

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	◎	競艇場（職員）	・現在、営業再開して1か月ほどである。なじみ客の来場がまだ少ないので、これから売上が増えていくと予想される。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染が一時的に収束するのではないかと予想している。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・仕立ての注文が来るようになり、少し商品の回転が出てきているため動くともっている。
	○	百貨店（経営者）	・取引先の生産縮小のため、店頭における商品量は不安だが、まだ行きわたっていない特別定額給付金や地方自治体での商店街活性化施策、Go To Travelキャンペーン施策なども予定されているため、消費マインドが継続的に活発になることに期待している。
	○	スーパー（経営者）	・首都圏での新型コロナウイルス感染拡大次第だが、県をまたぐ往来も解除され、お盆の頃には帰省客もある程度は期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・朝、昼の客足は戻ってきているが、夜間の客足はまだ戻っていないのが現状である。移動の緩和によりビジネス客の出張等で近隣のホテル利用客が増加すれば、次第に夜も回復に向かうとみているが、土日のイベントの休止が解かれるまでは、完全に元の状況に戻るまでには至らない。
	○	コンビニ（経営者）	・コンビニ本部の施策が、客にどれだけ響くかが問題ではあるが、少しずつでも客が戻ってきている様子がうかがえるので期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスによる行動自粛が徐々に弱まってきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・盛夏に向けて来客数増の期待が持てる。
	○	衣料品専門店（店長）	・3～5月と需要がなかったが、仕事の再開により少しずつ衣料も動いてくる。今後は、今は全くない婚礼のニーズなども増え、そこも動いてくれると期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・来店客の滞在時間が伸びてきており、商談もしやすくなってきている。製造工場の休止の影響もまだまだあり長納期を避けられない車種もあるが、徐々に改善されつつある。サービス客の入庫はさほど影響がないので、若干良くなることが予想される。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染者が小康状態ならばやや良くなるが、飽くまでも今月と比べてである。夏のイベントも全て中止となり、秋に延期された市内の人口が倍になるような大型イベントも中止が決定した。年内はこういった状態が続くとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染拡大の懸念はあるものの、人の動きが活発化してくれば、それなりに景気は上向きになってくる。
	○	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先というとお盆くらいになるが、その頃には新型コロナウイルスの第2波、第3波があったとしても、それが日常になり、全く悪いということにはならないのではないかと。前年や2年前の水準に戻るのには難しいが、今はその程度でもよしとするしかない。
	○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で4月上旬から6月までほぼ休業をしていた。7月からは通常営業の予定であるが、予約状況は前年比の3割程度で、休業を余儀なくされる日が何日か発生するとみている。これから先しばらくは、団体旅行の需要は見込めず個人旅行が支流になってくるので経営的には厳しい時期が続く。
○	観光型旅館（経営者）	・様々な支援策も出てくるので新型コロナウイルスの感染者が大きく増えなければ今よりは良くなる。	
○	観光型旅館（スタッフ）	・政府、観光庁が行うGo Toキャンペーンが8月より始まる。現在、県で行っているキャンペーンも含めると、状況は良くなると見込んでいる。	
○	旅行代理店（従業員）	・Go Toキャンペーンが始まり、広域の国内旅行需要が喚起されるとみている。	

○	旅行代理店（従業員）	・Go Toキャンペーンが発信されたが、具体的な発動がなされれば少しずつ近隣、国内中心に良くなると考える。しかしインバウンドに関しては新型コロナウイルスが世界的に終息しない限り厳しいと考える。
○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の流行次第ではあるが、現状の流れのままであれば今より良くなるとみている。
○	テーマパーク（職員）	・緊急事態宣言が解除され観光地などでも営業再開をしているため、来客が見込まれる。
○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスは3月から始まり4月が底ということで、そこから段々と良くなっていく。良くなるというよりは、制限がなくなり元に戻り始めているということである。
□	商店街（代表者）	・景気が浮上するにはまだまだ時間が掛かる。ねぶた祭も中止になったため、夏場の景気が低迷することが予想される。これから夏物需要の季節になるが、動きは鈍くなるのではないかと不安がある。今後の期待も余り望めない状況である。
□	商店街（代表者）	・今後のことは予想が付かない。
□	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・出版物は基本的にベストセラーの影響を受ける可能性が高いが、新型コロナウイルス発生以降、出版件数も抑制されており、将来予測を立てるのが難しい。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・6月中旬からは各県からの人の出入りが非常に多くなり、再び新型コロナウイルスが発生するのではないかと心配を皆が持ち始めている。今の悪い状態からは良くなる要素が見いだせない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在、既存客の来店が前年比で15%ほど落ち込んでいる。それを踏まえれば、しばらくは現在の状態が続くのではないかとみている。ただし、新型コロナウイルス関連商品の動きが顕著なので、一時のほどではないが、しばらくは売上が良い状況が続くとみている。
□	百貨店（売場主任）	・消費活動が徐々に回復してくるものと予想される一方で、アパレルや服飾関連の取引先の体力が著しく低下、商品の生産背景が急激に悪化しているため、ショップの撤退や商品納入量の削減、派遣いただいているスタッフの減員等の申入れがきており、魅力ある売場の維持が困難になるものと考えられる。
□	百貨店（営業担当）	・周囲でも、不要な外出や買物を控える動きがまだまだ見られており、目的のない購買行動に対して慎重であることがうかがえる。
□	百貨店（買付担当）	・先の見通しが付かない。現在の状況が続く前提で施策等準備を進めるが、新型コロナウイルス感染の収束状況によっては良くも悪くもなると考える。
□	スーパー（企画担当）	・いまだ新型コロナウイルス需要は続いている。内食需要はまだあるとみているので、食品スーパーとしては景気が良い状況が続く。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスがある程度収まらなければ、客の動きは戻らないとみている。今年一杯は第2波、第3波を警戒しながら、横ばいになればいいかなと思っている。
□	コンビニ（経営者）	・例年でいえば気温が高い日が続く売上也上がる時期だが、今年は新型コロナウイルスの影響があるので何ともいえない。第2波、第3波が来ないことを切に願うだけである。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で景気がやや悪いという状況は余り変わらないとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・来客数は回復傾向も、夏祭りや各種イベント中止による消費低迷は続く。またキャッシュレス還元終了も数値に影響を及ぼすと予測する。
□	衣料品専門店（経営者）	・祭りやイベントがほとんど中止になり、特に竿燈（かんとう）用品の売上がほとんど見込めない。また、土産品の売上也皆無の状態、お中元の出足も鈍い。
□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症防止のための自粛の後遺症で、旅行もどうしようかと考えてしまう延長上では、洋服を買おうという余裕が出るのはまだ先なのではないかと考える。
□	衣料品専門店（経営者）	・通常営業に戻した店舗が多くなり少しずつ人の出は多くなってきているが、来客数は思ったほど変化せずペースで増加している状況である。しばらくは現状のままと予測する。

□	衣料品専門店（総務担当）	・来客数がなかなか上がらない状況が続くと考えられる。また、夏のボーナス減額等の影響で購買力は上がらないと考えられる。
□	乗用車販売店（従業員）	・夏のボーナスが余り出ないという客が増えてきており、今後も販売量は余り伸びないのではないかと予想している。
□	乗用車販売店（従業員）	・市場状況、客の来場状況共に3か月前から大きな変化はない。新車を検討しての新規来場は増えていないが、修理等の入庫台数は前年との差がほぼない。
□	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスはまだまだ終息しないようなので、対面での営業活動ができる見通しが立たない。
□	住関連専門店（経営者）	・売上も徐々に回復してきたが、新型コロナウイルスの影響はまだまだ続くとみている。経済活動も活発になってきたが、従来と同様の活動には程遠い。
□	その他専門店〔靴〕（従業員）	・先が読めない。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、落ちた水準のまま推移していくとみている。
□	高級レストラン（支配人）	・夜のパーティーは法人系の利用はもはや皆無の状態である。ランチに関しては新しいスタイルでビュッフェを再開し、それが認知されて以前の8割ほど戻ってきている。
□	一般レストラン（経営者）	・2～3か月後の予測は全く付かない。新型コロナウイルス次第でもあるし、春のダメージが夏秋に掛けてじわじわと広がっていくことも考えられる。
□	一般レストラン（経営者）	・現在、給料日後に少し来客がおり良い兆しがみえたのだと考えたがい、新型コロナウイルスの影響がなかった頃も月初は余り良くない傾向があったので、これも一過性のものとみている。今後、新型コロナウイルスが終息しない限りは、給料日後に少し良くなるだけで良くない状況が続くと予想している。
□	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス次第である。海外需要での渡航制限規制解除となった場合でも諸外国や日本国内での新型コロナウイルスに関する水際対策が整備され、安心、安全が保障されない限り、渡航者数回復には相当の時間を要することが想定される。国内需要においては、宿泊、飲食、観光施設など受入れ人数制限により、販売額増加までにはたどり着かない状況が想定される。
□	タクシー運転手	・ここ数日、新型コロナウイルスの感染者数が増加している。当初より、秋になれば感染者数が増えるといわれていたことから考えると、現状の余り良くない状況が続くと考えられる。売上は前年比50%以下になるとみている。
□	通信会社（営業担当）	・現状から回復するような良い材料に乏しい。
□	通信会社（営業担当）	・今後、サービスエリアの拡大が予定されているので、新型コロナウイルス感染の第2波が来なければ、契約訪問や工事対応も順調に進むとみている。自宅のWi-Fi環境整備を希望する客の増加は、しばらく続くことが予想される。
□	観光名所（職員）	・フリー客の動きは少しは出始めているが、観光業においては、やはり団体客が来ないと数字が残せないという苦しさがある。バス会社の、団体呼び込むときの対応が定まらない限りは、景気が戻ってくるとはいえない。
□	遊園地（経営者）	・第2波がどうなるかなど、新型コロナウイルスの状況次第である。また、夏休みが短縮されることなどもあり、見通しを立てるのが難しい。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・夏の祭りやイベントもことごとく中止であり、直接、間接の経済低迷への影響は計り知れない。
□	住宅販売会社（経営者）	・戸建て用地の要求が同業他社から増えている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・新型コロナウイルスの第2波対策としてエアコンの需要は増えることが予想される。
□	その他住宅投資の動向を把握できる者（住宅展示場運営会社）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、会社員の出勤体制や小中学校の休日体制など、前年度と比較して世の中の動きが大きく異なっているため前年比で約7割の来場を想定しており、今月と大きな変化はないとみている。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ねぶた祭が中止になったので観光客も少なく、景気が悪くなると予想している。

▲	一般小売店 [酒] (経営者)	・これからはもっと深刻な状況になっていくのではないかと懸念している。第2波、第3波がいつ来るかも分からない状況の中、経営を続けていくことがしんどい。今までは耐えてこられた多くの企業もこの状況が続けばどんどん窮地に追い込まれる。地方経済はより深刻になっていく。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・経済活動が再開してきているが、新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着かないため、自発的の外出自粛は継続しているようである。4月に比べ影響が軽減してきているとはいえ、今後長期的には廃業、事業縮小が拡大していくと予想している。
▲	スーパー (経営者)	・7月は都道府県間移動自粛の解除があつて経済活動の活性化に期待したが、新型コロナウイルス感染者数の拡大は止まらず、不安が消えない。これまでと同じく食品の消費活動傾向に大きな変化はみられない。各活動は引き続き停滞、低迷し、企業の経営状態の悪化が広がること、また個人の雇用や収入減、所得減少が進み、購買力の低下、消費活動が更に悪化することを強く懸念している。
▲	スーパー (店長)	・キャッシュレス払いでの還元もなくなり、今以上に客単価の下落が予想される。ボーナス減少とのニュースもあり、売上の減少はまだまだ続くとみられる。
▲	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの影響が落ち着き、飲食店へ流れる客が増えていく傾向は止められないとみている。
▲	スーパー (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響で収入は減少し、無駄な買物はしなくなり、購買意欲も減少、節約志向は強まると予測されるため、今後の景気は厳しくなるとみている。
▲	スーパー (営業担当)	・県外からの観光客が減少していることから、経済の停滞による需要減少が予測される。
▲	コンビニ (店長)	・会社も個人も政府の給付金などにより一時的にしのいでも、長い目でみると、会社の売上減少、個人の給料の下落により、これから景気の落ち込みが懸念されるといった状況である。東京での新型コロナウイルス感染者が再び増えてきているといった不安要素が消費者の消費行動に影響を落としつつある状況で、近い未来は決して明るいものではない。
▲	衣料品専門店 (店長)	・給付金特需が落ち着いた後、以前のような消費に戻ることは考えにくい。
▲	衣料品専門店 (店長)	・自粛解除と特別定額給付金により一時的に客の購買モチベーションが回復したものの、全体的な景気の低迷は変わらないため、再度買い控え傾向が強まることが考えられる。
▲	家電量販店 (店長)	・新型コロナウイルスの影響で消費動向は今後厳しくなる。客の購買意欲が減衰するとみている。
▲	家電量販店 (従業員)	・現在は給付金で買物をする客が多くいるため調子が良いが、2～3か月先はその反動減が出てきてやや悪くなると考えている。
▲	高級レストラン (スタッフ)	・新型コロナウイルスの影響で家に籠っていた客が6月に外出しても、7月以降はまた控えるようになると考えている。
▲	通信会社 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響で最低限のものしか売れない。また、新規商談ができない。
▲	遊園地 (経営者)	・終息がみえない新型コロナウイルスに対する先行きの不安感がある。
×	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの影響による4月の最悪の状況から戻ってくるのではないかとみていたが、7月からの予約状況をみてもほとんど入っていない。この先もかなり悪くなるのではないかとみている。
×	商店街 (代表者)	・商店街での夏、秋のイベントも全て中止となっている。自粛モードはまだまだ続くとみられ、景気は悪化傾向にある。
×	スーパー (経営者)	・6月末でキャッシュレス・消費者還元事業が終了し、7月からは本来は前年10月からであった消費税増税による収税感が出始める。さらに、収入減少等々があいまって、財布のひもは緩んでいかない。また、新型コロナウイルスの第2波、第3波への備えもある。
×	スーパー (店長)	・食費、生活費への節約ムードが高まり、安さ優先の買物動向が強くなると予測している。それが競争の激化へとつながり、ややデフレ傾向の兆しが見れると考えている。
×	コンビニ (経営者)	・平日は7～8割の客が戻ってきているが、土日は5割以下なので、景気はなかなか良くならない。

	×	コンビニ（エリア担当）	・東北では夏場の祭りが最大の商機であるが、全ての祭り、イベント、花火大会等中止により人の動きが数百万人単位で減少するおそれがある。当然売上に直接影響が出ると予測される。
	×	乗用車販売店（本部）	・同調心理からか、近所の目を気にして車両購入を留保するという声も依然多い。まずは消費全体のマインド向上が待たれる。
	×	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスによって売上が全くない状況である。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・地方では新型コロナウイルスの影響で耐えきれずにホテルや飲食店が廃業や規模縮小等をする動きがあり、長期にわたり景況が元に戻ることはない予想している。世界規模で売り先がない状況ではドラスティックに体制を変え、コストカットをして利益確保を優先するようにせざるを得ないと考えている。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・地元の飲食店はこの機に廃業というところもあるので全体的な需要は減少する見込みである。業種にかかわらず営業自粛、廃業というところがあるので、好転する兆しはみられない。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で先がみえない。
	×	一般レストラン（経営者）	・サービス業の出店に関しては何かしらの規制を設けなければならない。インバウンドに頼れない今後を想定すれば、エリアの人口密度に応じて業態別に出店許可を出すべきである。今は助成金があるのでギリギリ踏みとどまっているようだが、インバウンドに対して飽和状態にある会社や店が内需でやっていけるようにならなければ後は負の傾向がずっと続いていく。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で回復がみえない。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの第2波が心配される状況になってきたことにより、先が見通せない。
	×	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス対策として効果的なワクチンが全世界に出回り終息しない限り、今後第2波、第3波も予想されていることから、当面景気回復は望めない。
	×	設計事務所（経営者）	・官公庁発注の案件が6月議会を経て多く発注されたが、新築案件が非常に少ない。また、改修や長期保全などを含む全ての案件で、応札者の3割以上が失格するケースが多発した。これは、原価ぎりぎり又は割った応札であり、今後の受注の激化、低価格が想定されるため、景気は悪化するとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—
	○	農林水産業（従業者）	・さくらんぼ直売所への来客は例年の7～8割の状況であるが、これからは段々と良くなって、例年並みまでには戻らさうという話をパートの人から聞いている。
	○	食料品製造業（経営者）	・今後、現時点よりは売上也回復するだろうが、夏から秋の観光シーズンが本来の書き入れ時なので、どこまで回復するか分からず心配である。
	○	建設業（従業員）	・予断を許さない状況だが、遅れていた計画や発注手続が再開する前提で上向きになってくることが想定される。
	○	金融業（広報担当）	・県内の大型夏祭りは今年相次いで中止となり、インバウンド需要の回復が見込みづらいなかではあるが、特別定額給付金の効果顕在化も含め、消費動向は改善していくものと考ええる。ただし、新型コロナウイルス禍が当面再来しない前提の話である。
	○	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルス発生前の状態には戻らないと確信しているが、今後80%程度は戻ってほしい。新たな案件発掘や提案の方法を模索している。
	○	経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの第2波が来ない前提ではあるが、景気は上向くと考えている。
	□	食料品製造業（経営者）	・秋までは観光やイベントでの集客は望めないで、厳しい状況は続くともみられる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・徐々に売上が回復することを願いたいだが、良くなる材料がない。厳しい状況は続くともみており、先行きは暗い。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第2波の心配もあり、劇的に経済が良くなる気配もない。来年の今頃まで長引くのではないかと。

□	電気機械器具製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響でプラス要素とマイナス要素が共存する状況は今後も継続するため、現状から大きな変化はないとみている。しかし、テレワーク用機器及び携帯端末の需要は徐々に拡大するとみられ、業界的には良くなる方向と予想する。	
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響による自粛規制は緩くなってきたが、景気が回復して上振れするにはまだ時間が必要である。	
□	通信業（営業担当）	・客の反応を見ながら徐々に対面営業をしていく。	
□	通信業（営業担当）	・テレワークに関する客からの問合せは多いが、タブレット端末などの入荷が不安定なため、受注に至らないケースが出てきている。	
□	広告業協会（役員）	・10月以降の大型イベントも中止にする方向であり、広告業界としては、人が集まることをちゅうちょしている世の中の状況ではなかなか復活も見通せない。	
□	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の治療薬、ワクチンの開発など抜本的な解決先が見いだせないため変わらない。	
□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスに対する抜本的な予防法、治療法が確立しない状況下で、外食や宴会の状況が新型コロナウイルス前まで回復するのは難しい。また、東京を中心とした都市部の方が新型コロナウイルスに対する不安感が強いことから、都市部ほど回復は遅れると想定している。県内においては出張者、旅行者の流入が戻らない影響が大きい。	
▲	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・7月以降の受注残が前年より約30%落ち込んでおり、景気はしばらく良くならないとみている。	
▲	金融業（営業担当）	・まだまだ様子見の状況が続くようである。	
▲	司法書士	・当地の登記所における不動産登記申請の受付件数が前年同月比で8%減となっている。不動産取引自体も減少傾向が続いている。	
▲	公認会計士	・新型コロナウイルスの今後の状況がみえないので、小売、飲食、サービス関係は業績悪化が避けられない。建設関係が現在の景気を維持したとしても全体的には景気の下降が続き、やや悪くなるのではないかとみている。	
▲	コピーサービス業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第2波、第3波に備えて働き方改革に取り組もうとしている企業が増えているようだが、具体的な動きはまだみえない状況で、すぐに景気が戻るとは考えられない。	
▲	その他企業〔企画業〕（経営者）	・新しい生活様式、マスク着用、社会的距離、ウィズコロナなど、あふれる新語が知らず知らずのうちに国民に自粛といった行動阻害を促している。行き過ぎた警戒感が心配である。	
▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・雇用調整助成金の活用が目立ってきた。ますます同業他社との価格競争が激しくなっており、仕事量が減少している。	
×	農林水産業（従業者）	・国内の米の在庫量が多くなっており、令和2年産米の価格下落が予想されている。	
×	窯業・土石製品製造業（役員）	・新型コロナウイルスの感染拡大による国の経済対策で、大幅な財政の圧迫から不要不急の公共工事が中断、延期の可能性もある。民間設備投資も減少傾向にあり、良くなる要素が全くない。	
×	金属製品製造業（経営者）	・客からの情報が極端に少ない状況の中、今後3か月では業績の回復は期待できない。	
×	建設業（企画担当）	・客先の設備投資計画の延期や中止は、受注予定の減少につながり、受注量の減少は競争の激化、更には売上の低下に直結する。また、関連する専門工事業者にもその影響が及ぶと推察される。	
×	輸送業（経営者）	・プラス要因、マイナス要因どちらもあるが、現状だとマイナス要因の方が少し多い。プラス要因としては、7月頃から輸出、輸入関連貨物がやや回復してくるとみている。マイナス要因としては、一昨年から続いている主要製造業取引先の減産が今後更に増える見込みである。	
×	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・サラリーマンの残業がほとんどなくなり、パートの人たちの出勤が非常に減って手取り収入が減少したという話を周囲から聞いている。内需拡大や購買に結び付く材料も全然見当たらない。大変心配している。	
雇用	◎	—	—

関連 (東北)	○	アウトソーシング企業 (社員)	・県をまたぐ移動の制限も解除され、これから先、元に戻ってくれることを期待している。
	○	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比同水準を保っており、企業からは求人が出始めている。新規求人数は復調の兆しが見える。
	□	人材派遣会社（社員）	・当初、緊急事態宣言の中で最悪の状況を見越していた企業も多かったが、予想よりも仕事がなくなっておらず、今まで人手不足だった企業でも採用活動をそのまま継続しているところが多くなっている。特にメーカー、建設資材、清掃や警備などのサービスといった企業からはそういった話が多く聞かれるので、今までと同じ状況が続くのではないかと考えている。
	□	人材派遣会社（社員）	・まだ求人数の戻りは緩やかなので、ここから新型コロナウイルスの影響でどのようになってくるかは未知数である。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスのワクチンが開発されるなど、安心して働ける環境になるまでは、なかなか求人数などは上向かないとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県をまたぐ移動の制限も解除になるなど、モノが動き始め、対面しないでの経済活動を模索するなど、地元企業も必死に新しい販路に挑戦している。ただし、景気に反映できるのはずっと先のことで、まずは経費を抑えることが最優先になるため、しばらくは求人回復の見込みはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・スポーツイベントや地域の祭り、催事の中止りが10月頃まで確定していて、反転の起点となりそうな好材料が見当たらない。年末年始景気を見込んでいるが、新型コロナウイルスの特効薬やワクチン開発など終息につながるニュースがない限り、停滞感は続くと思われる。
	□	職業安定所（職員）	・緊急事態宣言解除後も、先行きの不透明感を訴える企業が多い。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が伸びるという予測にない。
	□	職業安定所（職員）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
	□	学校〔専門学校〕	・新型コロナウイルスの影響による自粛ムードが尾を引いている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・テレワークを実際に体験したことで、従業員の活用方法や事務所自体の必要性の有無を再認識した企業が出てきそうな感触がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響が長引き、雇用が悪化すると予測している。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響により、毎月の求人数が連続して減少しており、求人倍率についても連続して低下している。また、求人への応募も減少している。
	×	人材派遣会社（社員）	・減少した派遣需要案件に複数の派遣会社が群がっている構造が見える。業界を挙げて開拓部署が他の派遣会社の案件をリサーチし、あえて競合に持ち込む消耗戦を以前に増して実行している。
	×	人材派遣会社（社員）	・外資系企業の派遣スタッフ終了や、大手企業のリモートワーク推進により、北日本で支店を展開する必要がなくなってきているため、第2波が来たら、壊滅的な打撃を受けると推測される。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響はなくなる。