく、周期が伸びている。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・全体的に受注金額が予定価格に対して低値で横ばいで推移しているが、発注は9月議会を経て例年並みの件数が発注されている。コロナ禍の対応には慣れてきた感じがある。
		住宅販売会社（経営者）	それ以外	・個人所有遊休地の買取希望が多く、分譲用地としての再販が好調である。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、エアコン、温水ルーフヒーター、ファンヒーターといった暖房器具の動きが良い。リフォームは巣籠りに対応したハウスクリーニングなどが増えている。
		その他住宅[住宅展示場運営会社]（従業員）	来客数の動き	・住宅ローン減税の影響を予測していたが、来場者数は横ばいである。そのため、今後に関しては減少する可能性が高いため、3か月前との変化はみえない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの影響で県外からの旅行者が増加しているが、新型コロナウイルス感染症終息のめどが立たず、高齢者を中心に来客数が減少している。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	販売量の動き	・9月の売上悪化から、若干落ち着きを取り戻した状況である。売上配分は、高額で特殊性の強い商品が余り変わらず購入される一方、単価が低くどの店でも扱いがあるような品物の売行きが大きく落ち込んでいる。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・10月は1品単価前年比が引き続き上がり、来客数と買上点数は前年割れが続くが客単価は上がっている。消費の傾向に大きな変化は見られないが、買上点数の減少幅がやや大きくなっているようである。余計なものは買わない、消費の縮小の傾向、推移が続いているように見える。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来店頻度が下がり、来客数は前年比96.9%と前年割れとなっている。売上は前年比104.0%でまとめ買い傾向はあるものの、来客数のダウンが今後売上にも影響するのではないかと不安がある。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・前年の増税による自粛の反動から、非食品の動きが良い。新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあるためか、内食需要は顕著で、生鮮品の客単価は前年を上回っている。しかしながら、客単価自体は大幅に下落傾向にあるため、生活費の防衛、低価格競争が強まっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温低下の影響もあるが、新型コロナウイルスによる自粛は継続しており、来客数の減少が顕著である。
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣に競合店が10月初旬にオープンしたため、来客数が減り売上も減少している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこ増税の影響で、今月に入りたばこ販売数が落ち込んでおり、来客数減少の原因となっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・平日はそこそこ戻ってきているが、街中は土日に入人が激減する。催事が何も行われていないので、週末に入人が戻り切れないという状況になっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染不安を抱えたままの状況が続き、必要最小限の出費に抑えている様子が見受けられる。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・例年よりやや気温が穏やかで暖かいため、暖房など冬用商品がまだ出ていない。そのために売上が苦戦しているが、おおむね前年並みの売上になっている。

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
		任関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによりイベントが中止になっている。当然売上も減っている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・前回エリア内で新型コロナウイルス感染症が発生してから結構な期間が経過し、落ち着きを取り戻しつつあり、法人関係や大人数の宴会もチラホラと入ってきていた。しかし、再びエリア内で新型コロナウイルス感染症が発生したことで、また夜の街には人の足が向かなくなってしまった。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・現首相の携帯電話値下げ等の影響で、キャリア大手3社が減収見込みになるため5Gの設備投資の原資が厳しくなる見込みである。また、スマートフォンの新製品も以前と比べ売行きが鈍い。キャリアの次の戦略が課題になり、総合ICTによる各分野との連携が不可欠とみている。インフラ事業の低迷によりやや悪くなっている。
		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で現状維持が精一杯である。収束がみえないと厳しい。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・人気新商品の入荷量が例年よりも少ないこと、業界に対する値下げ期待からくる買い控えなどがあり、前年同月と比較し販売量が1割減っている。
		競艇場（職員）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で5月末まで休業していた。営業再開当初の売上は悪くなかったが、9月頃から低迷し始めている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・前年と比べ客のリターン率が落ちている。最近縮まったかと思ったが、またそのリターンまでの期間が少しずつ長くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が、客の来店間隔が長くなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数がなかなか戻らない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍における節約、儉約志向が更に強まっている。また、競合他社がデフレ価格を出すようになってきている。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月に入って急に来客数がかかり減り、売上もかなり落ち込んでいる。理由が本当に分からないので対処の仕様が無い。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ただでさえたばこ増税後の売上減があるなかで、当地で新型コロナウイルスのクラスターが発生した。来客数、売上共に大きく落ちている。早く収束しないと経営を継続できなくなる可能性もある。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・客の話を聞くと、当地においては、自身の仕事環境の周りで新型コロナウイルスのクラスターが発生するのではないかと不安があり、仕事の行動や消費の行動自体が恐る恐るになっている状況が見受けられるとのことである。
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	・農協より今年の桃の最終精算書が配付された。全体的に数量減であったが、販売単価が例年より2～3割高かったため、例年より2～3割の収益増になっている。
		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・米が豊作で、農協への出荷量も例年より多くなっている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月に入りGo Toキャンペーンの効果で前年の半分以下であった駅の店舗の売上も前年比70%まで数字が上がってきた。人の動きが出てきたことが要因とみられる。それでもまだ全社の売上では前年までは程遠い。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーンにより週末は観光客が増えている。地域共通クーポンを利用した土産購入により、販売量は前年の9割近くまで戻ってきている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだまだコロナ禍前の状況には程遠いが、底を打って回復に向かってきていることは確実である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス対策のキャンペーンの実施等で、一時的に景気が回復している。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・Go Toキャンペーンにより県内外の観光客の動きが改善されている。飲食やホテル業が業況全快とはいかないまでも回復基調にある。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベントも縮小しながら開催され始めている。Go Toキャンペーンも良い方向で動いているのではないかと。

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	
		経営コンサルタント	それ以外	・コロナ禍が収束しないなかであっても、それぞれ工夫しながら、前向きな策を講じる経営が増えている。	
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の終息がみえないなか、必要な投資には積極的に予算を付けている企業と、慎重になっている企業とで二極化しているようである。取引先も同様の傾向ではあるが、比較的積極的な企業からの引き合いが多く、景気が良くなりそうな実感が湧いてきている。	
		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	新型コロナウイルスの影響も受けてはいるものの、他業種ほどではなく、やや良い状況である。	
		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	・Go Toキャンペーンなど県内において交流人口の回復がみられる。主要駅や観光地で数字が回復傾向にある。	
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の低迷が続いており、前年比90%台となっている。悪い状況に変化はない。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は選挙もあり受注が多かったが、今年はイベントも中止で印刷物が減少している。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で、一時的に受注価格、販売価格が低下したが、その後徐々に回復傾向にあり、3か月前と比べると大きな変化はない。	
		建設業（企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客先において設備投資計画に業績不振による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もあり、一概に悪化しているとも言い切れない。	
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月の売上は前年比で5%の減少見込みである。9月は前年比12%の減少だったので、8月の21%減からすれば最悪期は脱している。ただ、まだ新型コロナウイルスの感染が収束に向かっていないので、不安は残っている。	
		通信業（営業担当）	それ以外	・業界に対する引締めが厳しくなってきたり、現状維持にも限界に近い。	
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・飲食業、観光業は依然厳しい状況が続いている。皆耐えているが回復のめどは立っていない。	
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・Go To Travelキャンペーン関連で、旅行会社による広告出稿が活発である。また、フードデリバリー企業が広告を新規に出すなど、ここに来て明るい材料もあるが、前年比100%には程遠い数字である。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上の前年同月比は3か月前も今月も約10%の落ち込みとなっている。	
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・予想していた契約が遅れたこと等により、目立った受注がない。	
		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。飲食、小売業は相変わらず売上、利益共に前年比マイナスで厳しい状態が続いている。建設業関係も、法人業績が少しずつ悪化している企業が出始めており、景気は若干悪くなっているとみられる。	
		その他企業 [企画業]（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスが落ち着くかと思いきや、県内で発生しているクラスターの影響が、子を持つ女性の多くがモデルハウスへの入室にためらいをみせる。モデルハウスへの誘いが成約の第1歩なので、この事象に頭を抱える取引先が多い。	
		x	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調。大型投資が見当たらない状況である。
	雇用 関連 (東北)		*	*	*
			人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・景気の将来を見越したときに新卒採用に踏み切るかどうか1つの判断になる。非常に厳しかった飲食業や小売業で現在の大学3年生、再来年の大卒向けの新卒採用に向けてのインターンシップを始める企業が多く出てきているところから、今後、上向きになるのではないかと判断している。
			人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・募集再開をする企業が引き続き増えている。募集を検討する企業側の業績は必ずしも好調なわけではないが、事業計画の達成のための募集や組織の業務負荷を軽減するための募集が増えている状況である。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・コロナ禍で中止になった会議が時期をずらして開催されている。	

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・Go To Travelキャンペーンなど旅行宿泊に関係した広告が多くなり、地域経済を刺激し始めている。飲食店への人も目に見えて増えており、景気の回復基調の兆しを感じ始めている。
		学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・以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)	求職者数の動き	・派遣の需要案件数は前年比50%に低迷している現状にあって、新規の登録者と案件への引き当て数は伸張している。そのため10月追加稼働開始予定の「外資系生保の事務センター」30名は比較的安定して募ることができた。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	求人数の動き	・当地の経済団体の調べでは、7～9月期においてコロナ禍での売上減少から来期の採用をしない又は未定とする企業が55%に及んでいる。ただ同時に、人手不足感を持っている企業も38%あり、そうした経営上の採用できないジレンマに陥っているのが当地の中小企業の現状である。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が続いている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・3か月前と比べて求人の雰囲気には大きな変化はない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数は2～3か月前辺りが最低値とみられ、その後徐々に増加してきている。ただし、有効求職者数も増加傾向にあることから、その結果、有効求人倍率は同程度の水準で推移している状況である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数がそう増えていない。前年も下回っている状況である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数、月間有効求人数共に回復の兆しは出てきたが、まだコロナ禍前の水準には届いていない。
		*	*	*
x		人材派遣会社(社員)	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響によるダメージは現時点で回復傾向にない。国内企業の決算次第では今後更に悪化する可能性がある。

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)		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自粛ムードにあった客が、少し自粛を緩和して来店している。
		観光型ホテル(経営者)	単価の動き	・7月末からGo To Travelキャンペーンが始まり、客に動きが出てきた。8月以降、旅行需要は明らかに低単価から高単価志向になっている。前年は台風の影響があり比較対象にならないため、前年と比べると、人数は大きくは伸びていないが売上は80%以上にまで戻ってきており、企業によっては100%を超えるところもある。Go Toキャンペーンに関しては、ネガティブなことがいわれがちだが、間違いなく当業界の経済の底上げに貢献している。
		一般小売店〔土産〕(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン事業の対象に東京都が加わったことで、来客数も多くなり、当店のよう土産物店や飲食店などにも観光客が多く来店するようになっている。また、今までは土産物を買控える客が多かったが、地域共通クーポンの利用も始まり、購入意欲が上向いていると感じる。3か月前と比べると、来客数、購買意欲共に、やや良くなっているが、前年同月比では6割程度の売上で、依然として厳しい状況である。
		スーパー(商品部担当)	お客様の様子	・キャッシュレス決済のキャンペーンやGo Toクーポン等の利用により、来客数の3%増につながっている可能性もあり、利用頻度が良い。キャンペーンに左右されている感はあるが、客単価上昇の傾向には変化がない。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・9月中のたばこの先買いにより、10月は売上が大きく落ち込むと予想していたが、落ち込んだのは月初だけで、他の商材でカバーできている。新型コロナウイルスの影響が少し和らいだ感があり、前年比で売上91%、来客数89%で推移している。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・当店は観光地に立地しているのだが、観光客は増えてきているようである。

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
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・少しずつ、冬物商材が動いている。
		乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・自動車の販売台数が順調に伸びており、前月と比べても比較的良好な数字である。このまま景気が良くなってほしい。
		乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・10月後半に紅葉時期が始まったところに、Go Toキャンペーンが重なっている。当社は観光地を控えているので、ホテル、物産、ドライブイン等、観光事業に関係する客が多いが、ようやく最悪の状態を少しずつ抜け出してきたという感じがする。ホテルによっては、高級ホテルが来年2月まで予約が埋まって一杯になったり、中間クラスのホテル、温泉ホテル関係も年内は予約で満室と、明るい材料が随分と重なり、最悪の状態は脱したようである。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・客から「まだ店に行くのは怖い、自宅で宴会をしたいのでテイクアウトで何かないか、金額は幾らでも構わない」という問合せが多く来ている。店内での宴会が取れない分、非常に助かっている。臨機応変に対応できるかどうかは鍵となりそうである。
		一般レストラン[居酒屋](経営者)	来客数の動き	・客足が少しずつ戻りつつある。会社の会食も「少人数であれば大丈夫」という話も聞いている。
		スナック(経営者)	お客様の様子	・店への来客は、ここ3か月余りないが、街なかの人は増えてきている。Go To Travelキャンペーンや関連の客も多くなっているようである。
		その他飲食[給食・レストラン](総務)	販売量の動き	・事業所給食を受託しているが、今年度からの新規受託先もあり、総じて前年を上回る食数になってきている。ただし、新型コロナウイルスの影響で、個別の社員食堂、介護施設でみると、完全に従来の食数に戻ってはいないところもある。
		都市型ホテル(副支配人)	来客数の動き	・宿泊については、引き続きGo Toキャンペーンの影響もあり、前年の7~8割程度まで回復してきている。一方で、料飲部門は厳しい状況が続いている。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンのお陰で個人旅行の売上は前年並みまで回復している。ただし、団体旅行は学生については動き出したものの、一般客の団体は、ほぼ動いていない。
		旅行代理店(所長)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果が出始めて、来客数は伸びている。また、地域共通クーポンが地元自営業者にも広く理解され、登録施設が充実してきている。ただし、宿泊は高額な施設に偏る傾向が続いているので、もう少し平準化が望まれる。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・不動産関連の販売数が増加傾向にある。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で、入園者数が徐々に増加している。特に、行き先の振替による学生団体客が急増し、前年の一般団体客や訪日団体客を上回る入園者数となっている。
		ゴルフ練習場(経営者)	販売量の動き	・Go Toキャンペーン等の景気刺激策により、客が動き出したように感じる。
		設計事務所(所長)	それ以外	・Go To Eat事業の影響で、外食がにぎわっている。Withコロナでの動きが活発になりだした様子である。
		住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・最近、店舗の引き合いがちらほらみられるようになっている。特に、スナック、飲食店関係では、閉鎖する店もあるが出店者からの引き合いも出てきている。事務所関係の動きは相変わらず少ないものの、店舗については少し上向いてきている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・Go Toキャンペーン事業で人の動きが活発になり、客に笑顔が見られるようになっている。ただし、新型コロナウイルスによるコロナ禍以前の景気には戻らない。今もお苦戦している。
		一般小売店[精肉](経営者)	お客様の様子	・当地でも他県と同じように、毎日のように新型コロナウイルスのクラスターの発表が出ているため、客はなかなか外に出ることはできない。土日は何とか来客があるものの、平日の来店は本当に少ない。個人商店はなおさら影響を受けている。

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（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が一進一退の状況で、顧客の購買行動は依然慎重である。食品物産展など、食関連の提案に対する反応は良いものの、主力のアパレルは依然厳しい状況にある。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・3か月前と比べても客単価、商品単価共に、大きな変化はない。しかし、食品催事は引き続き好調で、食への関心の高さがうかがえる。非食品群にはほぼ変化がなく、店全体でも、余り変わらない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・Go To キャンペーン、Go To Travel を含めたいろいろな支援策を、今、国や県、地方自治体がやっている。そのお陰で観光客が増加し、来客数、売上共に増えている。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・今年の夏祭り、秋祭りがほとんど終わった。全国のみこし、山車等も出番がなく、大変静かな年になっている。祭り用品を扱っている業者にとっては、特に大変な年であった。来年こそは、何とか元に戻れば良いと思っている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が依然として続いており、相変わらず外での飲食が控えられ、街には活気が乏しい。今までは多少は活気があった大規模小売店も、来店者数が減少しているように見受けられる。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前月は販売量が比較的好調だったが、客は慎重で話の展開がスムーズではない。今後、良くなるか悪くなるかは、全く見当が付かない。
		その他専門店 〔靴小売業〕 （経営者）	来客数の動き	・このところ、販促がうまくできた店がやや持ち直している。ただし、全体ではいまだに3か月前と変わらず低迷しており、来客数減少に歯止めが掛からない状況が続いている。Go To キャンペーン等の御利益は物販店である当店には効果が薄い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・レストラン部門には客足が戻ってきているものの、宴会はほとんど行われておらず、大きな変化は感じられない。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・ホテル関係は数か月前よりは若干良くなっているが、国のいろいろな施策等に頼った形での若干の改善であり、やはりこういう施策等がなければ、根本的なところは全く変わらず悪い状況が継続しているとみている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず、悪過ぎる。地元企業からは「飲み会等の規制が緩和された」という話を聞くが、週末の早い時間に軽く済ませて、帰宅が早く、深夜は閑散としている。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言明けから、販売数は毎月横ばいで推移している。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・行政、個人共に、Wi-Fi環境整備の需要が高まっている。行政は国からの補助が出ているため当然といえるが、スマホで十分だといっていた個人客も、自宅のWi-Fi環境を整備している。
		ゴルフ場（総務担当）	来客数の動き	・個人客は戻ってきているものの、企業等の大口コンペは復活していない。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、購買単価共に、ほぼ変化がみられない。
		その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	・人や車の動きに変化はなく、休日だけはやや上向いているか、という程度である。小売店仲間の窮状は、改善の兆しもない。政府の施策が届いていない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスがなかなか収束せず、現状維持がやっとというところではないか。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・来客数が相変わらず少ない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・家電業界は夏が過ぎると閑散期に入るので、当然、売上は落ちる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客の動きもそうだが、地域住民のイベント等が全てなくなり、来客数も減っている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年同月は消費税増税で落ち込みが大きく、前年との比較は難しいものの、金額だけで比べると2けた伸びている。パソコン本体、テレビ、洗濯機、家電小物、エアコンが好調である。一時の特別定額給付金の特需は消えている。
		住関連専門店（仕入担当）	単価の動き	・来客数に大きな変化はないが、単価の下落傾向が顕著である。販売数もこれまでのようなまとめ買い傾向から、必要な物を必要な分だけという形に、変わりつつある。

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
		その他専門店 [燃料] (従業員)	販売量の動き	・業務用は大きく数量減少となっているが、小売は増加している。全体的には大幅な減少傾向である。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・社内外の情報によると、賃金面を含めた減給などがとても多いようである。
		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先行きは不透明である。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・Withコロナで感染対策をして集客を図っていても、客足は鈍い。
	x	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・当店の顧客はかなり年齢が高い層が中心である。新型コロナウイルスのコロナ禍のなかで、高齢者の行動全てが安心安全な環境を担保されていないと動きださないとということで、本当に客が街に出てこない。今月も年金支給月だったが、限られた人しか出ていない。今の状況を脱するために、安心安全な環境づくりに国を挙げて取組んでもらわないとならない。人が止まってお金が止まったら、その後の循環型社会が成り立たないので、早急に環境づくりをしてほしい。
	x	住関連専門店 (店長)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスによるコロナ禍で小売業、特に、飲食業の倒産が相次ぎ、当面の景気回復は見込めない。
	x	タクシー (経営者)	お客様の様子	・昼も夜も動きが悪く、前年同月比44%の減収である。
	x	タクシー (役員)	それ以外	・コロナ禍で最悪の状態である。国の施策も最悪である。
	x	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で悪くなっている。
企業 動向 関連 (北関東)		電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・だんだんと回復している気配はある。ただし、前年同月比で見ると、依然として約3割程度落ち込んでいる。
		化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・持ち直し感が出てきており、各部門の受注量は微増程度であるものの、やや良くなるとみている。
		一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・協力工場にも仕事が徐々に増え始め、当社の要求する納期に納品されない案件が出てきている。
		建設業 (開発担当)	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。前政権誕生後、公共工事は順調に推移しているが、現政権は誕生したばかりで、今後の公共工事についてはまだ分からない。今期公共工事は前年比34%増と経験したことのない発注額で、当社も前期比10%増の受注である。ただし、災害復旧による増加なので、喜ばしいことではない。
		輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・インターネット通販向けの冬物家電、電気カーペット、石油ファンヒーターや冬物寝具等の輸送量が、涼しくなるにつれて大幅に増加している。青果などは今年は出来が悪い部分もあって落ち込みもあるが、全体では前年比2割増の輸送実績となっている。
		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、受注件数いずれも増加している。客のマインドに変化がみられる。
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・先行きは少々心配だが、今のところは堅調に推移している。
		広告代理店 (営業担当)	それ以外	・飲食店経営者の多くが、「来客数は多少伸びてきているが、常連の宴会が入らないので、利益がなかなか上がらない」と話している。自治体や国のキャンペーンによるバックアップは有り難いが、それで来るのは個人客なので、利益の高い宴会にはかなわないようである。
		社会保険労務士	取引先の様子	・ランチの客は戻ってきているが、居酒屋等、夜の飲食店では宴会がなく、客が戻っていない。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・7～9月の売上は前年比8割で、今月は7割弱になっている。来月は同程度かもっと悪いかもしれない。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・以前の景気後退時には、取引先10数社の半分くらいが悪かったが、今回の景気は、得意先が10社中10社とも非常に景気が悪くなっている。
	不動産業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・今月から取引解消となった取引先があり、それをカバーできる受注がなかったため、売上が減少している。既存取引先の利益改善もうまくいかず、利益も減少している。	

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
		経営コンサルタント	取引先の様子	・街なかや観光地、観光スポットなどにやや多くの人 出が見られるようになってきている。しかし、新型コ ロナウイルスの影響は深く生活様式に浸透しており、 消費者の消費行動の活発化には限界がうかがえる。
		司法書士	受注量や販売量 の動き	・まだ少しずつ悪くなっており、歯止めが掛からない ような気がする。
	×	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・前月と同様に悪くなっている。
雇用 関連 (北関東)		-	-	-
		人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・季節が変わってきたため、衣料品等や青果食料品等 が出回り、購買意欲が上がってきたように見受けられ る。依然として、工事、建設関係は厳しく、動きの止 まっているところもあったが、公共事業関連は順調に 推移しているようである。製造工場でも生産ラインの 人員を確保するための募集が多く見られるようになって いる。
		人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・2～3か月前より、求人数が多くなってきている。
		人材派遣会社 （管理担当）	採用者数の動き	・サービス業への派遣を中心に、採用者数が少し増加 している。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・今まで求人を含んでいた、医療、介護事業所が前年 比増加となっている。また、飲食業も国等の支援策、 Go To Eatにより増加に転じている。
		学校〔専門学 校〕（副校長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響はかなり悪くなっ たが、Go Toキャンペーン等により、経済活動は ある程度再開されており、やや良くなっている。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・派遣依頼は期間限定の話が多く、極力、社内の人事 異動で対応する取引先が多いと感じている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人数を前年同月と比べると、新規求人数はマイナ ス17.3、有効求人数はマイナス24.5となっている。産 業別に新規求人数をみると、製造業、情報通信業、 サービス業の求人が前年同月比でマイナス50%を超え ている。
		*	*	*
	×	*	*	*

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 (南関東)		スーパー（販売 促進担当）	来客数の動き	・前年の消費税増税による来客数の減少に対し、今年 は新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要により 集客がアップしている。衣料品の改善効果もある。
		乗用車販売店 （店長）	販売量の動き	・前月に続き販売量が好調で、前年同月以上の実績と なっている。
		その他専門店 〔雑貨〕（営業 担当）	来客数の動き	・景気回復に向けた政府の経済政策の効果が顕著に表 れている。特に、10月から始まったGo To関連の 地域共通クーポンによる売上シェアは日増しに高まっ ており、現状では全体の7%を占めている（東京 都）。
		その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	販売量の動き	・業種により明暗はあるものの、総合的な売上は前年 比116%と大幅に伸びている。不調だった映画が、記 録的な興行収入の人気作効果で一転して伸長し、身の 回り品や文化家庭用品、雑貨の大型店が好調となり、 不振であった飲食でさえ前年比を超えている。
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・飲食業界は、Go To Eatキャンペーンの影響 で前年同期並みか、若干それを上回る来客数となっ ており、客単価も上がっている。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・3か月前よりは良くなっているが、新型コロナウイル ス以前にはまだ戻っていない。
		旅行代理店（営 業担当）	販売量の動き	・10月からGo To Travelキャンペーンが 本格稼働し、申込みが以前よりも増えている（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
		旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・海外旅行は団体、個人共厳しい状況だが、国内旅行については、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、個人が少し良くなり、数字が戻りつつある。国内の団体旅行については、一般客は厳しいものの、元々修学旅行の時期なので、修学旅行の実施で販売量が上がっている。ただし、一部の修学旅行では来年への延期や県内への行き先変更の動きがある（東京都）。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・こちらは観光地で10～11月はトップシーズンである。3か月前は新型コロナウイルスの影響があるなかでの営業だったので、今後は良くなると期待している（東京都）。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、商店街の空き店舗が埋まり始めている。物販店舗でなくリフォーム関係などサービス業の店舗の契約が多い。駅前周辺ではなく、少し離れたロードサイドに出店する傾向がみられる。
		商店街（代表者）	それ以外	・緊急事態宣言中と比べれば間違いなく改善している。クレジットカードの取扱高は、前年比8割くらいまで戻ってきている（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・冷蔵庫、洗濯機などの白物家電が動いている。リフォームも出てきている。家電にとどまらず、いろいろなことを手掛けているのが良いのかもしれない。インターネットによる問合せも増えている。
		一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスに人々が慣れてきたように感じる。こういうものだ、仕方ないという諦めムードの中でも、少しだけ希望の光が見えてきているように感じている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・食料品については、菓子等はギフトも含めて厳しいものの、生鮮、総菜を中心に全体的に回復してきている。前年の消費税増税の影響を考慮しても、かなり前年に近づいてきている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月に入り、Go To Eat、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、来客数は前年比9割程度に回復している。客単価が伸長し、今月に入ってから日々前年実績をクリアしている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は、8月までは前年比60%程度であったが、10月は前年比70%程度まで回復してきている（東京都）。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染の第2波がきていた7月頃と比べれば、消費者の購買マインドは幾分改善している。衣料品は引き続き苦戦しているものの、きちんと目的のある買物に関しては客の意欲は高く、客単価も堅調に推移している（東京都）。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・外国人の来客数は依然として変わりはないが、日本人の来客数は徐々に上昇傾向にある。Go To TravelやGo To Eatキャンペーンの施策が功を奏し、ようやく東京にも人が集まってきたと感じている。また、新型コロナウイルス感染症への慣れもある（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は週末の天候不順が続いている。前月に比べると売上はプラスだが、前年比ではいまだにマイナスが続いている。営業時間の短縮や大型催事、イベントの中止や縮小が大きな要因である。食品は中食需要が継続して好調であり、アパレルや化粧品もインバウンドを除くと回復傾向である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品の動きは依然として悪いものの、食料品や婦人雑貨を中心に回復傾向にある。新型コロナウイルス対応で縮小して実施した物産催事も好調に推移している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により休業し、営業再開した6月以降、前月までは近隣エリアの客しか来館、買物をしてくれなかったが、今月に入り、地方客の来館も戻り始めている（東京都）。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・ターミナル駅隣接の店舗なので、ターミナル利用者の回復影響が大きい。Go Toキャンペーンも10月10日前後からはっきりと良い影響が出て始めている（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数は、6月時点では前年比でマイナス25%だったが、9月時点ではマイナス15%となっている。

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（総務担当）	お客様の様子	・和牛、果物など、なくても困らない物が売れている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの地域共通クーポン券利用も多く、単価アップにつながっている。売上は前年比103%、来客数が101%で推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東京も含めたGo To Travelキャンペーン等が始まり、少しずつ来客数が伸びているような気がする。ただし、前年と比べるとまだ8割程度である。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・Go To Travel、Eatキャンペーン以降、確実に販売量が上がってきており、来客数も増加している（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・地域応援商品券の利用が始まり、5年前のプレミアム付商品券より回収が非常に良く、効果がある。新型コロナウイルスの影響が落ち着き、Go Toキャンペーンに押されて良くなっている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・顧客ビジネスを主体とした呉服、毛皮事業の都心店舗を除き、徐々に回復傾向がみられる。都心の店舗は、いまだに前年比60%にとどまっているが、地方や郊外店舗は都心に比べて18%程度高くなっている（東京都）。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・以前よりも他店を見て比較する客が増えている。
		家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・前年10月は消費税増税後の反動減が発生していたため、10月に入り前年を大きく上回る水準になっている。好調な分類も増え、テレビ、レコーダー、音響製品、生活家電、パソコン本体及び周辺機器、携帯電話が好調に推移している（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備と販売をしている。整備は順調に入っており販売が余り良くなかったのだが、今月は半年ぶりに良くなっている。このままいってこれればと思っている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・中古車市場が活発化しており、収益が向上している。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンと好天により、3か月前より上向いている。特に、洗車やレンタカーが好調である。しかし、少なくなったとはいえ新型コロナウイルスの影響はまだ残っており、構造的な需要減少もあり、台風が多かった前年と比べても、若干売上が落ちているところも多い（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・当社の売上構成のメインである婚礼、法事、法人宴会等の団体宴会は依然として厳しい状況ではあるが、10月1日以降はGo To Eatキャンペーンの兼ね合いで、レストランに関しては回復傾向にある。月内売上の同キャンペーン効果は、およそ5000万円程度である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の7月1～31日までの前年比は、売上58.8%、来客数53.8%である。10月1～27日までの前年比は売上68.5%、来客数63.7%である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチや夜のフリー客は大分戻ってきているが、やはり5人以上の宴会や会食の予約が入らないので、いつもよりは50～60%減の状態である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・内需については、Go To Travelキャンペーンの効果が表れ、人の動きが活発になっている。高速道路、電車の利用者も以前に比べて増えている。それに比例して経済も動いている。
		その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・3か月前はまだまだ自粛ムードが強かったが、今は外食する人も増えている。売上も増えているし、近隣の飲食店の様子を見てもそう感じる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンありきだが、宿泊は平日60%、休前日80%程度まで回復しており、地域共通クーポン券の利用も利用店舗告知が浸透し外部からの利用も増えてきている。レストランも、週末中心だが満席の日も出てきており、にぎわいが戻っているように感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・Go To TravelやGo To Eatキャンペーンによる需要が寄与している。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの申込みが多く、販売量が増えている。

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
		旅行代理店（総務担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果により、宿泊のみではあるが問合せが増えている。また、販売単価も上がっている（東京都）。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・10月は客からの問合せが前月比120%と増加傾向にある。特に、集合住宅に関しては前年比でも増加している。戸建てについても、前年比では届かないが、弱いながらも回復基調にある（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感染状況が一定程度落ち着いているため、前月同様、徐々に受注が増えてきている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスでのコロナ禍の外出自粛期間を経て、在宅勤務、在宅授業の長期化に伴う高速インターネットの需要や有料テレビサービスの認知度が高まっている。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件が少しずつ増えてきているため、更なる増加を期待している（東京都）。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・ソリューション案件は、提案数は増加傾向にあるが、提案から受注までの日数が伸びている。また、法人企業向け携帯電話の販売は堅調だが、個人向け携帯電話の販売は引き続き低調である（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数が増え、来客数も戻りつつある（東京都）。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・皆無であった団体予約が徐々に入り始めている（東京都）。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しい案件が入り始めている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前月、新規に官庁案件の落札があったので、今までよりは忙しくなりそうである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べると若干景気は良くなってきていると感じる。10月に入って販売及び仕入契約も、従来どおりとはいかないが、少しずつ増えてきている。まだまだ分からないが、新型コロナウイルスの影響は薄れてきている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・緩やかではあるが受注物件数が上向いている。一時期止まっていた建築契約数も上昇しており、その分の実需が動き出している（東京都）。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス以前から考えると来客数が激減していたが、その激減したときから比べればやや上向きになっている。ただし、やはり客の動きや商店街を歩く人の数は、以前のように回復していない。新型コロナウイルスが急速に収束することはなかなか考えられず、いつまで続くのか心配である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・下がりっぱなしで、これ以上下がれないというところまで来ている。3か月前と変わらない（東京都）。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・特別定額給付金が出た影響で客に幾らか購買意欲が出てきているように感じている。また、最近はリモートワーク等で家にいるので、家の中のいろいろな物を直すというように、修理の依頼が非常に多い。修理等で少しは良くなっているが、景気は決して良くなる方向には向かっていない（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・若干戻りつつあるが、制限があるのでかなり少ない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響と思われるが、来客数、売上共に減少している（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年より10%弱落ち込んでいる。しかし、購入単価が若干ではあるものの上になっているので、売上としては5%程度の落ち込みで済んでいる（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	それ以外	・Go Toの地域共通クーポンの活用で来客数が増え、それに伴い売上もあるが、本当の景気の良しあしが計れない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・今月は降雨が多かったが、その割には売上は悪くない。以前と比べて、地元から東京に行く人が少なくなり、その分地元で買う人が多くなっているように見受けられる。そのため、来客数が確実に増えている。また、ようやく外商の案件数も増えてきている。

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
		一般小売店 [茶] (営業担当)	販売量の動き	・販売量はまだ戻ってきていない。徐々に戻りつつあるものの数量が伸びず、注文も少ない。配達も少ないため、交代で休んだりしている(東京都)。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・前年の消費税増税、天候不順による休業等の要因とともに店舗の特殊要因があるなかで、大きな売上を見込んだ月であったが、想定には届いていない。来客数は相変わらず苦戦している。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・前年10月は消費税増税直後であるため、本来であれば前年を上回る客の動きがあるはずだが、今年はそれが感じられない。客の消費行動も、3か月前と同様に慎重であり、特に、紳士、婦人共にファッション関連の動きが鈍い。新しい生活様式に合わせた不要不急の消費控えがあるようである(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・前年は、消費税増税前の駆け込み需要の反動や、大型台風の上陸による臨時休業等のマイナス与件が大きく、単純に比較ができないが、駆け込み需要のあった9月との合計で比較してみると、大きな変化はみられない(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	それ以外	・3か月前より来客数は回復してきており、その意味では回復傾向にあるといえる。しかし、今月は前年が消費税増税翌月であり、台風影響により臨時休業、短縮営業もあった月であることから、単純に前年との比較から推論できない。前々年との比較では9月よりは売上が悪化しており、3か月前と大きくは変わらない。
		百貨店(副店長)	お客様の様子	・10月は前年に消費税増税後の反動減があったことから、前年並みの売上は確保できそうだが、期待していたほどの伸びはない。東京発着のGo To Travelキャンペーンの効果により、東京の人の動きは活発化しているが、小売業への影響は限定的である(東京都)。
		スーパー(販売担当)	単価の動き	・競合との価格競争があり、主力商品の単価を下げる傾向にある。客は前年並みの点数を買ってくれるが、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルでの買上額がなかなか前年を超えない状況が続いている(東京都)。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は3月以降ずっと前年を割っているなかで、点数と単価頼みなのだが、ここへ来ていよいよ販売点数の伸びも鈍化してきている。現状から考えると、来客数はこれ以上増えないので、いかに点数、単価を上げていくかの勝負となる(東京都)。
		スーパー(店員)	お客様の様子	・鍋物を中心とした秋冬商材が動き出している。新型コロナウイルスの影響により鍋のような集合食は敬遠される懸念があったが、今のところその気配はない。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・衣料品は3か月前よりも1割ほど売上が落ちている。また、住まいの品も、化粧品や頻度品、インバウンドの部分の前年割れとなっている。食品は来客数、売上共に前年よりも伸びている。全体としては前年並み、又は前年より若干良いだけで、決して景気が良いという状況ではない。
		コンビニ(経営者)	お客様の様子	・深夜の来客数、売上は伸び悩んでいるが、朝から夕方までは、ほぼ新型コロナウイルス以前に戻っている。特に、高齢客が増加している。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今のところ分からない。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・ついでの買いのようなものがない。本当に求めている商品を買っている感じである。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・前月はたばこ税増税に伴う駆け込み需要で販売量が増加したものの、今月は反動減で売上が低迷している(東京都)。
		衣料品専門店(営業担当)	来客数の動き	・今月は前半が悪く、特に土日の売上減少が目立っている。若い人たちは街に出ているが、やはり年配層の外出が少なく、先行きも不安なので、購買意欲が落ちており、売上は前年比80%で終わっている。
		衣料品専門店(役員)	販売量の動き	・10月も気温が高く、秋物衣料の売行きが鈍い。また、相変わらず低価格品ばかりで、高額品は売れない。

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
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・寒暖差の影響やテレワークの増加等の要因により、小型暖房器、加湿器などの売行きが好調である。また、アウトドア関連用品も好調に推移している。一方、都心のインバウンドは、中国の内需拡大政策もあり、期待は薄い。国内在住のバイヤーの活動も影を潜めている（東京都）。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが始まり、観光や飲食に消費の中心が移ると思っていたが、来客数や売上は予想より良い状態で推移している（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・一般ユーザーはそうでもないが、法人や個人商店の新車販売が大きく落ち込んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算の波も長続きはせず、販売量も大きく変わることなく推移している。
		乗用車販売店（渉外担当）	競争相手の様子	・競合他社の販売量も、新型コロナウイルス以前の水準まで回復したとはいえない。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新車の販売量は依然として好調を保っている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比較して落ちている（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・今月は前年の消費税増税絡みで、業績が乱高下している。総じて新型コロナウイルス関連商材が好調な一方、主力の医薬品や化粧品、調剤が良くないので、全体としては前年並みである。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・もう少し販売量が伸びると思っていたが、余り伸びていない。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・売上は前年の90%程度の踊り場にいる状況で推移している（東京都）。
		高級レストラン （仕入担当）	来客数の動き	・小口のレストラン利用客はやや戻ってきているが、大口利用や宴会利用がないため、相変わらず厳しい状況である（東京都）。
		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から全然戻っていない。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても、現在はパーティーが全くない分、売上が落ちており、かなり悪く、この先の見通しも立たない。パーティーが始まってくれば幾らかは良くなると思うが、今のところはゼロなので、難しい。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・客は会社から飲み会や会食は駄目、密にならないようにと言われているので、来店する様子がない。新型コロナウイルスには徐々に慣れてきたが、これから寒い時期に向かい、感染が広がるような気がするので、また客足が鈍る。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・6～7か月ぶりに、以前より客が来店するようになってきたが、やはり来店回数も少なく、まだまだ新型コロナウイルスに対して恐怖を感じているようである。「なかなか来られなくてごめんなさい」と言って様子を見に来ている感じで、頻繁に来店するような状況にはなっていない（東京都）。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・冬に向かって新型コロナウイルスとインフルエンザがどのように流行するかが不安材料である。Go To Eatキャンペーンもあり、当社は外食の来客数が増えているが、周囲の状況をみると大きく格差が出てきており、閉店する店もたくさん出てきている（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で団体旅行が全くなくなっている。団体旅行の需要がゼロであることは変わらない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが開始されたが、V字回復ほどの売上増にはつながっていない（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行はGo To Travelキャンペーンにより需要が回復しているように感じるが、キャンペーン期間が終われば落ち着くと思われる。先の予約が懸念されるが、少しずつ回復していく（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・前月は少し期待できる動きが出ていたが、今月はまた低調ムードに戻っており、受注が増えない（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
		通信会社（社員）	販売量の動き	・店舗での販売数が戻らないため、契約数が前年を下回っている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インターネット契約に関する客からの問合せが増えてきており、契約数も増加している。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビ、インターネット契約数は前年同月比でほぼ変わらない。新型コロナウイルスの影響はあるが営業活動は継続しており、前月からのトレンドも変わっていない（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、必要最小限の内容にする意識は相変わらず強いと感じる。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インターネット回線の新規契約は伸びている。在宅ワークの影響での増加だとみている。依然として人は外に出るのを控えている様子なので、まだまだ経済は回っていないような気がする（東京都）。
		通信会社（経理担当）	単価の動き	・客単価が毎月10円程度下がり続けている。売上総額が横ばいになり、新しく利用者が増えても、3か月後には売上総額が下がる可能性がある。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・個人客のゴルフプレー意欲は回復しつつあるものの、法人の接待やコンペ需要は低調である。会員制ゴルフ場では、来場客の多くをメンバーが占め、ピジターは少ない状況のため、設備産業という特性ゆえに、収益性の低い状態が継続している。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・政府が進める経済対策が少しずつ効果を上げているものの、まだ力強さに欠ける。8月までは来客数も戻りつつあったが、9月、10月とやや減少傾向にある。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・前年より2～3割減くらいの販売量となっている。客との会話のなかでもプラスになる要素が少ない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・打合せ等は多少できるようにはなったが、打合せのみで前には進まない（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・大きな変化は感じられない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は前月より落ちているが、10月はいつも月商が悪い月なので、それほど極端に悪くなっているとは思わない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・前年同期比でも受注量に大きな増減はなく、建設業は新型コロナウイルス感染拡大の影響を余り受けていないように感じる。良くはなっていないが、悪くなくてもいい。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・9月後半より来客数が圧倒的に減っている。天候が悪かったこともあるが、新型コロナウイルスの影響なのか、極端に少なくなっている。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競合店ができたため、集客が難しい。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・3～8月までは非常に良かったが、9～10月とトーンダウンしてきている。客単価はそれほど変わらないものの、来客数が徐々に落ちてきている。客の買物頻度が下がっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や買上点数は前年並みを維持しているものの、単価が上がってこない（東京都）。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・生鮮食品等の日持ちのしない物は堅調だが、新型コロナウイルス関連商材や、食品でも日持ちのする物については動きが止まっている。各家庭で相当備蓄されているようである。したがって、買上単価が下落し、売上の足を大きく引っ張っている（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・前年は台風19号が当県に上陸し10月12日（土）は全店休業した。今年は新型コロナウイルス禍のなか、来客数が前年度を割っている。
		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・前月辺りから、食料品への購買意欲が落ちてきているように感じる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年はコンビニ本体でのセールがあったが、今年はできないので、マイナスとなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・観光バス事業をしている取引先の話だが、新型コロナウイルスの影響で観光事業が全く不振のため、社員を一時解雇したそうである。バスも約6割を半値以下で販売し、当面の資金にしたと聞いている。新型コロナウイルスの影響で、まだまだ景気は悪くなっていく（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
		任関連専門店 (統括)	来客数の動き	・来客数が間違いなく減っている。客が自粛している、若しくはインターネット販売が増えているのは確かである。そのため来客数が減っており、衝動買いも少なくなっている。おのずと販売額も減っている。
		その他小売 [ショッピング センター](統 括)	お客様の様子	・赤字決算のニュースが飛び交い、将来不安の再燃がうかがえる。消費も停滞している(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチの来客数はやや戻ってきているものの、夜の人通りは依然として少なく、営業に大きな影を落としている(東京都)。
		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来客数が激減している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・利用状況は悪くなる一方で、昼間の利用も減っており、1日を通して利用が少ない日が続いている。利用回数もかなり減っているため、売上が上がらない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず深夜の客はいないが、それまでの時間帯の客の動きも全体的に少なくなっている(東京都)。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べるとさほど変わらないが、前年と比べると大変な落ち込みである。会社でテレワーク等が進み、サラリーマンがタクシーに乗らなくなっている。売上に関しては非常に苦労している(東京都)。
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・来客数、単価共に減少している。やはり新型コロナウイルスの影響で購買意欲が低下気味である。少し慣れてはきているが、今後の不安はやや大きくなっているように感じる。
		設計事務所(経 営者)	販売量の動き	・現在は、設計業務を受託することは非常に難しく、特に一般の設計受注は皆無といっているくらいである。企業においても新規の設計受注は難しく、営業活動自体も困難になっている。当事務所は行政の仕事が約7割を占めているので、指名を受けるべく、営業に力を注いでいる。
		設計事務所(所 長)	それ以外	・学校等の設計業務がなかなか出てこない。新型コロナウイルスの影響で工事ができないことと、予算も新型コロナウイルス関連に取られてしまい、回ってこない状況である。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。ここ数年、住宅の売行きがかなり落ち込んでいるところに、新型コロナウイルスの影響で気持ちが冷え込み、余計売れなくなっている。ホテルや商業施設などのテナントからの賃料収入も入らない。建設業も、このような状況では新規プロジェクトを始める気持ちにはならないようで、新しい工事がなかなか見当たらない。公共工事はあるが、工事原価が高止まりしているなかで受注価格は非常に低く、受注できても赤字となるため、誰も入札しないことがある。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約67%となり、やや悪い。3か月前と比べてもやや悪くなっている。新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛解除後は、それまで3~4か月動けなかった客が一斉に動き出したが、もう落ち着いてしまったようである。
		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が響いている。仕事の減額が大きくなり、大変厳しい。
	×	一般小売店[食 料雑貨](経 営者)	来客数の動き	・企業、団体等の宴会自粛の影響を受けている。
	×	一般小売店[印 章](経営者)	来客数の動き	・国会内で印鑑不要論なるものが取り沙汰されている。特に、行政改革担当大臣は、どこまで印鑑という物を認識したうえで不要だといっているのか。天皇陛下の印鑑で国が動いている。法務大臣の印鑑で死刑執行ができる。どの程度までが不要で、どの程度からが必要なのかははっきりしてくれないと、印鑑全てが悪いかのような印象を与える。
	×	その他小売[生 鮮魚介卸売] (営業)	販売量の動き	・Go Toキャンペーンが始まった頃から急に売れなくなった(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）	お客様の様子	・ランチは1人客が増えてしまい、新型コロナウイルス感染対策のために席を詰めてもらうこともできず、客単価は変わらなくても人数が減っている。ディナーに関しては、大阪府知事の発言の影響で4名以上の予約が入らない。このまま年末までいくと、やや苦しくなる。
	×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・取引先におけるテレワーク等の推進に伴い、来客数は低位安定の傾向にある。内部体制の見直しを早急に図る必要に迫られているのが現状で、対応可否が今後の損益の決め手になる（東京都）。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・10月に入って、我々の団体でもGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの取扱を始めたが、月末になっても利用があったというニュースが飛び込んでこない。街の様子は相変わらずで、周辺駅から帰宅する利用客は増えたが、新型コロナウイルスが収束しないなか、警戒心が高いようで、飲食店街からの利用客は少なく、売上が伸びていない（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・入出がなくなっており、人の動きが感じられない。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・35%プラスアルファの補助を受けて各地に旅行できるのは、国の補助金があることである。しかも、医療従事者や介護に携わる人などは置き去りである。この税金投入による活気は、先々どのように影響するのか不安である。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、あらゆる行事が中止になってしまい、不景気である。
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が徐々に薄くなってきている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月から当社特有の繁忙期に入り、受注量が増えている（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、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。今月は会社設立に関する法人登記印の注文が7本あり、多くなっている。薬局、農産物関係の会社、そして建築会社の子会社である。景気が良い人なのか、普通はつげなどの木製が多いのだが、珍しく2本とも象牙での注文をもらい、小さな特需ではある（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	・受注件数、金額共に前年6～8月期の目標に対して、達成率83%である。傾向としては、今年4月の受注件数及び金額が過去最低で、5月以降は前年比4～10%売上が伸びている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・インバウンド需要は全くないので、厳しい状況が続いているものの、3か月前と比べれば、まだら模様ながら例年並みの注文をもらえる取引先も出てきている。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前から比べると35%売上が増大している。自動車、産業輸送関係部品が在庫切れと聞いている。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・今月は減少幅が縮小してきている（東京都）。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の売上等の様子をみると、飲食業は厳しい状況だが、Go To Eatキャンペーンの効果もあり、少しずつ客足が戻りつつある。不動産業は、物件購入者が慎重になっており、販売は鈍く、やや低下している。最近では人手不足もやや解消されてきているので、企業が安定している（東京都）。
		金融業（役員）	競争相手の様子	・取引先企業の全業種で業況が改善傾向にある。特に、不動産業の改善幅が最も大きい。建設関連の需要も戻りつつあり、10月～来年3月は相応の回復が見込まれるとの話が多い。介護や医療関連は、新型コロナウイルスの影響で治療を中断していた高齢者が戻りつつある。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少しずつだが、来年度に向けて、各企業が調子の良い商材やサービスなどに宣伝費をかけて計画してくれるようになってきている（東京都）。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・政府による経済対策予算の執行に伴い、関連案件が動き始めている。	

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
		その他サービス業〔ソフト開発〕（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はあるものの落ち着いてきており、仕事も増えてきている。
		食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・原材料屋が、「在庫が余ってしまい、値引きするから買ってほしい」と言ってくるようになっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の動きは横ばいだが、他社を見るとやや下降気味のため、悪くなっていく方向ではないか。
		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減少した化粧品容器、特に口紅容器の受注に回復がみられず、厳しい状況が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は建設機械の部品を製造販売しているが、建機業界は一部のメーカーで前年並みの受注量に戻ってきている。前々年との比較では20%減であるが、今年上期に比べれば受注が戻っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商売していて感じるのは世の中が暗いということである。もっと積極的にやりたいのだが、自由がなくてできない。それが今の業績に反映されている。人の上に新型コロナウイルスが存在して自由を奪っている（東京都）。
		輸送業（経営者）	それ以外	・春先のようなゴーストタウン化した街の状況と比べると、国の景気刺激策等により活気を取り戻している感もあるが、ホテルや飲食店のにぎわいは戻っていない。特に、夕刻の時間帯は空席が目立っている（東京都）。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・スーパーや半導体製造装置等、一部の業種の輸送は好調だが、企業間の一般貨物の荷動きは低調なため、業績が改善しない（東京都）。
		輸送業（経営者）	それ以外	・企業のテレワークが影響している（東京都）。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物流量が増加しないなか、現状を打開する要素はなく、厳しい状況である。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・本来は繁忙期だが、まだまだ物量が増えず、収益も伸びてこない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・Go To Eatキャンペーンの影響が良いほうに出て、飲食店の状況が少しずつ戻ってきている。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・飲食業では徐々に客が戻りつつあるが、営業時間の短縮や3密対策での座席数減少などもあり、新型コロナウイルス以前の売上レベルには程遠い。製造業は今になって受注が減少しており、資金繰りが厳しくなっている。業種によってプラスマイナスがある。
		不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・Go Toキャンペーンによりホテル宿泊者数は増えているが、まだ体育祭やハロウィーン、祭りなどのイベントが本格的に回復しておらず、従来の来客数まで到達していない（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街をのぞくと、まだ新型コロナウイルスの影響があるのか、飲食店に本当に客が入っていない。窓ガラス越しに見ても席が空いている。経営者は大変である（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・様々な助成金を活用する事業所が増えている。特に、雇用調整助成金は延長する方が多いようである（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店などでは依然として新型コロナウイルス以前の来客数までの回復には至っていない。消費者の財布のひもは固い。
		税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響はいまだに大きい。Go Toキャンペーン関連の事業は多少上向いてはいるが、期間限定のため、その後が懸念される。ふだん着などの売行きはまずまずだが、高級衣料品の売上は激減している。着る機会がないのだから当然である。キャバインティの大きい居酒屋などは、多人数の宴会ができず苦しい。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業では相変わらず受注が低迷している（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	・回復の兆候もみられるが、例年と比べると受注量はまだ減少状態が続いている。
		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関係の仕事が継続しているので、しばらくこのままで売上が推移していく。

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
		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	・既存契約の単価引上げは引き続きペンディングだが、新規受注金額は現状を反映したものとなっている（東京都）。
		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	・いまだに地方での撮影の仕事が少なく、回復の見込みもない（東京都）。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・とにかくハンドバッグは駄目である。そのため、今のところは革で作ったマフラー等、ハンドバッグ以外の仕事をしている。何かしら仕事が回ってくるようになっていて、それだけでも助かる。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・民間工事案件が減少している。同業者も同じように案件がなくなっているとのことである。見積案件も少なくなっている。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社の管理物件に40年近く居住している方が更新の手続に来社した。タクシー会社に永年勤務し、定年を向かって退社したので、田舎に帰る予定だったが、新型コロナウイルスが収束するまでしばらくこちらに住むとのことである。受け入れてくれる田舎もあるが、大変なことである（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの収束が見通せないで、オフィス、店舗テナント共に影響が顕在化してきている。具体的には、オフィステナントはテレワークの浸透や売上減に伴う社員の減員などを理由に賃借スペースの一部を解約したり、店舗テナントが売上の減少に歯止めが掛からず閉店に追い込まれるといった事象が発生している（東京都）。
		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の影響でイベントがない。特に、当社は人を集める事業なので、オンラインなども難しい。
		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	・案件数が減ってきている（東京都）。
	×	出版・印刷・関連産業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で客の景気も低迷しているため、売上が減少している。
	×	出版・印刷・関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・年末に向け繁忙期に入る時期ではあるが、前年実施した案件が軒並み中止となり、前年比で5割にも満たない状況である。
	×	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、取引先の工事が少なくなっている。また、海外からの受注が少ないという話を聞いており、仕事が少なくなっている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から出される生産計画が悪い。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が希望価格でなかなか売れない。
	×	建設業（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仕事が止まっている。
雇用関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車関連企業の募集は前年比横ばいまで回復している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣社員の求人数は3か月前比で30%強と回復傾向にある。前年同月比では、今月は80%強となっており、これまでの約50%の水準からの回復が顕著となってきた（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・9月に比べて求人の動きが多少増えている。それに伴い、1社当たりの応募総数が減っている印象もある。前年の数字と比較しても、9月に比べてやや良くなっていると感じられる。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・求人数減少、求職者数増加の傾向に大きな変化はないが、求職者数については若干落ち着きが見え始めるとともに、優秀な人材の確保は少し厳しくなってきた。また、取引先から来年度の契約見直しの要請が出始めている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響により景気が後退し、ある程度底が見えてきた様子で、横ばいである（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は下げ止まり傾向にある。直接雇用を削減し、派遣スタッフで補充する内容の求人が増加しているとみている。年末や年度末に向け、直接雇用者が減少すると予想している。

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
		求人情報製作会社（営業）	求人数の動き	・前月と比べて特に大きな変化がないため、状況としては変わらない（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・中途採用の案件数が戻ってきているが、どの企業も用心深く採用しているように感じる。爆発的に良くなる感じはしない（東京都）。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、新型コロナウイルス以前と比べて7割ほどに戻ったまま、変わらない状態である（東京都）。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年と比べて新規求職者数の増加と新規求人数の減少は変わらないが、減少幅は鈍化しており、就職者数の減少幅も4月以降最少となっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新卒採用においては、2022年卒業生向けのインターンシップやイベントが開催されているが、例年より学生の動きが早いようである。来年は新型コロナウイルスの影響で厳しくなると想定している学生が多い（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・販売動向が不明のため、製造体制も様子見で不安がある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・自身も含めて周囲の消費動向に継続的な景気回復がない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、当面採用を止める会社が増えてきている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・緊急事態宣言の解除以降、求人数は若干回復傾向で推移していたが、9月後半より件数が減少してきている。また、派遣労働者数も減少傾向にあり、全体的に悪くなってきている（東京都）。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・首都圏の求人数は前年の6割、地方では5割を切っている状態で、改善の兆候がみられない。求職者があふれかえり、求人数が全く足りていない（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・景気が上向いてきたら仕事を振りたくいと、国の雇用調整助成金を使ってスタッフに自宅待機をさせていた客が、見通しが立たないからと、転職を促す動きをし始めている。

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)		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・10月に入ってから、Go To Travelキャンペーン利用客が急激に伸びている。例年、この時期は団体客がメインだが、今年は団体客の利用が全くないのに、家族やカップルなどのGo To利用で例年並みにまで売上が回復している。元々個人客しか受けていない旅館は絶好調と思われる。逆に、学校関係や団体がメインのところはまだ苦戦している。当館はその中間なので前年並みといったところである。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・除外されていた東京のGo To Travelキャンペーン利用が可能になり、週末を中心に一般客の予約が増えてきている。また、Go To Travelキャンペーンを使用するビジネス客も増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・10月1日に東京もGo To Travelキャンペーンの対象となり、宿泊売上が前年並みになっている。今月の伸びは前年の約2倍となっている。また、Go To Eatのお陰で、レストランの売上也前年同月をクリアしている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが始まり、国内観光客だけが、入込は前年並みに戻っている。
		ゴルフ場（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス対策について理解が進んだことから、予防の徹底を前提とした経済活動が再開されつつある。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は過去最高の葬儀件数である。通過点と思っていた目標件数も超えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの東京都解禁や、クーポン開始で予想以上に街に人が出ている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・ここに来てやっと、百貨店も自粛していた催事等も含めて、通常営業に戻りつつある。とはいえ、以前の売上には到底届かない。前年同時期は消費税増税後の反動による落ち込みもあったため、今前半はなんとか前年実績を超えていたものの、それも束の間である。

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
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・消費税増税後の反動減は少なくなり、新型コロナウイルスの影響も薄れつつある。来場者数の増加に伴って、新車販売は増加し始めている。
		自動車備品販売 店(従業員)	単価の動き	・10月に入り、客の外出や遠出が増えたため、来客数、客単価共に伸びてきており、景気が良くなってきている。
		その他専門店 [酒](店長)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンも含めて、週末は客がかなり動くようになってきている。その代わりに、平日はやや静かで、当店では今のところ関係はないが、中心部というか今まで人通りが激しかった場所では、出店していた大手の店が閉店するという話も、11月に掛けて多くなってきている。客の様子自体は、Go Toキャンペーン等や新しい生活様式に対応しながら、少しずつ動いている。
		その他専門店 [貴金属](営業)	お客様の様子	・以前よりは客足が戻ってきている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーン、地域振興券や応援券等の効果で、客足が戻ってきている。
		スナック(経営 者)	来客数の動き	・3か月前との比較なら少しだけ良くなっているが、前年との比較となると、依然悪い。人の足は新型コロナウイルス次第であり、感染者が増えてくれば減るし、落ち着いてくれば増えるの一進一退である。プレミアム付商品券やGo To Travelキャンペーン等の経済対策効果は出ている。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・個人利用は変わらず上向きの状況である。また、Go To Eatが始まったことで、飲食関係には非常にプラスとなっている。当県では一早く、誰でも分かりやすい「食事券」を始めたこともあり、大幅なプラス推移の後押しとなっている。ただし、法人の動きはないので、個人利用分で法人や団体の落ち込んだ分をカバーできているかといえば、そこまでの動きではない。コロナ禍ということで考えれば格段に良くなってきている。
		旅行代理店(副 支店長)	お客様の様子	・Go To事業が開始され、受注状況や来店客等は増加している。Go To事業の期間や給付枠が続く限り、この状況は継続する。東京都の対象除外の解除によって、地方の客の動きが出てきている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前月までは前年比70%台だったが、今は今のところ、82%まで到達できそうである。
		通信会社(社 員)	販売量の動き	・契約件数、問合せ件数共に、新型コロナウイルスによるコロナ禍以前の水準に戻ってきている。
		ゴルフ場(経営 者)	お客様の様子	・客単価を下げつつも来場者数を伸ばし、売上は確保している。新型コロナウイルスのコロナ禍のなか、せめて、自然の中で、少人数の仲間とゴルフをすることで、開放感を味わっているという様子を強く感じている。
		設計事務所(経 営者)	来客数の動き	・仕事の依頼数が多く、下請への発注も増えている。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスに対する警戒心は多少は薄れたようだが、街の人出は相変わらず寂しい限りである。これが新しい日常だとすると、ただ耐えるだけでは続けていけない。どう変えるかが悩みである。
		一般小売店[家 電](経営者)	お客様の様子	・社会全体がコロナ禍の生活に慣れてきたのか諦めなのか、落ち着いた生活がみられる。様々な振興策等により、多少の消費意欲は出てきているようだが、実際に動き出してみないと分からない。
		一般小売店[家 電](経営者)	お客様の様子	・なかなか客の消費意欲が感じられない。
		スーパー(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は徐々に落ち着いてきているが、まとめ買いによる買上点数は、前年と比べて増加している。
		スーパー(経営 者)	それ以外	・Go To TravelやGo To Eatが始まり、客の動きは大きく変わってきている。スーパーマーケットにとっては厳しい局面を予想している。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・アルコール類はそうでもないが、たばこの値上げの影響で、10月は来客数が減り、売上也厳しくなっている。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・相変わらず客足が悪い。

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
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税後であった前年同時期と比べても、来客数が伸びていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検や一般整備に関する問合せや、在庫台数はほぼ前年並みまで回復したが、車両販売は、客との会話からも依然として新型コロナウイルスの影響を受けていると感じる。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況や、それに伴う経済の不透明感からか、新規加入は低調である。
		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か月前と比べて客が戻りつつあり、売上も前年比70%まで戻ってきている。一方、団体予約はまだ戻っていない状況で、企業や育成会等の予約が前年同様に戻ることは期待できない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今年は新型コロナウイルスの影響で、余り運動をしないので、店に来る客も本当に数えるくらいしかない。学校でも余り運動をしないため、4月の学販時の販売以降、子供の関連商材は追加がほとんどない状態である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月の前年比は売上3%減、来客数7%減となっている。イベントや地区の行事もないなかで、健闘している。また、新規開拓で穴埋めしている部分もある。当地は前年10月13日の水害と翌年2～3月辺りからの新型コロナウイルスのダブルのダメージに苦しんでいる経営者が多い。当店はイベント関連の売上比率が高いので、どのように回復していくのか、多少不安がある。余り先のことは考えず、今の売上が伸びるように営業したい。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月はたばこや酒類の増税による値上げ前だったため、今月は反動で購買の冷え込みが大きい。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月はキャンペーンを行ったが、例年並みか例年より若干落ちるような状況になっている。やや厳しい状況で終わりそうである。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・客の様子と回答したが、新型コロナウイルスの影響で、まるで商売にならない。他にも理由はいろいろあるが、客が来ないことには、どうしようもない。
企業動向関連 (甲信越)		-	-	-
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・Go To事業の影響で、ホテル関係の受注が大分戻り、良い方向には向いている。
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・各種キャンペーンにより、客足は戻りつつある。売上も回復傾向にあるが、各メーカーとも在庫を抱えているので、今後の新型コロナウイルスの感染状況が心配である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事の受注量は少しずつ増えているが、商店街の出入は少なく、イベントも中止が多い。本来の姿になるには、もう少し時間が必要だと思われる。
		金融業（調査担当）	受注量や販売量の動き	・足元の県内企業の景況感が、低水準ながら7期ぶりの改善となっている。業種別でも製造業、非製造業共に改善し、最悪期からは脱却したとみられる。
		新聞販売店 [広告]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の第2波も懸念されるなか、少しずつではあるが、人の往来等も増え、受注に動きが出てきている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・イベント等の中止により、仕事が減っている。前年より低下している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・例年の季節商材受注に加えて、東京オリンピック関係の記念品受注の動きも僅かながらある。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・国内の新型コロナウイルス感染者は、徐々に落ち着きを取り戻しつつあると考えるが、欧州を中心とした世界各国の感染者が依然増加しているため、景気動向は厳しい。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・通常なら、寒くなるにつれ売上が良化するはずだが、なかなか上向いていかない。連続の販売目標未達も考えられる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に波がある。今月は仕事量が激減し、休業も行っている。
	×	その他製造業 [宝石・貴金属]（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き続き、催事での来場者数や売上が減少しており、特に、高額商材の販売不振が続いている。どこの店も、上顧客である高齢者の来店がないため、仕入れに慎重になっている。マスクを外す際に落ちやすいため、イヤリングの売行きが落ちている。

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
雇用 関連 (甲信越)		-	-	-
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・Go Toキャンペーン等の政府の施策が効果を表し始めている。宿泊、飲食業に動きが出てきた感がある。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・周辺企業の休業規模の減少などからも、やや良くなっている。
		求人情報誌製作会社(経営者)	周辺企業の様子	・現在は新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いているが、全体的に景気低迷が続き、求人広告件数は少ない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・雇用調整助成金の申請事業所をみると、飲食、宿泊や製造業からの申請が落ち着いている反面、建設、建築関係からの申請が目立ってきている。
	x	人材派遣会社(営業担当)	採用者数の動き	・前月より求人企業がさらに激減している様子で、ハローワークにも事務職種の求人が全くないと将来を悲観する相談者が多く、年末に向かって更に増えるともみている。当社の受注案件でも、「経済環境を見てから」とストップの掛かる企業もある。

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)		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びている。
		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。	

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きており、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%近くに近づいている。
		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、個人の旅行者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。

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	・入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が、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遡増状況であり、来客数や買上も一進一退の状況である。パ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。景気の良しあしは不明である。

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
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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、少人数での利用で売り上げは伸びない。
		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。
		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。
		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。
		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。
		タクシー運転手	来客数の動き	・客の数が全然戻らない。
		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。
		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。

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）	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Go To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	・Go To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、低迷が続きそうである。
		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り限り、景気は良くなりません。
	×	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。
	×	理美容室（経営者）	お客様の様子	・また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。

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
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控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係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。	

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
		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、いつ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か月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	・市役所の窓口に人があふれている。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、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。
	x	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		-	-	-

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
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続いている。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。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。
	x	-	-	-

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 (北陸)		商店街(代表者)	販売量の動き	・前年同月は消費税引上げの影響を受け、大幅に売上が減少した月ではあるが、久しぶりに前年並みの売上を確保している。週末を中心に幅広い年齢層が来店している。学会などコンベンションがなくなったが、家族での来店が増加傾向である。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で売上が底だったので、現在はやや回復傾向にある。とはいえ、前年ベースでは1割程度の売上減少で、景気が良いとはいえない。何とか商売を維持できるギリギリのラインに戻ってきたという状況である。

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
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが10月より東京都も対象になり、それから東京都を始め関東圏の人々の北陸への旅行や出張が日に日に増えている。新型コロナウイルス禍で閑散としていた駅周辺に人が戻り始めており、週末は旅行者や地元の人々でにぎわいを取り戻し始めている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月からGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンが発行され、東京発着も対象になり、個人客を中心に例年並みの集客ができています。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は65%、宿泊人数は65%、消費単価は106%である。宿泊者は個人客が中心となっている。サービスの提供レベルを維持するために一部客室を閉鎖して対応している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・デパートのイベント企画展や、近隣美術館の展示が久しぶりの大にぎわいで、その効果で商店街への回遊があったようである。新型コロナウイルス対策をきっちりしながらの対応であるが、久しぶりに笑顔が多くみられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果はすさまじい。キャンペーンが始まってから観光客が恐ろしく増えている。売掛金で伝票を起こすレジの手間が増え、当然売上もぐんと増えている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・来客数、販売量共に微増だが、一時に比べ回復傾向にある。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・各種Go Toキャンペーンによるテコ入れ効果で、目に見えて成果を感じている。
		コンビニ（営業）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、Go Toキャンペーンも始まっており、客の様子が少しずつ変化してきている。ただし、駅周辺の客の動きが鈍く、他エリアでのばん回が必要である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・売上は新型コロナウイルス流行前までにはなかなか戻らないが、Go To Travelキャンペーンや県独自のキャンペーンなどで人出は戻ってきているようである。特に映画のヒット作によって、目に見えて人出は増えてきているようである。
		衣料品専門店（店舗運営）	来客数の動き	・引き続きマスク関連の需要が高く、店頭で客を引き付けるアイテムとして機能している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・高単価の暖房強化型エアコンの売行きが良い。企業への新型コロナウイルス対策の助成金事業により、空気清浄機の売行きがかなり良い。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型車の発売が続き、特に週末の来客数は以前の状況に戻りつつある。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・国の様々な施策により、来客数及び販促に対する反応が良くなってきている。客の様子も明るく前向きに感じる。車の販売はまだまだ低迷している状況だが、暖冬が続き販売不振になっていた冬用のスタッドレスタイヤも例年以上に早い動きがあり、販売数も伸びている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・3か月前と比べて今月中旬以降の週末の来客数が戻りつつあり、全業種の販売量も増加傾向にある。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや市のキャンペーンによる利用があり、9月の4連休から家族での利用が大幅に増えている。しかし、団体旅行や接待利用がないため、例年の80%ほどの集客で推移している。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの効果か、観光客が少し戻ってきているようである。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・引き続き夜の飲食関係は高齢者などに敬遠され、当店も変わらずである。前年同月比の8割では、給料が出せない状態である。
		旅行代理店（所長）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンが開始され、東京都も対象となったことで更に動きが出始めている。

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
		タクシー運転手	来客数の動き	・10月からGo To Travelキャンペーンで東京発着分が対象になったことから、東京からの観光客が増えている。特に週末を中心にタクシーの利用が増えている。ただ、ウィークデーが良くない。地元の人はまだ外出を控えているようである。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・現在実施されているGo To Travelキャンペーンや地域共通クーポンの配布スタート、また東京発着が対象となったことにより、旅行をしようという空気がやや生まれつつあり、3か月前と比べて前年同期比での来客数がやや回復してきている。ただし、依然として団体客やグループ客、インバウンド客はほとんど動きがなく、個人客頼みの状況になっている。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・来場者数は平年並みかそれをやや下回る数値であるが、インターネット販売による売上が伸びている。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス対策製品や除菌製品等の売行きは良いが、本来のオフィスじゅう器や事務機器が低迷している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年10月は、消費税引上げ後の消費の冷え込みで売上高が前年比の15%減少と不振だった。今年10月はその反動で前年比20%の増加、一昨年と比べても2%増加の見込みである。食品物産催事やインポートブランドが好調に推移し、全体をけん引している。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・気温の低下が早く、秋物商材の動きが活発化した影響からやや持ち直している。しかし、セールや値引き商品など低単価に流れる傾向は継続している。旅行需要のバッグ、衣料品の購入もまだ大きな動きがみられない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年に比べて来客数の落ち込みが続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数に大きな変化がなく苦戦している。競合に対抗し、ポイント付与や販促を行っているが効果は小さい。客の来店頻度の減少傾向にも変化がない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の落ち込みが少し落ち着いている。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・前年は消費税引上げの直後であり比較できない。一昨年比ではほぼ変わらない。新型コロナウイルスの影響は少なくなってきた。
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・人の動きは少しずつ多くなっているようだが、まだにぎわっていないようである。外出等は目的を決めての動きに限定されているようで、慎重な様子が続いている。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車業界は比較的受注が順調で、経営実績も前年を上回っている状況である。飲食業界や観光関連業種はGo Toキャンペーン関連でやや改善がみられるが、この先いつまで効果が持続するのか不透明で、Go Toキャンペーン終了後の反動を懸念する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・酒を納品している店の経営者などは、Go To Eatキャンペーンで少しは客が戻ってきてくれることを期待しているが、どこまで戻るのか不安であると言っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の今年2月以来、最悪だった3～5月に比べると売上は若干回復してきているが、前年の6割減と大変厳しい状況が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンでは、観光バスや乗用車の利用は多いが、タクシーの利用は非常に少ない。日中に病院通いする高齢者のタクシー利用をみると、まだ元に戻っていない。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前と比較して、契約数、問合せ数共に同程度で推移している。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍でのマスク着用等によるトレーニングの制限に違和感を持ってしまい、休会や退会する会員がいまだにいる。
		美容室（経営者）	それ以外	・現在、いろいろな経済振興策の影響で売上は前年を維持している。しかし、Go To Travelキャンペーン等で都市部から観光客が訪れると、今は落ち着いている新型コロナウイルスの感染者が4～5月の頃のように地方でも増えることを心配している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築住宅の受注は一進一退の状態である。法人向けの店舗や事務所はやや不調である。

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
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数に変化がみられないため、景気は変わらないとみている。
		住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・住宅ローン控除期間13年の延長措置に対する期待が高く、正式発表がない現在は動きが止まっている状態である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・急に寒くなり、高齢者の人出が減っているようにみえる。土日は車の交通量は多いのだが、街中の人出は相変わらず少ない。車で外出はするものの、購買には結び付いていないようである。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・前年は消費税引上げがあった月であり、単純な比較は難しいが、衣料品を中心に買い控えが続いている。また、引き続き冠婚葬祭のセレモニー取りやめや規模縮小もあるため、それに伴って装いや贈答品も縮小しているようにみえる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来店する客は少しずつ増えてきているが、商品の購買意欲は積極性に乏しい。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・6月はキャッシュレスポイント還元事業の終了による駆け込み、7月は特別定額給付金の後押しがあり売上が好調であったため、現在はやや悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響があるせいか、全体として来客数が減っており、販売についても比例して減少している。また、新商品待ちの買い控えも発生しており、厳しい状況が続いている。
		通信会社（店舗統括）	販売量の動き	・携帯電話本体の販売数が、以前と比べて落ち込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月は客の動きが少なく、契約数、契約高共に少なくなっている。住宅受注に新型コロナウイルスの影響は少なかったが、これからじわじわ間接的な影響が出てくるとみている。
		×	スーパー（店舗管理）	来客数の動き
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	・特に変化はないが、非衣料分野の生産状況はいつもと同じで低位安定している。一方、衣料分野は新型コロナウイルスの影響で非常に苦労している。受注生産が余りない状況で、4～6月と7～9月の期間は相当悪く、どうにもならない状況まで来ていた。しかし、10月以降については先行きがみえてきている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の景気の谷は8月だったとみている。
		精密機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・取引先への売上は全体的に前年を下回っているものの、国内、海外共に単月レベルでは前年を上回っている拠点も出てきている。2～3か月前に想定していたものと比べて速いペースで回復している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は公共事業が主体の土木建設業者だが、中型の工物件が順調に受注できている。
		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もと、Go Toキャンペーンを始めいろいろ手が打たれているものの、前年比で市販用製品は微増の一方で業務用は大幅減少である。結局トータルでは前年割れといったパターンが毎月のように繰り返されている。一巡する来春までこの傾向は続くだろうと考える。
		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り、経済活動も少しずつ回復してきているが、自粛等の影響はまだ大きく、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	・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、国内、欧米全ての市場で受注が増えていかない。
		輸送業（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが企業活動を抑制している。
		通信業（営業）	取引先の様子	・業種により異なるが、現状では各種補助金の活用等により、投資意欲は一時的に回復傾向にある。ただし、各企業の売上が上がらない限りは長続きしないと考える。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の売上や業況は多少回復傾向にあるが、前年比で15～20%程度下回っているところが多い。相変わらず改善の見通しが立っておらず、補助や助成等の政策頼みの状態が続いている。
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・忙しい人よりも、仕事が少なく不景気だという人は同業者の半数以上である。	

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
		司法書士	取引先の様子	・相変わらず新型コロナウイルス関連の助成金や補助金申請に絡んだ書類作成依頼が多い。経費等を抑えるための資本減少、親会社による子会社への資金援助のような案件も多いが、新会社の設立や、親から子あるいは関連会社へといろいろなパターンの事業承継案件も多い。
		税理士（所長）	取引先の様子	・取引先の建設業や製造業の状況が非常に悪く、下落傾向となっているため、少し心配である。新型コロナウイルスによるショックで大きくマイナスになった飲食業や観光業はプラスになってきたので良いのだが、製造業、建設業の受注状況が非常に悪化していることが懸念材料である。
	x	*	*	*
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・各種Go Toキャンペーン事業など、新型コロナウイルス対策の行政による各種予算が執行され、一部業種では少しずつではあるが需要の回復が進んでいる。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・依然として求人数が伸びない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・季節的な業務に対する求人数並びに対応機関が例年に比べて縮小されている。自社社員を活用するため、外からの人材を必要としていない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍で落ち込んだ求人が復活してこない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・やはり4～7月までの新型コロナウイルスの状況が響いている様子である。なかなか企業から元気な声が聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と求人数がほとんど変わらない。宿泊業、飲食サービス業の回復が遅い。
		民間職業紹介機関（経営者）	周辺企業の様子	・派遣先の企業で、生産減少に伴う一時休業が導入されて半年経過したが、まだ元の勤務体制に戻っていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年の同時期に比べて求人社数が少ない。
	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)		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・10月1日から、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンが発行され、それを使用するために来客数が増加している。また、関西地区ではGo To Eatキャンペーンの食事券が10月14日から奈良、京都、大阪で発行されているため、来客数が増えている。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・政府によるGo Toキャンペーンもあり、客の様子も良い方向に向かっている気がする。単価は低いが、人数もかなり増えている。特に、若い女性のグループが増えており、周囲の活気も少しずつ戻っていると感じる。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・10月に入って、Go To Travelキャンペーンによる宿泊の動きが飛躍的に伸びてきた。10月までは、連休や休前日のみの利用にとどまっていたが、10月以降は平日でもほぼ満室の状況が続いている。宿泊単価も伸びており、販売量も前年並みに回復している。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果により、高級な宿泊施設に予約が集中し、単価が上がっている。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンで、国内旅行の予約は前年比で200%の勢いをみせている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、前月と変わらず、インターネットサービスの申込件数が増えている。回線速度が毎秒10ギガバイトといった高機能メニューも少なからず増えている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は1万88円で、3か月前の8620円よりも上がっている。

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
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は前年に消費税増税で落ち込んだ反動があるため、一概にはいえないが、インバウンドを除けば前年の水準を上回っている。食料品、身の回り品だけではなく、食堂の売上も前年比でプラスとなっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・7月上旬から来客数は増えつつあったが、8月には新型コロナウイルスの感染が再拡大し、景況は再び悪化していた。その頃に比べると、来客数は随分回復しており、それに伴って売上も上向きつつある。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・入店客数の前年比が、3か月前の30%減から25%減へと、少し戻ってきている。
		百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・現状は感染が大きく広がっていないほか、一連のGo Toキャンペーンで、外出行動を控える傾向が変化しそうである。これまで以上に購入品に広がりが見られるほか、新型コロナウイルスの感染拡大以降、減少傾向にあった高年齢層の来店が戻りつつある。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・前年は消費税増税の影響で低迷したが、今年も新型コロナウイルスの影響で低迷している。売上の前年比は20%減と、9月よりも良くなっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・来客数が以前の状態に近づいている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・各種クーポンによるキャンペーンや、イベントの再開で人の動きが良くなり、来客数の前年比は9月よりも7ポイント改善している。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・10月中旬から気温が一気に低下し、ニットやアウターの動きが本格化している。特に大きな催事などはなかったが、入店客数も回復の兆しを見せており、購買意欲の高まりを感じる。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・10月に入り、前年の消費税増税の反動もみられるが、気温の低下やGo Toキャンペーンの効果もあって外出の機会が増え、中間層向けのファッション商材の動きが良い。富裕層による購入では、特選ブランドや美術品が好調である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年の消費税増税後との比較ではあるが、ほぼ前年に近い売上となっている。来客数も回復傾向にある。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる影響への支援策として、自治体によるキャッシュレス支払を対象としたキャンペーンが行われた。キャッシュレス決済には30%還元という特典の付くものもあり、対象店舗の売上が伸びるなど、全店の売上を若干押し上げる結果となっている。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・Go Toキャンペーンの利用などで、今まで止まっていた交通や宿泊、観光、買物の動きが出てきたように感じる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣企業で働く人口は相変わらず戻っていないが、Go To Travelキャンペーンの影響もあって、周辺のビジネスホテルの宿泊客が少し増加している。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・コンビニエンスストアでは、Go To Eatキャンペーンのチケット発行のレシートが足りないくらい、来客数が増えている。ただし、購買単価はさほど変わらない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が少し和らいでいる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・近隣で工事などが始まり、ふだんよりも来客数が増えている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前月と同様に、3か月前に比べると来客数、単価共に上向きつつある。一方、前年比で見ると少し悪くなっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染への不安も少し和らぎ、客の購買意欲が戻り、販売量が増えている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数は徐々に回復している。商品単価は少し低いものの、来客数の大半に購買意欲がみられ、見込み客となるケースが多い。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車の販売が活発化しており、仕入れ元であるオートオークションの相場も高騰している。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・景気減退の反動かもしれないが、目標を低めに設定していたため、達成でき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
		その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・消費者の間に、新型コロナウイルスと共生する意識が浸透している。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・3か月前と比べて良くなっているものの、回復のスピードは鈍い。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・Go To Eatキャンペーンの効果で、新規の来店客が大きく増えている。
		一般レストラン (企画)	販売量の動き	・来客数、客単価共に前年比で改善傾向にあり、少しずつではあるが回復している。売上の前年比は約90%まで戻っている。
		観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンなどの政策効果が徐々にみられる。ただし、高級ホテルの稼働は好調のようであるが、当社のような一般向けのホテルは、まだ恩恵を受けていない。
		都市型ホテル (フロント)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが浸透し、出張を解禁する企業も増えたことで、稼働率が上がってきた。ただし、キャンペーンによる割引での利用が中心のため、収入増にはつなげていない。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの恩恵は、週末に限られてはいるが、一定の効果は出ている。また食堂に関しては、Go To Eatキャンペーンの効果もあり、順調な回復が進んでいる。ただし、一般宴会には回復の兆しが全くみられない状況である。
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊については、東京がGo To Travelキャンペーンの対象地域になった影響もあり、休前日や土曜日は90%を超える稼働率となっている。またレストランでは、地域共通クーポンの取扱や、Go To Eatキャンペーンの開始により、売上は増加傾向にある。
		都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・ホテル全体でやや上向いている。客室部門はGo To Travelキャンペーンの効果で、前月に比べて稼働率が32%から43%にアップした。単価は変えておらず、周辺のホテルも同じように稼働率が上がっている。また、レストランもGo To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンの影響で、来店人数が徐々に増えている。
		都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンのお陰で、前年には及ばないが、客足は増えつつある。感染拡大の防止に努め、新しい生活様式に対応しながら、新型コロナウイルスと共存する時期がきている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの特需が発生している。
		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が少し落ち着いてきており、止まっていた商談が動き出している。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンなどの各施策により、今まで外出を控えていた層の動きが増えていることは間違いない。
		観光名所(経理担当)	来客数の動き	・10月1日から、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンが配布され、来客数が増加したように感じる。
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	来客数の動き	・9月の大型連休頃から、来客数が増えている。今年は新型コロナウイルスの影響や、消費税増税の反動減といった特殊要因が多いものの、来客数は回復しつつある。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・イベントの開催がやや増えている。
		美容室(店員)	お客様の様子	・新たな客から、メニューや予約方法についての問合せが入るようになり、ファッションに関する動きを感じる。
		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感染が続くなかでの生活が安定してきたのか、前向きな相談が増えている。

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
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・少し客足が戻ってきたように感じたが、近隣で感染の噂が出ると、たちまち客足が途絶える。この1か月の動きをみると、その傾向がはっきりと表れている。また、Go To EatキャンペーンやGo To Travelキャンペーンに人の興味が向かっているため、個人経営の小さな路面店にお金を落としてくれる要素はない。
		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との共生とはいっても、まだまだどのような形になるのかは不透明である。企業の間でも、支出を増やしてよいという判断にまだまだ至らず、慎重な印象を受ける。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・過去3か月との比較では、来客数は前年の80%に回復したが、客単価は低下したままである。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は若干伸びているが、前年に比べると20%は落ち込んでいるため、良いとはいえない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・外出の自粛解除後、一時的に少し動きが出たが、ゴルフ場などは再び動きが止まりかけている。全体として正常な動きが戻るまでには、少し時間が掛かる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・客は、先行きを考えて買い控えを行っている。当社は高額品を扱っているため、動きがない。
		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、相変わらず販売量の動きが今一つである。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前年の消費税増税による反動増で、直近でいえば今月は前年比で最も良く、売上が前年を上回る店やアイテムも散見される。ただし、特殊事情を除けば、客は決して購買に積極的ではなく、消耗品や必需品以外の商品は依然として厳しい状況にある。一部の富裕層を除き、消費については消極的なまま変化はない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月26日までの当店の入店客数は、前年比で0.6%減、売上は4.2%減とやや苦戦している。一方、担当の食料品は店頭売上が7.0%増と好調を維持している。基本的にはギフト需要が苦戦しているが、自家需要の生鮮品や総菜は非常に堅調な動きであり、当面は大きな変化はないと考えている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数は引き続き、前年の75%程度で推移している。新型コロナウイルスの影響は続いており、百貨店の主力客層である、高齢者の来店が目立っている。
		百貨店（販促担当）	お客様の様子	・来客数をみても、人の動きが活発化している。ただし、衣料品や雑貨などのファッション領域では、まだ動きが鈍い。一方、新型コロナウイルスの影響で控えていた催事が好調に推移しているなど、身近な場所で楽しむ動きは活発である。また食品に関しても、気温の低下に伴って鍋関連も動き出し、好調に推移している。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・前年の消費税増税の実施による反動が予想されたが、売上は前年比22%減と苦戦している。また、来客数も15～20%減が続いている。特に60歳以上の客が戻ってきていない。
		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第2波が徐々に落ち着き、都市部の店舗も来客数は前年に届かないものの、少しは改善している。ただし、売上に改善傾向はみられるものの、前年が消費税増税や台風によって落ち込んだ影響が大きく、2年前との比較では改善がみられない。一方、買物行動の変化はお歳暮の購入が目立っており、店頭売上が前年割れとなるなか、ネット受注は倍増し、お歳暮の売上全体を押し上げて好調に推移している。
		百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・特別定額給付金の給付などがあり、今月の景況は、新型コロナウイルスの感染が比較的落ち着いていた3か月前のほか、前年に比べてほぼ横ばいである。感染の第2波で苦戦した8～9月に比べれば、やや改善している。インバウンドのほか、3密の回避で中止している物産展の実績などを除けば、消費税増税後であった前年の実績は上回っている。ただし、時計や宝飾品、海外ブランドは好調な一方、高齢者がターゲットの婦人服などは不振が続く。

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
		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で、インバウンド売上がほとんどないほか、国内客の来客数も前年を下回っている。一部の富裕層による、時計や海外ブランド品の購入はあるものの、中間層向けの婦人服や紳士服の売上は、非常に低調である。
		百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・相変わらず、インバウンド客はほぼゼロが続いている。国内客についても、Go Toキャンペーンの影響などで、特に目立った動きはない。
		百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・9月後半から気温が下がって季節商材が動き出し、一時的に入店者数や売上が伸びたが、10月に入って客の購買力がなくなっている。平日だけでなく、週末も来客数が少ない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・以前からの新型コロナウイルスの影響が続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は回復傾向にあるが、まだ完全には戻っていない。食品は、来客数の減少を売上点数のアップでカバーしてきたが、外食が戻りつつあるのか、その恩恵もなくなってきた。衣料品や住居関連は、10月は消費税増税の翌年ということで好調に推移しているが、旅行関連やシニア、冠婚葬祭関連は苦戦が続く。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、家内消費の園芸やDIY関連などが、依然として好調である。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が徐々に増えつつある一方、消費状況に大きな変化はみられない。外食に徐々に客が戻りつつあるものの、内食志向が定着してきた感もある。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・10月は家電の販売が落ちる時期であるため、景気は低迷している。ただし、新型コロナウイルスへの対策で地域事業者への助成金があり、エアコンや空気清浄機などの需要があるため、落ち込みは少ない。
		住関連専門店（店員）	お客様の様子	・少し前よりも、客が興味を示す商品の単価が低くなっている。
		その他専門店 【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンの効果が続いているが、対象は旅行や飲食業が中心である。ドラッグストアは引き続き新型コロナウイルスの関連商品が好調とはいえ、今年の前半のような勢いはない。ただし、前年比でみれば、マスクや消毒液、体温計などは好調であり、いまだに販売量は多い。
		その他専門店 【宝石】（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、内閣も変わったが、株価は安定しているため、今のところは売上が安定している。今後は分からないが、今のままの動きであってほしい。
		その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・外食では新型コロナウイルスの影響がまだあり、特に歓楽街では接待などの法人利用がないため、まだまだ改善していない。
		その他専門店 【ドラッグストア】（店員）	単価の動き	・新型コロナウイルスの関連商品の動きも落ち着き、在庫が過剰気味になってきた。1人当たりの客単価も低下している。ただし、広告やクーポンを出した日はまとめ買いの傾向がみられるなど、客は価格に敏感になっていると感じる。
		その他専門店 【宝飾品】（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響だけとは言い切れないが、前月と変わらず、来客数、販売量共に停滞したままである。
		その他小売 【インターネット通販】（企画担当）	お客様の様子	・売上は前年を下回る状況が続いている。主力の婦人服についても、外出の機会の減少もあって厳しい。一方、菓子や総菜といった持ち帰り品については、前年を下回っているものの、マイナス幅が縮小してきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、特定地域のGo To Eatキャンペーンを使って、週末に都心部で外食する人が増えている。特に、週末は商店街の人通りが少ない。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン関連などの引き合いは強いが、終了後の落ち込みが不安である。大型宴会や宿泊の団体客の動きが予想できないなか、景気の判断は難しい。
		タクシー運転手	来客数の動き	・気候が良くなれば、タクシーの利用は減る傾向となるが、今年はGo To Travelキャンペーンで多少は増えている。ただし、テレワークの影響か、企業による利用が減っているため、全体としては変わらない。

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
		美容室（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は続いているが、店に新しいスタッフが入り、その紹介で新しい客も少し増えている。
		美容室（店員）	来客数の動き	・購入単価の高い客と低い客が二極化している。集客が増えている分だけ、売上が伸びている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンションの販売センターへの来客は、緊急事態宣言以降は一定数みられる。特に、郊外の低価格物件には、住宅の広さを求めるニーズが高まっている。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響と考えられるが、契約が減少傾向にある。
		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は減少しているものの、出展企業の契約数は前年と変わらない水準に回復している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンなどにより、旅行や飲食には少しずつ回復の兆しが見られる。不動産の販売では、低価格の新築一戸建ては非常に好調である。特に、新婚層を中心に若年層の購入が増えている。ただし、高価格帯のマンションや一戸建ては、どちらも回復は鈍い。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・以前に比べると、商店街でも買物客の姿をみるようになった。ただし、実際の販売量は前年よりもかなり落ち込んでいる。新型コロナウイルスの影響とはいえ、衣料品シーズンに入った秋口に、売上が大きく落ち込む状況はとてつらい。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・前年の消費税増税による落ち込みの反動で、今年は伸びるはずであるが、増税があった商品群に伸びがみられない。家庭での食事が増えているなか、必需品である生鮮品の相場が上がっていることで、何とか前年以上の売上を維持している状況である。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増えるにつれて、来客数が減っている。特に、平日は顕著である。週末は回復がみられるものの、まとめ買いの客がやや多くなっている。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・当初の予想よりも売上の上振れが続いており、外食から中食へという消費行動の変化を感じる。ただし、徐々に販売量、来客数共に落ち着き始めており、徐々に収束していくことが予想されるが、新型コロナウイルスの発生前の状況には戻らないと感じる。
		スーパー（社員）	競争相手の様子	・前年比で売上は増加している。これは前年の10月が消費税増税の影響で落ち込んだ反動と考えれば、食品需要はやや低下傾向にある。競合各社のチラシでも、価格訴求の動きが強まりつつあると感じる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・なかなか外食する人が増えないため、飲食店の動きが悪い。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの発生以降は、来客数が減ったままである。Go Toキャンペーンなどで人は動いているが、当店は諸事情により登録していないため、特に恩恵は受けていない。
		家電量販店（店員）	競争相手の様子	・顕著に感じるのが、極端な値引きの動きである。当社が手掛けている住宅設備では、本来必要な工事代を丸ごと値引きする競合企業が出てきている。目先の売上を重視し、無理な値引きで仕事の質を落としている状況であり、本来は客に迷惑を掛けず、信頼感をもって仕事のできる状態が望ましいと感じる。
		家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・巣籠り需要も一巡し、消費をけん引する商品が少ない。気温が下がってきているため、暖房器具が少し売れ始めている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・10月から少しずつ引き合いなどが増え、客足が戻ってきていると感じる。
		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	・新型コロナウイルス対応のマスクや消毒液などが行き渡ったからか、受電量、受注量共に減っている。
		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、足元は国内旅行の予約が少し持ち直してきたものの、欧米での感染の拡大が連日報道され、客の不安感が高まり、少しブレーキが掛かっている。

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
		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インバウンドの増加は見込めず、繁華街などのクラブでも、感染を避けるために企業の接待や会食が減っている。タクシーの営業も、大口の需要は少なくなっている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	それ以外	・今後、給与やボーナスの減額が予想される。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・電話で連絡の取れない客に直接訪問してみると、夜逃げしたように空き家になっていたケースがあった。不景気を肌で感じる事例が出てきている。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・ほとんどの店の売上が9月よりも悪くなっている。
	×	一般小売店〔花〕（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響はかなり大きい。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・洋服を購入する高齢者が買物に出掛けなくなり、売上は前年比で40%減となっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・秋も深まっているにもかかわらず、来客数が伸びない。Go To Travelキャンペーンは景気を多少押し上げていると感じるが、地元での飲食を伴う会食が制限されており、洋服の需要が伸びない。商店街では、人通りが一番多い場所で、空き店舗が目立ってきている。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・テレワークや特別定額給付金、猛暑によって客の購買意欲が上がったため、下期に購入するはずであった客も、上期に一気に購入してしまっている。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・季節的に来客数が減る時期であるが、今年は特に落ち込みが激しい。バーゲンセールを行い、販促も工夫しているが、苦戦が続いている。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・この半年は新型コロナウイルスの影響が続き、以前から購入を予定していた客からの受注で何とか維持してきたが、新規の客がなかなか獲得できず、売上回復の見込みは立っていない。
	×	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いており、来客数の回復は緩やかで、経営への影響は特に厳しい。Go To Travelキャンペーンや地域共通クーポン、Go To Eatキャンペーンが本格的に始まったが、利用者は少ない。一部の繁華街や外食店では売上が増えているが、投資のできる資金力のある店が多く、弱小店舗への恩恵は少ないと感じる。
	×	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により、様々な業種の客の間で、住宅の購入意欲が薄れている。
企業動向関連		*	*	*
(近畿)		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな流れとしては回復傾向にあるが、回復したと思えば悪くなり、悪くなったと思えば少し良くなるなど、まだまだ非常に不安定である。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車用の電装部品関連の出荷が、急激に回復している。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンといった国の施策もあり、3か月前と比べると、人の動きが戻ってきている。景気は少し回復基調にあると感じる。
		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大幅に落ち込んでいたが、9～10月に掛けて受注量が急激に改善し、感染拡大前の水準に戻っている取引先もみられる。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年に比べるとまだまだであるが、5～6月を底に、売上は徐々に戻りつつある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・とても景気は良いとはいえないが、個々の企業が何とか浮かび上がるために対応するなかで、少し状況に慣れてきたのか、取引が小さいながらも増えている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少しであるが、受注が増えている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	取引先の様子	・新聞折込の量がやや回復している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・夏頃に比べて、広告を再開する企業が増えてきた。ただし、新型コロナウイルスの発生前には程遠い。

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
		経営コンサルタント	取引先の様子	・9月の大型連休以降、Go Toキャンペーンが進むにつれて、外出は増加している。ただし、人通りは増えているが、売上は増えていない。
		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	・緊急事態宣言の解除後、今月は最も高い売上となった。ただし、前年比では70%前後の水準である。明らかにGo To Travelキャンペーンで東京が対象になって以降、特にターミナル駅の店舗で週末の売上が伸びている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスによる外出の自粛で、夏場に掛けてイベントがなかったため、需要は低迷していたが、食欲の秋に向けて徐々に良くなってきている。外食向けは依然として低迷しているが、家庭内需要は回復している。
		食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・今月は特に連休もなく、Go To Travelキャンペーンの影響もみられない。観光地への客足はまだ鈍く、売上が伸びていない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年に比べると減少しているが、3か月前からは変化がない。
		出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響でコスト削減の動きが続いており、依然として厳しい状態である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は減っているが、多品種少量生産の案件が増え、バタバタしている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・元々取引先の業況是最悪の状態であるため、この先の景気も悪いままとなる。この意味で、現状から大きな変化はないと感じる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・先は分からないが、新型コロナウイルスの影響が少し落ち着いたと感じる。
		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影響で落ち込んだため、売上が前年を上回る状況は想定どおりであるが、2年前と比べてもプラスで推移している。テレビのほか、冷蔵庫やエアコン、洗濯機などの大型の白物家電、空気清浄機、掃除機などが堅調な荷動きを示している。
		建設業（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、業績が悪化している企業の設備投資は鈍くなっている。ただし、現状は設備投資に慎重にならざるを得ないが、体力のある企業は、先を見据えて新たな計画を進めている。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス関連の融資が増えている影響が、周囲では余り厳しい話が聞かれない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここへきて受注が足踏み状態となっている。感染がやや落ち着き、もう少し動きがあると予想したが、大きな変化はない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・奈良では家具の売行きが良いが、他府県では売上が少し落ちている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で受注量は少ない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年を大きく下回っている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たず、第3波が来るとの予想が多い。感染の収束後、どのように回復の道筋をつけるかが、重要な課題となっている。
		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	・新型コロナウイルスの影響が続くという環境のなか、物の動きが減ったまま、余り変化がみられない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社が取り扱っているタオル関連では、イベントの中止や企業のノベルティ需要の激減、葬祭の取りやめ、ビジネスホテルの稼働率低下などで、大きく需要が後退している。その一方、ホームセンターや量販店の店頭では販売が好調であるなど、需要のばらつきがみられる。業界全体の売上前年比は85%程度と、落ち込みが続いている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・まだ出張などによる商談は難しく、設備投資などの案件の情報が入ってこない。

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
		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費者向けイベントでの販売がメインとなるなか、入場制限下での販売はコストの上昇につながり、利益面でのリスクがある。販売数は今も、前年比で55%という状況である。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、3か月前よりも景気が戻ってきているという声は少ない。
		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、経済の回復は望めない。
	x	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・アパレルや飲食の店舗が順に閉店している。それに伴って空室率が上がり、家賃が下がっているため、景気は悪い。
雇用 関連 (近畿)		-	-	-
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・3か月前と比べると、求人数は戻ってきているが、力強さはない。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・下半期に入り、徐々にではあるが、求人数が戻ってきている。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどで、経済活動に少しずつ効果が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・営業先で話を聞く限りでは、少しずつ景気は上向いている。ただし、欧州で再び新型コロナウイルスの感染が急拡大しており、まだまだ先が読めない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンの影響で旅館に予約が殺到しており、旅館業界を中心に景気が戻りつつある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの発生以降、新規求人倍率は1倍台で推移していたが、9月は2倍台に伸びた。数字上は回復傾向にあるが、製造業関連の求人が増えていない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・感染症対策として、一定の取組が進んでいる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・産休の代替といった期間限定業務や、販売や電話のオペレーターなど、新型コロナウイルスの影響を大きく受けた職種の求人数が増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・9月は求人件数も戻りがみられたが、10月に入ると増えておらず、悪いまま変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞の求人数に景気の方向性を示すような動きはみられない。Go To Travelキャンペーンなどの支援策で、内需は回復傾向にあるものの、欧州などでは新たな感染の拡大がみられ、企業の景気回復に対する不安は残っている。求人数が増加を示すまでには、足元の景気はまだまだ力不足と感じられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・9月の大阪の有効求人倍率は、季節調整値で1.12倍と前月よりも0.02ポイント低下した。低下は9か月連続である。有効求人数が0.5%減、有効求職者数が1.5%増と、求人数は減少しているものの、減少幅が小さくなっていることから、全体的な判断は前月と変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・自分自身を含め、周囲でも、この半年はほとんど外食していない人が大半であった。新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、経済の活性化策も余り効果がないと考えられる。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・下半期に入り、今まで目立っていたIT関連技術者の需要が9月末で減少した。今までとは異なり、最近はやや採用が決まらなくなっている。景気は年末、年度末に向けて右肩下がりとなりつつある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は7月に前年比でマイナス50%台に落ち込んだ後、8～9月にはマイナス20%台まで持ち直したが、10月に入って再びマイナス50%台の状況が続いている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・3か月前と同様に、21年卒の新卒求人数は前年に比べて減少傾向にあり、更に選考基準が高くなっている。10月1日の内定式を経た時点で、例年であれば内定辞退に伴う追加募集もあるが、今年はその話を余り聞かないため、企業が採用数を増やす意思はないと感じる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・大学生の内定率がかなり悪い。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・一般事務の求人がほとんどなくなっているほか、12月で採用活動を終了する企業が多いと聞く。	

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
	x	-	-	-

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)		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・予約宴会の来客数は、依然として、前年の85～90% 台で推移しているが、ランチタイムやディナータイム の一般の来客数は前年を上回っている。食事主体の利 用が大半で、アルコール類の利用客は前年の75～80% となっている。このため、客の滞在時間は従来より短 くなっている。
		都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で予 約数が回復してきている。
		通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスが常態化し、感染予防の生活習 慣が定着したことで、日常の経済活動に戻りつつあ る。新サービスや更新への関心度が元に戻り、ネット 需要も以前より高まってきている。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・飲食店等はいろいろな支援策で少しずつ回復してい るが、小売店はまだまだ良くなっているとは到底言い 難い。
		一般小売店 [茶](経営 者)	来客数の動き	・少しずつ観光客も増加しているように感じるが、売 上は増加していない。
		一般小売店[印 章](経営者)	販売量の動き	・Go Toキャンペーン等の影響か、人の動きが多 少良くなっている。
		一般小売店[眼 鏡](経営者)	来客数の動き	・来客数は前年の8割程度まで戻ってきている。
		一般小売店[洋 裁附属品](経 営者)	お客様の様子	・イベントが開催されたため、客の動きが多少出ている。
		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が少し落ち着いてきてい るが、前年と比べると厳しい。7月はバーゲンセー ル、今月は定価商品という違いもあるが、上旬に比べ 急に気温が下がっていることもあり、中旬以降、羽織 物などが動き始め、売上も少し回復している。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・例年であれば10月にコートなどの重衣料が動き出す が、リモートの傾向が強くと、外出する人が少ないた め、動きがなく、ジャケットさえ厳しい状況である。 ニットや羽織物が動くくらいで、客単価も上昇せず、 3か月前よりははや良くなっているものの、厳しい状 況が続いている。
		百貨店(営業企 画担当)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンにより県外客の動きも回復 してきている。前年に消費税の引上げ後の買い控えが あったため、今月の実績は前年を上回っている。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・前年に消費税の引上げで落ち込んだため、今月は前 年を上回る来客数、購入金額になっており、売上も増 加している。
		衣料品専門店 (代表)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン利用客が衣 類を探しに来るケースが増加している。今まで自粛し ていた人も徐々に動き始めている。
		家電量販店(販 売担当)	販売量の動き	・高単価な物がたくさん売れるようになっている。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・販売量が増加している。
		乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・呼び込み活動に抵抗がなくなってきたとあり、展示会 でのにぎわいも戻りつつある。
		乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・例年この時期は来客数が伸びないが、今年は新型コ ロonavirusの影響で行事が少なく、来客数が前年の 85%まで回復している。
	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・10月の販売台数は前年比110%とやや持ち直してい る。	
	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・大きなイベントは実施していないが、来客数が徐々 に増加している。	
	その他専門店 [和菓子](経 営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果が大きく、景気はや や良くなっている	

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
		その他専門店 〔土産物〕（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域クーポン利用客が増加し、土産品などをたくさん買ってもらえるようになってきている。1人当たりの販売量が増加しており、客単価が上昇している。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルス第2波の影響で、再び外出自粛ムードが高まっていた時期だったが、今月は、Go Toキャンペーンの効果もあり、徐々にではあるが、出張、旅行需要も高まり、客の動きも活発化している。
		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	・Go Toキャンペーン等の景気回復施策を実施したり、テレビなどで外出を促す放送をしたりしていることで、新型コロナウイルスの感染者は出ているものの、以前より危機感が薄れている。ただ、買物をするというよりも楽しみに来ているという感じで、財布のひもはまだまだ固い。
		高級レストラン （事業戦略担当）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンや各自治体の援助策などの効果もあり、景気はやや良くなっている。個人の動きは良いが、団体の動きはまだ鈍い。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・いろいろな施策の実行が客の財布の緩みにつながっている。特に地域クーポン等の直接効果の感じられる施策が来店動機につながっている。
		一般レストラン （店長）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果が出ているため、3か月前と比べて来客数は約10%増加している。観光客も増加している。
		観光型ホテル （営業担当）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンのお陰で来客数が増加している。
		観光型ホテル （副支配人）	販売量の動き	・宴会の予約は依然として少ないままであるが、Go Toキャンペーンの割引を利用して宿泊の予約をする客が多く、宿泊関係は順調に推移している。
		都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・ビジネス客や旅行者が増加していることで、週末を中心にレストランの利用も増加してきている。
		都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染リスクはあるが、Go Toキャンペーン等の需要喚起策が起爆剤となり宿泊稼働率も90%を超え、ほぼ前年に戻っている。クーポン付与の効果で土日や祝日の観光客だけでなく平日のビジネス需要も増加し、レストランの利用客も増加している。駅周辺のショッピングセンター店などもその恩恵を受けている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンで客が多少動いてきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・他のタクシー会社は厳しいようだが、自社の乗車率は前年の80%まで回復している。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・新サービスについての問合せなどが多く、サービスを検討していた客の加入が増加している。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いていることで景気はやや良くなっている。
		テーマパーク （業務担当）	来客数の動き	・天候に恵まれ、大型イベントを開催できたこと、コスモスの生育が良かったことなどから、週末を中心に多くの客が訪れている。
		テーマパーク （管理担当）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンの影響で景気はやや良くなっている。
		観光名所（館長）	お客様の様子	・9月の4連休から来客数が増加している。Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンで客単価も増加傾向にある。
		観光名所（館長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに東京が加わり、全体的に旅行に対する抵抗感が薄れてきたことで、来客数が増加している。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンで多少県外客が動き始めている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍でも客が精神的に落ち着いており、消費行動にも積極性が出てきている。他社も含め契約数も増加傾向にある。
		住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・総合住宅展示場の来客数は集客イベントがない状況でも前年並みまで戻ってきており、回復基調にある。
		商店街（理事）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が若干薄れ、Go Toキャンペーンが実施されたことで、外出の動きが出てきているが、購買の回復には十分ではない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・買い控えによる来客数減少とともに、購買単価も低下している。

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）	お客様の様子	・売上は少しずつ元に戻りつつあるが、商店街の入りは依然として少ない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・人出は増えているが、購買につながっていない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・食品スーパーは、巣籠り需要が堅調に推移しており、依然として好調である。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	来客数の動き	・店舗での売上は減少が続いているが、インターネットを通じた問合せが微増している。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年の売上を上回りそうな部門が半分くらいあるが、前年は消費税の引上げ後で売上が悪かったのが景気が良くなったとは考えにくい。観光部門はGo To Travelキャンペーン等が実施されているが、売上は前年の半分程度しか回復していない。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに対する考え方に変化が表れてきている。自己防衛をしっかり行いながら行動することで、来客数も徐々に回復しつつある。9月以降、物産展を復活させたが、大型催事2つとも大盛況で終始している。ただ、婦人服中心のアパレルは依然として厳しい。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ラグジュアリーブランドのジュエリー等が売れたため、今月は好調である。
		百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は継続しており、3か月前と比べても厳しい状況に変わりはなく、客の購買心理に大きな変化は感じられない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ1年間、来客数が前年比95～97%で推移している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数も売上も3か月前とほとんど変わらない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が安定しており、増加も減少もしていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンがスタートし、競合する外食が増加したこともあり、週末の客単価が3か月前と比べると減少傾向にある。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・来客数や購買単価の変動は少なく、落ち着いている。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・気温が低下していることで衣料品や寝具用品が好調で、売上は前年比137%、来客数も前年比149%と堅調に推移している。また、取扱商品がテレビや雑誌等で多数取り上げられたため、来客数が大幅に増加している。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・客単価や購買点数に大幅な変化はない。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・Go Toキャンペーンで来客数は増加しているが、一過性の可能性もあり、今後、売上につながるかも判断し難い。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数が全く変わっていない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・週末や夕方～深夜の来客数の伸び悩みが続いている。客のライフスタイルの変化が大きく、また、たばこの税の引上げもあって、来店動機が減ってきている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・秋に入り、夏物商材の動きが落ち着いてきて、消費をけん引する商品が少なくなったため、景気は変わらない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が大幅に減少しているが、購入単価が上昇しているため、変わらない。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数も売上も変化がない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量が低水準で推移している。世の中が動き始めれば我々の業種も遅れて上向くが、今はまだである。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染予防の影響かどうかは定かではないが、日によって、来客数の増減が激しい。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・人出が多少増えているようであるが、地方では安心して街に出掛ける人がまだ少ない。

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 [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に変化はない。
		旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンは宿泊数や販売額の増加をもたらし、地域経済にも少なからず好影響を与えている。ただ、団体については修学旅行を始めとした教育関連が動き出したものの、一般企業を始めとする法人需要が回復しないため引き続き厳しい状況となっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で様々なイベントの中止や多人数での飲み会の自粛等が続いており、人の動きはまだまだ通常の状態ではない。Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの発行により旅行者が増加し、宿泊施設はにぎわっているが、タクシー利用客は若干増加しているだけである。
		タクシー運転手	お客様の様子	・10月に入り、Go To Travelキャンペーン等で県外からの来客数が増加しており、タクシーの利用も増加している。ただ、夜は依然として閑散としている。
		放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・ここ数か月延滞金額の大幅な上昇もなく、家計の支払能力もある程度留保されている。
		設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・新築住宅の引き合いの低迷した状態が続いている。新型コロナウイルスが終息しないので、客が住宅のような大きな投資を考える状況ではない。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・建築業界は新型コロナウイルスの影響で客が外部の人を中に入れたがらないこともあり、リフォームの話が進まないなど厳しい状況である。
		商店街 (代表者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が非常に少なく、売上も増加しない。
		百貨店 (営業担当)	単価の動き	・消費税の引上げで売上が落ち込んだ前年と比べると売上は戻っているが、依然として厳しい状況が続いている。来客数もまだ戻ってきていないが、購買単価の低下が売上減少の大きな要因となっている。秋冬商材の品ぞろえの減少や客の購買意欲の低下も大きな問題となっている。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数が3か月前より5%減少している。
		スーパー (業務開発担当)	販売量の動き	・一時期内食でスパゲティなどの品切れ状態が続いたが、既にお買いだめした商品を購入したり、客が節約モードに入ったりしていることで買上点数が減少している。
		スーパー (財務担当)	単価の動き	・これまで来店頻度の減少を買上点数の増加や1品当たりの単価の上昇でカバーしていたため、既存店売上は前年を上回っていたが、1品当たりの単価が前年を下回ってきている。
		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来客数が減少している。
		スナック (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの対象から外れている業界のため、何のメリットもなく、ますます悪化の一途をたどっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・非常に乗車が少なく、特に夜の乗車が少ない。
		通信会社 (総務担当)	販売量の動き	・固定インターネットの新規加入数が少なくなってきた。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・引き続き節約傾向が強くなっており、客が月々の出費を必要最小限に抑える傾向があり、特に高齢者が将来不安で出費を抑えている。
		競艇場 (企画営業担当)	販売量の動き	・西日の影響等による発売時間の短縮で、3か月前と比べ、売上が減少している。
		住宅販売会社 (営業所長)	販売量の動き	・販売量や客単価が減少傾向にある。
	x	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・競合店が9月に出店したため、来客数が減少している。また、夜に飲食に出る人が減少していることもあり、客の帰宅時間が早まり、特に21時以降の来客数が減少しているため、売上が前年比で20%くらい減少している。
	x	家電量販店 (店長)	来客数の動き	・巣籠りやテレワーク需要が落ち着き始めており、それにあわせて来客数が減少している。

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
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・季節商材の動きが悪い。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・いろいろなことを企画するが、来客数が増加しない。
	×	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・人の動きが非常に悪く、週末に多少人出があるものの、若者ばかりである。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・購買行動がほぼなく、あるとしても値下がりを待ってから購買している状況である。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・年配の客が戻らず大変である。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・依然として新型コロナウイルスを警戒している客が多いため、客の来店間隔の長い状態が続いている。
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	・景気に回復の兆しがみられる。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・企業のシステム更新や新しいシステム構築の動きが出ており、システムを設置するデータセンターやクラウド利用の引き合いが増加してきている。また、データセンター見学なども増加してきている。
		農林水産業（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が少しずつ緩和し、小売関係が戻りつつある。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販店が比較的好調で、土産品や業務用の注文も若干増加傾向にある。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーンにより、外食産業やホテルなど飲食関係が上向いていることから、製造数量が増加している。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年に比べるとまだまだ回復していないが、新型コロナウイルス対策に対する政府の様々な経済対策で景気は回復基調にある。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・主力原料となる苛性ソーダの単価が国内需要の低迷により10～20%下落している。各メーカーの価格対応による売り込みも激化している。
		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	・生産量の減少から雇用調整を実施していたが、注文量の回復から休業総日数が減少している。生産量自体も徐々にではあるが回復している。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が回復傾向にあるため、景気はやや良くなっている。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料関連や自動車関連の受注は徐々に回復しつつある
		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禍前の水準となっている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・客からの受注量に回復がみられる。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・ネット通販比率の上昇が宅配需要を押し上げており、特に、B to Cの宅配需要が伸びている。また、最近では小さい荷物の需要が増加している。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの世界販売は、新型コロナウイルスの影響による低迷から徐々に回復してきている。このため、地元部品メーカーの受注は、依然として前年を下回っているが、単月で黒字が確保できる状況まで好転してきている。
		会計事務所（経営者）	取引先の様子	・景気は徐々に回復しているが、完全に元に戻ってはいない。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・景気に大幅な変化はない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として受注が生産能力の50%程度しかないので、雇用調整助成金を活用して休業や教育訓練を週2日行っている。
		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が発生する前までではないが生産量は戻りつつある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・通信機器やネットワークサービスは、新型コロナウイルスの影響による極端な需要の落ち込みがないものの、例年よりも受注量や受注額が伸び悩んでいる。サブスクリプション系サービスはますますである。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数に変化はないが、成約件数は若干減少している。
	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で受注量も上向かず、景気は悪い状況が続いている。	

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
		繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前までは売上が増加していたが、今月は減少している。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・大型工事の物件比率が高い状況で新型コロナウイルスの影響などで工事着手が遅れるケースが増加しているため、予定している技術職員が手待ちになっている。手待ちの期間を埋める受注がポイントになっている。
		輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・中国向け輸出の注文が低調であり、前年から半減している。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・売上は回復しつつあるが、総じて新型コロナウイルス発生以前の水準には戻っていない。取引先によって差が大きい。
	x	輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・現在は2022年納期の商談が主戦場になっているが、2021年後半納期の船台を確定できていない造船所もある。契約の範囲内で納期を後ろ倒しにする等の操業調整を行い、仕事をつないでいるケースも多い。
雇用 関連 (中国)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・景気は底を脱し、上向きになっている。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	求人数の動き	・新規求人数は新型コロナウイルス第2波発生時の最悪期を脱した状況である。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・依頼の経緯は様々だが、3か月前と比べ、求人の依頼が増加している。地方の企業では新卒採用が予定どおりに進んでおらず、引き続き採用活動中である。通年採用となると費用面やマンパワー面で負担が多いのが悩みの種となっている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・現時点では年末に向けての求人が増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・一時期採用活動をストップしていた企業が活動を再開し始めている。喫緊ではないが、将来を見据え複数の役員候補探しに着手している製造販売会社もある。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は前年比7割程度で落ち着いている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・求人倍率が夏場から回復しているため、景気は底を脱した感がある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・次年度の新卒採用人数を若干減らす企業はあるが、採用の予算を減らす企業は少ない。新型コロナウイルス禍で売上に影響を受けた企業は多いが、新卒採用をしないという考えの企業はなく、次代を担う新卒採用は継続する。中途採用に関するサイトへの掲載社数は大幅に減少したままで、特殊な技術職、不人気業種以外は採用を見合わせている傾向がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率は全国トップレベルながら、長引く新型コロナウイルスの影響が重くのしかかり、今後の見通しも立たないため、企業活動は停滞、減退状態に陥っている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、比較的規模の大きな温泉旅館で求人再開の動きがあったものの、小規模旅館や地元の小規模店舗に動きがないことから、宿泊業・飲食サービス業が前年比で6割の減少となっており、全体でも3割の減少となっている。
		職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスによる人員整理、倒産等が増加している。
		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は前年と比べ25.3%の減少、有効求人数は27.4%の減少となっている。新規求人数の直近3か月前年と比べても27.4%の減少となっている。産業別新規求人数も、建設業、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業を除いて減少している。有効求人倍率は、7月1.42倍、8月1.45倍、9月1.44倍で推移している。また、9月末時点の来春の新規学卒予定者対象の求人状況は、高卒で求人数が前年と比べ15.9%の減少、求人数が26.3%の減少となり、大卒等では求人数が前年と比べ32.0%の減少、求人数が31.0%の減少となっている。
		民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	採用者数の動き	・求人は出しているが、以前のような人手不足感はなく、優秀な人材が来れば採用するというスタンスの企業が多い。

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
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・例年と比べると求人数が減少しており、景気の悪化が続いている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・企業の倒産などで景気は悪くなっている。
	x	-	-	-

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）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス禍で延期になっていた郊外の大型店の増床オープンが9月中旬にあり、かなり商店街への来街客、特に地元客が奪われた。しかし、イベント等により経済活動と新型コロナウイルス対策の両立が大分でき始め、来街客も増えてきている。
		商店街（事務局長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大が始まった3か月前と比べると当地域では感染は鈍化傾向にあり、かつ、Go Toキャンペーンの効果もあり、日中のにぎわいは戻りつつある。しかしながら、高齢者が中心客層の業種や夜10時を過ぎる時間帯の飲食店は大変な苦戦が続いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・繁華街にたくさんあった空きテナント店舗で内装工事を始めるところが出てきた。Go To Eatキャンペーンで居酒屋は少しずつ人が戻りつつあるが、スナックやバーは客が少ない。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンで、街の雰囲気は明るさを取り戻しつつあるように感じられる。店頭の上上にもプラス効果が出てきている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・名物催事が好調で、来客数も若干持ち直している。
		百貨店（営業管理担当）	単価の動き	・前年の消費税増税の反動により、特選ブランドや高額品を中心に好調に推移している。週末は来客数も回復傾向で、消費マインドの改善に期待している。
		百貨店（販売促進）	単価の動き	・おせちの受注がスタートしており、前年と比較して、客単価がアップするなどの動きがみられる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・競合店の閉店が相次ぎ、客の流れが変わっている。その一部は当社に流れていて、景気は良くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は比較的天候に恵まれたが、新型コロナウイルスの関係で大きな催しを中止したため、前年に比べ数字は少し落ちているが、平日に関しては、好調に推移しているので、状態としては良い。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材が動き始め、他の主要商品の販売数も増えてきている。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・前年は消費税増税があったため、単純に比較はできないが、来客数は多くなってきている。また、Go To Travelキャンペーンが開始になってから地域共通クーポンの利用も増えている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車受注状況は対前年を上回る水準で推移しているが、前年は消費税増税後で受注が減少していた時期であり、参考にはならない。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・前年を大きく上回る受注残があり、下半期の業績は少し明るい兆しを感じている。
		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に対する反応は冷静になりつつあり、来客数も少しずつではあるが、戻ってきている。ただ、先を見通しても、前年並みには戻らないのではないかと考えている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・テイクアウト需要が相変わらず好調である。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で来客数は増えている。

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
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの影響で、宿泊人数が伸びている。これは一過性で終わる可能性もあるが、徐々に宿泊客は増えている。一方で、宴会部門は一般宴会、プライダル共に全く伸びがないどころか、ないに等しい状態なので、それが懸念材料である。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・旅行業界においては、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、来店者、Web予約共に多くなっている。10月からの地域共通クーポンの影響が大きい。
		タクシー運転手	来客数の動き	・遍路巡りが10月ぐらいからどんどん本格化している。Go To Travelキャンペーンの影響だと思うが、結構、仕事が入ってきている。特に、大手の旅行者が大型バスからジャンボタクシーに切り替えているようで、今は車やドライバーが足りないくらい客が入ってきて、景気としては大分良くなっている。
		通信会社(営業部長)	販売量の動き	・来店はやや減少しているが、販売数は前年並みを維持しているので、新型コロナウイルスの影響は感じられない。
		競輪競馬(マネージャー)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止対策を講じながら、経済活動の支援策が実施されており、国民の新型コロナウイルスによるこれまでの行動自粛からの反動もあって、消費動向が活発化している。観光地、娯楽施設、飲食店への人出や購買意欲が増大してきており、3か月前からは景気は上昇してきている。
		設計事務所(所長)	単価の動き	・建材の種類によっては、単価の上昇がみられるようになってきた。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で非常に悪い状態のときよりは良くなっている気がするが、生活様式の変化なのか客の帰宅時刻が早くなっており、当社を含むレジャー産業は以前のような活気を感ぜられず、厳しい状況が続いている。
		一般小売店 [酒](販売担当)	お客様の様子	・Go Toキャンペーンが開始されても、地方の人出は増えず、繁華街での飲食の利用は余り増加していない。
		スーパー(店長)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で秋祭り需要が消滅した。
		スーパー(企画担当)	販売量の動き	・来客数、買上点数共にほぼ動きは変わらない。外食などの減った部分が家庭での消費につながっているものとみられる。生鮮食品、加工食品共に同様の動きをしている。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数は前年比90%で、一時期の底は脱したが、更に良くなる兆しは全くない。来客数が少し戻っても感染者が出ればすぐ落ち込む。今はその繰り返しである。
		コンビニ(総務)	来客数の動き	・依然として来客数が回復せず、売上が前年割れする構図は変わらない。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・3か月前と余り景気は変わらない。客はGo Toキャンペーンで食事や旅行に金を使っているようで、まだ服にまで波及効果はないが、将来的には良くなりそうな感じはする。
		衣料品専門店 (営業責任者)	販売量の動き	・今月もここ数か月前と同様に厳しい水準で推移している。前年は消費税増税後の落ち込みがあったにもかかわらず、前年比で20%程度更に売上が減少している。客は動き出しつつあるが、外出着の需要の回復には至らず、依然として厳しい状況が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて変化は余りない。新型コロナウイルスの感染者が当県でも継続して出ている。Go To Eatキャンペーンが始まったが、利用者は週末に集中している。また、公共交通機関ではなく自家用車を利用する客が多いことから、タクシー業界の景気は良くない。
		スーパー(財務担当)	お客様の様子	・秋祭りの中止の影響で、当該地域の店舗はやや苦戦を強いられている。
		乗用車販売業 (営業担当)	販売量の動き	・6月中旬から9月までのメーカーのキャンペーンが終了したため販売量が落ちた。
		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収束せず、運動会や音楽会などの行事が例年どおりにはいかず、外食に行く機会が減っている。

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
		美容室（経営者）	来客数の動き	・もともと10～11月は客が余り動かない時期だが、今年は更に冷え込んでいる。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・平日の来客数が極端に落ちてきている。
	x	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響は全く変わらない。むしろ業種、場所、地域によっては影響が長期化し、状況は深刻化する。
	x	コンビニ（店長）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンを使う客をたまに見掛けるが、コンビニ業界は売上、来客数共に減少が続いている。特に10月1日からのたばこの増税による売上減少が全体の売上に著しく影響している。
企業 動向 関連 (四国)		電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・週末の交通量や量販店の入出が明らかに増えている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月になって、Go To Travelキャンペーンの関係で全国的に観光地がにぎわい始め、少しずつ小売店からの注文が増えている。特に地方のセレクトショップ雑貨店や高級宿泊施設は都会からの消費者でにぎわいを取り戻しつつある。この機会に魅力的な商品展開など、店舗の見直しを考えるとことも多く、当社にも新規取引の問合せが増えるなど、積極的な動きもある。ただし、店舗の場所や地域によっては、いまだに回復していないところもあり、新型コロナウイルスの影響で消費が二極化している。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・今月になって徐々にではあるが受注量が回復してきた。新型コロナウイルスの影響で現場の工事が停滞していたが、ここに来て動き出してきている。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・自動車産業の回復やGo Toキャンペーンの効果などで需要は回復傾向にあり、受注が増加している。
		輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・全体的に取引数量が増えている。
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・各社の広告が活性化してきている。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響から立ち直っていない取引先もあるが、改善がみられる取引先もある。
		農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の販売は一見堅調に見えるが、市場入荷量が少なめで推移しているだけで、生産者所得には反映されていない。消費も業務需要に回復の兆しはあるものの、新型コロナウイルス発生以前には程遠く、一般消費に頼っているのが実情である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社が扱っている再生可能エネルギー関連の仕事は、受注が計画どおりにいかないのが普通である。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの収束が期待され、Go Toキャンペーンによるレジャーやレクリエーション、業界の対外活動や研修活動が再開され始めた矢先に地域でクラスターが発生した。このため、諸活動にしゅん巡の兆しがあり、対面での会議、セミナー等がオンラインに戻ってきている。また、プライベートの少人数での会食等も延期、中止となるなどのマイナス影響が大きく、期待感に反して景況感が後退している。
		建設業（経営者）	それ以外	・人手不足で、募集してもなかなか人が集まらない。
		税理士事務所	取引先の様子	・取引先の売上が以前よりも上がってきている。
		建設業（総務）	取引先の様子	・発注が鈍化している。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍による経済低迷や取扱物量の減少による経営環境の悪化が長引くなか、経営状況の悪化を回避するために運賃、料金をダンピングした上で取扱物量の確保に動くといった同業者の動向には変化が見受けられず、依然として予断を許さない状況が続いている。新型コロナウイルス禍による経済低迷は底を打ち、徐々に回復傾向にあるとのマスコミ報道もあるが、物流現場をみる限り、決してその裏付けを実感できるような雰囲気ではない。
	x	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・主力造船は、建造中の船舶の工期を30日から45日へ延長している模様である。
	x	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もあって、海外工場の時短勤務や海外での商談が長引く等の影響が見受けられる。
x	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最悪の状況から大きくは変わっていない。業界的に仕方ない。	

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
雇用 関連 (四国)		-	-	-
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・少しずつ派遣を利用する客が増えてきている。
		人材派遣会社 (営業)	周辺企業の様子	・Go Toキャンペーンにより人の動きが出てきている。宿泊業や旅行代理業、飲食業などに少しずつ景気の回復が感じられる。感染防止対策が求められるなかでの販売戦略において、求人ニーズは徐々に戻ってきている。
		学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・大学、短大への求人は極端に減少することもなく、この時期でも求人票がきている。営業職の求人が多くきている。
		求人情報誌(営業)	採用者数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響度合いによって業種ごとに採用者数の増減はあるが、採用者数は平均すると横ばい状態となっている。
		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、4月以降、事業所閉鎖、事業縮小等による人員整理を実施する事業所の発生が継続しているが、件数的には落ち着いている。
	x		新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外

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	・飲食店向けの卸売が、戻りつつある。
		百貨店(企画担当)	単価の動き	・外商客を中心に、消費意欲の高まりを感じる。一般客の来店客数も、若い世代を中心に回復傾向にある。
		百貨店(売場担当)	競争相手の様子	・前年の10月は消費税引上げがあり、売上が全店で9割であった。今月の売上見通しは、98.6%となり、7月との比較では10%程度改善されている。客はマスクだけをして、抵抗なく買物をしており、衣料品は、徐々に回復している。一方、一部の店舗では、来店客数が売上高を考慮しても10~15%低い状態になっている。
		住関連専門店 (従業員)	販売量の動き	・今年は秋が早く、冷え込んできたため、羽毛布団を中心とした単価の高い商品が動いている。新型コロナウイルス禍で影響はあるものの、ここ数年が記録的暖冬だったため、近年では比較的良い売上の推移をしている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年ほどの回復には至っていないが、Go Toキャンペーンの効果を実感している。このまま新型コロナウイルス禍が終息してくれることを望んでいるが、まだまだ、先行き不透明である。
		観光旅館組合 (職員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、宿泊客は格段に増えている。しかし、このキャンペーン終了後の先行きが心配である。
		観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・3か月前は、市や県からの宿泊補助が出ていたが、Go Toキャンペーンが始まってからの予約は驚異的と言って良いほど増えている。毎日、予約の電話を断る作業に時間を取られる状態である。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの東京除外解除の影響が大きい。インターネット会社の旅行申込みだけでなく、旅行会社からの予約もここに来て急増している。
		競馬場(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による休止からの再開後、着実に来客数が増えている。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で、景気が悪くなっていたが、新しい生活様式に慣れてきたため、客の動きが若干良くなり、それに伴い消費が上向いている。この状況が更に落ち着けば景気はもっと上昇する。政府の政策による後押しが大きく影響している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・地方での新型コロナウイルス感染者数減少に伴い、若干ではあるが活気が戻りつつある。	
	商店街(代表者)	それ以外	・地域の事業に参加したことで、広報物の担当をすることになり、若干景気が上向いている。	

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
		一般小売店〔青果〕(店長)	それ以外	・2～3か月前の悪いピーク時と比較すると落ち着いてきている。涼しくなり、地元の野菜や近隣の産地の野菜が豊富に入荷するようになったため、単価も落ち着き安価になることで、客が購入しやすい状況になり、徐々に良くなっている。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	販売量の動き	・10月に入り、開店祝い等で7月より花の需要がある。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で前年割れの状況が続いていたが、飲食もランチを中心に動き出している。アパレル業界では、外出用の需要は低迷が続いているが、ファストファッションや部屋着等カジュアル関係は、気温の低下で動き出し、回復傾向である。
		百貨店(企画担当)	販売量の動き	・3か月前には開催できなかった物産催事や外商催事も開催できるようになり、好調に推移している。地域共通クーポンも土産物を中心に売上を下支えしている。大ヒット映画による集客増もあり、売上は3か月前よりも回復している。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・前年の10月は、消費税引上げ後で、かなり景気が悪くなっていたが、今月はその前年すら上回ることができず、婦人ファッションを中心に依然として厳しい状況である。しかし、住宅用関連や美術、宝飾関連の数字が前年を上回っており、期待はしているが、まだまだ予断を許さない状況である。
		百貨店(プロモーション担当)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの影響により、週末の来店客数は回復傾向にある。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・客数は横ばいであるが、買上点数や客単価はアップしており、食料品関連は好調に推移している。衣料品関連は、改善傾向であるが、将来への展望は依然厳しいと予想される。
		スーパー(企画担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン等の施策効果もあり、し好品の動きが上向き始めている。催事も例年よりは規模を縮小しながらの開催ではあるが、客の来店状況は、予想以上に良い方向に転じている。
		コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・来店客は、全員がマスクを着けている以外新型コロナウイルス発生前と余り変わらない。入口に設置しているアルコールで、手指を消毒する客も減っている。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポン効果で来客数が増加している。ただし、2月以降に不安が残っている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・久しぶりに店で売出しをしたが、秋物の婦人服が揃ったこともあり、お得意様が来店している。
		衣料品専門店(店員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン等で自粛緩和ムードが漂い始め、百貨店にも客足が戻っている。
		衣料品専門店(総務担当)	それ以外	・Go To Travelキャンペーン及びGo To Eatキャンペーン等の効果で、来街者数が、県外からも含めて若干増加している。
		乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・10月の新車販売台数はほぼ計画どおりで、前年実績を上回る結果となっている。第1四半期は新型コロナウイルス禍で低調な実績ではあったが、最近では新車効果等があり好調に推移している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	お客様の様子	・当市では、新型コロナウイルス感染のリスクレベルが高いため、外出を自粛している客もいるが、通常と変わらない来店が見受けられる。自宅にいながらコーヒーを飲む客が増えたため、一度に購入する量が増加しており、売上はやや上向き傾向である。
		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〕(支配人)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍でのマイナス影響は継続しているものの、苦しんでいたシネマと旅行業種に回復の兆しが出てきている。特にシネマは、大きなブームとなっている映画の公開後、前年実績を2～3倍超と大きく上回り、施設全体の集客拡大にも寄与している。シネマの集客効果で、10月の売上は、施設全体でも前年並みで着地できている。
		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〕(統括者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンや映画のヒットにより、消費者が動き出している。インバウンドはまだ先であるが、国内は徐々にではあるが、回復しつつあると感じる。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・国のGo Toキャンペーンや県、市による施策が始まり、年末から来年に掛けて安心感がある。

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
		スナック（経営者）	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルス感染者数が減少傾向であるため、春夏に比べ街に人が戻っている。
		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	・7～8月の売上と比較すると、10～20%は改善している。観光促進キャンペーン効果で、人の動きが出ている。
		観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・宿泊客が着実に回復している。Go To Travelキャンペーン等の効果で国内旅行者の動きが活発化している。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・宿泊稼働率が上がっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果はかなりあり、宿泊とレストランはにぎわっている。今後の感染状況に懸かっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・月中旬から徐々に県外からの客が増加しており、若干上向きである。
		タクシー運転手	来客数の動き	・当地では、新型コロナウイルス感染者数が抑えられており、Go To Travelキャンペーンや催物の復活等で、客数が7～8割に戻りつつある。また、繁華街も少しずつ活気を取り戻している。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候に恵まれていることで、企業コンペやGo Toキャンペーンを使って来場する県外客が徐々に増えている。単価は伸び悩んでいるが、来場者は増加傾向にある。
		ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・ゴルフのトーナメントが開催され、その反動もあり、来場者数が格段に増えている。ゴルフ以外の消費では、レストラン等利用も増加している。
		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	・イベントの申込みが、例年に比べて少人数で、回数も少ないながらも戻ってきている。
		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感染拡大によるサービスキャンセルが9月ではほぼ収束しており、今後は客が戻ってくるのが想定される。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが落ち着いてきたのか、来客が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅各社のイベント開催が増えた影響もあり、数社検討する客が増えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・例年10月は、当地区の敬老運動会等イベントが催されていたが、今年は新型コロナウイルスの影響で中止となり、商店街としてもかなりの打撃で、売上が上がっていない。
		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、来店客が減少し、5月から売上が悪い状況が続いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前より客数は回復基調にあるが、前年比では30%ほどダウンしている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・1人当たりの単価が少し上がり、前年並みに回復している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・鮮魚店やすし屋等では厳しい会話ばかりである。一方で景気の良い話も若干ながら聞くこともあり、経済格差が広がっていると感じる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染対策により、物産催事やDM中止で集客力が低下し、土日の来店減少、滞留時間短縮が続いている。例年混雑する友の会特設会場も客の警戒感が強いことが見て取れ、検温やソーシャルディスタンスへの抵抗はなく、開店の混雑も午後には落ち着き、分散した来店が目立っている。また、近隣の商店街では、観光客が増え始めているが、警戒感から地元客の出入がない。新型コロナウイルス対策や目的買い傾向により集客がなかなかできず、通販受注だけでは早期回復は難しい。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・7月以降徐々に回復していた来店客数は、9月後半から鈍りだし、10月に新型コロナウイルスのクラスター発生のニュースが流れて以降、外出自粛によりパタリと来店が減少している。

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
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で、前年より来店客数が減少しており、さらに、レジ袋有料化でまとめ買いが少なくなっている。前年との比較では、客数は変わらないが、客単価の低下により全体的な売上は減少し、厳しい状況が継続している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客数がどんどん減り、2けた減になっている。客単価は上昇しているが、客数減を補うまでにはなっていないため、売上は前年を下回っており、この傾向が続いている。新型コロナウイルスの影響により、客は他人との接触削減のため、スーパーマーケットで購入するような野菜や果物をコンビニエンスストアで購入するケースも増えており、品ぞろえを変化させている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気回復の施策であるGo Toキャンペーン効果で、人の動きは多少活発になっているが、大学や企業は、オンライン授業やテレワークが続いており、平日の人の動きに改善は見られない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは確実に戻りつつあるが、近隣施設でのイベントはまだ少なく、人数制限もあり完全には戻っていない。店舗から客を誘引する大規模なキャンペーン等も打てないため、全体としては変化はない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・今月はたばこの値上げがあり、その影響がすぐにあると予想していたが、売上や客数は落ちることはなく、横ばい状態である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来街者や来店客共にほとんどない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・10月は、秋の装いをしたくなる傾向があり、なじみ客が戻ってきている。しかし、企業努力はしているが、まだまだテレワークが続く状況であり、景気が良くなっているとは考えられない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・全体的な消費は上がっているが、家電業界は新型コロナウイルスの影響により、テレワーク関連が落ちてきており、一時的な盛り上がりはなくなっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・10月は例年良い数字ではないが、前年は消費税引上げの影響で、非常に売上が悪かった。今年は特別定額給付金で一気に盛り上がった後、それがまだまだ続いている。
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・前年の10月は消費税引上げ後ということもあり、単純に比較できないが、テレビや冷蔵庫、洗濯機等大型商材の買換え需要もあり伸びている。また、調理家電や健康器具、ゲーム関連商品等、巣籠り需要の影響もまだ続いている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・最近では、来店客数や客の流れがなくなっている。新型コロナウイルスの影響による購買意欲が、少しずつ弱くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・定期的に車は売れにくい。年末商戦に期待している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大で急激に落ち込んでいた売上も、政府の施策が功を奏して、店舗での売上や都市部でのキャンペーンも大幅に回復していたが、今月は例年開催していた地元の産業祭り等が中止になり、売上も減少している。
		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、やや下げの傾向である。燃料油の販売数量は、前年並みに戻りつつあり、天候にも恵まれてカーケア商品の販売も順調である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・1～2か月前と比較すると多少増加している程度である。新型コロナウイルスの影響は多々あり、前年の9月の来客数と比較すると半分以下である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は、新型コロナウイルスの発生率が収まっているが、まだ、人の動きは本格的ではない。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン開始に伴い、平日来町される客が非常に多くなっている。3密回避を狙ったの対策と考えられる。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・美容業界での8～9月は、夏枯れになり、その後回復すると予想していたが、自粛傾向にあるため、動きが少なくなっている。Go Toキャンペーンの施策もあるため、若干売上が上がってきており、徐々に良くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・とにかく景気が悪い。

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
		美容室（店長）	来客数の動き	・3～4月と比較すると良くなっているが、5月から横ばいが続いている。しかし、例年と比較すると15%減少している。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響を受けて、悪化した状況から変化はない。災害復旧等で仕事はあるが、対価は上がっていない。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止対策として、オフィス向けとしてテレワーク用も備えたマンションが評判を呼んでいるが、当社の7月にしゅん工した双方機能付賃貸物件は、停滞しており、入居率が良くない状況である。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・店頭販売は少し売上が戻りつつあるが、外販での売上は緊急事態宣言解除後から低迷したままである。事務所用のお茶を販売しているが、在宅勤務に切り替えた企業も多い。Go Toキャンペーンなど国が支援する業種もあるが、全く関係ない業種は自力で頑張るしかない。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍による巣籠り需要は落ち着きをみせているが、一方で、Go Toキャンペーン実施や、宅配事業等が拡大していることもあり、客の来店頻度や客単価等が減少傾向になっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・全般的に悪くなっており、鉄道駅沿線の店舗やショッピングセンターに入居している店舗の成績が全く回復していない。落ち着いてきている店舗もあり、全体の業績が下降している。
		スーパー（統括者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーン等での外出で、巣籠り需要が鈍化している。客数減少分を1人当たりの買上点数増による客単価アップでは賄えなくなっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年は消費税引上げ後に消費の冷え込みが発生したため、前年比は良好ではあるが、一昨年並みには戻っておらず、人の消費がGo Toキャンペーン等に向かっている。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・政府による旅行観光業界や飲食業界への後押し政策により、巣籠り需要も落ち着きつつある。家電業界は端境期に当たることから、すっかり景気が落ち着いてきている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・単価の安い業者へ流れているため、見込み数は増えていない。
		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通信サービスの需要が、減少している。
	x	*	*	*
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好調である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の状態は、3か月前から比較すると、30～40%回復をしている。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・この春の市況が高く、秋はその影響で安値傾向になると読んでいたが、曇天の影響で市況が高値に触れている。例年よりも3～4割ほどトマト、ピーマン、きゅうり、なすの価格が高くなっている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的に繁忙期に入っており、新型コロナウイルス渦で受注状況が読めない状況であったが、前年並みに回復しつつある。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やっと水害から復旧し、徐々にではあるが商品の販売ができつつある。
		電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・4～6月が底になり、7～9月はやや持ち直したが、上期は雇用調整助成金で何とかしのいだ。10～12月はまだ前年よりは減少しているが、自動車関連の持ち直し機運により、やや良くなってくると見込んでいる。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・若干生産が伸びている。この冬に新型コロナウイルス感染がどうなるか不安であるが、今のところ工場は、徐々に稼働が再開し、生産量も増えつつある。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インターネット通販物流事業が好調である。今まで、店舗販売のみであった企業の通販参入があり、通販物流の引き合いが多くなっている。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・外食産業向けの貨物量が徐々に増えてきているが、それでも例年と比較すると少ない。

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（営業担当）	取引先の様子	・7月に比べ感染者数が小幅なままである上、新型コロナウイルスに対する不安感が薄れており、人の動向も増加している。したがって、中小企業の売上は、7月と比較すると全体的には上がっており、景気回復がみられる。
		金融業（調査担当）	それ以外	・個人消費や日本企業の生産活動は、弱含みながら徐々に回復しており、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は月次ベースで8月から減少に転じている。新型コロナウイルス禍以前の状況に回復するには当面時間が掛かるが、業績が回復している業種もあり、全体的に3か月前より景気が上向いている。
		新聞社〔広告〕（担当者）	取引先の様子	・広告会社からの問合せが少しずつ増えている。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・売上が前年比80～90%まで戻ってきている。ただし、東京と比較して地方のリカバーは遅い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・採用活動を再開している取引先が増えている。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・日中の客の動きは戻ってきたが、夜の動きが悪い。特に、飲食店の客数が見込めない状態である。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月の売上が若干戻ったため、10月にかなり期待していたが、外食向け販売は期待した伸びはなかった。ただし、冷凍食品向けやスーパーマーケット等の量販は、従来通り前年を上回る動きである。本来ならば、秋の行楽や納会等で消費が期待できる時期であるが、今年はいまだかつて経験したことのない動きとなっている。
		繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・近隣の工場では、まだ本来の製品ではなく、防護服を生産しており、現況は助かっていると考えられるが、先々の心配は拭えない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係では、例年秋口の今頃に景気が良いはずであるが、今年の受注は大幅に落ち込んでいる。産地全体でも65%の状態である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・輸出関連は回復しつつあるが、食品や木材等の輸入が低迷している。新型コロナウイルスの影響を考慮して3～4月に掛けて輸入を増やしたが、想定以上に低調な出荷となり、現時点でも在庫が増加しないように調整している。また、テレワークが増加することにより、オフィスで使用していた備品関係の出荷が減少している。
		通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの終息の見通しが立たない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店やスーパー等の売上は、緩やかながらも持ち直しの動きがみられる。一方、住宅販売は伸び悩んでおり、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、雇用情勢は悪化している。景気は下げ止まり感はあるものの、厳しい状態が続いている。
		金融業（営業）	取引先の様子	・Go Toキャンペーン等により、業績が回復してきた業種もみられるが、消費は依然低水準である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・県内でも新型コロナウイルスの新規感染がポツポツと発生しており、消費者の慎重な行動に特に変化はない。Go Toキャンペーンの効果は宿泊業者のグレード等により温度差がはっきりしている。また、県内で開催された運動会の多くは午前中で終了となり、仕出し弁当業者等は大きな影響を受けている。
		経営コンサルタント（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で会合できないため、詳しくは分からないが、同業者の間でも動きがみられない。
		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	・市町村からの調査や計画策定、設計等の業務委託を請けているが、当初予算を新型コロナウイルス感染対策へ変更した市町村もある。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り、発注ができない状況である。
		金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・建築設備の業界では、客の業態悪化が、これからますます顕在化する見込みである。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在、受注量が約30%ダウンしており、非常に困難を来している状態で、今後の見通しが立たない。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の商談はあるが、コストが下がり採算が取れない状況である。これにあいまって中国からの売り込みで、更に厳しいコスト競争となっている。
		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で、受注先の量産品の在庫調整等で影響が出ている。
		建設業（社員）	競争相手の様子	・第3四半期の発注予定が発表されたが、土木と舗装で8本のみが発注予定になっており、同業社も悲鳴を上げている。そのうち、土木の4本は繰越し工事であり、4本の工事では今後が懸念される。新型コロナウイルスの状況を考えながら、早期の大型の補正工事発注を希望している。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・投資は継続して延期になり、客の売上も前年に比べ軒並み悪い状態である。
	x	*	*	*
雇用 関連 (九州)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・新規企業から注文が出始めている。取引先企業での休業手当の支払も全くなく、リモート等を使い業務をこなしている。新型コロナウイルスの影響も、ひどく落ち込むことがなくなっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年と比較すると、約6割の求人件数で推移しているが、年末に向けて求人が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・求人広告は、余り動きがないが、旅行や宿泊施設の広告、イベント告知の広告は回復傾向にあり、着実に人の動きが戻りつつある。ただし、新型コロナウイルス禍以前には、まだまだ及ばない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーン等の消費促進策もあり、観光業や飲食業等では客足が戻りつつある。ソーシャルディスタンスの確保で間引いていることかもしれないが、週末に郊外では、満席の飲食店もある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・労働者派遣の求人が、サービス業を中心に増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・新卒の採用状況として、新型コロナウイルスの感染が小康状態になり、やや求人が戻り始めているが、今年の学生の内定状況は、前年より悪いのが現状である。今までが最悪の状態だったため、以前のように戻るには時間が掛かると考えられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・プライダルシーズンに入っているものの、春に予定していた案件がずれたものが多く、新規の案件はほぼない状態である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・景気が良くなっている状態ではないが、それでも3か月前の求人数や派遣登録者の動きと比べると、少しずつではあるが新型コロナウイルス発生以前の動きに戻りつつある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人材派遣や人材紹介に関しては、引き続き厳しい状況が続いているが、公共事業の就労支援系の案件が出始めており、そちらを受託し収益カバーを期待したい状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の新規求人数が、前年比を下回っていることに変わりないが、下げ幅が徐々に小さくなっている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・現在も就職活動を行っている学生が一定数いるものの、求人依頼件数が前年と比べて減少している状況にあり、2021年3月卒業予定者の採用選考は、徐々に終了しつつある。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。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・10月は、例年4月に続く需要期であるが、派遣求人の依頼が少ない。特需であった新型コロナウイルス支援金関係の事務処理も一段落し、派遣終了が相次いでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求職者数の動き	・介護や警備員等の求人広告は出ているが、飲食業や医療の派遣社員等非正規社員を中心に解雇される人が、ハローワークに毎月増えている。
	x	*	*	*

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
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)		観光型ホテル (マーケティング担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの東京都除外の解除もあり、急激に客室稼働率が上がり、今月は久しぶりに前年実績超えを果たしている。
		一般小売店 [酒](店長)	販売量の動き	・Go To Eatキャンペーンなどの成果が現れているとみられる。
		百貨店(店舗企画)	販売量の動き	・前年に比べるとまだ厳しい状況ではあるが、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポン利用による底上げもあり、人の動きが活発化しつつあるのを肌で感じている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・お昼の弁当の売上が増えている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに東京からの観光客も加わり、人数的には増加していることが来店客数を押し上げている状況だが、観光地近隣の全ての店舗が恩恵を受けられる状況にはない。
		コンビニ(副店長)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーン、地域共通クーポンの利用により客単価が上昇している。また、たばこのカートン他、ふだん購入されない商品の販売量が増加している。
		乗用車販売店 (経理担当)	販売量の動き	・レンタカー会社向けはまだまだだが、一般客の受注状況は悪くない。
		その他飲食[居酒屋](経営者)	それ以外	・自店舗のある地域は周りの飲食店も前年の20~30%の入客にとどまっているが、観光地、特に離島は前年比100%を超えているところが出てきている。
		観光型ホテル (代表取締役)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で、少しずつ観光客の数が増えている。ただ、修学旅行のキャンセルやビジネス客の減少により、まだ、前年の30%という厳しい状況が続いている。
		旅行代理店(マネージャー)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンが徐々に使われ始めているので、少しずつ販売量も増えてきている。
		住宅販売会社 (代表取締役)	お客様の様子	・一時期は新型コロナウイルスの影響で住宅や投資建築に対してちゅうちょする客が目立ったが、最近では作業を再開する動きが増えている。
		通信会社(サービス担当)	お客様の様子	・携帯電話業界は飽和状態で、格安スマートフォンの台頭で厳しい業界になると予想している。3か月前の新型コロナウイルスの影響をかなり受けた頃よりは持ち直してきている。
		住宅販売会社 (役員)	販売量の動き	・不動産取引は3か月前と比較して若干増えているが、賃貸契約は変わらない。
		商店街(代表者)	単価の動き	・新型コロナウイルスのまん延で全体的には大変厳しい現状であり、閉店も多くなっているようである。しかし一部規制緩和等で少しだけ良いところもあるようである。
		スーパー(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の影響で来店客数の減少が継続している。10月の酒税改正とたばこの増税が影響し、新ジャンルビール、ワイン、たばこの販売点数が前年を大きく割っている。
	x	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルス陽性者も増えており、東京はGo To Travelキャンペーンを使えるようになったとはいえ、沖縄を避ける人も多く、来県しても必要以上に歩かないとみられる。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		食料品製造業 (総務)	受注量や販売量の動き	・3か月前よりは確実に良くなっているとはみられるが、前年同期比だと明らかに悪い。新型コロナウイルス感染者の縮小傾向がはっきりし、経済活動が活発になれば回復も早いとみられるが、残念ながらそういう状況下にはない。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共、民間工事共に前年比で減少しており、特に民間工事では新型コロナウイルスの影響で工事計画中止が出ている。
		輸送業(経営企画室)	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍でも、ふだんと変わらない様子であるとみられる。経済的に成長中であったなかでのダメージなので、結果的に停滞しているのではないかと。
	会計事務所(所長)	受注量や販売量の動き	・観光業については、国の政策による一定の効果はあるが、新型コロナウイルスとの共存、バランスをどのように保つか、各人の行動意識が多様である。	

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
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築の相談件数は相変わらず少ないが、リフォームの相談が止まっている。
	x	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・従来の派遣先から追加の依頼がある。人数の追加であったり、違う職種での依頼で、人手を必要としてきており、活動が以前より活発になっているようにみられる。また新規依頼も出てきている。
		人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・求人数も少しずつではあるが、増加してきている。ただし、人手不足感は否めない。
		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変化した状況に、やや慣れてきたのか求人が動き出している。しかし採用人数は縮小している。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	求人数の動き	・建設業などのインフラ整備の業種で求人が目立つ。
		求人情報誌製作会社（編集室）	求人数の動き	・7月は週平均件数530件の前年同月比68%で、今月は週平均件数501件の前年同月比71%である。7月と比較すると、件数はマイナス29件だが、前年比較だと余り差がみられないので変わらないとみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月開始と同時に、求人数にはここ最近みられないくらいの勢いがあり景気回復を感じたが、2週目以降その勢いが失速している。主要の観光業の求人も、前年度は人手が足りていないことから多めに出していたが、最近、必要な分を精査して出しているように見受けられる。
		-	-	-
	x	-	-	-