

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)	◎	住関連専門店（経営者）	・受注生産で、来月以降の受注量が大量にある。ここ2～3か月よりは倍増する。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	・東京、中部、関西からのツアー募集の状況が良い。個人についても、順調に伸びてきている。
	○	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・個人の金融資本が増えているが、どちらかというと高価格商品や耐久消費財のようなものは動いているかもしれない。一般消費財については供給過剰でもあるし、モチベーションが上がるといったことはない。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・観光客等も少しずつ増えてきているので、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・町内会で割増商品券が発行され、それがかなりのスピードで出回っているため景気が良いという雰囲気になっている。12月末までの商品券である。また、Go To Travelキャンペーンで観光客が9月の4連休ではかなり出始めており、これが続けば年末までにも東京から客が来るのではないかと考えている。
	○	コンビニ（経営者）	・客単価や買上点数は堅調に推移してきている。来客数も3か月前と比べると4%アップしている。ただし、夜間の動きが悪いので、これ以上悪くなることはないが、少しずつ時間を掛け落ちていくものとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・週末を中心に客の動きが活発になりつつある。また、販売する衛生関係商品の仕入れも通常となっており、需要と供給のバランスがとれてきた感覚はある。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車のモデルチェンジ等もあり、これからの集客目的の宣伝等通常どおり行うことができれば、事前活動次第で実績は伸びてくるとみている。
	○	乗用車販売店（本部）	・状況が激変しなければ来店、販売状況も少しずつ改善していくものとみている。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・コロナ禍も幾分落ち着くことが予想され、加えてGo To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンのクーポンの出回りで経済が活性化してくるのではないかとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・少しずつは良くなっていくとみているが、以前のような状態になるというのではなく、底辺から少しは上がるということである。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンに期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンにおいて、10月1日より東京着が対象となり更に選択肢が増えるとともに、地域共通クーポンの付与がスタートし客のお得感が更に増す。また、新幹線が通常どおり運行し、国内線においては、減便しつつも一定の座席供給量が維持され、旅行需要を下支えする環境が整っている。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス次第という点があるものの、東京の規制も緩和され、人の動きが活発になりつつあるので悪くなるという考えはなく、やや良くなるとみている。
	○	観光名所（職員）	・数か月前と比べて客は来ているので、我々の販売方法を見直せば、かなり上向きになってくるという感じはある。特に、試食品を出せないという部分でなかなか売上が戻ってこないが、新しい生活様式と同じように新しい販売方式を開発できればもっと上向いていけると考えている。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・第3波があるのかどうかの懸念はあるものの、回復してきている。	
○	住宅販売会社（経営者）	・小規模宅地分譲が好調である。	
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルス需要で業種的には前年を大幅にアップしてきたが、ここに至って落ち着いてきている。冬に向かってどうなるかわからないが、変わらないのではないかとみている。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒〕（経営者）	・少し締め付けが緩んだ感があり、少し人も動くようになったが、また感染者が出てしまえば消費者はギョッと縮こまってしまう。安心して外出ができるような状況が来るまでは延々とこの繰り返しである。景気が良くなったと本当に実感できる日が来るとは現状では到底思えない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・景気の低迷はもうしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・飲食業、サービス業を始め、地域内の多くの業種が苦境に立たされており、今後も小売の消費が上向くとは考えづらい。取引先の商品供給も完全には回復しておらず、品ぞろえ面でも不安がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・ベースとなる来客数に変化が見られていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（買付担当）	・効果的な予防方法やワクチンの発売等、安心して外出外食、お出掛けができるような安心材料が出てこない限り、この状況を変えるのは当面難しいと考える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営者）	・家計の支出バランスの変化により、コロナ禍の百貨店における消費行動の変化も実感している。随時対応していくが、根本的な品ぞろえなどはすぐには対応しきれず、しばらくこの状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・Go To Travelキャンペーンも10月1日から東京も含まれることになったが、新型コロナウイルスの終息が見通せないなかにおいては年末の帰省客需要も受入側には不安が残り、夏同様、帰省を拒否する傾向になることが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・コロナ禍で食品スーパーは内食需要がずっと続いており、これからもまだ続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・周りの企業に勤める人からコロナ禍で仕事が戻ってきているがまだまだ休みが多く、仕事量も3～4割程度という話を聞いている。これ以上悪くならないでほしい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・県内では新型コロナウイルスの新規感染者はここ1か月出ていないが、Go To Travelキャンペーンによる他県からの観光客により、どのようになるか先が読めない状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、イベントは自粛若しくは縮小が続いており、景気の回復要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・冬季に向かい天候要因も出てくるが、環境変化は特にないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・総理大臣が変わり秋田出身で地方を良く知っている人なので地方再生に力を入れてほしいし、期待している。新型コロナウイルスの終息に向けて全力で経済と新型コロナウイルス撲滅に立ち向かってほしい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・秋冬物の最盛期が過ぎる時期なので、来月には少し期待感はあるが2～3か月後は厳しいのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気回復対策と新内閣への期待度で、しばらくは現状の売上高を持続できると予測する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・ようやく季節の移り変わりとともに、カジュアル衣料のニーズが通常ベースに戻りつつあるが、旅行、出張用途といったモチベーション需要は少なく、厳しい状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響により、景気の低迷を非常に実感している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・コロナ禍の状況で景気の低迷、離職、収入源等の状況は悪く、商品購入は控えられているようである。消費者には先行きへの不安感があるようである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・給付金の影響で多少の需要の先食いが発生しているため、変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売に伴い、現行の車がオーダーストップになっており、主力である車がなかなか販売に結び付かないため、この先1～2か月は苦戦するのではないかと予想している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス対策で思い切った集客イベントができず、購入を悩んでいる客を呼び込むことができない。新型車が発表になっているが興味のある客しか来店しない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・紅葉などの観光期を迎えるがソーシャルディスタンスで回転率を上げることができないため、それほど良くはならないとみている。

<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・年末に入ればどの業界でも売出しやいろいろな企画が予定されているので、コロナ禍でもある程度景気の上昇が見込まれる。さらに、当地での新型コロナウイルスの感染が止まれば更に経済は活発になるはずである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルスの終息が見通せない状況なので何ともいえないが、コロナ禍以前の状況に戻るのには時間が掛かるとみている。インフルエンザとの同時流行も心配である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・既に新常态ということで需要も必要性も薄くなってしまい、もはや売上が回復することに望みはなくなった感がある。全く需要がないわけではないが、少ないパイの取り合いになり競争が激化して採算が取れなくなりそうである。本当に厳しくなるのはこれからである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・Go Toキャンペーンなど景気回復への様々な対策が行われているが、当業種においては大きな効果は期待できず、今後の需要回復を見通せない。
<input type="checkbox"/>	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広がりもあり、今月と同じ程度ではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・Go To Travelキャンペーン等の効果も徐々に出てきているようだが、この先の新型コロナウイルスの感染状況がいまだ不透明ななかではどのように変わるかは見通せない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	・Go To Travelキャンペーンによる宿泊客の朝食利用は多くなったが、地元客が利用するランチ、ディナーは現状維持である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で新しいスタイルに移行しており、外食については利用の予定が大きく減ってしまっている。予約についても団体客ももちろんなく、先の予約も入っていない。非常に厳しい状況が今後も続くともみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelキャンペーン利用で連休は満室であったが、平日は例年よりまだまだ宿泊客は少ない状況である。コロナ禍で秋の団体旅行、忘年会は見込めず、今月より景気は悪くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・様々な景気対策はあるが、感染不安もまだ大きく先々の予約は不安定な状態にあり、どう動くか予測が付かない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・現在、先行6か月の受注状況においても新規受注がない状況である。新型コロナウイルスに加え、インフルエンザも発症する季節に入ることから新型コロナウイルス感染症ワクチン接種が可能になるまでは現状のままを想定している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシーの主要利用者はビジネスマンと高齢者だが、ビジネスマンからは今後もテレワークが続くという声が、高齢者からは新型コロナウイルスを考え外出を控える状態は変えないという声が多く聞かれる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・悪くなる状況は変わらない。Go Toキャンペーンも国内生産が増えているだけで海外需要の取組が課題となるが、新型コロナウイルス対策と東京オリンピック需要への施策が鍵とみている。また、インフラ事業の拡大と大学の対面授業の再開も鍵になる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・現在の景気を改善する材料に乏しく、このままの状況が維持されるとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・これまでは、ステイホームのため宅内で楽しむことに金が使われていたのである程度新規加入者の増加があったが、今後は旅行、飲食など外での消費にスライドしていくことが予想される。このため、一定数の新規加入者は見込まれるが、大きく増加することは期待できない。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・学校団体が少し期待できるが、新型コロナウイルスの第3波次第でまだ厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・今が一番悪い状況にある。大々的にイベント等を行えないため、来場者を増やす手立てが見つからない。よって、これ以上売上が下がることは考えづらく、現状維持ではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルス感染への不安が残っているようである。

□	設計事務所（経営者）	・私たちの仕事の後に建設工事につながることを想定すると、現状の案件が少ないということは工事が少ないということにつながるから、低い状態で変化がないとみている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・Go Toキャンペーンなどの効果である程度の景気の回復を見込んでいるが、本格的な回復にはまだまだ時間が掛かるとみている。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの状況によるが、年末に掛けて感染者が増えてくると、風評被害で消費が完全に止まるのではないかと予想している。予約もほとんどないような状況である。
▲	商店街（代表者）	・まだまだ帰省客の数も少なく、観光客の数も少ない状況が続いている。新型コロナウイルス感染拡大の影響がどこまで続いていくのかということを大変懸念している。今後も注意をしながら商店街の来客数アップに努めていきたい。特に今まで中止になっていたイベント等の数もこれから増やしていきたいと思っている。
▲	商店街（代表者）	・商店街の景気は新型コロナウイルス感染の動向が大きく影響している。Go To Travelキャンペーンや地域限定プレミアム付商品券等により景気は回復しつつあるが、冬場に掛けて新型コロナウイルス感染が広まれば、忘年会、年末イベントもできなくなり一気に景気が冷え込む可能性がある。
▲	商店街（代表者）	・冬になり新型コロナウイルスとインフルエンザの拡大が懸念される。
▲	スーパー（経営者）	・10月は新型コロナウイルス感染防止対策による行動自粛や制限の影響が、次第に各企業の業績悪化に広がっていくことを懸念している。今後、企業営業の継続も雇用の維持も厳しくなってくると予想され、解雇、雇止め、労働時間の削減などが広がり、消費マインドの悪化、家計所得の減少とで消費傾向は低下していくものとみている。国も地方自治体も新型コロナウイルス対策支出負担が拡大し、財源確保も厳しくなるので、今の諸支援対策がいつまで続けられるのか懸念している。今後、個人も企業も公的支援が細り、一部なくなると景気は一気に冷え込むのではないかと。消費傾向はやや悪くなっていくとみている。
▲	スーパー（店長）	・距離的に一番近い大型の競合店が前面リニューアルしてオープンした。それからというもの目に見えて来客数が減少している。その状況は今後も続くことが予想される。
▲	スーパー（店長）	・コロナ禍のなか、経済活動の低下から食料品に回す支出を減らすことが懸念される。
▲	スーパー（店長）	・10月1日からの酒税とたばこ税増税の影響で消費の動きが多少鈍ってくる可能性がある。
▲	スーパー（営業担当）	・コロナ禍においてGo To Travelキャンペーンでの人の動きや内食から少しずつ外食へ動向の変化が出始めているので、食品スーパーでの買物、消費は少し減少傾向になるとみている。
▲	スーパー（営業担当）	・アフターコロナ特需終了後の価格競争が見え始めてきている。集客を狙った広告、値下げなどが強化され始めている。
▲	コンビニ（経営者）	・来客数は戻ってきているが、売上がなかなか戻らない。寒くなると来客数も減り、売上も減ってくる。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響とたばこの増税等でやや悪くなる。
▲	コンビニ（エリア担当）	・10月のたばこ増税でたばこ販売数の減少が予測される。コンビニエンスストアにとって、たばこ販売数減少は、来客数減少につながるため、売上減少の可能性はある。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響が顕著な企業とそうでもない企業と二極化しているが、今まで影響がなかった業界にも影響が出始めており、消費が今一つ消極的になってきた雰囲気がある。よって、年末に掛けては厳しいのではないかとみている。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスワクチン開発への期待感はまだ薄く、不安を持ったまま冬に向かい、外出自粛も多くなる。
▲	衣料品専門店（店長）	・10月は衣替えもあり、空気感が変わることを期待するところもある。しかし、新型コロナウイルスの特効薬も見つからず、終息がみえないなかでは、経済が動いてくるのにはもう少し時間が掛かるとみている。

	▲	家電量販店（店長）	・上期は新型コロナウイルスの特別定額給付金などの還元策で売上が伸びた。Go To Travel キャンペーンなどは飲食や旅行業に金が回り、家電製品などの購買には金が回っていない。下期は新型コロナウイルス問題の影響があるとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・給付金特需の反動減が出ている状況は、これから先もしばらくは続く。明るい材料ということになると、東京オリンピックや新型コロナウイルス関係の状況で随分変わっていくとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスが終息するまで、2～3年は景気は低迷する。
	▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で当面は悪くなる一方である。
	▲	通信会社（営業担当）	・報道されている携帯業界に対する政府の考えなどを聞き限り、業界全体が悪くなる可能性がうかがえる。
	▲	テーマパーク（職員）	・下期は元々悪くなる傾向がある。寒くなるにつれて新型コロナウイルス感染症患者が増加する等影響が出る予感しかない。そうすると取引先も工場を動かさない等出てくることが予想される。
	▲	美容室（経営者）	・旅行に行くなどのイベントが少なくなってきたので、ヘアスタイルを作り来店を訪れる人も少なくなっている。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・10月以降は毎年来場者数が減少傾向にあることや現在の状況を考えると、客の動きが鈍化することが予測される。
	×	商店街（代表者）	・割増商品券の効果も一時的だったようである。年末までのイベントも縮小されている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・9月の後半に掛けて、今まで経験がなかったような落ち込みが出ている。景気全体が悪化している。
	×	スーパー（経営者）	・手取りが減り可処分所得が伸びないなか、新型コロナウイルスの影響で更にマインドが低下し、節約、儉約思考が強まっていくことが予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスで売上が激減している上に雪が降ると来客数が更に減る。おまけに除雪代まで乗ってくる。冬を越せるか不安である。閉める店もかなり増えるのではなかろうか。
	×	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が大きく、景気が良くなるとは思えない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・コロナ禍による景気の悪化で飲食関連は限界に達しており、今月に入ってから地元でも廃業する店が多くなってきている。この状況では年末の繁忙期まで持ちこたえられないところも多いのではないかと。
	×	高級レストラン（経営者）	・Go To Eat キャンペーンなども始まるが、上向いてくるという感じはしない。東京が収束しない限り難しい。
	×	一般レストラン（経営者）	・12月の忘年会も期待はできない。大きい会社は団体での飲み会なども自粛しているので、例年よりも悪くなるのではないかとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・人の集まる場所には行きたくない心理が当たり前になってきている。たとえ新型コロナウイルスが落ち着いたとしても、自宅での食事が当たり前になってしまった生活リズムに慣れてしまい、新型コロナウイルス発生前のような外食スタイルに戻るのは少数になるのではないかと予想している。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスに関しては経済対策をいろいろ行っているが、街中に勤める会社員の動きが少なくタクシーに乗車する客が少なくなっているため、政府の対策を期待している。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—
	○	農林水産業（従業者）	・桃の出荷量は例年より3～4割少なかったが、販売単価が高く、桃農家の収入は例年の2～3割増しとなっている。なし、りんごにも期待したい。
	○	食料品製造業（営業担当）	・これから冬に向けて新型コロナウイルス感染拡大の不安はあるものの、Go To Eat が10月から本格的にスタートすることに伴い、客からの問合せも近頃増えていることから、一般消費者の期待も大きいことがうかがえる。各取引先もまた、ウィズコロナということで積極的に観光客を迎え入れようとしている。

○	金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で受注が極端に落ち込んでいたが、思ったよりも早く回復してきている。その回復ペースが落ちなければ状況は良くなっていく。
○	建設業（従業員）	・新型コロナウイルスによる不確定要素はあるものの、着実に進捗しているプロジェクトも複数あり、年末までに一定の受注を見込んでいる。
○	輸送業（経営者）	・少しずつであるが輸出、輸入関連貨物で回復の兆しがみえる。また国内貨物においても新型コロナウイルスで延期になっていた業務が動き始めている。
○	通信業（営業担当）	・受注量が少しずつ、前年並まで戻ってきているため、年末、年度末に向けて更に活発になる見込みである。
○	金融業（広報担当）	・住宅投資が持ち直し傾向にあるほか、夏以降の生産ペースが従来水準に戻っている事業者が増加している。
○	コピーサービス業（従業員）	・Go To Travelキャンペーンなど緩和政策に期待する部分が強くなっている。新型コロナウイルス感染の恐怖はまだまだあるが、それ以上に経済の復旧に期待する部分が強くなっている。気分的に前よりは楽観的に捉えている分、景気が良くなるような気がする。
○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・感染者数が一定数に抑えられ、Go To Travelキャンペーンなど人の移動が増えれば、消費マインドも上向き、景況感にも良い影響を及ぼすと考える。
□	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が少しでもあるうちは、景気回復は見込めないとみている。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・冬を迎えて新型コロナウイルスの感染拡大が心配される。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・2020年内の新型コロナウイルスの終息はない。
□	建設業（企画担当）	・新型コロナウイルスに対するワクチンや特効薬が開発されない限り、景気状況が劇的に回復することはないと推察する。しかし、業種によっては回復基調となっており、景気としては現状と大きく変わらないのではないかとみている。
□	通信業（営業担当）	・契約以外のことで相談に乗り、寄りそう姿勢を継続していく。
□	広告業協会（役員）	・例年であれば、クリスマスや年末商戦の計画立案の時期であるが、今後新型コロナウイルス禍がどうなるか分からない状況で、販促予算を縮小する企業もあり、厳しい状態はしばらく続く見込み。
□	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの根本的なワクチンや治療薬が普及しない限り、景気は戻らないのではないかと。
□	経営コンサルタント	・新政権の経済対策に期待している。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・観光客は増えつつあるが、以前のにぎわいを取り戻すにはもう少し時間が掛かりそうである。そうは言っても期待は持てると、前向きの明るい表情が多いのも目立つ。
□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件、受注案件の増加要素がしばらくは見当たらない。
▲	農林水産業（従業者）	・今後、大型台風の影響が予想され、転作作物の蕎麦（そば）の倒伏で収穫量の減少が懸念される。
▲	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言解除やGo To Travelキャンペーンの推進により地方の感染経路不明の患者数が増えている。それにより飲食店は来客数が増えず、収益が悪化し、チラシ印刷や広告が減少していくとみている。
▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・先行きの需要も低調であり、景気回復の兆しが見えない。新型コロナウイルスの影響でインフラ整備や設備投資を控える動きを懸念している。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・業界全体の業績が上向く材料が見当たらず、現状の業績悪化がしばらく継続することが予想される。
▲	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息がみえるまでは厳しい状況が続く。
▲	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大が冬季に向かって増加することが予想され、再度経済的影響が出る懸念がある。
▲	司法書士	・建て売り住宅着工件数が減少している影響が大きい。

	▲	公認会計士	・政府のGo Toキャンペーンにより飲食、旅行、小売関係の落ち込みが抑えられるかもしれないが、更なる景気悪化を防ぐ程度で、現状維持が精一杯とみている。建設関係も工事減少が予想されるので、全体としては景気が悪くなる。
	▲	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・景気うんぬんもあるのだろうが、新型コロナウイルスによって将来に不安がある人が多く見受けられるため、良くなるということとはなかなか考えられない。
	×	*	*
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・当地に進出したカスタマーサポート事業会社から数十名規模の人材派遣依頼を受注している。
	○	人材派遣会社（社員）	・2021年の4月の大卒採用を見送っていた企業も、2022年春卒業の現在の3年生向けのインターンシップは比較的積極的に実施しているところを見ると、採用意欲は徐々に戻りつつあるようである。今後は現状よりも若干良くなるような見通しである。
	○	人材派遣会社（社員）	・求職者数、求人数が共に増加しているため、良化していくのではないかとみている。
	○	アウトソーシング企業 （社員）	・東京オリンピック開催も決まり、東京のGo To Travelキャンペーンも始まったので、新型コロナウイルスに対する意識が変わることを期待している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・政府の制限がなくなり様々な需要が出てきたため、一部が回復傾向にあるとみえる。本格的に良くなるのは年明けになるとみている。
	○	学校〔専門学校〕	・新型コロナウイルス感染症防止と並行しながら、経済活動も少しずつ動き始めているので、多少景気は良くなるかとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・好転する要素となり得る情報を企業側から確認するに至らない。
	□	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍の影響は一服するものの、影響による倒産増加、雇用情勢の悪化は下げ止まっておらず、低調なまましばらく横ばいになると予想する。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種にかかわらず、新型コロナウイルスの勢いがここで収まるか、ワクチン等の対策案が決まってくるかといった要因にこの先懸かっている。求人数は年末に掛けて急激に改善するとは思えない。感染者数の大幅増がない限りは現在の状態がしばらく続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・Go To Travelキャンペーンや秋の観光シーズン突入により、一時的に地域における人の出入りが活発になってきているが、海外などの状況を見ると、そのあと必ず感染者の増加が起きていて再び自粛を迫られている。特効薬やワクチンの開発なしに状況の好転はあり得ない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス関連による雇用調整について、宿泊飲食業については終息傾向にあるが、製造業で増加している。
	□	職業安定所（職員）	・今年4月以降の求職者数、求人数の推移をみても、今後しばらくは同じような状況が続くことが予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・解雇、雇止めが増加傾向にある。有効求職者数も前年同月比で増加が継続中である。
	▲	職業安定所（職員）	・今のところ良くなってくるだろうという数値が見えてこない。
	▲	職業安定所（職員）	・求人数が戻っていない。また、雇用調整助成金の申請が依然としてある。
	×	人材派遣会社（社員）	・良くなる要因が見当たらない。