

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、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 (北海道)		商店街（代表者）	・今後については、プレミアム付商品券等の利用期間に入るため、季節要因を考慮したとしても、新型コロナウイルスの新規感染者が頻発しない限り、全体的な景気は良くなる。ただし、夜型飲食店など、業種によっては多少のばらつきが生じることになる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・政府による自粛要請の緩和、Go To Travelキャンペーンなどの効果から、今後の景気はやや良くなる。消費者の自粛に対するストレスの反動も消費動向に良い影響を与えることになる。
		百貨店（売場主任）	・10月以降、前年の消費税増税を前にした駆け込み需要の影響がなくなることがプラスに働く。新型コロナウイルスの影響は続くため、厳しい状況は続くと思われるが、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・年末に向けて、家なか消費の拡大が期待できることから、生鮮食品や加工食品、総菜、和洋菓子などの需要が増えることが期待できる。
		百貨店（役員）	・現状、新型コロナウイルスの第3波が最も危惧される要因であるが、今のところ、その兆しがみえないことから、今後の景気は若干ながら回復する。
		スーパー（店長）	・前年は9月に消費税増税前の駆け込み需要があった反面、10月以降は消費が低迷していた。今年はそうした影響がないため、10月以降は前年以上の売上が見込める。また、春夏と比べれば、学校行事や社会行事の少ない時期となるため、新型コロナウイルスの影響を受けにくいとみられる。
		スーパー（役員）	・新しい生活様式に人々が慣れてくることで、年末の帰省も含めて、徐々に人の動きが活発になると見込まれる。そのため、今後の景気はやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・前年と比べるとまだ厳しい面があるが、東京オリンピックの開催を控えてテレビ需要の増加が見込まれる。また、暖房器具などの季節商材の売上増加も見込まれる。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響が解消されることを期待している。また、秋が深まり、気温が低下することで、暖房機の需要が上向くことも期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・今後については景気が良くなることを期待している。ただし、車の販売については、冬に向かって下向きになるため、やや心配している面もある。
		乗用車販売店（従業員）	・周りをみると、外食などの回数が増えてきている。また、冬季に向けての準備などもあるため、今後については消費が上向くことになる。
		自動車備品販売店（店長）	・新型コロナウイルスが落ち着いてきている雰囲気が出始めていることから、今後、客の行動範囲が広がり、消費が上向くことになる。
		旅行代理店（従業員）	・今後の景気については、新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右される面があるため、現状と変わらないことが前提であるが、Go To Travelキャンペーンを企業や組織の団体旅行で利用するところが徐々に増えてくることが見込まれるため、景気はやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が拡大していないことが前提であるが、首都圏のテーマパークで新エリアがオープンすること、10月からGo To Travelキャンペーンで東京が対象に加わることなどから、ほぼ道内需要しかない現状と比べれば景気はやや良くなる。
	旅行代理店（従業員）	・新政権の政策への期待もあり、今後、民間企業の動きや個人消費が増えてくことを期待している。	
	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの動向次第だが、景気が良くなることを期待している。	

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
		通信会社（企画担当）	・毎年秋に販売する人気スマートフォンに対して、客の注目が集まり、購買意欲が上向くことを期待している。
		観光名所（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの影響で、旅行を観光にという風が間違いなく吹いている。実際8～9月の祝日などでは、新型コロナウイルス発生以前と変わらぬ来客数の日もみられた。こうしたことから、国内個人観光客の動きがこれからますます加速することになる。
		住宅販売会社（経営者）	・まだまだ予断を許さない状況ではあるが、新型コロナウイルスが終息して、今後に向けて景気が徐々に上向くことを期待している。
		商店街（代表者）	・世のなかで不安定とはいわないが、このような状況で景気が上向いてこないことで、冬のボーナスが出るが不安になっている消費者が多いとみられる。今後、出費を抑える傾向が強まることを懸念している。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの勢いが収まることを期待しているが、以前の状態に戻るまでには時間が掛かることになる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月1日から東京がGo To Travelキャンペーンの対象に加わることから、人の移動が活発になる。ただし、秋から冬にかけて新型コロナウイルスの感染が拡大することも懸念されるため、状況が一変することまでは期待できない。そのため、今後も同じような傾向で横ばいのまま推移することになる。
		百貨店（営業販促担当）	・新型コロナウイルスに対する警戒は冬も継続するとみられる。旅行や会合などの外出自粛が続くことになれば、衣料品を中心に動きがみられなくなる。
		スーパー（店長）	・インフルエンザが流行する時期に新型コロナウイルスの動向がどうなるか予断を許さない状況にある。そのため、ワクチンや治療薬などの抜本的な対応策が出てこない限り、景気は下げ止まりの横ばい又は僅かな回復で推移することが見込まれる。
		スーパー（役員）	・様々な分野で行動規制の緩和が始まってから、当地では月末時点の新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にある。一時的に新型コロナウイルスに対する人々の防衛感が薄まったことで、徐々に景気が悪くなるようにみえたが、再度、人々の感染防止意識が強くなることで、今と変わらないやや良い状態で推移することが期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売の先行指標である新車の受注量が9月も引き続き前年の水準を上回って推移していることから、今後も現在の好調な状況が続くと期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・漁獲量の低迷により地場産業である水産業が影響を受けており、加工業や運送業にもその影響が及び、経済的な影響が大きくなっている。そのため、プラスが見込める観光や酪農などとの効果が相殺され、景気は大きな変化のないまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・現状は景気の悪くない状況にあるため、このままの状態推移することが見込まれる。新型コロナウイルスの感染が再度拡大すると、3～6月の厳しかった状況に戻る可能性もあるが、当地の場合、タイヤ交換などで来客数が増える時期であることから、うまく商戦につながることを期待でき、景気はそれほど落ち込まないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・現在の新型コロナウイルスの感染状況から、景気の先行きについて現状から大きく変わるようなことはない。
		住関連専門店（経営者）	・ビルテナントの賃貸を行っているが、収益悪化により退去するテナントがみられた。一度退去してしまうと新たなテナントの入居がしばらく見込めないため、今後の景気は厳しいまま変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費者は、価値を見いだしたのに対してはどんな状況でも購入する傾向にある。今後の展開次第だが、必要不可欠な商材であることをアピールできれば景気は変わらないまま推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・先行きについては不透明である。

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
		高級レストラン（経営者）	・10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京も含まれることになる。10月一杯までは観光客が増えることが期待できるが、10月を過ぎると段々と寒くなることと合わせて、インフルエンザや新型コロナウイルスが流行する可能性があることから、どのような状況になるのか見当も付かない。ただ、景気が良くなるとはいえないため、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・例年10～11月は観光閑散期であるが、今年は9月も土日祝日以外は閑散期のような状況であったことから、これから10～12月に掛けて、売上がどの程度変動するのか想像も付かない状況にある。
		タクシー運転手	・Go To Travelキャンペーンの効果に期待しているが、現在の問合せや予約状況から、これまでの減少分を持ち直す程度になるのではないかとみられる。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの影響で引き続き低調に推移している。観光事業者としてはGo To Travelキャンペーンなどの施策が頼みの綱であるため、短期的な実施にとどめるのではなく、最低でもインバウンド客の入国が全面解禁されるまでの長期的な視点での実施を望んでいる。
		美容室（経営者）	・今後も新型コロナウイルスへの感染状況は変わらないとみられることから、客同士の距離確保のため、半分しか施術席を使用できない状況が続く。そのため、売上も今の状態が続くことになる。
		美容室（経営者）	・当店では新型コロナウイルスの影響も余りなく、これからも影響が出てくるとは考えられない。ただ、景気が上向くような兆しもみられない。
		商店街（代表者）	・周りで閉店したり、廃業する店が増えたことから、商店街全体の客足が落ちることになるため、元に戻るまでしばらく時間が掛かることになる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスによる収入減の影響が、客の買物の様子がシビアになっている。
		スーパー（企画担当）	・これから秋冬に向けてインフルエンザと新型コロナウイルスの同時流行のリスクが叫ばれていることから、心理的な不安とあいまって、消費動向は楽観のできない状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・これまではキャッシュレス・消費者還元事業、免許品の値上げ前の駆け込み需要の影響で売上を確保できていたが、今後はその反動が出てくるため、売上は落ち込むことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・食費が普通に掛かっている上、宅配などを利用する機会も増えていることから、家庭での消費額はやや増えているとみられる。また、今後は燃料費、暖房費などの費用もかさむことになる。その一方で、収入は変わらないため、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響が継続するとみられる上、たばこの駆け込み需要の反動が出てくることが見込まれることから、今後の景気はやや悪くなる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・3月以降、前年割れが続いており、回復の兆しがみられないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・インフルエンザや風邪が流行し、新型コロナウイルスと混同されることが懸念される。そのため、今後の景気については一層の冷え込みが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・10月以降は観光の閑散期となってくるため、夏場のような集客が見込めない。1月末から2月に掛けての流水観光時期まで観光需要の拡大は難しいとみられる。
		タクシー運転手	・タクシー業界は景気に左右されやすい上、観光面の影響も受けやすい。今後の景気が落ち込むことになれば、観光面にも影響が出ることになるため、以前の状態に戻るまで数年は掛かるのではないかと懸念している。
		タクシー運転手	・10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京も含まれることになり、地域共通クーポンの配布も始まるが、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されることから、今後の景気はやや悪くなる。景気を上向かせるためには、いち早いワクチンの開発が必要である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・新型コロナウイルスの影響について、いまだに回復の見通しが立っておらず、政策効果も限定的なものにとどまるとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。

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
	×	商店街（代表者）	・これから観光のシーズンオフに向かうことに加えて、冬を迎えて新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されるため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・9月の大型連休に期待していたが、客が郊外の観光地に流れたことで、中心商業地への客の入込は少なく、期待外れで終わった。10月以降のGo To Travelキャンペーンの予約状況も現在のところは低調に推移している。当地区はこれから冬に向かい、観光の閑散期となるため、北海道を目的地とする旅行が増えることは期待できない。このため、観光シーズンを逃したGo To Travelキャンペーンの効果は薄いとみられ、北海道の観光業にとって危機が迫っている状況にある。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・当社はこんぶ小売専門店として5店舗を運営していたが、そのうち1店舗を閉鎖した。社員の解雇はせずに頑張っているが、観光客相手の店舗の閉店が周りで相次いでいることから、今後、失業者が相当増加することが懸念される。
	×	コンビニ（エリア担当）	・冬を迎えて、新型コロナウイルスの第3波が来るとみられることから、今後の景気は悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・リモートワークが定着したことで、スーツ関連の売上が落ち込むことが懸念される。当業界は、最低限の保証がある外食産業以上に悲惨な状況になっていくことは間違いない。
	×	高級レストラン（スタッフ）	・例年であれば、9月までが繁忙期であり、この先は閑散期に向かうことになる。9月の景気は3か月前と比べれば良くなっているものの、集客が前年の50%にとどまっているため、閑散期である3か月後に景気が好転するような要因が見付からない。
	×	観光型ホテル（経営者）	・これから冬季シーズンに入り、例年であれば団体客やインバウンド客のシェアが高まる時期だが、今年は双方とも見込めない。冬季は道民の宿泊需要も急減するため、年末に掛けて大変厳しい景況感になるものと懸念している。
	×	観光型ホテル（スタッフ）	・今年はイベントの催行がないことから、今後の景気は悪くなる。また、今年は曜日並びが悪く、連休がないこともマイナスである。
	×	タクシー運転手	・例年10～11月はタクシー利用が減ってくる時期である。コロナ禍の今年は例年以上の利用減になることが懸念されるため、景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスに対する消費者の生活パターンが定着していることから、今後の景気回復は永遠に望めない。
	×	美容室（経営者）	・景気が良くなるような要素が全くないことから、今後の景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・客の多くが将来の所得に不安を持っており、分譲マンションの購入をちゅうちょしている。そのため、分譲マンション市場は縮小傾向にある。消費税の減税など、何らかの経済対策が行われることを期待している。
企業 動向 関連 (北海道)		金属製品製造業（経営者）	・客からの受注の見込みがあるため、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・国の政策効果もあり、観光関係が多少回復傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・売上が上向くような案件が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		食料品製造業（従業員）	・価格改定の影響により、受注量が大幅に減少している。2～3か月後も同様の状況が続くとみられる。
		家具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に社会活動が大きく左右される状況が変わっていないことから、まだ本格的な景気回復を望みにくい。
		金属製品製造業（従業員）	・新規住宅着工件数が前年から15%程度ダウンしたままであることから、今後も景気は変わらない。
		建設業（役員）	・新型コロナウイルスの影響が長期化することは避けられないことから、次年度以降の受注見通しについて楽観できない状況は今後も変わらない。
		司法書士	・今後の見通しについて、新型コロナウイルスに対応した社会システムが構築されることになれば、それに伴い景気も回復傾向に転じるとみられるが、しばらくは厳しい状況が続くことになる。

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
		司法書士	・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどの経済対策が行われているが、恩恵を受けるのは一部の業種に限られる。全体的な景気回復には多くの業種の景況感が上向くことが必要であり、年内は現状維持が精一杯とみられる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・新型コロナウイルスの動向が民間設備投資に影響を与えることが懸念されるため、年内は現在の状態が続くことになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・現在の経営環境では、景気回復に向けての行動が制限されるため、今後の大幅な景気改善は難しい。
		建設業（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの動向次第だが、良くて現状維持で推移することになる。公共工事は例年のペースで推移しているものの、民間建築は冬季を迎えて引き合いが減ることになる。戸建て住宅は持ち直しの兆しもみられない。
		建設業（従業員）	・道内の地方都市で建て替えを計画していた複数の医療施設において、コロナ禍での患者数の減少を受けて計画中断を余儀なくされている。今後の民間施設投資の落ち込みが危ぶまれる。
		輸送業（支店長）	・物流業界では、稼働維持のための運賃下落のフェーズに入りつつあることから、今後の景気はやや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・これから気温が低下するにつれて、新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加する懸念があることから、今後の経済活動全般が制約される可能性が高い。また、その可能性の高さを各企業が過敏に捉えることで必要以上に経済的活動が抑制されることが想定される。その結果、今後の景況感は必要以上に下押しされることになる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・発注を先延ばしにしているという話を身近でよく聞くようになったことから、今後の景気はやや悪くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・公共工事は例年と変わらずに行われているが、民間投資工事は先行きへの不透明さがあることから、一部延期、中止の動きがみられている。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	x	金融業（従業員）	・足元で失業率の上昇や有効求人倍率の低下がみられるなど、雇用情勢が悪化基調にある。また、今後、持続化給付金の支援効果が剥落することで企業の資金繰りが悪化することも見込まれる。このため、道内の雇用、所得環境は一層悪化する可能性が高く、これに伴い個人消費が減速することも懸念される。これらのことから、道内景気は3か月前と比べて悪くなる。
雇用 関連 (北海道)		-	-
		求人情報誌製作会社（編集者）	・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどの効果により、停滞している飲食業界、宿泊業界に動きが出てくることを期待している。
		職業安定所（職員）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響がみられる状況ではあるが、今以上に景気が悪くなることは考えづらく、今後の景気は少しずつでも改善することになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ウィズコロナの状況に住民が慣れてきていること、Go To Travelキャンペーンや地域における各種の需要喚起策などの効果が表れ始めていることから、人の動きが活発化している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・外国人観光客が増えてこない限り、経済の回復も限定的なものにとどまる。ワクチンなどが開発、普及してこない限り、経済活動が好転することはない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・忘年会や帰省の増える年末、冬の観光シーズンに例年どおりの人の動きが見込めるのか、全く読めない。冬場の観光入込が多い当地において大きな問題となっている。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は前年を下回っているが、新型コロナウイルスの影響を大きく受けている宿泊業、飲食業、旅客運送業などに持ち直しの傾向がみられる。
		職業安定所（職員）	・当地における新規求人数は前年比マイナス26.0%、月間有効求人数は前年比マイナス25.1%といずれも減少しているが、新型コロナウイルスの影響を受けて低迷している経済活動がこれから回復することで、求人数、有効求人倍率についても徐々に復調することが見込まれる。

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
		学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスによる影響を受けていない業界を除き、現在の不景気は継続する。Go To Travelキャンペーンなども一時的なカンフル剤であり、将来に対する各業界の不安感が払拭されない限り、しばらくはこのままの状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・現在、雇用調整助成金及び持続化給付金などで何とか経営を維持している企業が多くみられる。特に中小企業において、その傾向が顕著である。今後、助成金や給付金の申請受付期間が終わると、中小企業などでは事業承継問題と合わせ、事業の継続を見送る事例が出てくることも見込まれる。また、飲食業などの失業者増加も景気に影響を与えそうである。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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きた感はある。
		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。

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
		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分からないが、変わらないのではないかとみている。
		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、また感染者が出れ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。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・景気の低迷はもうしばらく続く。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。

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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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も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。
		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、営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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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、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。
		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。
		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。
		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程度の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。

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
		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。
		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。
		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はじまっているので、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、売上減少の可能性もある。
		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はじまっており、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。

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
		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く限り、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しなし。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ているので、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らうか。
	×	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みている。
	×	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		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。

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
(東北)		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 Travel、地域共通クーポン、さらには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見える。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效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、大型台風の襲来が予想され、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きている。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。	

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
		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される。
		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〔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はなかなか考えられない。
	x	*	*
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。特效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。
	x	人材派遣会社（社員）	・良くなる要因が見当たらない。

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 (北関東)		コンビニ（経営者）	・今後、11月にはワインが多く入荷し、売れると見込んでいるため、良くなる。
		商店街（代表者）	・幼稚園や小中学校の運動会などの行事も開催され始めてきている。Go To商店街やGo Toイベントの実施によって、更に良くなるのではないかと大いに期待している。

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
		スーパー（商品部担当）	・Go To Travelキャンペーン、プレミアム付商品券の発行、電子マネーキャンペーン等、様々な消費者施策が行われることにより、期待を込めてやや良くなると回答する。一時しのぎ的な要素はあるものの、消費者の行動に変化があればと思っている。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で在宅率が高くなり、正月やクリスマス時期の、家なかでの消費が増えると考えている。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月後の景気は、やや良くなるとみている。新型コロナウイルスの問題も、Withコロナというキャッチフレーズの下で、少しずつ客の動きが良くなっていくのではないかと。ただし、前年と比べて回復するかどうかについては、なかなか厳しいと予測している。これから年末商戦を迎えるが、多少、金額的な面で、下向きの影響が働くのではないかと感じている。
		コンビニ（店長）	・Go To Travelキャンペーンや大学の授業も再開されて、人の流れが良くなっているようである。クリスマスなども近付いてきているので、徐々に景気は良くなっていく。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、ステイホームの意識は続くと思っており、暖房器具や家での食事を楽しむ調理家電の伸びに期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車製造を中心とした地域の生産体制は、前年同期に戻りつつあるものの、いまだ市場には、お金がそれほど戻っていない。良い業種は食料品スーパーとドラッグストアだろうが、いずれにしても新型コロナウイルス次第だと思われる。
		一般レストラン（経営者）	・来店して忘年会、法事などをやらない代わりに、単価の高い弁当が作れないかといった問合せが多数来ている。宴会が取れない分、そちらに期待できそうである。
		一般レストラン（経営者）	・徐々に新型コロナウイルスのことが分かってくれば、対処や行動が変わってくる。いつまでも現状のような自粛の空気であることは、消費者にとっても気分的に耐えられないのではないかと。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新型コロナウイルス感染の影響等で、先の見通しは立てにくい状況だが、休止していた商業施設やビジネスホテル内の飲食店、路面店が再開するなどして、新規委託案件も散見されるようになってきている。正常化に向けて景気の底上げを期待したい。
		通信会社（総務担当）	・高齢の客には、いまだに来店に慎重な方が多いものの、徐々に客が戻ってきているため、やや良くなる。
		競輪場（職員）	・全国発売の特別競輪レースの売上が、増加傾向にある。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・年度末に向かうので、新型コロナウイルスが落ち着いてくれば、状態が安定するが、現状が続けば、変わらない。ワクチンの影響が大きいと思っている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・これから外国からの入国を拡大していくようで、Go To Travelキャンペーンに東京都も参加するので、新型コロナウイルス感染者が増えていくのではないかと。景気はこのまま変わらないか、もしかすると悪くなっていく。
		百貨店（営業担当）	・今後2～3か月は現状維持が想定される。新型コロナウイルスの収束見通しが立たない以上、不要不急の外出や購買を控える傾向は変わらない。食品やリビング関連など、堅調な部分もあるが、主力の衣料品の好転は見込めない。
		百貨店（営業担当）	・食品の売上は堅調に推移している。外出がままならないなか、自宅での食事のニーズが高まっている。一方、非食品群は外出を控えるムードがあるため、不要不急の買物は少ない。全体では余り変わらない。
		百貨店（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンや各自自治体の施策が動き出しており、ある一面を切り取れば、良くなっていると感じる部分もある。ただし、全体感として、どこまで状況が良化するかという見込みは不明なため、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響は少しずつ落ち着いてきているが、店の前面道路工事が3月までかかる予定であり、工事終了まで売上の回復は難しい。
		衣料品専門店（店長）	・相変わらず、新型コロナウイルス感染者数が増えているので、先行きは読めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月はやや良くなっているが、これ以上良くなる要素もないので、恐らく今以上は良くならない。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月で、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くなりワクチンができるなど、何か良い材料がないことには、良くなる保障はできない。当地は観光地を控えているので、観光客が来てくれれば、ホテル、旅館関係が潤う。Go To Travelキャンペーンで、多少の人は来ているが、以前のにぎわいには、程遠い。2～3か月先も、今の低い水準でいくのではないが、景気は余り変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・地方の当市では、新型コロナウイルスの問題が今になってようやく浸透した状態である。また、この問題が解決するとか変化があるとは思えない。感染者数など、マスコミによる過剰な報道で我々もかなり不安を抱いている。もっと正確な検査による患者数などの数字をきちんと出してもらうようになるとよいのではないか。世の中がもっと冷静に現状を把握しながら、経済活動が進んでいけば良い。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・4～5月から売上も少しずつ増えてきた感じだったが、8月になって人が巣籠もりから出始めた感がある。ただし、店への買物客はまた少なくなってきている。我々小売は、しばらくこの厳しい状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンや有効な治療薬が開発されない限り、この状況は続く。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年末に向けて宴会獲得が難しい。少人数での飲食が多いと予想している。宴会がないと客単価等、売上に影響が出る。
		スナック（経営者）	・県や市で発行したプレミアム付商品券も、皆、そろそろ利用済みであり、Go Toキャンペーン関連客がどうなっていくのかをみている。余り期待はできないが、以前よりはやや来客数が増えていることから、総じて余り変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンで宿泊が少しずつ回復してきている。稼働率は、前年比79%、平均60%となっている。レストランの客数も前年の約75%まで回復してきており、少しずつ個人消費が増えてきた感はある。宴会は団体の動きが非常に鈍く、前年の約25%と売上の厳しい状況が続いている。
		都市型ホテル（副支配人）	・宿泊は、団体予約がどこまで復調するかである。料飲部門は、今後、宴会や多人数での会食等がどうなってくるのか、現時点では不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が見通せないで、先が読めず、V字回復は望めない。
		旅行代理店（所長）	・秋の旅行のピークは越えてしまったので、Go To Travelキャンペーンは継続されるものの、動きは現在よりは鈍化するものと考えている。
		旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンも一時的なものである。新型コロナウイルスの影響は大きい。
		タクシー運転手	・現在が一番底であって、早く良くなってほしい。
		通信会社（経営者）	・元々、新型コロナウイルスにはさほど影響を受けない職種だが、長引けば間接的には影響は出てくる。何より一番の問題は、高齢化と人口減少による顧客数の減少である。全ての業種でインターネット通販ができるわけもなく、地域密着型の業種では、現状が続く限り本当の意味での景気回復はない。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続く状態では、楽観視はできない。ワクチン等、具体的な対策ができるようになれば改善される。
		通信会社（局長）	・周辺企業の方と話をすると、二極化しているように感じる。ぎりぎり持ちこたえる企業が多く、「今後の新型コロナウイルスの感染状況が悪化した場合には、持ちこたえることができない」という話を耳にする。
		テーマパーク（職員）	・少しずつ来園客も増えているが、新型コロナウイルスの影響で、近距離の旅行先として来ている客も多い。Go To Travelキャンペーンの東京都の追加は、明るい材料だが、遠方への旅行の方がより大きな恩恵を受けることから、関東近郊の観光地への客の来訪が継続するか不安である。
		ゴルフ場（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、感染者が現状程度の推移であれば、変わらない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が、年内は続くと見ている。

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
		設計事務所（所長）	・個人消費はやや戻りつつあるものの、団体旅行や冠婚葬祭等、大人数での飲食は依然として見送るケースが多く、いまだに景気上昇の気配は見えない。
		設計事務所（所長）	・上向きではあるものの、新型コロナウイルスの感染が収まったわけではないので、しばらくは横ばいと予想する。
		住宅販売会社（経営者）	・やはり、新型コロナウイルスの収束が進まないと、街の活性化は見込めないと感じている。観光地ではない当地は閑散とした状況が続いている。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの影響がある。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックの開催有無や新型コロナウイルスの影響で、今後どうなるか不明である。
		住関連専門店（仕入担当）	・コロナ禍における買いだめや、新しい生活様式に対応するための購買も一息ついている。今後は新型コロナウイルスの状況に対応しながら、節約傾向に拍車がかかる。この傾向に対する価格下落も表れ始めている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・客からの発注が減少している。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、やや悪くなる。
		美容室（経営者）	・商工会主催による消費者の回遊を促す「Go To 商店街」イベントが10月の1か月間開催予定なので、期待が高まっている。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が、東京都で増えつつあるなか、周辺に立地する当県には影響がある。まだまだ予断を許さない状態である。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・暑さが一段落して、エアコン等の販売も落ちると思うので、間違いなく悪くなる。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、東京に修学旅行に行けない児童、生徒が、旅行先を変更して当地を訪れる数が非常に増えた印象である。しかし、依然として大人の団体旅行は下火である。シルバーウィークの4連休も、平日と比べれば観光客は多かったが、店内飲食を避けたり、知り合いに配る土産物の購入を控えたりしており、観光小売業の厳しい状況は変わらない。Go To Travelキャンペーンの恩恵も、補助額の大きい高級旅館のみであり、小売店や飲食店はもとより、単価を安価に設定している宿泊施設等は、依然として厳しい。今後、インフルエンザもあいまって流行する等、厳しい要素しか思い浮かばない。観光業は再び大変厳しい状況になると危惧している。
	×	コンビニ（店長）	・今月は10月1日からのたばこ増税のため、まとめ買いが多量にあり、売上が大幅に上がっている。この反動が、かなりマイナスに作用する。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・インフルエンザと同じように、これからはWithコロナで生きていかなければならない世界だと思う。PCR検査をいつでもどこでも何度でも安価で受けられるような環境を整えていかない限り、人の動きは戻ってこない。本当にそうした仕組みを国を挙げて短期間で作っていく必要があるし、作ってもらわない限りは人の動きは止まったままである。
	×	住関連専門店（店長）	・東京オリンピック開催について、行政では新型コロナウイルス対策を実施しながらの実現を目指しているようだが、すぐそばで感染者が増えている厳しい現状がある。安全な指針を示さない限りは、景気の上昇は難しい。
×	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスが消滅しなければ、ホテルや飲食業界の会食、宴会、披露宴等は終わりである。	
×	タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いので、この先も悪いと思う。	
×	タクシー（役員）	・近隣地域でクラスターが発生し、出控えが顕著なため、悪くなる。	
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今まで、新型コロナウイルスの影響で、なかなか動かなかった物が、少しずつ動くようになってきている。10月からGo To Travelキャンペーン等が、一層活発になると思うので、この先、少しは良くなる。
		社会保険労務士	・今よりは良くなっていると思うが、冬のボーナスは例年より少ない事業所が多いとみているので、高額商材等は影響を受ける。
	化学工業（経営者）	・上向き傾向は続くと期待しているが、現状が大きく変わるとは思えないため、変わらない。	

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
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスを心配しつつ、稼働している。
		金属製品製造業（経営者）	・将来の景気は、全く予測できない。新型コロナウイルス次第だろうが、とても不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事が回復する取引先と全く戻ってこない取引先が明確に分かれている。トータルでは変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、競争相手の様子等をいろいろ聞いたが、今後2～3か月では到底良くなるとは思えない。少し良くなるのは半年先以降ではないか。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのままの状態が続く。
		建設業（開発担当）	・公共工事は前年の大雨災害の影響による復旧工事で、大変忙しい。ただし、建設業界は10年来の不況業種で、企業数が減ってきている上に、従業員の高齢化もあり、企業規模が小さくなっている。こうした状況から、発注増へのスムーズな対応は難しい点もあるが、何とか知恵を絞って対応していきたい。
		輸送業（営業担当）	・今後は更に気温が下がり、季節家電のヒーター類やこたつ、電気カーペット、冬物寝具等の物量が、前年並みに確保できる予定である。
		経営コンサルタント	・最近になって、あちこちで散発的に新型コロナウイルスの感染者の増加が伝えられている。今後の動き次第で、暮れに向かって消費行動が抑えられる懸念がある。また、廃業者が出る可能性も相変わらずある。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・新型コロナウイルスの発生状況次第であり、何とも言えない。
		金属製品製造業（経営者）	・8月末の9月上確定分に比べて、今月末の10月上確定分は3分の2程度となっている。11～12月もこの状態が継続しそうだ。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の下期動向がまだみえないが、現在の情報では、状況が改善する見通しは厳しい。
		建設業（総務担当）	・良くなる気配がない。補正予算等の対応で、公共工事の量を増やしてほしい。
		広告代理店（営業担当）	・個人経営の飲食店、小売店等のサービス業や、宿泊業、結婚式場等、今後も厳しい企業が多い。広告予算を持っていた業界が厳しいため、広告業も厳しい。
		司法書士	・地域を見回しても、良くなっていく要件はほとんどないので、しばらくの間はじわじわと落ちていくのではないかと。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・例年なら9月から年末にかけては仕事量が急激に増える時期だが、今年は全くない。逆に、月を追うごとにどんどん仕事が減っているので、当社としてはかなり悪くなる。
	×	不動産業（管理担当）	・長年にわたって取引していた客からの管理業務が、10月からなくなるなど、金額の見直しや業務委託内容を変更する話ばかりで、前向きな材料が全くない。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・このところ、求人が増えているので、良くなる。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品製造の生産計画が高いため、やや良くなるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・取引先工場の休業等がなくなり通常勤務体制に戻ったこと、運送業は通常運送ができるようになったことで、求人募集を再開する事業所がみられる。
		人材派遣会社（経営者）	・引き続き、住宅着工や増改築等は期間3か月というものも見込まれる。これからの季節が、新型コロナウイルスでどのように動くか不透明である。秋冬物の販売促進はみられるものの、購買についてはまだ不透明なところがあるようである。
		人材派遣会社（社員）	・取引先も中途採用については慎重になっており、採用基準が厳しくなっている。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金、緊急雇用安定助成金の支給申請は、5～6月は自粛要請の影響もあり、飲食店からの申請が多かったが、市独自の飲食店への施策により減少傾向にある。現在は、飲食店からの申請も多少あるが、製造業からの申請へと変化している。

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
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルスの影響は続いているものの、逆にこれ以上悪くなることもない状況である。また、Go To Travelキャンペーンの影響で、経済が動き出した印象がある。
	x	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		家電量販店（店員）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要で9月度は好調だったが、10月以降は落ち込んでいたので、来月以降は前年比で上回ることが見込まれる。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向や、Go To Travelキャンペーンにおける東京都対象追加の正式決定などを受け、今後は都内への来街者の増加が見込める（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月から地域共通クーポンが始まり、料飲施設は少なからず需要が高まる。年明け以降は例年並みに戻ると予測している。
		観光名所（職員）	・2～3か月後になると、観光地はトップシーズンを迎える。9月の4連休は割と客が増えており、今後のトップシーズンも客が来ると期待している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・今後しばらくは当社の業種は好調と予想している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・全体的な景気の良さは感じられないが、新型コロナウイルスのせいで家にいることが多くなったためか、客は何か買いたい物を探しているように見受けられる。
		百貨店（売場主任）	・食料品については、これからお歳暮、おせちのプロモーションが始まるが、基本的にはWithコロナのなかで非常に良くなるだろうと思っている。生鮮、総菜の自家需要の伸びも含めて、全体的には少しずつ上がっていくのではないかと（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・おせちやクリスマスケーキ、お歳暮ギフトの販促が始まるので、集客の戻りを期待しているが、新型コロナウイルスの影響があるため先行きが不透明である。インターネットによる販促は伸長しているものの、店頭販売のマイナス分を補えてはいるのが現状であり、厳しい状態は改善されないとみている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染者数も一定規模で推移しており、政府の各種施策の実施もあるため、来客数は上向いていく。それに伴い、売上も回復に向かう（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者数がやや落ち着きつつあり、Go To Travelキャンペーン等の施策により外出も増加している。新たな生活様式にも慣れつつあり、一定水準の消費は期待できると想定している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が現状維持ないしは落ち着くという前提で、来客数が少しずつ増加しているなか、細心の留意を図りながら、動員催事を仕掛ける動きになってきている。おせちやお歳暮ギフトの受注は、店頭販売分をオンラインでカバーする（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・東京都を対象に加えたGo To Travelキャンペーンの効果により外出機会が増えれば、外出着や手土産の需要にも回復傾向が出てくる（東京都）。
		百貨店（店長）	・東京都もようやくGo Toキャンペーンがスタートするなど、行政施策に期待を寄せている。また、新型コロナウイルスの感染状況も多少落ち着きを見せている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・外出しよう、楽しもう、という雰囲気になってきている。
	スーパー（販売促進担当）	・前年は消費税増税の影響で衣料品、化粧品等の売上が大幅に落ち込んだ。食品は好調が続いているので、衣料品等の改善に期待している。	
	コンビニ（経営者）	・近隣公園のイベントも増えてきているので、期待したい。	
	コンビニ（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの影響もあり、市中に大分人が出るようになってきているので、景気は徐々に良くなっていく。現状では前年比70%程度だが、これから10%程度は上がってくると考えている。	

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
		コンビニ（商品開発担当）	・徐々に規制が緩和されてきているため、人の動きに期待したい（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・やや良くなるというのは希望的観測も含めてである。国も含めていろいろな行政単位で、経済対策、Go Toキャンペーン、商品券などの施策がこれから出てくるので、大型店だけでなく、小さな商店にも景気が行き渡るよう期待している。
		家電量販店（店長）	・テレビ、レコーダー、ヘッドセットは引き続き巣籠り需要で1けた台の伸びに期待する。携帯電話は厳しいと予想している。ラニーニャ現象の影響が予想どおりであれば、エアコンを中心とした暖房商品に期待が持てる（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・客の動向も上向いているように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・Go Toキャンペーンで弾みがつき、新型コロナウイルスの感染再拡大がなければという仮定の上での予測である。また、11月の米国大統領選挙の行方も少なからず影響を及ぼすため、予断を許さない。選挙結果が米中の対立にどのように作用するのか、その時が来てみなければ分からない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス対策と経済活動の回復をうまく両立できるように、政府が主導して進めてほしい。それによっても違ってくる（東京都）。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	・Go To Eatキャンペーンも開始されるので、期待している（東京都）。
		その他飲食[給食・レストラン]（役員）	・新しい売上水準に合った体制作りを進めることにより、業績は良くなっていくと考えるが、外部環境が新型コロナウイルス以前に戻るとは思えない（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・年末年始に向かって緩やかな回復はみられると思うが、やはり忘年会、新年会のような多くの人が集まる会合は見込めず、とても前年のような状況は考えられない。緩やかに回復し、来年を迎え、ワクチンが開発されて、東京オリンピックが開催されるかどうかということも含めて、1つの転機になるのではないかと感じる。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2か月後の11月は、修学旅行を中心とする教育旅行のピークを迎えるので、そちらの数字が良くなる。また、10月からGo To Travelキャンペーンに東京都も対象に追加されるので、個人旅行の増加が見込める。ただし、3か月後の12月には少し落ちていくのではないかと感じている（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・これまでの自粛ムードが緩和され、秋から年末年始に掛けての旅行需要が増加しつつある。
		旅行代理店（総務担当）	・Go To Travelキャンペーンに、東京都も対象となる10月以降に大きな期待を寄せている。個人に続き団体も動いてくれると、景気が上向いてくる（東京都）。
		タクシー運転手	・10月1日からGo To Travelキャンペーンで東京都が対象に追加される方向であることと、新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあることから、経済も多少上向きになるとみている（東京都）。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ需要の喚起策であるGo To Travelキャンペーンが、10月から東京都も含めて本格始動する。感染防止と経済社会活動を両立させる新たな日常がどこまでできるか期待したい（東京都）。
		タクシー運転手	・Go To Travelキャンペーンが東京都も対象になるため、多少は人の流れが出てくると思うので、昼間の時間帯は良くなる。ただし、夜や深夜については今と変わらないか、更に悪くなるのではないかと感じる（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・9月の4連休が多少期待できる様子だったので、来月10月からの東京都を対象に追加したGo To Travelキャンペーンの動向次第かと思われる。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況がこれ以上悪くならない限り、景気は良くなっていく（東京都）。
		通信会社（社員）	・自粛から活動する方向に志向が変わってきたと感じる。今まで使っていなかった人もリモートの仕組みを使うようになってきて、活動を始める方に向いてきているようである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて、外出を控え自宅で過ごす傾向が更に高まるため、テレビやインターネットの新規契約件数は増加していくものとみている。

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
		通信会社（経営企画担当）	・このまま案件数が徐々に増え続けることを期待している（東京都）。
		通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあるなか、客側の消費活動の回復が期待できそうである（東京都）。
		その他レジャー施設【総合】（広報担当）	・来場者の人数制限が緩和されたので、この状況が続けばやや良くなる（東京都）。
		その他サービス【学習塾】（経営者）	・まだまだ通常の運営は難しいが、少しずつ新規の問合せも増えてきている。
		設計事務所（経営者）	・現在の社会情勢を見ると、新型コロナウイルスの影響で非常に悪いところがあるが、当社はなぜか行政の仕事がたくさん取れたことと、社員の健康を重視して計画的に新しい社員を増やしていたことなどから、仕事が増えて良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・内覧の客が展示場に来ている。また、資料請求の数も増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が今までと一緒なら、少しずつ景気は回復してくる。売れる商材をそろえられれば、順調に推移していくと思うので、土地の仕入が肝になりそうである。
		商店街（代表者）	・商店街のメンバーに聞くと、やはり一番売上が取れない業種は飲食店のようである。当店は物販なので、少しずつ回復している。今の状況が良いというわけでは全くないが、これ以上悪くなると商売の継続が難しくなるため、少しずつでも上げる努力をしなければならない。
		商店街（代表者）	・冬シーズン、インフルエンザの流行や新型コロナウイルスの感染状況がどうなるかで大きく変わる。今の状況を見てみると、良くて現状維持ではないか。寒くなってくると、在宅時間が圧倒的に増えるので、そのなかでのWithコロナ需要をつかむには時間が掛かるかもしれない（東京都）。
		一般小売店【家電】（経営者）	・今の状態がずっと続くのではないかとということで、変わらない。とにかく動きがほとんどない。現状は、メンテナンス業務に力を入れており、そのお陰でどうにか、売上は上がらないものの多少の利益を出せている（東京都）。
		一般小売店【和菓子】（経営者）	・Go Toキャンペーンなどで消費に動きがみられるものの、10～11月に行われる秋のお祭りが全て中止になり、その売上がマイナスになっている。
		一般小売店【家電】（経理担当）	・暮れに向けてテレビの需要があると思われるが、依然として品薄状態が続いている。このところ、新製品の納期もずれたりして商売がしにくくなっている。こちらから客を訪問できないので、キャンペーン活動ができない。
		一般小売店【家具】（経営者）	・先行きの景気は決して良くはならないような気がする。ただし、新型コロナウイルスの影響で生活様式がいろいろ変わるだろうし、当店もこの先生き延びるために、専門店として、より特化してやっていきたい（東京都）。
		一般小売店【祭用品】（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減って、平常に戻り、飲食店、個店及び各種行事が無事に再開できるまで、良くはならない。
		一般小売店【文房具】（経営者）	・10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京都が追加されるので、今後は人出もある程度回復すると思われるが、必ずしも飲食店や物販店の売上につながると思えない。従来実施していた地域のイベントがまだに行われないうえ、街全体の活気が戻ってきていないためだと推測している。今後のイベント実施次第では、街の活気につながり、個店の売上にも良い影響を与える（東京都）。
		一般小売店【傘】（店長）	・商店街のイベントも中止となり、好転の兆しが見えず、当面は底辺が続く。
		一般小売店【文具】（販売企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況がまだ上下しているので、不安定要素が多分にある。来客数が急に増えたり、逆に急減したりということがあがる。また、外商部の方も、案件が急に飛んでしまったり、またそれがやっと復活してきたりなど、余りにも不安定要素が多いため、どちらでもないかと回答している。
		一般小売店【茶】（営業担当）	・久しぶりにイベントでの売出を実施したが、客の来場は今一つで、売上も伸びない。新型コロナウイルスが収束しないことにはどうしようもない。当社も精一杯努力しているが、これ以上は何ともならない（東京都）。

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
		百貨店（総務担当）	・乗客数の回復が見えないなかで、高額品等、必要のない物は購入しない動きが継続することが予想される。
		百貨店（総務担当）	・前年は10月からの消費税増税により、景気の落ち込みが感じられた。本来であれば、その好転反動も期待できる年度であったが、現状では景気が良くなる材料は見当たらない。新型コロナウイルスの収束に向けて具体的かつ明確な方向性が見いだされるまでは、現在の厳しい状況が続く（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスのワクチンや特効薬の開発、普及にめどが立たない限り、現状から大きく変わる要素が見当たらない。Withコロナの時代にマッチした新しいサービスが開発されていく一方、民間企業の賞与に大きな影響が出てくるのは2020年冬の支給分からなので、消費が回復する材料としては乏しい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染防止のため、外食や旅行などの消費活動の制限が今後も続くともみている。感染再拡大による家計消費や企業の勤務体制などの対応により、回復ペースは依然として緩慢である（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況の推移により、影響度合いも変わるとは思うが、乗客数が劇的に回復することはないと、しばらくは変わらない。また、催事も物産展を再開したが、3密回避のために、出展取引先数が減少している。今後の催事やイベントに関しても、以前と同様には開催できないことから、年末に向けた繁忙期も、この状況は変わらない。
		百貨店（店長）	・世間で言われているように、インフルエンザリスクも高い時期となるため、状況が好転するとは思えない（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・消費の低迷が続いており、小売業において、新型コロナウイルスの影響下での業況が大きく好転することは見込めない。
		百貨店（副店長）	・新型コロナウイルスの感染状況、ワクチンの開発状況に大きく左右される。東京発着のGo To Travelキャンペーンが始まるなど消費マインドの高まりを期待したいが、引き続き、アパレルは厳しく、食品が好調というトレンドは変わらない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響が、収入が減っている人がいるように感じられる。食料品は最低限必要なもので買っているが、衣料品や住居関連商材を食品同様に買っていくことはなく、そこで少し節約をしているようである（東京都）。
		スーパー（経営者）	・食品スーパーだが、乗客数減、単価アップという売上傾向は変わらない。新型コロナウイルス感染がまだ続きそうなので、しばらくこのままいくのではないかと。
		スーパー（店長）	・現状、Go Toキャンペーンの影響で人の動きが多くなっているが、新型コロナウイルスの感染者数が再び拡大するなかで、単籠り需要がまた発生する可能性があり、3か月後の景気は今と変わらずに推移していくのではないかとみている。感染者数に比例すると思うので、注視しながら対策を取っていきたい（東京都）。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響が長引いており、経済全体が不安定ななかで、消費者には節約志向が根付いているので、同様の状況がしばらく続く（東京都）。
		スーパー（店員）	・酒類やたばこは一時的に売上が落ちるが、内食需要は堅調のため、食品類の売行きに大きな変化はないとみている。
		スーパー（総務担当）	・9月の4連休で多くの人が動いたが、それに付随して衣料品、住まいの品の売上が伸びたということはなく、今後もその傾向は続いていく。特別定額給付金10万円の給付があったときには、食品に関してもふだんより少々良い物を買っていたが、徐々に節約志向になっている。外食しない分だけ、当店で買って自宅で食事する人が増える傾向にあるので、今の傾向がそのまま続いていく。
		スーパー（営業担当）	・若干落ちてきてはいるが、内食化傾向はまだまだ続くともみている。消費者の将来に対する不安感払拭されていないものの、現状が続く（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・今までと同じように、夜から朝に掛けての乗客数が減少している。
		コンビニ（経営者）	・たばこ等の値上げの影響が一段落するまで判断できないが、客の動向に大きな変化はない。

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
		コンビニ（エリア担当）	・客足が戻る見込みが余りなく、今後冬に向かうにつれてインフルエンザなどの流行も危惧されているため、改善の見込みが薄いのではないかと（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・現状では新型コロナウイルス収束のめどが立っていない（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	・テレワークや、いろいろな行事の縮小で需要が低下している状況が一変することは、今のところ考えられない。
		衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルスの感染防止のため、余り外出しないという中高年の客が多く、衣料品への影響が大きい。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響による制限がある以上、ポジティブな方向にはなりにくい。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。来客はあるが、なかなか契約に結び付かない。
		乗用車販売店（経営者）	・売上はほぼ前年並みで、大きな変化はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車種で攻勢を掛けるが、高額車種のため、販売量的には不安要素がある。
		乗用車販売店（販売担当）	・政府がGo To Travelキャンペーンなどの施策を打っているが、人の移動はまだ少なく、物も動いていないので、景気はまだ良くならない。客からも集客が減っているとか、様々なイベントが金銭的に減っているという話を聞いているので、今後数か月については景気は良くならない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・新型コロナウイルスの影響を慎重に見る傾向が依然としてあり、従前の企業活動並びに消費行動に戻るとは思えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新政権が発足したが、変化や効果が表れるにはまだ時間が掛かると思うので、3か月先では特に変化はない（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響や東京オリンピック開催への懸念など、国内外共にマイナス要素が多いが、現状は大きな影響は出てはおらず、判断が難しい。短期的、中期的な予測も難しい（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・周りを見ても、何となく良くなるようには見えない。当店の販売量にしてもそうだし、どうしても売上が伸びないので、なかなか難しいのではないかと感じている。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	・安定した売上は確保できているものの、以前と同じ販売方法では、来客数は伸ばせない（東京都）。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	・需要が増加する要因がなく、新型コロナウイルスの感染拡大がなければ、大きな変化はない（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・外食産業としては年末の団体利用がないものと想定し、少人数に特化した販促をしている。ただし、少人数だと利益率が悪く、売上は伸びない。
		高級レストラン（営業担当）	・新型コロナウイルス感染者数の推移等に左右されるため、楽観視はできない（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・2～3か月先に新型コロナウイルスの影響を受けている現状が回復するとは思えず、法人利用等が増えない限り、厳しい状況が続く（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・本来なら2～3か月先は暮れが控えているので、かなり売上も伸びる時期だが、新型コロナウイルスの影響で大分売上が減っており、仮に少し良くなったとしても、今とほとんど変わらない状態が続く。そのため、2～3か月先の景気も変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの収束後も、リモートワークは残すとの客の話から、今後オフィス縮小の動きが活発化する（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない気がするが、Go To Eatが10月から始まるので、それに伴い多少は動きが出てくるのではないかと。ただし、9月の4連休後の新型コロナウイルスの感染者数が心配である。前回はそうだが、少し客が戻ってきたと思ったら、また感染者数が増えて自粛ムードになるという繰り返しのよう気もするので、何とも言えない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はまだしばらく続くと思われるので、厳しい状況は変わらない。8月末に追加のコロナ融資を受けたので、これからの1年ほどはどうか持ちこたえられると思うが、返済が始まるので、どうなるか分からない（東京都）。

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
		一般レストラン（経営者）	・今月末頃から12月までは3分の2くらい予約が入っているのだが、ぼつぼつとキャンセルが始まっている。12月は宴会シーズンでフリー客が少ないので、宴会がキャンセルになると、今よりも悪化する可能性が高くなる。宴会が中止になった客がフリーで来店することも若干は期待できるが、何分初めてのことなので、予想が立たない。総体的にはやや悪くなるような気がする（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・来月からGo Toキャンペーンで東京にも人が集まってくると思うが、この2～3か月先は全く読めない。暮れの忘年会の予約も入るかどうか心配である。Go To Eatもどうなるのか、全く予想がつかない（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・徐々に売上が上がるようになってきているが、やはり平日の動きが鈍く、先々の予約は皆無である。まだまだ新型コロナウイルスの感染拡大が収まらず、現状からの大幅な景気回復は見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響により、それほど伸長するとは思えない（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期に入ったにもかかわらず、学校以外の団体旅行が皆無のため、壊滅的状况に変わりはない。
		旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの東京都除外がなくなる（東京都）。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響がまだ尾を引いており、皆かなり不安な状態で生活しているのが目に見えて分かる。やはり収束しないと、我々の仕事も今の悪いまま進むしかないのかという残念な気持ちでいっぱいである。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大は、峠を越えて下げ止まりの状態にあるが、インフルエンザと同時期に拡大する第3波への懸念が残る。感染防止に気を配りながら営業を継続するため、営業手法に変化が出ており、しばらくは現状維持と考える（東京都）。
		通信会社（社員）	・新型コロナウイルス収束のめどが立っておらず、今後も継続すると想定している。Web申込みの強化や、余った工数を有効活用するための業務最適化を進めている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・有料テレビサービスやインターネットの需要はこれから大きく伸びる要素はなく、横ばいを維持する。
		通信会社（局長）	・都内の繁華街の新型コロナウイルス感染状況が低減するまで、しばらくは今の感染者が多いイメージは続くと思われるため、実績が上昇することはない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
		通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの治療薬、予防ワクチンができないと、根本的な景気回復にはつながらない。また、政府が支援策としているいろいろな助成金、補助金を出して一時しのぎをしているが、ゆくゆくは税金に跳ね返ってくるのが想定されるので、経済活動も伸びない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの収束の兆しが見えたら、大きな手を打ってくる企業が出てくるとみているが、2～3か月での収束は見込めないので、当面この状況が続く（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・客単価が、毎月10円未満ではあるものの下がり続けており、下げ止まる根拠が見当たらない。
		パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染の勢いは沈静化せず、景気の先行き不安、雇用機会の先細り等で、今の状況が続く。
		競輪場（職員）	・今年は、新型コロナウイルス感染対策を行いながら、売上2割減の想定で動くという判断になった。余り客が集まっても、かえって密だと不安視されてしまうし、座席などのキャパシティは限られるため、どのように現状を維持し続けるかに力を入れることにする。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が一定のレベルで推移すると推測され、いわゆるニューノーマルな生活環境下においては、特に団体予約での来場が見込めない（東京都）。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（営業担当）	・9月の4連休で羽目を外した人が多かったようで、新幹線や飛行機等も混雑しており、一時的に減った新型コロナウイルスの新規感染者数が今後また増えてくると予想される（東京都）。

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
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・9月下旬の都内の新型コロナウイルスの新規感染者数は、やや減少する様相を見せたものの、高水準で推移している。これから感染状況が改善するのか、あるいは第2波、第3波等により更に冷え込むのか、先が読めない。商業活動や生産活動を抑えていたところが相当疲弊しているため、事業の存続を断念するところも多くなるのではと、非常に不安を持っている（東京都）。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルスが終わるまで、悪いまま変わらない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響があっても、販売量や顧客数はこのまま維持できる。
		設計事務所（経営者）	・今のところプロジェクトの数が増える予定がないので、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス収束の展望が一向に見えてこない。建築関連は民間の設備投資意欲が回復しない限りは期待できず、官庁頼みの状況は変わらない。
		設計事務所（所長）	・コンサルタント的な相談は入ってくるが、客の方で工事費用等の見込みが立たず、また、客自身の仕事の見通しもつかないため、二の足を踏んでおり、前へ進むような気配がない（東京都）。
		設計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染の再燃は間違いなくある。ワクチンや治療薬が確立されない限り、感染防止対策による景気後退感も継続すると思うが、それが普通と感じるようなレベル感かと想像している（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がなくなるとは思えない。このようなきこそ、住宅の売行きが良くなる対策が必要である。住宅は経済波及効果が非常に大きいので、何かしらの対策を期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響も次第になくなってきており、オンライン商談も増えてきている。例年、年末に近づくと客の動きが活発になるので、やや良い状態のままで推移するとみている。また、当社が同業他社を傘下に収めるというニュースで、勢いがある会社だと受け止めてもらえているようで、問合せが増えているように感じている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・年末に向けて一定の受注は確保できる見込みではあるが、厳しい状況に変わりはなく、安定的な景気回復には時間が掛かる（東京都）。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で、徐々に会社関係や個人の消費に引締めが感じられる。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・冬場に向けて、今後景気が悪くなる見通しである上、お金の使わない、お金を大事にする傾向が強まる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・テレワークや、会食を控えて家で過ごす生活が定着してきたことにより、食品部門は回復基調にあるが、外出が減り使用機会が減ってしまったファッション関連は、回復には程遠い状況が続く（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・現時点で我慢をしている企業も、長引く苦戦に耐え切れなくなると予想される。既に幾つかの企業から撤退等の案件が浮上しており、今後を楽観視できる状況にない（東京都）。
		スーパー（経営者）	・今までは外食よりも内食の比率が高まっており良かったのだが、今月に入ってからは少しずつその比率が低下してきている。基本的な流れは変わらないのだが、節約志向が出てきたのか、やや悪くなってきている。今後もまだしばらくこの状況が続く。
		スーパー（仕入担当）	・今年は帰省のないお盆だったようで、手土産の売上が激減した。年末年始も、帰省したり大勢では集まらず、家族で過ごすことになりそうである。
		スーパー（ネット宅配担当）	・景気の悪化は避けられない。また、Go To Eatキャンペーンで外食の消費が増えることなどを考えると、スーパーなどは今より厳しくなりそうである。
		コンビニ（経営者）	・売上が少しずつ落ちてきている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・たばこの値上がり前の買いだめが今月で終わるので、10月以降はまた大きく落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・政府が経済活動にかじを切ったというものの、この7か月間のあらゆる社会現象の変化に鑑みると、衣食住全ての消費が新型コロナウイルス以前に戻るとか、購買活動がより活発になるとは考えられない。新しい商売を考えたときなのかもしれない。

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
		衣料品専門店（営業担当）	・アパレルメーカーの新商品が少なく、売れない、買わない状況は続くだろう。飲食業ばかり取り上げられているが、小売業そのものが大変厳しい時代で、先がまるで見えない。
		家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染者数の増加ペースの減速、治療薬、医療体制の充実などによる安心感を消費者が持てないと、消費の向上は望めないため、厳しい局面が続く（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・買い控え、車検需要の低下により、景気が鈍化すると予想している。
		住関連専門店（統括）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続いているので、しばらく景気回復は見込めないのではないか。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響下での年末年始は、通常とは違い、出費を抑える傾向になるのではないか。
		都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンの効果で稼働自体は戻ってきているが、単価がまだまだ低く、先行きが不安である（東京都）。
		タクシー運転手	・このところ人の動きや車の通行量は元に戻ってきているように感じるが、肝心のタクシーの利用客は減っている。会社がテレワークに移行して経費削減に努めていることや、夜の飲食を早い時間までしかしないため、深夜にタクシーに乗って帰る人も少なくなっている（東京都）。
		タクシー（経営者）	・東京都の新型コロナウイルス感染者数に反比例して、上がったたり下がったりしている。第3波の足音が近づいているので、これから売上は下がる。
		通信会社（管理担当）	・滞留債権、つまり利用料の未払が増加している。
		美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスが収束してほしい。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・公共交通機関が混んできて、公共交通機関を使つての塾通いは新型コロナウイルスに感染する可能性があるということで辞める生徒も出ている。景気が良くなっているとは思えない。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で、公共の予算が感染対策に取られているため、建設業界は非常に厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量の減少は如何ともし難く、売上、利益の減少は間違いない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で相手方となかなか会えない上に、私どもの仕事は決まるまでに数か月掛かることがある。そのことを考えると、今後は大変厳しくなる。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・年末に向かっても消費の自粛は改善されない。
	×	一般小売店〔印章〕（経営者）	・テレビ等ではんこ不要論が取りざたされているため、今作っても必要なくなるんじゃないかと考えてしまう客が大多数かと思われる。国がどのように判断し、どの程度のところで線引きをするか、我々も真剣に耳を傾けなければいけない。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	・今月はお彼岸があり、例年どおりの売上だったので、明るい兆しが少し見えてきている。ただし、そうした行事の後は、花の需要ががっくりと落ちるので、売上の増加は見込めない。お祝いのお花もまだほとんど出ない状態なので、なかなか厳しい（東京都）。
	×	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行により、第3波が到来する可能性が高い。ボーナスもカットする企業が増えるなか、景気が良くなる兆しは一向に見えない（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・冬の到来に合わせて、新型コロナウイルス感染の第3波が予想されている。前回のよう行き過ぎた自粛ではないと思うが、営業形態の変更や行動制限は出るものと予想される。
	×	家電量販店（店長）	・各企業が冬のボーナスをどれだけ支給できるかが、年末年始商戦に影響する（東京都）。
	×	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の感染リスクが高まる季節が迫り、経済活動が停滞することを危惧している。ここで、特別定額給付金等、購買マインドを高める政策を期待したい（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今年の年末は忘年会などのイベントも自粛となり、期待できない（東京都）。

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
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で3月の歓送迎会が消えたのと同様に、このままいくと年末の忘年会も少なくなる気がする。そうなると、飲食業としては売上が立たない。Go To Eatキャンペーンで客が来るのだろうか。
	×	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、なかなか景気は上向きにならない。
	×	タクシー運転手	・全く先が見えなくなっている。タクシーの利用が確実に減ってきている。利用回数が今までよりも少ないため、短距離の客ばかり続くと、売上が立たない。この状況はまだ続く。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が拡大するなかでも、経済の立て直しは必要ということで、Go Toキャンペーンなどが感染防止対策に逆行して行われている。国はお金を放出するばかりだが、今後、国、最終的には個人が貧困に陥るのではないかと懸念される。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・インフルエンザの流行期と新型コロナウイルスの感染拡大の複合的影響が懸念され、見通しが立たない。
	×	その他サービス 【フィットネスクラブ】（マネージャー）	・新型コロナウイルスの影響がある（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の繁忙期に入るので、受注量は増えると見込んでいる（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当店は外売りと店受けがあるが、店の客は少なく、個人の実印注文の客などは下降傾向である。法人については、今月は税理士事務所の合併によるゴム印の特需があった。税理士は縮小傾向なのかもしれないが、当店としては特需で法人関係がやや上向きと感じている。会社の設立印の注文も3件あり、うち1本は近隣だが、残りは青森や大分の客で、インターネット通販での受注である（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	・当社は受注生産型の部品加工メーカーだが、底であった前月とは逆に来月はBCPの積み増しがあり、前年平均と比べてマイナス10%程度である。再来月は前年比マイナス20~30%の推移になるとの内示情報を受けている。
		その他製造業【化粧品】（営業担当）	・春に停滞したサロンの出店ペースが、秋冬に戻りつつある（東京都）。
		建設業（従業員）	・得意先からの見積依頼が多くなってきている。
		金融業（役員）	・不動産業は、今後も在宅勤務ができる間取り確保のための一戸建てニーズ復調による動きがある。建設関連は、新型コロナウイルス対策に特化したインフラ整備の受注が年末に向けて活況となる。卸、小売業は業況に下げ止まりの動きがあるが、インバウンド集客の見込みに不安感がある。
		広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックの開催可否によりけりだと思うが、やや良くなると願いたい（東京都）。
		その他サービス業【警備】（経営者）	・現状が続けば、これから受注は改善されると予測している。
		その他サービス業【ビルメンテナンス】（経営者）	・東京の最低賃金が据え置かれたため、新規物件を受託すれば、その分収支改善につながる（東京都）。
		その他サービス業【情報サービス】（従業員）	・このまま新型コロナウイルスが収束に向かうことを期待して、良い状況が継続すると想定している。
		その他サービス業【ソフト開発】（従業員）	・客より停止依頼があったシステム開発が、再開されてきている。
		食料品製造業（経営者）	・秋からのイベントが中止になり、まだ厳しい状態が続くそうである。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・来期予算に向けた動きは来ているが、直近の動きは鈍い。年内はこのままではないか。
		化学工業（従業員）	・良くなると予測できる要因が見当たらない。
	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、景気回復策が功を奏し、年末商戦が活発化することを期待している。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、全体的に落ち込んだものが良くなる要素は少ない。しばらくはこの状態が続く。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療用容器、化粧品容器共にクライアントから新型コロナウイルス以前の生産に戻す相談等、回復の兆しもうかがえるが、まだ結果につながるかわからない。	

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
		金属製品製造業（経営者）	・新内閣の経済対策による景気浮揚に期待したいが、新型コロナウイルスの影響は根深く、下請製造業の当社に行き渡るまでには時間が掛かりそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・当社は今のところ7～8月が受注量の底のようで、9月以降は少し持ち直しの傾向になっている。受注量持ち直しの根本的な理由が分からず、徐々に回復するのか、絞り過ぎたので一時的に戻したためなのかは分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の話によると、年内どころではなく、良くはならないということである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・人の交流が活発にならないと、先の受注見込みが立たない。当分は新型コロナウイルスの感染状況を注視することになりそうである（東京都）。
		輸送業（経営者）	・年末に向け、取扱量の増加に期待したいところではあるが、可能性としては低く、現況のまま推移していくものとみている（東京都）。
		輸送業（経営者）	・企業向けの配送がこのまま落ち着いてくる（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷していること、輸出がないことから、今後も現状が続く。
		通信業（広報担当）	・当面はWithコロナで、現状の底ばい状態が続く見込みである（東京都）。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響による消費縮小で、地域全体の景況感が悪い。一方で、生活様式が変化し、在宅時間が長くなったことで、パンや生鮮食品、書籍など、一部で需要が高まる取引先もある（東京都）。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が高めで推移しているため、どうしても経済活動が制限されてしまう。
		金融業（総務担当）	・今後新型コロナウイルスが収束するかはまだ分からないので、どちらともいえない。Go Toキャンペーンでどこまで関連業種が潤うかにもよるが、飲食業、観光関連はまだ厳しい状況が続く（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルスが収束に向かったとしても、テレワークはある程度定着するので、以前の状態にはすぐには戻らない。飲食店テナントは引き続き厳しい状況が続く。オフィステナントの中には、在宅勤務社員の増加に伴い、オフィスの一部解約の動きを見せているところもある（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・イベントの入場者数制限等は多少緩和されてきているが、年度内のイベント事業は早々と中止が決定している。
		税理士	・米国の大統領選挙の結果によって、日本への影響も全く変わってくる。現大統領が再選されれば変わらないかもしれないが、対立候補が選出されたら日本に対してどのような対応をしてくるのか分からない。新型コロナウイルスの感染状況も、このままいけば1～2年は変わらないようなので、先行きは変わらない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・当分、経済状態は最悪のまま推移すると想定される（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等も稼働率を上げる努力をしているようだが、売上減の状態はまだ続くものと予想される。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染の第3波が来るのか、ワクチンができるのか、どちらの方向に動くのか分からない状況で、年末までに完全に収束するとは思えない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・メインの取引先から、この先の月々の売上を今までの平均の50～60%に抑えてくれとされている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ターミナル駅地下街の飲食店には多少客が増えてきたように感じるが、午後8時を過ぎると歩く人も少なくなる。来客数が少ないという理由で、営業時間を午後9時までとする店が多い（東京都）。
		金属製品製造業（経営者）	・国内の仕事が出てきているが、単価が安いので、利益につながらない。食いつなぐのに精一杯である。
		建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスが収束していない状況が続く、現状より更に設備投資額が減少する。
		金融業（支店長）	・これから冬を迎えるなかで、新型コロナウイルス感染の拡大を懸念する声もあり、まだまだ景気回復には程遠い。
		不動産業（経営者）	・売買、賃貸共に前年より減少している。居酒屋が2店舗解約になった。とにかく新型コロナウイルス収束を念じるのみである（東京都）。
		経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの影響が今後も継続する。

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
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスが収束するまで、なかなか景気は上向かない。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス後の社会が不安定である。
	×	建設業（経営者）	・同業者も同じように受注がなく、民間より公共工事を取りに行きたいが、案件がないので困っている。国土強靱化も今年で終わりになるが、是非延長してほしい。
	×	税理士	・持続化給付金などの手当てが尽きて、自助努力で経営をしなければならないが、相手がウイルスなので業種によっては打つ手がない。これから冬にかけて新型コロナウイルスの感染がどれだけ広がるかが、今後の景気に重大な影響をもたらす。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・作業効率の悪化により受注量及び利益が減少する（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・下期に向けて、求人数、求職者数が伸展している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響があるなかでの生活様式、ビジネススタイルの変化に世の中が慣れ始めている。新規感染者数が減少してきており、先行き不安が和らいできている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・12月、年明け1月の予定は結構もらっているが、確定ではないため、どうなるかわからない。業種も限られている。今は求人広告を出さなくても、職安から来る人も多いので、何とか予定どおりに実行されることを祈っている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・Go Toキャンペーン効果か、旅館、飲食関連の客足が増えつつあり、採用も下げ止まっている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・派遣契約の解約、仕様変更等による効率化が進み、業界全体としては縮小傾向に向かうと思われるが、個々の事例から見ると、同業他社からの切替えなどが進み、今後更に競争が激化するのではないかと。対応次第では、大きく伸びる、又は減少する可能性がある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・取引先企業へのヒアリングでも、年内の需要回復は厳しいとの見方が多い。
		人材派遣会社（社員）	・雇用調整助成金の給付期間延長により、クライアントの雇用調整は緩やかになっているものの、業績悪化による派遣契約終了は続いている。最悪期は脱したが、派遣の新規受注状況も芳しくないため、当面厳しい状況が継続することが予想される（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年、秋以降は派遣求人及び求職者数の増加が見込まれるが、今年は新型コロナウイルスの影響が、例年ほど求人が増えそうにない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・期間限定の案件は増加する傾向にあるが、一定期間で終わるため、結果として状況は変わらず推移していくと考えている。
		求人情報誌制作会社（営業）	・悪い状態で安定してきたように感じられる。今月と比較すると良くも悪くもない状態が今後も続く。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの影響が長引くことにより、かなり長期的に景気に影響するのではないかと（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響がまだ続く。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響により、依然として求人を控えている事業所が多く、求人数は前年比で引き続き減少となっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・経済状況はしばらく悪いままで変わらない（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・現在のところ変化する要素はないが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては変動する可能性がある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響は年単位で続く（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・新型コロナウイルスの影響から、今年度の業績を見据えた派遣契約の短期化が増えてきている。事業見直しに伴う社員異動と合わせて全体的な雇用調整を進める企業が目立つ（東京都）。
		職業安定所（職員）	・当面は新型コロナウイルス感染症による経済活動への影響は避けられず、求人倍率の低下と就職者数の減少からみて、景気が好転する状況にはないものとみている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、新卒採用マーケットはほぼ全てのプロセスでオンライン化が進み、企業の採用経費は逆に効率化が進んでいる。市場規模は縮小するばかりである（東京都）。

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
	×	人材派遣会社（社員）	・受注件数の低下をきっかけに、市場に人材が余り始めている。1件の求人への申込み倍率が跳ね上がっており、社内外で競合が発生している（東京都）。
	×	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の下降傾向は変わらず、現時点において、まだ底を打ったようには見えない（東京都）。
	×	求人情報製作会社（営業）	・回復まではこの先2～3年は掛かるのではないかと（東京都）。

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
	x	求人情報誌製作会社 (所長)	・まだ仕事が増えないとクライアントから言われている。

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 (甲信越)		都市型ホテル(スタッフ)	・個人客の動きになるが、Go To Travel、Go To Eatキャンペーンの効果は、10月に東京都が解禁になるので、今月よりも必ず伸びてくる。ただし、法人企業の動きはいまだにやや低迷中である。
		スーパー(経営者)	・年末に、1万円で1万5000円分購入できるプレミアム付商品券が発売される。総額48億円の事業で、取扱登録店に申込みもしている。消費が増えると思うので期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・新型コロナウイルスの感染再拡大と季節性インフルエンザの流行が懸念されるものの、消費税増税後の反動減からの回復、新型車イベントの効果による新車の販売増を見込んでいる。
		自動車備品販売店(従業員)	・県外からの人の動きも徐々に増えてきており、今月よりはやや良くなる。
		高級レストラン(経営者)	・Go Toなどの景気刺激策がこれからも順次出てくるようなので、多人数の宴会等はなくとも、個人客の動きには期待が持てる。
		一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルス感染拡大の第3波が来ないことを願いつつ、希望的観測も込めての回答である。
		スナック(経営者)	・新型コロナウイルス次第だとは思いますが、多少収まってきているので、人出につながってほしい。
		観光型旅館(経営者)	・Withコロナの状況で、感染予防の手法が徐々に定着し、人の動きが出てきている。先行きは例年比の60~70%程度で推移するとみている。
		都市型ホテル(支配人)	・10月からGo To Travelキャンペーンの東京在住者の利用が可能となるため、問合せや予約が増えてきている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・Go To キャンペーンが分かりにくいという話はよく聞くが、それでも利用しようという客は多くいる。トラベルだけでなく、これからいろいろなキャンペーンがスタートすることから、以前よりは多少消費が伸びると予測している。あとは法人や団体利用が回復すれば、格段に良い方向に向かう。
		旅行代理店(副支店長)	・新型コロナウイルス感染拡大にならなければ、旅行需要も徐々に回復してくるのではないかと。Go To Travel キャンペーンにより、個人需要は少し回復感があるものの、やはり新型コロナウイルス次第となりそうである。企業や団体旅行については、いまだ自粛傾向が非常に強い。
		通信会社(社員)	・年末商戦は冷え込むと思われるが、通信費を見直すきっかけになると想定されるため、駆け込み需要に期待が持てる。
		観光名所(職員)	・新型コロナウイルスの感染者数の動きにもよるが、今後はWithコロナで徐々に来客数は戻るのではないかと。
		商店街(代表者)	・昔は景気が良くて余計な物でも買っていきような雰囲気があったが、今は必要な物以外は買わない。また、人が街に余り出てこなくなったのも一つの原因で、これから先もそれほど変わらない。
		商店街(代表者)	・Go To事業が本格化してくるが、新型コロナウイルスのワクチンや治療薬等が普及しない限り、期待は持てない。
		一般小売店[家電](経営者)	・Go To Travel キャンペーンも拡大し、興味を持つ客もみられる一方、相変わらず商材への出費は必要に迫られての購入が多い。全体的に消費者の購入意欲を出させるにはまだ厳しい状況である。
		一般小売店[家電](経営者)	・新型コロナウイルスの流行が早く落ち着き、安心して自由に動けるような世の中にならないと、なかなか良くなることはない。
	一般小売店[薬](経営者)	・皆、先行きが不安なため、いろいろなことができずにいる。	
	百貨店(営業担当)	・集客できる物産展やイベント等の催事は、以前のような形で展開できない。どうしても来客数を絞ったり、イートインをやめたりということになるので、良くなる方向には向かわない。	

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
		百貨店（店長）	・先が見えないなか、いろいろなキャンペーンが実施されているが、百貨店の顧客には恩恵が少ない。現状、客の戻りも鈍く、上向きようには思えない。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第のため、不透明である。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、減っていた会議や地区の会合が、徐々に回復傾向にあるようで、若干上向いているようにも感じている。
		コンビニ（店長）	・2～3か月後には、プレミアム付商品券等、いろいろと地域の施策がある。それでもやはり買う物は決まっています、なかなかコンビニには回ってこないで、余り変わらないような気がしている。
		衣料品専門店（経営者）	・いつまでこの状況が続くか分からないものの、当分は引きずりそうである。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、景気の先行きが不透明である。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・9月は良かった印象だが、10月がどういう結果になるかは楽観できない。悪化する可能性もあるし、不安定要素もまだ含んでいる。現状のままいってこれれば非常に有り難いが、なかなか先は見えない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業）	・変わる要素がない。
		一般レストラン（経営者）	・良くなることを願うばかりだが、人が動けば新型コロナウイルスの感染者も増える。こうした繰り返しでは目に見える改善はない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの収束次第で、どうなるか分からないが、恐らく今月も前月と同様、75%くらいで終わるはずである。当社は山間部の立地なので、市内の同業者よりは10%近く上向いている。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの地方への感染拡大も収まりつつあるが、今後、消費や消費者の気持ちが順調に回復に向かうかどうか分からない。厳しさが残るのかもしれない。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況によるところが大きい。感染予防対策をしておける営業は、今後ずっと続けていかなければいけないと考えるが、イベントの人数制限の緩和、Go To Travelキャンペーンなど、明るい材料はある。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・相変わらず、葬儀や永代供養墓の相談は多い。
		設計事務所（経営者）	・現在進行している物件が、3か月先まで継続している。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスによる外出や移動の自粛規制等が徐々に緩和され、人出は増加するものと予想される。ただし、地方観光地の景気回復には、まだ時間が掛かる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス以前の状況になるには時間が掛かりそうである。
		スーパー（経営者）	・所得面が心配である。徐々に、消費マインドは低下する。
		スナック（経営者）	・休業要請が終了し、一時的に客が少し戻ってきた感もあったが、ここ最近では再び客足が途絶えてしまい、かなり厳しい状況が続いている。今後、インフルエンザなどと新型コロナウイルスの両方が流行してくると、更に客足が遠のき、厳しい状況が続くと予想されるので、今年は本当に難しい。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの実体経済へのダメージが顕在化してくる。
		×	コンビニ（経営者）
	×	衣料品専門店（経営者）	・いまだに新型コロナウイルスの収束がみえない。
	×	スナック（経営者）	・良くなる要素が1つも見当たらない。ますます悪くなるのではないかと、とても心配している。
企業 動向 関連 (甲信越)		食料品製造業（営業統括）	・新酒のシーズンに入り、徐々にではあるが出荷状況は回復しつつある。10月から施行されるワインへの増税により、他の酒類へ移行されるかという点を懸念している。
		食料品製造業（総務担当）	・秋が到来し、新型コロナウイルス対策が進んで市況が盛り返してくれば、それに呼応して食品消費も少しずつ回復してくるのではないかと。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内受注は回復が見られるものの、海外需要の回復は地域差が大きく、先行きは不透明な状況である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年内の生産量が確保されている。
		金融業（調査担当）	・製造業の生産は下げ止まりの状況が続き、観光関連はGo To Travelキャンペーンによる押し上げが期待されるものの、厳しい状況は続く。雇用が持ち直せるかが、重要な鍵となる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大または収束に左右される。収束に向かうとすれば、企業が控えていたイベントの開催、個人消費者の旅行への参加も含めた人の往来が増え、景気は良くなる。
		食料品製造業（製造担当）	・Go To 事業の影響がどこまで及ぶかわからないものの、気持ち的な部分で、不安要素が消えない。
		建設業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの影響が続く限り、景気は一進一退を繰り返しながら、少しずつ良くなるのではないかと。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・イベントもなくなり、各企業からの仕事も少なくなっている。景気は更に悪くなっていく。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ようやく催事が出来るようになって、売上は徐々に上がってくるのではないかと。また、旅行ができるようになってきたことで、ジュエリーを身につけて外出をする機会も増えてくる。ただし、依然として他人と接触する機会が大幅に減っており、マスク着用が当たり前になっている現状から、ジュエリーを身につける機会は少なくなっている。前年並みの水準までの需要回復は難しいのではないかと。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・元々、景気が悪いところに新型コロナウイルスの影響で仕事が減り、大変である。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	・取引先の販売、受注とも大幅に減少しており、東京オリンピック関連商材の試作は進んでいるものの、受注予想は未定で、先行きが懸念される。
×	電気機械器具製造業（経営者）	・先の見通せる話が出ない。案件の話はあっても注文が確定するまでに時間が掛かっている。	
×	金融業（経営企画担当）	・世界的な新型コロナウイルスの収束には、相当の期間が必要である。特に、冬に向かって感染拡大が考えられる。新型コロナウイルス以前のような経済活動ができないため、悪くなる。	
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染者数の増加が緩やかになってきて、活気が出てきたと感じている。東京都がGo To Travelキャンペーンの対象になることで、近隣の集客アップも期待できる。
		職業安定所（職員）	・飲食、宿泊、サービス関係の休業が減ってきている印象である。工作機械や自動車部品関係でも、受注回復の兆しがある。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響も日常化して、少しずつ経済活動が活発化するとみている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの収束が見えないなか、景気回復のめどが立たないため、求人募集は一層厳しくなる。
	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の実力、持ちこたえる体力とは違った慎重さがうかがえる。マイナスマインドの強さが、雇止め、パートや派遣切りの状況を拡大傾向にしている。正社員のリストラを考え始めている企業もある。	
		-	-

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
	x	人材派遣会社（営業担当）	・地方企業では夏のボーナス支給なしに続き、年末もボーナス支給のない企業が続出するため、消費には回らない。自治体発行のプレミアム付商品券は、ある程度の効果はあるものの、食費に回るだろうことを考えると、一時的な物であり、期待はできない。

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 (東海)		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスがもう少ししたら終息すると考える。そのときは景気が上向くと期待する。
		商店街（代表者）	・Go Toキャンペーンがプラス要因となり、地域共通クーポンなどを利用できるので景気は良くなると考える。その一方で、キャンペーンを行うことにより新型コロナウイルスに関する新たな問題点も出てくると思われる。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・新型コロナウイルスの影響による不況感が改善するよう政府の景気刺激策を期待する。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス禍もそろそろ終息に向かうと思われる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・若者たちの節度ある行動が、今後の命運を左右する。
		百貨店（総務担当）	・冬のボーナスには期待ができないが、年末に向けて少しずつ消費マインドも上向きになるものと想定している。特に海外旅行がないなかで、レジャーに消費されていた金が買物に回ることを期待し、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなどの施策にもうまく乗っていきたい。
		百貨店（企画担当）	・8月最終週に県独自の緊急事態宣言が解除されたこともあり、入店客数は増え始めていたが、9月に入り、Go To Travelキャンペーンやイベントの人数制限解除などのマスクミ露出が増えるにつれて更に増え、大型連休には前年の80%を超えるなど来客数は目に見えて増えてきている。
		百貨店（経理担当）	・今後の新型コロナウイルスの影響は分からないが、現在と同程度の感染状況であれば、人々の行動パターンが新型コロナウイルス禍に順応していき景気は回復に向かうと考える。
		百貨店（営業担当）	・新しい生活様式を取り入れながら、経済活動もゆっくりと回復していくと思われる。
		スーパー（店長）	・支出割合への食費の影響がかなり大きいため、年末に向けては回復傾向に向かう。来客数は変わらず、単価が上がる見込みである。
		スーパー（ブロック長）	・9月の大型連休以降、行楽地に出掛ける人は増えると思われる。夜の宴会を除いて外食や旅行への支出が伸びてくる。
		コンビニ（店長）	・年末に向けているいるなキャンペーンが始まるので、期待したい。
		コンビニ（店員）	・クリスマス商戦に向けて消費マインドが上がる傾向にある。
		コンビニ（本部管理担当）	・新型コロナウイルス禍の状況は変わらないが、我々が新型コロナウイルスとどう向き合うか対応に慣れてきた感がある。したがって、今後新型コロナウイルスの悪影響は軽減され、ふだんの日常が戻ってくると考える。景気は回復傾向に向かう。
		家電量販店（店員）	・政府の政策で支えられているように思う。
		乗用車販売店（経営者）	・人の動きが通常どおりになってきている。今の状況が続くようなら、経済活動の回復も期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果もあり当社は全社的に好調を維持しており、今後も販売は期待できる。
	乗用車販売店（販売担当）	・新規の来客数も増え始めている。販売数も増えているため、年末に向けて景気は良くなるのではないかと見込む。	
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・安定した政権が誕生し、新型コロナウイルス問題にも慣れてきたなか、年末に向け消費マインドにとってはプラスになる。	
	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス禍が底を打ったと判断している。この先は上向きになると期待したい。	
	一般レストラン（従業員）	・Go To Eatキャンペーンに期待する。	

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
		都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスが収まって、景気対策が実りあるものになると思う。
		都市型ホテル（営業担当）	・10月以降東京からのGo To Travelキャンペーン需要を期待している。一時的なことだが、ホテルは少しにぎわってきた。宿泊、レストランは今後も好調に推移しそうである。
		旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンは年末年始頃に終了するが、当分の間は客が増えると思う。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの新機種の新機種発売を控えて期待できる。
		通信会社（営業担当）	・Go Toキャンペーンや新型コロナウイルス対策が徐々に強化され、少し気を楽にして外に出られるようになる。
		レジャーランド（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、10月から東京がGo To Travelキャンペーンの対象になり、地域共通クーポンの付与が始まることから、需要の喚起になることを期待している。Go To Eatキャンペーン、Go To Eventキャンペーンへの参画も検討している。
		その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・当県や沿線地域での新型コロナウイルス感染はごく僅かなので、現状の流れが阻害されるようなクラスター発生がなければ、乗客数も戻ると思われる。
		商店街（代表者）	・人が外に出始めてはいるが、消費活動は以前と比べて抑え気味であるように感じる。比較的高額な商品が売れず、この状況が続くそうである。
		商店街（代表者）	・会社関係の客が減少傾向であり、そこが回復しなければ販売量、売上につながらない。
		商店街（代表者）	・寒くなると新型コロナウイルスの感染拡大の不安がある。この何か月間で受けたダメージが大きかったため、どれだけ消費者が金を使ってくれるか不安である。
		商店街（代表者）	・いつ感染が拡大して消費マインドが冷え込むか分からない状況で、先のことは何ともいえない。
		商店街（代表者）	・現在の状態では、積極的に家電製品を購入しようという雰囲気はない。全体的に生活に余裕のない人が多いと感じる。
		一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・政府のGo Toキャンペーンに期待する部分はあるが、2～3か月はまだこのままの状況であると考えている。
		一般小売店〔贈答品〕 （経営者）	・10月から政府のいろいろな経済政策があるが、実際のところ客は慎重である。多少の売上増加があっても、落ち込みを防止する程度である。2～3か月先は、法人、個人共にこの状況が変わらず続くと考えている。
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・一度落ちた消費者の購買意欲はなかなか元には戻らないが、新型コロナウイルスの感染がこのまま落ち着いていけば、これ以上落ち込むことはないと思われる。
		一般小売店〔果物〕 （店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔書店〕 （営業担当）	・年度未用の受注が増えると思われるが、引き続き営業活動等で新型コロナウイルスの影響が残ることが予測される。
		百貨店（経理担当）	・欧州では新型コロナウイルス感染の第2波に見舞われ感染者数が再び増加傾向にあるなど、全世界が収束を迎えるには相当な時間を要する可能性が高い。我が国における生産や輸出の回復も遅れると考える。
		百貨店（販売促進担当）	・Go Toキャンペーンの効果も限定的に終わると見込んでおり、新型コロナウイルスの影響が当面継続すると考える。
		百貨店（販売担当）	・新しい生活様式はかなり浸透してきているように感じるため、新型コロナウイルスが収まれば徐々に回復し始めると思うが、大きな変化は見込めない。
		百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルス禍の影響は、しばらくは一進一退を続けると考えられるので、まだこれ以上の上昇は望めないと思う。
		百貨店（販売担当）	・新しい生活様式に合わせて取扱商品を変えていかなければ難しい。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染の収束なくして回復は見込めない。年配の人たちに外出してもらえないと厳しい。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの状況の見通しが立たないなか、現在の水準が続くのではないかと考える。
		スーパー（店員）	・味覚の秋を迎え、くりや柿などが店頭に並び始めるので、購入単価は上がると見込んでいる。

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
		スーパー（商品開発担当）	・新型コロナウイルスの影響は依然続くと思われるが、各種キャンペーンもあり、外出や外食は以前より増える傾向にあるのではないかと。スーパー等で購入する商品も、新型コロナウイルス発生以前の平常時と変わらなくなるため、景気としては現状とさほど変わらないと思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響も変わらず、余り期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス禍で売れる商品が変化しているなか、キャンペーンなどを活用して品ぞろえすべき商品をそろえることで、売上の改善を計画中である。
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数は増加傾向であり、冬季に入りインフルエンザなど別の感染症への懸念も出てきそうである。このことで、新型コロナウイルスを含む感染症対策を重視するなかでの在宅ワークやステイホームへの動きが、再度強まる可能性がある。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの終息にめどが立たない限り、景気が良くなる可能性はないと思う。
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこの増税前の駆け込み購入後、一時的に来店動機が低下するが、Go To Eatキャンペーンのチケット効果に期待ができる。不透明な新型コロナウイルス禍であり油断はできないが、大きく低迷することはないと考える。
		コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルスの感染の拡大に加えて、インフルエンザの流行も懸念される季節に入ることから、引き続き客の動向に注視すべきである。一方で、10月からGo To Travelキャンペーンに東京が加わることから、レジャーや帰省需要がより一層増加することも想定されるため、これらの需要をうまく取り込む施策なども検討していく必要がある。
		衣料品専門店（経営者）	・外出をする機会が多くなれば、需要も多少は増えるのではないかと期待する。
		乗用車販売店（経営者）	・9月の大型連休などのイベントや新型コロナウイルス感染拡大のニュースなどで、週ごとに状況が目まぐるしく変わり、先を見通せない。
		乗用車販売店（従業員）	・動きや問合せが全くないわけではない。新型コロナウイルスの影響も小さくなり、車で出掛けるような新たな動きがあるが、まだ見通しが立たないため分からない。
		乗用車販売店（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの影響にもよるが、再び感染者が増えると動きが止まってしまうのではと危惧している。移動手段に自動車を利用してもらうことが新車の購入や工場への入庫増加につながるため、先行きに不安はある。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響による買い控えとストレスにより、衝動的な購入につながっている面も多々あると考える。年内は良い状態が続くのではないかとと思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・月末にメーカーから来た第4四半期目標にも下方修正が入っており、上向き様子がない。予想としては厳しい状態が続く見込みである。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・これからのインフルエンザや新型コロナウイルスの流行、特別定額給付金や助成金の効果に限界が発生し、非常に厳しい年末商戦が予測される。
		高級レストラン（経営企画）	・本来は年末年始の需要期に入るが、大人数の宴会は見込めない。一方で政府や都道府県による様々な施策への期待もあり、新たな需要づくりを行っていく。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着くまで、現状維持を目指していきたい。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスはまだ収まらない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・新型コロナウイルス対策の自粛の影響で、廃業、倒産などが増えてくる。格差がますます広がる。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・Go Toキャンペーンや今から始まる各種キャンペーンへの消費者の期待感が強い。
		観光型ホテル（経営者）	・これまでは団体客がほとんどであったが、新型コロナウイルス禍で完全に個人客となった。Go To Travelキャンペーンが追い風になると思うが、感染状況や政府、マスコミの報道により影響を受けると思われるため、このような状況がまだ続くと考えられる。Go Toキャンペーンがどの程度国民の消費者心理を喚起するかによるため、見通しがつきにくい。

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
		都市型ホテル（従業員）	・予約数により判断した。
		旅行代理店（経営者）	・今よりは良くなるが減速感があり、今後の期待感も持てない。Go Toキャンペーンもまだまだ活用されていない。
		旅行代理店（経営者）	・現在の予約状況があるのは大変うれしいが、今後のインフルエンザと新型コロナウイルスの同時感染や東京のGo To Travelキャンペーン参加でどうなるのか。海外でも普通の生活に戻したところで感染者が一段と増えているので、10月以降の感染者増加が不安である。Go To Travelキャンペーンは感染予防をしながら絶対に続行してほしい。旅行会社はGo To Travelキャンペーンの売上だけでは厳しいので、何か半年先まで持続できる支援をもっと考えてほしい。
		旅行代理店（経営者）	・当社の入居しているビルでも撤退が相次ぎ、新規テナントがやっと決まった時点での退店が出た。ターミナル駅前のオフィスビルにおいても、本社を郊外へ移転するなどオフィス面積の縮小なども出始めており、今後も経費削減の動きが続くと考えられる。新常態とテレワークなどの進展に対応するには時間が掛かるので、景気は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・3か月先は、まだGo Toキャンペーンなどの補助があるので、現状と変わらないと考えている。
		旅行代理店（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンの東京追加後の感染動向が非常に気になる。着地型に取り組んでいない地方の旅行業者にはマイナス要素でしかないが、国内全体の旅行ムードが盛り上がることで発生する需要を期待している。
		タクシー運転手	・街中の人出が全く少ないので、2～3か月先に状況が変わるとは思えない。
		タクシー運転手	・毎年この時期はイベントや結婚式で人出が多いが、現在はタクシー乗り場に車があふれ返っている。このままだと、忘年会シーズンも3～4割減少であると思う。
		通信会社（営業担当）	・現状の販売量が続くと考えている。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスが収まらない限り、このままの状況が続くと思われる。
		テーマパーク職員（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少している時期は外出も増えるけれども、感染の波が高まれば自粛ムードが強くなってしまふ。
		観光名所（案内係）	・Go Toキャンペーンに期待はするが、それほど効果が出るかどうか疑問である。
		ゴルフ場（支配人）	・11～12月の入場者予約数は現時点でかなり低迷している。コンペが少ないためか、前もっての予約が少ない。しかし、11月はゴルフシーズンでもあり、今後、入場者の予約数は増えてくると見込んでいる。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・新型コロナウイルスの動向次第である。
		美顔美容室（経営者）	・年末までのキャンペーンにより、お買い得な商品を購入する客がいる。
		美容室（経営者）	・若者は新型コロナウイルスを気にしている様子はないが、年配者は気にしている人が多いため、この状況がまだ続くと思われる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・新型コロナウイルスにより不況の様相が見え隠れしているなか、客のマインド改善はまだ先と考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・低調さは続くが、12月を乗り切るとの貯金の時期である。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・元請工務店はリフォーム工事を中心に堅調な受注がある。一般客からのリフォームの引き合いも増加している。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新型コロナウイルスに加えて閑散期に突入するが、引っ越しが先送りになっていた客が来店すれば、平年並みか増加を期待する。
		百貨店（売場主任）	・9月の大型連休も土曜日が少し混雑したくらいで、平日と変わらない状態であった。旅行に行けない、在宅ワーク等の理由で靴の売上は厳しい状況である。
		百貨店（業績管理担当）	・6～8月は政府の給付金等の効果もあり、売上が回復傾向にあったが、ニュース等で報じられているように冬のボーナス減額などの影響を受け、客の消費マインドが冷え込む可能性が考えられる。

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
		スーパー（総務）	・新型コロナウイルス禍での生活リズムが確立してきているが、景気そのものが良いとはいえない。高額品、衣料品の売上が依然として低迷している。
		スーパー（販売担当）	・12月に競合店がリニューアルオープンし、脅威である。
		スーパー（営業企画）	・経済活動を再開させる動きは今後も続く。これからの感染状況にもよるが、内食需要は徐々に低下していくものと思われる。
		スーパー（支店長）	・相変わらずの新型コロナウイルス禍で客足は伸びない。9月の大型連休には人出があったが、休日明けは散々である。年末に向けて先行きが不安でしかない。
		コンビニ（企画担当）	・年末に掛けてインフルエンザと新型コロナウイルスの影響がより大きくなることが予測され、現在よりも外出を控える傾向が強くなると考えられる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響も残るなかでのたばこと第3のビールの値上げは大きな逆風で、10月からの売上動向がとて心配である。
		衣料品専門店（売場担当）	・3か月後はインフルエンザの流行時期になる。そうになると、消費者は新型コロナウイルスとの同時感染を危惧するとともに外出等も避け、消費に大きく影響を及ぼすのではないかと考えられる。
		家電量販店（店員）	・良い商品を選ぼうという購買意欲が落ちてきているように感じる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・9月前半までは夏日と新型コロナウイルスへの慣れのお陰で売上も良かったが、10月以降は、自粛解除で新型コロナウイルスの第3波が来そうである。政府のバラマキ施策は旅行や飲食に偏るため、家電業界の恩恵は少なくなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・冬場になると、インフルエンザに加えて新型コロナウイルスも感染者が増えてくると思うので、また消費が落ち込んでくると思う。
		乗用車販売店（経営者）	・やはり今後も新型コロナウイルスの影響を受けながらの経営が続くと思われる。特に今年の年末は、例年に増して動きが止まることが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況がもっと収束してくれば、客を店頭へ誘致する活動をより積極的に進めることができるが、今のところ多くの客への積極的なアプローチは難しい。今後、ボーナスシーズンを迎えても余り期待できるような状況が現れるとは考えづらい。
		住関連販売店（経営者）	・経営収支の悪化が見込まれる。
		住関連専門店（営業担当）	・商業施設の新築、リニューアル共に新型コロナウイルスの影響が大きく、工事予定が延期又は中止となっている。住宅物件に関しても新築、リフォーム共に見合せというような相談も入っている。
		その他専門店〔雑貨〕（店長）	・有店舗対面販売とネット通販の二極化が激しくなり、元の市場には戻らない気配がある。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・巣籠り需要もあり春から売上が伸びていたが、夏休みも終わり新型コロナウイルスの影響も落ち着きつつあるため、売上も例年並みに落ち着いてくるのではないかと見込む。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上は前年比10.1%のマイナス、来客数は前年比17.8%のマイナスである。8月は、特に周辺の学校の夏休みが短縮された影響と分析している。
		一般レストラン（経営者）	・寒くなるにつれて、新型コロナウイルスだけでなくインフルエンザ感染予防のため外出を控える人が増えるのではないかと考える。
		観光型ホテル（支配人）	・2～3か月後の忘年会シーズンは1年で最も利用人数、売上共に多い時期であるが、その大半を占める宴会がごとごとくキャンセルになっており、今よりも数値的には悪くなる。100人以上、特に300人を超す大型宴会は全て取消しとなっている。ただし、来月以降は行き場を失った修学旅行の引き合いが多く、特需に期待する。
		都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。Go To Travelキャンペーンが東京まで拡大されることで人は動くが、同時に感染が増えれば反動は大きい。大手企業が出張を解禁していないので宿泊は限定的である。宴会は、今年春の案件が一旦秋に延期された後、キャンセルとなっている。忘新年会で稼ぎ時の12～1月も予約はない。会食付きの宴会はなく、会議の予約が数件あるのみである。

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
		旅行代理店（営業担当）	・純粋な団体旅行がまだ復活しないなか、新型コロナウイルスの第3波が来たら、スポーツ団体はまた中止になり、Go To Travelキャンペーンで申し込んだ個人客も恐らく取消しになるため、まだまだ景気回復のめどは立たない。
		タクシー運転手	・一度景気が悪くなると絶対元へは戻らない。
		通信会社（企画担当）	・Go Toキャンペーンで持ち直すところもあるとは思いますが、社会全体として、皆が安心して再開できるマインドにはならない。秋冬に向けて新型コロナウイルス感染再拡大への不安も加わり、悪化局面になるように思われる。
		パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス禍で自粛期間を経過した後、一旦集客は良くなったが、再度の新型コロナウイルス禍の全国的な影響で、再度売上減少となっている。
		理美容室（経営者）	・モノの値段も上がり、皆が金を使わなくなる。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大が落ち着かない限り、景気は戻らないと思う。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響である。
		設計事務所（経営者）	・来月で現状抱えている案件は全て終了する予定のため、仕事量は減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・新しいワークスタイルに変わってきたが、受注量の下降は続きそうである。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での会食に会社から実質的にストップが掛かっている状況にあり、Go To Eatキャンペーンなどの施策では、多くの飲食店で回復が見込めない。
	×	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルス感染の再拡大のおそれがあり、景気はそこでまた下がると思う。
	×	スーパー（店長）	・百貨店や競合店の販促が徐々に強化されているなかで、旅行に行く人や外食の需要も増えてきており、徐々に日常に戻りつつあるので、現在よりもスーパーへの来店頻度は減少すると思われる。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・廃業するところが周りに増えてきた。まだ悪くなる。
	×	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスのワクチンができるまでは難しい。
	×	理容室（経営者）	・客の回転が悪い。ますます悪くなるようである。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により所得が上がり、売上も悪い。
	×	住宅販売会社（従業員）	・地元ビルダーも、社員の配置を新築住宅の工事からリフォームへ移行しつつあるようだが、利益額は低くなるので事業経営が難しくなると思われる。
企業動向 関連 (東海)		-	-
		食料品製造業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス禍の影響は依然注視する必要があるものの、新しい日常に向けて社会全体が適応しつつあると感じる。緩やかな回復が期待できるのではないかと感じる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・取引先で増産する仕事があるため、売上は多少伸びると思われる。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・このまま新型コロナウイルスの影響が収まれば、国際交流も増えて景気は回復すると思う。
		輸送業（経営者）	・人の往来が回復することで、様々な業種で物流ニーズが増えてくる。
		輸送業（従業員）	・来月から海外からの渡航も緩和され、Go Toキャンペーンも徐々に国民が受け入れている感がある。それに伴い若干景気も上向くかと思われる。国民の自粛ムードもかなり飽和状態になっている感が否めない。
		輸送業（エリア担当）	・商業貨物は減っている。発送、到着共に減少しており単価も下落傾向である。
		通信業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染対策にも皆が慣れてきて、ウィズコロナで社会生活が復活していくと感じる。
		不動産業（経営者）	・10月の気象予報は明確になっていないが、今後も新型コロナウイルス問題の影響は少なからず続く。また、余計な出費を控える気持ちも継続するとみている。公共交通機関利用者が減少している間の売上は厳しい状況が継続するが、少しずつ回復傾向になっていくとみている。
		会計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの第2波が一時より落ち着いてきており、消費者の動きが、感染防止のために外出を自粛するという形から、十分に予防策をして通常の生活を送るような形に変化してきており、これに伴い消費行動も徐々に増えてきている。

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
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・下期からの増員もあり、売上増加に貢献できる見込みである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・世間の景気は戻りつつあるようだが、新型コロナウイルスの第2波の影響があり、このまま悪い状況が続くと見込まれる。
		化学工業（営業担当）	・引き続き現状維持の見込みである。
		化学工業（総務秘書）	・飲食店や行楽地に客足が戻っていくが、客が戻らない会社、店舗は無くなっていく。給付金は社会全体に手厚いものであったと思うが、団体宴会の店や夜のクラブには焼け石に水である。首長の発言やマスコミ報道により、特定の業態が淘汰されることとなった。自動車の受注が回復し始め、景況感は回復傾向にある。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・現在は上向き傾向であるが、気温の低下とともに新型コロナウイルス患者が増加して再度需要減少となり、結果として横ばいとなりそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、発注が取りやめになったケースも出ている。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量の先行きについて、楽観と悲観と両方あって見えていないが、当面の動きは良くない状況である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車部品メーカーからは今年度の大型設備投資には乗り気ではないという情報があり、為替レートも円高に振れているため、この状況が良くなると判断できる材料がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・良くも悪くも余り変化しないと思われる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響もあり、海外の状況次第という部分が非常に強い。自動車関係の一部には良いところもあるが、全体でみればほぼ横ばい状態が続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が社会全体にどのような影響を及ぼしていくのかが見えないので、漠然とした不安感がある。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・今が底であるが、しばらくこのまま底の状況が続くと思われる。
		建設業（役員）	・新型コロナウイルスに対して、第2波も少しずつ落ち着きが出てきているなか、客側も慣れてきている感じがする。集客の落ち込みもないので例年並みに成約できている。ただし、今後、緊急事態宣言等が出ると厳しくなると考える。
		建設業（経営者）	・これからどうなるか想像が付かないが、不安はある。
		輸送業（従業員）	・新型コロナウイルスの状況が2～3か月前にどうなっているかは不透明であり、予測が付かない。良くなっていると期待したいが、現状では厳しい。
		金融業（従業員）	・景気は上向き傾向であるが、新型コロナウイルスの影響を加味した場合のリスクに備えて、思い切った行動はできない。これからどのように事業を進めるか、リスクも考えた販売戦略であり、皆悩んでいる。
		金融業（企画担当）	・新型コロナウイルス発生後の在り方で経営を行っている企業も多いが、新型コロナウイルス発生以前の売上水準には到底戻らないと想定している企業が多い。もうしばらく現在の景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・様子見の感じが強く、取引案件の売り物件は現状で推移すると思われ、契約成立までは現状と変わらない。
		広告代理店（制作担当）	・年末に向けて予定のイベントは、年内はほとんどが新型コロナウイルス禍の影響で中止、又は延期になり、回復するまではかなりの時間が掛かりそうである。
		行政書士	・新型コロナウイルスの影響で現状維持である。
		会計事務所（職員）	・対面での打合せを再開しても、感染者が出てまた中止になったり、新型コロナウイルス感染者数の増減で外食に出掛けたり控えたりと波がある。先行きも現状維持ではないか。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・積極的に営業活動をしている。多方面のいろいろな門をたたいてみて、新しいモノを製作し、新しい仕事を得られるよう努力する。
		食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数が軒並み減少している。回復を見込める様子がない。
		鉄鋼業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、身近な少人数で経営している先で廃業、自主休業などにより製造停止に向かう企業が増えている。倒産ではないので表には出ないが、数は倒産件数の2～3倍はありそうだ。

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
		建設業（営業担当）	・今まで当業種では影響を受けなかったが、売上が減っている業種や業者からの参入も考えられる。そういった傾向になると、価格破壊など影響が出てくる可能性がある。2～3か月先ではないかもしれないが、新型コロナウイルスの影響は収まっていないので、先行きが懸念される。
		輸送業（エリア担当）	・景気が上向く理由をみると新型コロナウイルスの影響による特需や一時的なものである。全体的にみると荷物取扱量は落ちており、上向く要素がない。
		通信業（法人営業担当）	・仕事の関係で話を聞くと、中小の個人経営者はかなり厳しい状況である。特に飲食関係、観光関係はどれも、つらい思いをしている。
		通信業（法人営業担当）	・この状況が好転する理由を思い付かない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響を受けている。来年もこの影響は悪い方向に反映される。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読料が10月から上がり、それに伴う購読中止の連絡が後を絶たない。
	×	公認会計士	・株価や報道の内容と実体経済との間に大きなギャップを感じる。新型コロナウイルス発生以前からあった中小企業の収益性悪化や後継者難等の課題は、先送りされたままである。
雇用 関連 (東海)		-	-
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の第2波による生産への影響は少なく、大手自動車メーカーの一部の車種においては、増産により仕事量も増えてきている。中国や北米向けの輸出も今後上向きに推移すると予想する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人の動きが活発化するに伴って人手不足感が出てくるように思える。とはいえ、前年比でみるとまだまだである。
		職業安定所（職員）	・経済活動が再開し、飲食店等からの求人も持ち直してきている。
		民間職業紹介機関（支社長）	・街の人の出方が大分変わってきた。働き方の変化についても、一時しのぎではなく、この状態を前提とした再構築が進みつつある。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に良化の兆しはない。
		人材派遣業（営業担当）	・緊急事態宣言のあおりで、生産拠点、建設現場の稼働状況が低調なまま継続する見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・この先も悪いままで先がみえない。
		人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスはやや落ち着きを見せてはいるものの、好転への明らかな材料がない。
		人材派遣会社（営業担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続き、採用に二の足を踏んでいる企業が多い。今年一杯は新規の中途採用をする企業はほぼないとみている。
		人材派遣会社（営業担当）	・現在の求人数の推移から、年内での大きな改善は見込めないが、業種・職種により徐々に回復しつつある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・主に大企業では、求人が以前と同程度になる見込みがなく、かつ、採用の要件としても、基本的に優秀層のみの高いものが求められることが多い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・全体的には良い要素はない。上期末の動きやGo Toキャンペーンに関連した動きは出ているが、短期的なものと感じる。
		職業安定所（所長）	・新規求職者数は前年と同程度で推移しているが、雇用調整助成金を活用して雇用の維持を図っている企業がまだまだ多いなかで、新規求人数は前年比で減少が続いている。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響の見通しが立たない。
		職業安定所（職員）	・製造関係の求人は減少傾向にあるが、飲食関係の新規求職申込みで来所する個人事業主が増加傾向にある。
	職業安定所（次長）	・潜在的な求人ニーズはあるが状況を静観している企業が多く、今後もその状況は変わらないと考えられる。	
	職業安定所（次長）	・新型コロナウイルス感染拡大が長期化するなか、新規求人数の減少が続いているものの、前年同月比の減少幅をみると落ち着きつつある。事業主都合による離職者の大幅な増加が続いており、引き続き注視する必要がある。	
	民間職業紹介機関（窓口担当）	・事務部門での景気は現場より遅れてくるため、メーカーを中心として成り立つ当エリアの景気回復は、まだ難しいと見込まれる。	

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
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルス禍による採用に関しては、徐々に企業も順応しつつあるが、限定的な採用にとどまっている状態である。
		人材派遣会社（営業担当）	・主要客である自動車メーカーからの請負取引は、10月以降本格的に予算削減が進み、1～3月に関しては、前年比で20～30%の予算削減となる取引もある。
		職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの影響により先行き不透明感が強く、企業の積極的な求人活動が期待できないと考える。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスショックによる、先行きの不透明感が強い。

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 (北陸)		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で振出しに戻るおそれがあるが、確実に入込客は増加している。
		コンビニ（店舗管理）	・現在が悪過ぎる。そろそろ異常な自粛も緩和されるはずである。
		観光型旅館（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンが10月から東京も対象になるとの報道で、予約件数が目に見えて増加してきている。
		商店街（代表者）	・4連休以降は、いつもの閑散とした雰囲気よりは若干人通りが増えた気がする。Go To Travelキャンペーンなど様々な事業が始まり、新たな日常にも慣れ始めた感じだろうか。とはいえ、高額品の動きやネット通販の勢いに力強さは余りみられない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・政府施策の効果なども少しずつ出てきており、緩やかではあるが回復していくと考える。
		コンビニ（エリア担当）	・新しい生活様式への慣れを含めて、人の動きが少しずつ元に戻ってきている。
		衣料品専門店（店舗運営）	・マスクチャームやマスクピアスなど、マスクに対してファッション性やオリジナリティを求める人が増えているようである。今後そういった傾向がより顕著になり、ファッションアイテムの一部として新たな需要が見込めるのではないかと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・イベントを再開し始め、新商品の発売予定もあるので、これからは良くなると考える。
		乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルス感染症の状況が悪化しないという前提ではあるが、前年10月は消費税の引上げにより若干買い控えが起きたことを考えると、今年10月以降の業績は上向くと考える。
		自動車備品販売店（役員）	・夜の飲食面ではまだ自粛傾向だが、Go To Travelキャンペーンで車を利用して旅行する人が多くなり、カー用品やメンテナンス需要に少しだが期待している。
		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症に対する備えが事業者側にも消費者側にも浸透しつつあり、外出自粛ムードは弱まりつつある。また、新型コロナウイルス禍による生活者の行動変容も少しずつ明らかになってきている。各種Go Toキャンペーンへの取組や新型コロナウイルス禍のライフスタイル提案を適宜適切に行うことで、消費を喚起できると考えている。
		一般レストラン（統括）	・冬になるにつれて、新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行という懸念事項はあるが、それ以上に日本の経済再生が優先されるとみられるため、経済活動は活発化すると考える。また、北陸はこれから食材のおいしい季節になるため、県民はもちろん、県外の観光客が年末に向けて増えていくと見込んでいる。そのため外食産業も上向きになっていく。
		タクシー運転手	・10月よりGo To Travelキャンペーンで東京発着が開始されることから、観光客が増えることが期待できる。
		タクシー運転手 通信会社（営業担当）	・10月からの旅行予約の問合せが数件入っている。 ・このまま新型コロナウイルスが終息すれば、例年どおり年末商戦や新商品発売でにぎわうと考える。

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
		一般小売店〔精肉〕 (店長)	・売上は戻ってきてつつあるが、集客に関してはまだ鈍い感じがしている。ゴルフイベントが少ないためか、やはり景品等の注文が少なく、前年と同程度の売上まではきていない。
		一般小売店〔事務用品〕 (店員)	・年末商戦や営業案件に期待するが、どれだけ売上増加に結び付くのか分からない。
		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・新型コロナウイルス次第で何ともいえない。年末には何とか落ち着いてほしい。
		百貨店(販売担当)	・今季の秋冬ファッションは、新型コロナウイルスの影響で生産が大幅に減少し、在庫調整に入っている。前年の商品を販売するため価格が低下する可能性がある。早期のセールが増える上、新型コロナウイルスへの不安から低価格志向の客が増え、セール商品に客が集中すると予測するため、客単価ダウンからの改善にはつながりにくい。一方、トラベル需要の回復には期待が持てる。2泊程度のやや近県への旅行需要が出始めている。手持ち程度の大きさのバッグや低価格ながらジャケットなどが徐々に伸長している。この需要が継続し、この点を強化できれば、現状よりは落ち込みを防止できる可能性がある。
		スーパー(店長)	・引き続き競合店の影響があり、地域祭事の自粛もあるため、来客数の動きに大きな変化はないと考える。
		スーパー(総務担当)	・新型コロナウイルスの影響を懸念する。
		衣料品専門店(経営者)	・Go To Travelキャンペーンなどが続けて行われれば、衣料品の購入にもつながるのではないかと期待している。
		家電量販店(店長)	・来年の東京オリンピック需要が見込めないため、暖房関連のエアコンの実績次第になりそうである。
		家電量販店(本部)	・冬に掛けて新型コロナウイルス禍の影響がなくなると考えると、景気が良くなるとは考えにくい。
		乗用車販売店(従業員)	・まだまだ新型コロナウイルス感染の不安が続くそうであり、先行きの不透明さがある。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーン、あるいは地域振興券など、政府や行政がいろいろなことをして活性化しようと一生懸命にやっている。こうしたことがきっかけとなり、少しでも経済が回り、人が動き、金が回って景気が良くなることを期待している。
		高級レストラン(スタッフ)	・忘年会シーズンに向かうが、15名以上の予約は例年の20%ほどで推移している。
		一般レストラン(店長)	・新型コロナウイルス禍の影響がいつまで続くか分からないなかでの急激な回復は望めない。10~11月と書き入れ時のシーズンを迎えるが、その分落ち込みが不安である。
		スナック(経営者)	・このままの状態が続けば店の体力勝負になるが、新型コロナウイルス感染の波が再び大きく来ると、全体が大きなマイナスとなる。ますます様変わりするのではないかと考える。
		都市型ホテル(スタッフ)	・平日の宿泊は20%前後である。Go To Travelキャンペーンに期待している。宴会部門は集まって宴会ができないので大変厳しい。レストランもディナータイムは大変厳しい。
		旅行代理店(所長)	・新型コロナウイルスの第2~3波への警戒感があり景気も不透明なため、旅行をしたくても出控えが続く傾向が強くみられる。
		通信会社(職員)	・来客数に一定の回復はみられるものの、大型キャンペーンや集客イベントなどへの制限が大きいため、大幅な回復や伸長は見込めない。
		通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響で来客数は減少しているが、予約制にしているため、それほど大きな影響や変化はみられない。販売数は前年と比べて変わらずの推移となっている。
		通信会社(店舗統括)	・新商品の情報が出てきても、問合せが増えてきていない。
		テーマパーク(役員)	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、国内の個人客は動きが戻っているものの、団体やグループ、インバウンド客は全く動いておらず、全体としては現状のまま推移すると考える。
		競輪場(職員)	・新型コロナウイルスによる自粛が解かれていくなかで、客足が戻ることを期待するが、インフルエンザシーズンの到来や新型コロナウイルス感染者数の下げ止まりなどを懸念する。

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
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・市中の新型コロナウイルスの感染は、確実に下火にはなっ てきているとみているが、いつ何時、誰に降り掛かってくる かと考えると、新型コロナウイルス発生前の状況に本当に戻 れるのが心配である。本当に終息宣言が出されるまでには 2年くらい掛かるのではないだろうか考える。
		美容室(経営者)	・年末に掛けて、新型コロナウイルスの第3波が来るかどう かにもよるが、客足は徐々に戻りつつある。
		住宅販売会社(従業員)	・新規の土地販売が落ち着いてしまえば、新築物件の話は極 端に少なくなった。住宅イベントも少なくなり、客も少なく なってきた。新規で家を建てる人も少なくなってきたので、 需要の掘り起こし活動が重要である。
		住宅販売会社(従業員)	・新型コロナウイルスの影響で、まだまだ客の動きに変化は ないと考える。
		百貨店(販売促進担 当)	・食品フロアや全国の銘店による物産催事は回復基調にある ものの、ショップの撤退、商品の遅れなどによる衣料品の低 迷は非常に根強く、回復には時間が掛かる。
		スーパー(店舗管理)	・ドラッグストアの乱立のためやや悪くなる。安く売るのは 資本主義なので分かるが、企業が努力して開発した商品に 商品価値を下げる売値を付けるのは、デフレの脱却にはつな がらないと考える。
		コンビニ(経営者)	・客単価が低水準のままである。来客数は3か月前よりは 戻っている。
		住関連専門店(役員)	・先行きの不透明感が強く、需要が増加するとは考えにく い。冬季に向かい、新型コロナウイルスとインフルエンザの 流行がより拡大する懸念、より外出を控える意識が大きくな るなかで景気は良い方向には向かいにくい。
		観光型旅館(経営者)	・11~12月は、飲料などの附帯売上が上がる企業研修や忘年 会など団体シーズンになるが、新型コロナウイルスの影響で 宴会が自粛傾向にある。個人客はキャンペーンなどで動きは あるが、附帯売上は期待できず、例年より売上は落ち込むと みている。
		通信会社(役員)	・少しずつではあるが、経済的理由による解約が増えてきて いる。新型コロナウイルスの状況が変わらなければ、放送、 通信サービス共に契約獲得数が大幅に増えることは考えにく い。
	×	商店街(代表者)	・人の移動が緩和され、新型コロナウイルスの第3波も予想 されている。派遣切りは一段落したようだが、これからは正 社員の削減も予想され、明るい見通しが立たない。
	×	百貨店(売場主任)	・大手アパレルメーカーの退店により空いたスペースへの新 規出店交渉を絶えず行っているが、各社の出店意欲は低下し ており難航している。現在展開している既存ブランドも、い つ撤退の申入れがあるか分からない状況のため、2~3か月 先は更に厳しい状況に陥ると見込んでいる。
	×	スーパー(店長)	・収入が減れば、必然的に出費は抑えるようになるだろうと 考える。
	×	スーパー(総務担当)	・今から新型コロナウイルスによる倒産が増えると思ってい る。
	×	コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスの影響が収まってきているという意味 で景気は良くなると思えるが、単純な売上ベースの話であ る。事業を維持する観点では景気は最悪である。たとえ売上 が例年どおりに回復したとしても、今年2月からの赤字を埋 めるだけの余裕は出てこない。単純に売上だけ考えた場合 は、今よりは良くなると思えるが、事業の経営面では極めて 悪くなる状況である。飽くまでマイナスがゼロに戻ってきて いるということで客の様子はやや上向きだが、経営者の立場 では悪くなると思える。
	×	住宅販売会社(従業員)	・新型コロナウイルス感染拡大の影響により個人の消費がど うなるか次第である。
	×	住宅販売会社(営業)	・住宅ローン控除延長に対する駆け込みの終了以降、追い風 要素が一切見当たらない。
企業 動向 関連 (北陸)		繊維工業(経営者)	・周囲をみると人の動きが増えつつあるようである。従って 消費が進むと考える。また、消費が進むことを期待したい。
		金属製品製造業(経営 者)	・2~3か月先の受注の入り具合から、やや良くなる。
		一般機械器具製造業 (総務担当)	・世界的に生産活動が動き出し始めているので、設備投資が 動き始めることを期待している。

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
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車メーカーの生産が回復基調にあることから、受注が大きく改善してきており、当初の休業予定を取り下げて生産に当たっている。一方、産業機械向けは新型コロナウイルス関係需要も落ち着き、受注は減少していないものの増加傾向にもない。
		精密機械器具製造業（役員）	・ウィズコロナの生活様式が定着しつつあり、幾つかのクラスターを除いては感染者数も減少傾向にあることから、再び緊急事態宣言が出るようなことがなければ、少しずつ店舗への来客数も増えていくのではないかと期待感がある。
		食料品製造業（経営企画）	・今のところ先行きに明るい材料は見当たらない。当面は低空飛行が続くだろうと考える。
		化学工業（総務担当）	・この先の売上は、変わらず推移していく予定である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・世界規模での新型コロナウイルスの感染拡大は今後も当分続くとみられ、特に今後、感染拡大の第3波の懸念があることから、収束まではかなりの時間を要すると考える。当社が関わる建築業界や自動車業界での大きなマイナス影響は、当面継続するものとみている。
		建設業（経営者）	・公共事業の予算執行による工事発注が続き、年末までそこそこ多忙な状況が続くと考える。
		通信業（営業）	・今後の新型コロナウイルス感染拡大の程度に左右されると考える。第2～3波等が発生すれば悪くなり、そうでなければ回復するとみている。
		金融業（融資担当）	・取引先の決算や試算表の中身からも雇用調整助成金等で何とか保っている状況であり、本業のもうけを示す営業利益ベースで赤字が続いている。
		税理士（所長）	・特に冬のボーナスは下がる傾向がはっきりとしてきており、一般消費者の収入は厳しいと考える。しかし、これまで使えなかった分を使うことから、新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、飲食や観光関係は今後回復していくのではないかとみている。製造業や建設業関係では、業種によっては新型コロナウイルス対策で伸びている業種もあるが、全体としては厳しい状況が否めない。全体としては余り良い見通しではない。
		金融業（融資担当）	・観光、宿泊、飲食業の需要回復には時間を要し、損益、資金繰りが悪化する企業が増えている。一部で業績回復の兆しもみられるが、前年同月比マイナスの企業が多く、景気回復には時間を要する。
		不動産業（経営者）	・個人客からの問合せがかなり少なくなっている。さらに、法人客からの活発な話も聞かない。
		司法書士	・現在は助成金や特別定額給付金で何とかしのいでいるが、新型コロナウイルスが落ち着いても完全には回復しないだろうという事業者の話を聞く。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・9月も前年比を下回っている。チラシのサイズダウンが止まらない。全体のチラシ出稿量も前年の8割程度で、しばらくはこの状況で推移しそうである。
雇用 関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	・求人数が少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用に関わる話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・新型コロナウイルスに萎縮して企業活動を展開する次元はもはや超えており、しばらくは現状がスタンダードになっていくと考える。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・相変わらず人々の行動は制限され、消費者心理的にも急激な上昇や変化はないと考える。各種Go Toキャンペーン事業の後押しで、一部業界では明るい兆しもあるが、秋から冬に掛けて新型コロナウイルス禍が再拡大する懸念もあり、慎重な動きが続くとみている。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続くと考える。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染が収束に向かえば、求人も増えてくると考えるので、期待したい。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響により失職した人など、最低限の生活をするための求職者は増加するだろうが、従来のような求職状況にはならないのではないかと考える。
		職業安定所（職員）	・秋から冬に掛けて、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念され、採用計画を見直している事業所がある。
	x	-	-

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
----	----------	-------	----------------

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (近畿)		一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	・Go To Travelキャンペーンの効果に期待したい。
		旅行代理店(役員)	・地域クーポンの利用も始まり、更なる需要の増加が期待できる。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響で後ろ倒しとなったプライダルが10～11月に出てくるため、関連の受注を見込んでいる。
		百貨店(売場主任)	・客からも、個々の感染対策をきちんとすれば、外出も問題がなくなってきたという声が出始めた。ショッピングを楽しむこと自体は、感染のリスクが低いという認識が増えている。また、家庭での充実したライフスタイルへの関心が高まり、食品や生活用品での関連売上が増えてきている。
		百貨店(売場主任)	・インバウンドの復活を期待したいところである。その一方、クリスマスや初売りの福袋など、人が密集する時期の販売方法を模索している。
		百貨店(売場主任)	・郊外では、巣籠り需要が今後も売上を引っ張ると考えているが、新型コロナウイルスの感染の収束状況に、売上は大きく左右されそうである。Go To Travelキャンペーンの効果もどのように出てくるか未知数であり、不透明感が強まっている。
		百貨店(マネージャー)	・Go To Travelキャンペーンの東京への拡大などで、京都への観光も復活するほか、各種の規制が少し緩和されることで、経済がやや持ち直してくると予想される。
		百貨店(売場マネージャー)	・9月中旬以降、大型連休を含めて客足が戻ってきている。
		百貨店(販促担当)	・新型コロナウイルスとの共存生活が定着してきたなか、秋から冬にかけて感染が爆発的に拡大しない限り、消費はやや増えると予想される。政府の各種施策もあって消費者の行動範囲や外出頻度が改善し、開放感を求める消費の動きが増える。利便性の高さや汎用性の高さをアピールしたり、今秋や今冬の気候を反映した提案を行うことで、消費が喚起できると予想される。
		百貨店(服飾品担当)	・客の購買動向に変化がみられ、オンラインでの売上が増えている。また、情報をリモートで探し、リアルな店舗での情報とWeb上の情報を、交互に確かめて購買するスタイルも浸透し始め、新しい購買スタイルとして期待がもてそうである。また、前年は10月以降に消費税増税の影響で落ち込んだ分、今年は回復が見込まれることから、回復の兆しが出てくることが予想される。
		百貨店(販売推進担当)	・新型コロナウイルスによる消費の変化が定着するほか、渡航制限の段階的な解除によるインバウンド需要の増加が始まる。また、供給面では生産体制も回復してくる。
		百貨店(外商担当)	・ワクチンや治療薬の開発状況など、外部環境の好転が期待できる。
		百貨店(外商担当)	・新型コロナウイルスへの対策が、かなり確立されつつあるほか、ワクチンの完成の見通しが立つことも予想される。少しずつではあるが、客の安心感が強まり、消費に関する意欲も増してくる。
		百貨店(宣伝担当)	・秋冬商材の入荷がようやく本格化し、客からの問合せも増えている。今後は、年末のギフト需要と合わせたリベンジ消費に期待しており、そこへ向けた販促施策も準備している。
		百貨店(マネージャー)	・10月からは、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの使用も始まる。また、気温が順調に下がっていることから、秋冬物衣料に対する購買意欲も増してくる。物産展などの大型催事も本格的に復活することで、来店モチベーションも高まることが予想される。
		百貨店(マネージャー)	・Go To Travelキャンペーンなどで外出の機会が増える一方、巣籠り消費の定着で、リビング関連などは活発に動く。また、年末年始のケーキやおせち料理なども、高額品が動くと予想され、いわゆる自宅でのぜいたく消費が進みそうである。
	コンビニ(経営者)	・年末に向けて、忙しくなってほしい。	
	コンビニ(店員)	・徐々に通常の動きに戻りそうである。	

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
		コンビニ（店員）	・残念ながら、給付金の効果は余り感じられないが、客の会話や買物状況から、少しずつ消費が活発化していると感じる。近隣のホテルも様々なプランで集客を図っており、活気が戻りつつあると感じている。
		コンビニ（店員）	・緊急事態宣言の解除後は、ほぼ横ばいの状態が続いていたが、SNSで当コンビニチェーンが注目を集めたことで、数日前からは今まで少なかった若者層の来店が増えている。
		衣料品専門店（店長）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響があり、予断を許さない状況が続いている。ただし、2～3か月前に比べるとやや上向いている部分もあるため、年末商戦に期待している。
		家電量販店（店員）	・家電も好調であるが、大人も子供も楽しめるテレビゲームや、新発売のゲーム機の予約状況も好調に推移している。
		家電量販店（営業担当）	・当業種には直接影響が出ていないものの、先日の連休中の動きをみていると、景気が回復するという期待は持てそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・現状は全く良くないため、Go To Travelキャンペーンに少なからず期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・来店客の雰囲気などをみると、少しずつ良くなっていくという期待感が出てきている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・Go To Travelキャンペーンなどの効果が、少しは出てくる。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染予防も、インフルエンザ並みになりそうである。実際のところ、新型コロナウイルスよりもインフルエンザの感染者や死者数の方がはるかに多く、マスクなどでもインフルエンザの予防接種が呼びかけられている。年末までには、新型コロナウイルスとインフルエンザが共存していると予想される。
		高級レストラン（企画）	・自治体の助成制度や消費マインドの回復により、宿泊や外食の需要が徐々に回復する。
		一般レストラン（経営者）	・Go To Travelキャンペーンで東京が解禁となるほか、Go To Eatキャンペーンや入国制限の緩和などで、経済的な動きは上向くことが予想される。
		都市型ホテル（管理担当）	・東京がGo To Travelキャンペーンの対象になったため、東京からの旅行者に期待したい。ただし、海外からの旅行者が戻らなければ、回復は限定的であると予想される。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・Go To Travelキャンペーンの効果が、今後どの程度出るのかは読めない。ただし、宿泊部門は出張での利用が少ないため、キャンペーンに頼らざるを得ない。一方、宴会は秋の予約にキャンセルが多く入っているため、回復は先になりそうである。
		都市型ホテル（客室担当）	・Go To Travelキャンペーンの東京への拡大に期待している。
		タクシー運転手	・政府の打ち出した海外渡航者に対する規制緩和により、経済活動の活発化が期待され、タクシーの需要も見込まれる。
		タクシー運転手	・タクシーの稼働台数が少しずつ増えるのに伴い、乗客も増えている。さらに、今後はGo To Eatキャンペーンも始まるため、期待している。
		通信会社（社員）	・新商品の発売により、やや良くなる。
		通信会社（社員）	・今後も現在の傾向が続くと予想される。他の通信会社の動向を見極めて、現在の加入者を確保することも重要となる。
		遊園地（経営者）	・9月19日以降の4連休から潮目が変わり、週末の来客数が戻りつつある。平日はまだ弱めながら、10月以降は近隣の学校や団体を中心に予約が入っている。新型コロナウイルスの感染者数が現状レベルで推移すれば、最悪の状態は脱することができる、一筋の光がみえた印象である。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・Go To Travelキャンペーンなどの、政府の支援策に対する反響が大きい。小売業に関して、地域共通クーポンの恩恵が期待できる。
		住宅販売会社（経営者）	・徐々に新型コロナウイルスとの共存が始まると同時に、消費者の警戒感が薄まってくる。
		商店街（代表者）	・雰囲氣的に、しばらくは良くならないと感じる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・いつまで感染が続くかがみえず、停滞感が広がったまま、しばらく過ごすことになりそうである。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・キャンペーンなどで景気が良くなったといわれるが、業種による差も大きいので、まだまだ景気回復には程遠い。

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
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・毎月2店舗を閉店するなど、経営の負担を軽くする努力を行っているが、どこまで持ちこたえられるか、自分との戦いになってきている。
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・冬に向かって、インフルエンザや新型コロナウイルスの感染がどのように広がるのかが不透明である。目に見えない物への懸念や心配、恐れが、人の気持ちをまだまだ押し下げる。また、お金の偏った使い方が今後も残ると感じており、時計の需要は不急でもあるため、景気が良くなるとは考えにくい。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・3か月後には状況は変わると予想されるが、日本の景気が良くなるかどうかはまだ不透明である。今後も非常に厳しい状態が続く。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・マスクをして接客しているが、客に言葉が伝わりにくいこともある。また、着物の試着の際には客に接近するため、嫌がる客も多く、売上が伸びない。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・今後も販売数量、売上共に、回復する気がしない。
		百貨店(企画担当)	・新型コロナウイルス関連の報道は、一時の過熱状態からは沈静化したようであるが、一度落ち込んだ消費意欲はなかなか戻らないと感じる。少なくとも、劇的に向上することは期待できない。
		百貨店(サービス担当)	・来月からは、Go To Travelキャンペーンが東京も対象となるため、現状が維持できるかどうかは不透明である。前月から催事も再開しているものの、現状は売上に大きく貢献していないため、今後期待している。
		百貨店(営業推進担当)	・いずれ新型コロナウイルスの感染第3波が来ると予想され、行動範囲を自粛する動きが出てくる。新たな消費喚起策がなければ、厳しい状況は変わらない。
		百貨店(商品担当)	・企業業績の不振から、冬のボーナスや給与の支給も厳しくなる見込みで、政府や自治体の需要喚起策の効果も限定的となりそうである。また、訪日観光客を受け入れるめどは立たず、インバウンドの復調を望めないことも大きな痛手である。新型コロナウイルスの検査体制の整備や、世界的な防疫体制が構築できるまで、景気浮揚の見通しは立たない。
		百貨店(店長)	・新型コロナウイルスの影響に左右されるが、決定的な解決策がないため、しばらくは消費の低迷が続く。
		スーパー(店長)	・外食の売上が戻ってくれば、内食を扱う生鮮食品の売上は減少の一途となり、これまでの売上の増加曲線は緩やかに下がってくる。その反面、外出が増えれば、化粧品やアパレル関連の売上は緩やかに増加すると予想される。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルスの影響に左右され、外食が増える状況となれば、スーパーは今よりも下り坂になる。
		スーパー(店長)	・政府はGo To Travelキャンペーンなど、消費を促す政策は実施しているが、新型コロナウイルスの影響が続くなか、基本的な生活様式が変化する気配は感じられない。
		スーパー(店員)	・今後は鍋物関連の食材がメインになってくるが、週末は売れても平日は余り売れないため、大きく伸びることはない。
		スーパー(企画担当)	・今の生活スタイルが続くと予想される。
		コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルスと経済が共生していく流れになり、来客数は増加すると予想されるが、節約ムードが高まっており、購買意欲は落ちてくる。
		コンビニ(経営者)	・店舗の維持に必要な経費は最小限に抑える努力を続けているが、厳しい状況にある。一時的な雇用調整助成金などがあっても、借入れの返済が必要であるほか、個々の生活の基盤が不安定になっているため、改善の材料が乏しい。
		コンビニ(経営者)	・事務所を閉める企業が出てきたほか、リモートワークなどの働き方が定着しそうなこともあり、周辺の労働者の数が減少している。当面はこのまま推移していきそうである。
		コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスの発生以前の状況には、相当な時間が経過しなければ戻りそうにない。状況がこれ以上悪くならないことを、祈るばかりである。
		コンビニ(店員)	・現状が維持できれば良い方で、景気の回復は見込めない。
		衣料品専門店(経営者)	・今後は各種の自粛要請が緩和されていくが、高齢者層は心理的な不安要素が多いため、自由に買物を楽しむことが難しいと考えられる。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・来客数は少なく、必要な物だけを購入しているようである。

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
		乗用車販売店（営業担当）	・今は好調であるが、新型コロナウイルスの第3波が発生すれば、更に悪化するおそれもある。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・少なくとも年内は、新型コロナウイルスの予防に関する商品は好調に推移する。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・これから冬を迎えるに当たり、新型コロナウイルスやインフルエンザなどの影響で、今後も関連商品は売れると予想される。ただし、プラスアルファで購入されていた化粧品の売上は、依然として減少傾向にあり、必要な物しか買わないように感じられる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・最近の新たな感染者数は横ばい傾向が続いており、今後も当分の間は大きな改善が見込めない。それに伴い、景気も一進一退の状況が続くと予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・電話の件数、受注共に、例年どおりに戻りつつあるため、今後も大きな変化はない。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約状況も、現状と大きくは変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・例年であれば宴会シーズンとなるが、今年は新型コロナウイルスの影響で見込めない。ただし、Go To Eatキャンペーンに参加登録しているため、プレミアム付商品券の利用などで、来客数は増えそうである。
		一般レストラン（企画）	・徐々に良くなることを期待しているが、経済活動が活発化すると、新型コロナウイルスの感染拡大のリスクも高まる。今後はいつまた悪くなるか、予断を許さない状況である。
		一般レストラン（店員）	・新型コロナウイルスの影響は少しずつ落ちてきたように感じるが、今後の見通しはまだまだ立たない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右されるが、総理大臣が代わって、実務的な部分が動いているように感じる。国と企業の距離が近くなったように感じ、非常に期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルとしてはGo To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなどで、ある程度の集客は見込めるものの、宴会場を使用したパーティーの受注がない。例年は忘新年会の予約で一杯となるが、今年はかなり厳しい状況が続くと予想される。
		都市型ホテル（フロント）	・Go To Travelキャンペーンが東京に拡大されるため、出張利用が多少なりとも増えると予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・10月から、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの取扱が始まるほか、Go To Eatキャンペーンも始まるため、飲食店の売上が改善に向かうと考えられる。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染を嫌って、団体客の先の予約は大きく動いていない。
		旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンは1月までの予定であり、その時点で客の動きが止まってしまう。何よりも海外旅行が少しでも動かなければ、現状の鎖国状態では先が見えない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響については、特に夜間の営業収入の減少傾向が今も続いている。
		タクシー運転手	・良くなる要素がない。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の経営が新型コロナウイルスの影響で悪化しており、ゲーム機の売上が落ちている。この状況は、当面変わらないと予想される。
		テーマパーク（職員）	・Go To Travelキャンペーンの効果がどのような形で出るのか、あるいは実際に効果があるのかについては不透明である。また、新型コロナウイルスの影響が続くなかで、新政権が発足したが、更なる支援を必要としている企業は残っている。特別定額給付金のようなシステムが構築できるのか、今のところは疑問である。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染が収まるかどうか分からないため、何ともいえない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月19日から、プロ野球での入場制限は収容人数の50%以内に緩和となった。ただし、新規感染者数は多数発生しており、予断を許さない状況である。全体として、3か月後の状況は不透明である。

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
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・以前に比べれば、日常を取り戻しつつあるが、秋冬のインフルエンザや新型コロナウイルスの感染状況により、今後はどうなるか分からない。
		住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの治療薬が完成するか、感染の収束が見込めない限り、客の動きは悪いままとなる。現状の受注活動の制約も大きいと、大きな回復は見込めない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・暮らし方の変化により、都心の駅近物件の人気は弱まり、郊外の環境や広さを志向する動きが復活している。在宅ワークの定着度によっては、更にその傾向が強まる可能性が出てきている。
		百貨店（売場主任）	・企業の業績が厳しいなか、雇用調整や給与、ボーナスのカットが始まり、消費者の購買意欲の減退が予想される。その上、取引先の撤退や商品生産の抑制、新商品の展開の延期などもあり、店頭の商品の質、量共に不安がある。現状を維持するのが精一杯であり、良くなる要素はない。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響による業績不振を受けて、この冬のボーナス支給額は前年比で大幅に減少することは間違いない。冬のボーナス商戦については、例年の売上規模からはかなり減少すると予想している。
		スーパー（経営者）	・前年はキャッシュレス決済に対するポイント還元制度が始まり、カード各社のほか、独自の取組を行う企業も盛り上がった。その一方、今年のマイナポイント事業は登録者数も伸び悩み、盛り上がり欠けている。所得環境も厳しいなか、ライバル各社は価格訴求を徐々に強めており、利益が得にくくなりそうである。
		スーパー（店長）	・テナントの退店が増えつつある。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス問題の長期化で、取引先のメーカーも、アパレル業界を中心に業績が厳しくなっている。また、当スーパーに入っている子供用ブランドや旅行会社も、売上が前年比で3割という状況が続いている。
		スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの特需もなくなりつつあり、特に駅前店舗の売上が悪い状況である。競合店が2店舗オープンする予定で、近隣店舗の売上減は避けられない。年末商戦の前しょう戦としても、販促を強化して対応せざるを得ない状況であり、利益率は下がるものの、売上は最大限確保することが求められる。
		スーパー（経理担当）	・足元は給付金の効果もあり、可処分所得に比較的余裕のある層が消費を支えている傾向がみられたが、時間が経過するにつれて影響は薄まる。これに加えて、業績の悪化した企業を中心に、冬のボーナス支給の減少が懸念される。
		スーパー（販売促進担当）	・9月も前年比で売上増の状況が続いているが、伸び率は落ち着きをみせ始めている。全体的な景況感は低下しており、今後は徐々に落ち込んでいくことが予想される。
		スーパー（社員）	・新型コロナウイルスの影響で高まった内食需要は、依然として続いている。今後も、客のスーパーへの依存度は高いまま推移しそうであるが、購買力が少しずつ低下することを危惧している。
		乗用車販売店（経営者）	・個社の業績はますますであるが、それは各社の戦略に起因し、全体の傾向とは無関係である。業界自体は依然として低迷しており、所得の減少を考えると、今後はますます悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・運搬の仕事が減っているため、車検を受けないトラックが増え、車検台数が減っている。また、新車の売行きも良くない。
		乗用車販売店（販売担当）	・海外での自動車の生産が遅れているため、輸入車の販売量が伸び悩んでいる。また、入荷自体が見込めないため、今後は悪くなると予想される。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今年は季節が変わっても気温の下がる日が少なく、暑い日が続いている。さらに、新型コロナウイルスの影響もあり、来客数は激減している。
		観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelキャンペーンが実施されている間は、前年比で7～8割程度の売上が確保できる見通しである。ただし、キャンペーンの終了後は、更に厳しい状況となることが予想される。

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
		観光型旅館（経営者）	・県民限定割引がなくなるほか、東京がGo To Travelキャンペーンの対象となる。東京から地方に行くよりも、地方から東京へ行く方が多いと予想するため、地方は厳しくなると予想される。
		観光名所（経理担当）	・例年、12月は来客数が少ない時期であるため、感染症が収まったとしても、今月よりも客は少ないと予想している。
		競輪場（職員）	・通常であれば、年末に向けて客単価が上がる傾向となるが、今年は新型コロナウイルスの影響で見通しが立たない。もしも例年のように上昇傾向となったとしても、小幅にとどまるとみられ、逆に下がる可能性の方が高い。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・秋の行楽シーズンとなるが、お盆から9月の4連休の好調は、これまでの抑制の反動もあったため、若干の目減りは覚悟している。Go To Travelキャンペーンの東京解禁による効果には期待したいが、現実的には限定的となりそうである。
		その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒くなれば来客数が減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響をすぐに受ける業種から、2～3次的な影響を受ける業種まで、影響の裾野が広がっている。
		住宅販売会社（従業員）	・大手メーカーを中心にテレワークの導入を検討する動きがあり、一部ではオフィスの解約予告の通知が始まっている。今後は事務所ビルの空室率が上昇すると予想され、これまで影響のなかったオフィスや賃貸住宅市場も悪化が予想される。
		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）	・金融機関の融資姿勢が、かなり厳しくなってきた。
		その他住宅[展示場]（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、今後は住宅購入者の年収が減少すると予想され、住宅ローンを組む心理状況となるかが心配である。
		その他住宅[住宅設備]（営業担当）	・好転する兆しがないまま寒い季節となり、新型コロナウイルス関連のキャンセルが春先のように増えれば、メンテナンス部門も仕事量が減る。それに伴い、売上も減少するという、暗い見通しとなる。
	×	一般小売店[衣服]（経営者）	・本来は冬場が衣料品の需要期であり、来客数、販売数共に増加を期待しているが、今年の冬は新型コロナウイルスの影響で先が読めず、感染がこれまで以上に拡大するのではないかと心配である。その場合は通常の営業もできるかどうか分らず、今以上に深刻な状態に陥ることが懸念される。
	×	一般小売店[花]（店員）	・新型コロナウイルスの感染が長引き、客の購買意欲は下がっている。この先も感染が落ち着く様子はなく、ますます購買意欲は下がると予想される。
	×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスによる観光客の減少などで、食材の需要も減っている。各種イベントの中止により、前年比での落ち込みが避けられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・このままの状況が続けば、小売業者は倒産や閉店、廃業してしまう。
	×	家電量販店（経営者）	・冬場に掛けて、新型コロナウイルスの感染が増えれば、あらゆる消費が落ち込む。秋以降、感染が収束することを願うばかりである。
	×	家電量販店（企画担当）	・今のような来店状況ではかなり厳しい。インターネット経由の販売機会を更に拡大する一方、空気清浄機や、内食の好調に合わせて温め直しができる高級電子レンジなど、新型コロナウイルスとの共存に向けた商品を強化していく必要がある。
	×	家電量販店（人事担当）	・巣籠り需要も落ち着いてきており、消費をけん引する商品がない。冬になって気温が下がるまで、厳しい状況が続くそうである。
	×	乗用車販売店（経営者）	・旅行や飲食関係はGo To Travelキャンペーンで少し潤った感じは出てきたが、その他のサービス業や製造業の売上の落ち込みは激しい。各種の助成金も用意されているが、焼け石に水の状態で、収益が上がるまでには至らない。とにかく新型コロナウイルスの影響が落ち着くまでは、景気は悪くなる一方だと予想される。

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
	×	住関連専門店（店長）	・上半期は新型コロナウイルスの発生前からの受注や、前年から購入計画のあった客の注文でやりくりできたが、新規客が激減したままであるため、下半期からは、更に売上は深刻になると予想される。
	×	住関連専門店（店員）	・新型コロナウイルスの影響を受けている客が多いため、その影響が出てくる。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響で、予定している展示会などの催事も規模が縮小され、集客が見込めない。現状から考えれば、売上が前年以上になることはない。
	×	通信会社（企画担当）	・まだ、新型コロナウイルスの感染の収束がみえない。
	×	観光名所（企画担当）	・9月の4連休は少し回復したが、それ以降の平日は以前と同じ状況であり、全く期待がもてない。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・今年から始まる新規事業のサンプルが入荷し、販売したところ、客の反応は非常に良い。今後の販売も順調に進むと予想されるため、売上、利益共に増加が見込まれる。
		化学工業（企画担当）	・Go To Eatキャンペーンも始めれば、新型コロナウイルスの重症者数が異常に増えたりしない限り、現状よりも物の動きも活性化すると予想される。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込み量が増加している。
		金属製品製造業（開発担当）	・新しいモデルの商品が出るため、忙しくなる可能性がある。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連向けの出荷を軸に、受注の内示も少しずつ元に戻りつつある。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・10月以降は、設備計画の見積りの依頼が増えそうである。2～3か月前よりも案件の内容が具体化し始めている。
		建設業（経営者）	・無電柱化に関していえば、問合せは多い。成約しないケースもあるが、少しずつ受注も増えると予想される。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルス対策を講じながら、徐々に社会全体が動き出したように感じる。
		食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響も薄れつつあり、量販店では値下げ販売を打ち出す動きがある。今後は販売価格が低下傾向となり、安売り競争が始まる。
		繊維工業（総務担当）	・注文がほとんどない状態である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、増産の計画についての情報がない。
		化学工業（経営者）	・日々の受注をみていると、最近は更に悪化しているが、今後は各種のGo Toキャンペーンなどで相殺され、変わらない状況が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・発注の増えた企業があるため、全体をカバーできているが、受注の商品バランスは悪い。以前からの商品には、発注が止まる案件も出てきている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらないと予想される。
		金属製品製造業（経営者）	・業界にもよるが、低位安定の状態がどう変化するかは、年末まで分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は景況が最悪になると予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・本業の状況はそれほど変わらないが、当社の紫外線やオゾン関連の技術を、10月7日から3日間開催される大規模な見本市に出展予定である。これがうまくいけば、先行きは非常に良くなるかもしれない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・給付金の影響で、6～7月は特に需要が伸びたが、それ以降はやや鈍化傾向にある。今後もこの状況は続くと思われ。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今後はインフルエンザと新型コロナウイルスのダブルパンチで、どうなるか分からない。
		建設業（経営者）	・現在は、やらなければならない設備投資が最小限の範囲で実施されている。今後は、計画の延期や凍結が増えてくると予想される。
	輸送業（営業担当）	・体力のない同業他社が閉店し始めているため、競争が減り、今後は売上がさほど落ち込まないように感じる。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・現状は雰囲気が悪過ぎる。有事における政府の行動が、これほどまでに市井の生活に影響を与えることを実感している。	
	広告代理店（営業担当）	・5～6月に比べると、売上は少し戻ってきているが、まだまだ期待できる材料がない。	

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
		広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が大きく改善されなければ、今の状態がしばらく続くと予想される。
		経営コンサルタント	・業界全体が最悪の状況のまま、横ばいで推移している。これ以上は悪くなりようがないほど、受注や販売、生産などが最悪の事態にあり、給付金によって何とか持ちこたえている状況である。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・なかなか景気の回復する要素がないため、良くならない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、10月以降は回復するかもしれないが、感染者も増えてくると予想される。加えて、インフルエンザの流行も重なることから、年末年始に掛けては出控えが本格化しそうだ。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で先がみえないため、様々な状況の判断が難しくなっている。
		食料品製造業（営業担当）	・冬に掛けてインフルエンザが流行すれば、客足もまた悪くなり、経済的に回らなくなる。
		繊維工業（団体職員）	・国内では人の動きも多少は出ているが、生活様式の変更による影響がタオルの消費動向にも出てくる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続くそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いはあるものの、価格競争が厳しく、他社へ流れているため、受注が増えない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染収束の見通しが立たず、百貨店などの衣料品関係の売上が伸びてこない。その分、メーカーへの発注も減少したままである。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が徐々に地方にも拡大すれば、リフォーム工事の営業活動にも支障が出るおそれがある。
		輸送業（商品管理担当）	・毎年10～11月は販売量が減少するが、今年は新型コロナウイルスの影響で更に減少する。
		輸送業（営業担当）	・運賃の安い大手通販の荷物が増え、全体に占める割合が上がり過ぎたことで、利益はほとんどない。
		通信業（管理担当）	・10月からの諸物価の上昇で、景気が若干悪くなると感じる。
		司法書士	・新型コロナウイルスへの対策の効果を感じるが、行動が活発になれば、陽性者の増加も予想される。今後は冬に向かって厳しい状態が続く。
	×	繊維工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、販売先の倉庫には大量の在庫が残っているため、来年度の生産依頼が全く出てこない。靴下の製造会社は、これから新規の製造や販売ができない状況に追い込まれると感じている。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	・取引先を含め、数か月先の予測も全く分からないというのが実情である。
	×	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、これからも店舗の解約が続いていく。年末に掛けて厳しくなると予想され、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染収束が見通せず、経済対策も不十分であるため、将来の展望が全く見通せない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（役員）	・各種のGo Toキャンペーンといった政府の施策による効果が出てくるほか、新型コロナウイルスへの過剰な対応も見直され、徐々に経済活動が正常化してくることを期待している。
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスとの共存という環境を受け入れ、周囲に配慮し、自制しつつも、人の動きは今後活発になっていく。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルスとの共存が当たり前のように入れられるなか、政府はより一層、感染による打撃を受けた企業の支援に力を入れると予想される。また、東京オリンピックが開催される可能性も出てきたなか、開催が正式に決定すれば、更に景気の回復に勢いがつきそうである。
		人材派遣会社（経営者）	・新政権になり、前向きな案件がかなり出てくると予想されたが、新型コロナウイルスの影響次第となる。各企業は派遣社員をうまく使っており、景気に応じて増加と減少を繰り返すという、いつものパターンが一段と定着してきている。
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の拡大を機に、業務の整理や人員の減少のほか、在宅ワークでも業務が進むようになり、人手を増やす話がない。

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
		新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	・秋から冬にかけては、インフルエンザの流行と新型コロナウイルスの感染拡大が重複するとの予想があるほか、ワクチンの開発も年内に完了するような状況にはない。Go To Travelキャンペーンによる効果も、インバウンドが期待できないなかでは限定的とみられる。景気が良くなるまでには至らないと予想される。
		職業安定所(職員)	・景気は上向き傾向であるが、新型コロナウイルスの影響が出る以前の状態には到底戻らない。また、求人も少なくなっている。
		職業安定所(職員)	・求人数は求職者数を上回って推移しているが、有効求職者数が増えて、有効求人数が減少傾向にあることから、今後は変わらないか、悪化する傾向となる。
		民間職業紹介機関(職員)	・冬に近づき、今年はインフルエンザと新型コロナウイルスの同時流行が懸念される。今後は建設関係の求人も流行の様子見となり、停滞する可能性がある。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・状況は変わらないが、求職者は増えているため、以前に比べて人選しやすい状況である。新型コロナウイルスの発生以前に比べると、紹介予定派遣を希望する人が減り、すぐにも働きたい人が増えている。
		学校〔大学〕(就職担当)	・外国人の入国規制について、緩和待ちの状態である。
		人材派遣会社(支店長)	・首相の交代もあり、社会全体が混とんとするのではないかと考えられる。
		アウトソーシング企業 (管理担当)	・通常の仕事がなくなりつつあるため、今後もこの状況が続くそうである。
		職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスの影響で全業種に悪化がみられ、離職者が前と同じ職種で再就職することが困難となっている。また、人手不足業種への労働移動もミスマッチが大きく、今後は求職期間の長期化が懸念される。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・まだ当社でも調査中であるが、2022年卒の採用予定数について、3か月前は未定であった企業が、減少に転じることが予想される。
	×	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・経済活動への規制は緩和されたが、まだまだ見通しは暗い。特に、関西の地場産業の動きが見通せない。
	×	職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスの感染収束の兆しがまだみえないため、3か月ごとの契約期間の更新に伴い、9月末に雇止めが生じる可能性が高い。いわゆる9月危機の発生により、10月以降の求職者数が一気に増加するおそれがある。
	×	民間職業紹介機関(営業担当)	・好転の兆しがみえない。
	×	学校〔大学〕(就職担当)	・新型コロナウイルスの影響のほか、東京オリンピックも経費の節減が予定されている。また、企業の採用計画についても、芳しくない報道が多い。

9. 中国(地域別調査機関:公益財団法人中国地域創造研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(中国)		観光型ホテル(副支配人)	・乗年の1月くらいまではGo To Travelキャンペーンの効果で旅行者の予約は増加する。
		スーパー(店長)	・前年同期が消費税の引上げで消費が落ち込んでいたため、その反動で今後、消費は前年を上回る。
		スーパー(営業システム担当)	・新型コロナウイルスの影響で巣籠り需要が高まっているため、手作り商材や鍋の材料等の伸びが増加する。
		スーパー(販売担当)	・新型コロナウイルス禍の現状においても客の購買意欲は低下しておらず、動機付けがあれば客は動く。今後、緩やかではあるが、景気は確実に回復する。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数は回復傾向にあり、今後景気は良くなる。
		コンビニ(副地域ブロック長)	・イベント規制の緩和やGo To Travelキャンペーンの実施で人が戻ってくる。今後、少人数の会合やイベントが増加することで来客数が更に増加する。
		コンビニ(支店長)	・今後、経済活動が再開し、人が動いてくる。
		衣料品専門店(代表)	・Go To Travelキャンペーンや飲食店の支援事業等を利用する人が増加すれば、洋服の需要も増加する。

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
		家電量販店（店長）	・ラニーニャ現象の影響で今冬は厳しい寒さの日が多くなるとの予報があり、エアコンを中心に暖房商品の販売が好調になれば、売上が増加する。
		家電量販店（店長）	・来客数の減少に対応して、単価を上げるので、売上も増加する。
		家電量販店（販売担当）	・前年同期が消費税の引上げで消費が落ち込んでいたため、その反動で今後、消費は前年を上回る。
		乗用車販売店（店長）	・現在は中古車販売が好調に推移し、客が新車を買って控えている状況にあるが、今後は新車販売も新型車発売の追い風に乗り、上向いてくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末の決算期が近づき、客の動きが良くなるため、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・今後、新型コロナウイルス対策を徹底しながら、今まで自粛していた告知や販促を行っていくので、景気は良くなる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・政府のいろいろなキャンペーンで人が動くのに伴い、売上も増加する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの緊張感が段々と薄れていること、Go To Travelキャンペーンなど景気対策での需要増が期待できることなどから、景気はやや良くなる。ただ、これから気温が低くなるにつれ、新型コロナウイルスやインフルエンザなどが流行期に入り、感染増の可能性も高くなるので楽観視はできない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・Go To Travelキャンペーンの東京発着解除の影響が少なからず出てくるため、景気はやや良くなる。
		一般レストラン（店長）	・Go To Travelキャンペーンが始まり、観光客の動きが活発になるため、来客数が増加する。
		都市型ホテル（企画担当）	・10月からGo To Travelキャンペーンの東京除外が解除され、地域共通クーポンの利用が可能となるので、宿泊客が増加する。また、地域独自の需要喚起策の併用も後押しとなり、飲食、物販店の経済効果も出てくる。
		都市型ホテル（総支配人）	・Go To Travelキャンペーンによる予約が伸び始めているが、前年と比べ3割減少している状況である。今後、東京発が継続されれば、景気はやや良くなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelキャンペーンで地域共通クーポンの発行が始まることから、秋の行楽シーズンに向けて、多くの人が動き出す。
		タクシー運転手	・現状が悪すぎるので、今後はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスが終息に向かえば、景気の回復傾向が持続する。新型コロナウイルス禍では、ネット商材自体の需要は増加基調で推移する。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスに伴う制限が緩くなり、客の物品購入が出てくる。
		テーマパーク（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなる。
		テーマパーク（管理担当）	・Go To Travelキャンペーンの影響で景気はやや良くなる。
		観光名所（館長）	・東京がGo To Travelキャンペーンの対象となったことで、観光客が増加する。
		観光名所（館長）	・イベント制限の緩和やGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの開始などにより外出する人が増加するため、景気はやや良くなる。
		住宅販売会社（営業担当）	・来客数の増加など、新型コロナウイルス対策の自粛ムードが改善してきている傾向が見えるため、今後景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・生活必需品以外の消費が上向く傾向がなく、景気は変わらない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・新型コロナウイルスの先行きが不透明なため、年末年始の商戦に向けて消費スタイルを元に戻す人もいれば、消費を控える人もおり、結果的には余り変わらない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・百貨店やスーパーの来客数は増加しているが、商店街の店舗の来客数に変化はなく、今後も景気は変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が上向く要素が何もないため、今後も変わらない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・経営規模の縮小など、新型コロナウイルス後の商売の在り方を早急に考える必要がある。

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
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・国の新型コロナウイルス対策や景気浮揚策等があるので2～3か月で景気が急速に後退することは考えにくい、景気はデフレ基調で推移していく。
		百貨店(経理担当)	・新型コロナウイルスが終息しなければ景気は急速に改善しない。また、撤退したショップの売上をばん回できなければ状況は厳しさを増していく。
		百貨店(営業担当)	・Go To Travelキャンペーンなどもあり、新型コロナウイルスの波がまたいつ来るか不明である。
		百貨店(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響で客の外出機会が減少したため、洋服の必要性がなくなってきている。こうした状況で、少し高額なパジャマなどのホームウェアや肌着等の売上は前年を上回っているが、客単価が低いいため、今後も変わらない。
		百貨店(売場担当)	・Go To Travelキャンペーンなど経済活動が優先されつつあり、今後も新型コロナウイルスの影響は続く。都心部の百貨店などは今後も厳しい状況が続き、地方についても都心部ほどではないが、大幅に改善する余地はない。
		百貨店(外商担当)	・新型コロナウイルスのピーク時からは回復基調にあるが、今後冬季になりインフルエンザと並行してどのような状況になっていくか不透明な部分が多く、景気回復は厳しい。
		百貨店(外商担当)	・食料品の売上は前年並みと回復傾向となっているが、衣料、洋品雑貨の売上が全く伸びず、全体の売上を押し下げる結果となっている。季節も涼しくなり、衣料品の動きが回復しなければ、この状況が当分続く。
		スーパー(店長)	・来月からのたばこやビール類の税の引上げ前の駆け込み需要もなく、今後も変わらない。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルスが終息しない限り、売上が前年を上回り、来客数が前年割れする状況が続く。
		スーパー(店長)	・来客数や購買点数は今後も変わらない。
		スーパー(店長)	・前年は10月からキャッシュレス・消費者還元事業の効果があつたが、今年はそれに代わるものがなく、景気回復が見込めない。
		スーパー(総務担当)	・天候も涼しくなり、食材が豊富に出回っているが、衝動的な購買は少ない。
		スーパー(販売担当)	・最近、新型コロナウイルスの感染者数が減少しており、この先も増加しなければ来客数は増加するが、景気は変わらない。
		スーパー(販売担当)	・新型コロナウイルスの動向次第だが、今のところ景気に変化する様子はない。
		スーパー(業務開発担当)	・客の動きの悪い状況が続く。
		衣料品専門店(経営者)	・景気の良くなる要素が見当たらない。
		家電量販店(店長)	・新型コロナウイルスの影響が大きく、今後も景気は変わらない。
		家電量販店(企画担当)	・特に景気が良くなる要素も悪くなる要素もないため、景気は変わらない。
		乗用車販売店(営業担当)	・決算期に入るので、年初に保留になっていた案件も動き始める。客の会社の業績に復調の兆しが出てくることで、今後、前向きな話が増加する。
		乗用車販売店(業務担当)	・新型コロナウイルスの影響がやや緩和しているが、依然として先行きは不透明である。
		乗用車販売店(店長)	・新型コロナウイルスの影響で例年開催している移動展示会を開催できず、客の来店を待つだけなので、今後も期待できない。
		その他専門店〔時計〕 (経営者)	・新型コロナウイルスが終息しない限り、客が不要不急の外出をしないため、来客数が増加しない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 (支配人)	・新型コロナウイルスが落ち着けば、景気は緩やかに回復するが、感染が拡大傾向になれば、景気は更に悪化する。
		一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスやインフルエンザの影響で、客が現在よりも3密を避けるようになるなか、食に関する全ての業界間での客の奪い合いが激しくなる。
		一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスが終息するまでは来客数の一進一退が続く。

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
		一般レストラン（経営者）	・景気が少しずつ回復していくとも考えられるが、新型コロナウイルスやインフルエンザの影響で景気が悪くなる可能性もあるので、現時点では景気に大きな変化はないと判断している。
		スナック（経営者）	・ここまで悪くなると、今後、景気が良くなるとは思えない。
		観光型ホテル（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンで高級旅館の景気は良くなると思うが、一般旅館は助成金の金額変更か割引率を考慮してもらわないと厳しい状態のままである。
		旅行代理店（経営者）	・現状では、旅行業への後押しも景気の回復につながらない。
		旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンを始めとする各種経済対策の効果を期待するが、現実的に景気が好循環に転換していくにはまだ時間が掛かる。
		タクシー運転手	・Go To Travelキャンペーンで県外から訪れる人の数が増加している。ただ、新型コロナウイルスの影響で全般的に乗車率が悪く、イベント等の開催も不透明なため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスが終息するまでは景気は良くなったり悪くなったり繰り返してはいる。
		タクシー運転手	・一時的にいい状態になっても持続しないため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの先行きが不透明なため、景気は変わらない。
		通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で先がみえない状況が続いているが、特にインターネットは今後も必要となってくるのでしばらくは今と変わらない状態が続く。
		テーマパーク（業務担当）	・本来であれば、年間で最も多くの来園者のあるイルミネーション開催時期であるが、新型コロナウイルス対策を行った上での開催になることで、例年どおりのイベント開催は難しく、今後の新型コロナウイルス感染状況も懸念されるなか、開催を行っても例年同様の来園者数が見込めない。
		その他レジャー施設 [温泉センター]（担当者）	・近隣で新型コロナウイルス感染者が出てきており、これから冬に向けてインフルエンザが流行する時期なので、集客が見込めるかとても不安であり、今後の対策を検討していかなければならない。
		美容室（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスを気にしている客が多く、来店周期が伸びていく。
		美容室（経営者）	・百貨店や商業施設の来客数も回復しておらず、商店街も人出がない状態なので、今後も景気は良くならない。
		設計事務所（経営者）	・これからは、新築より中古の物件をリフォームし流通する方向に変わっていくと思われるが、今はまだそうした動きが鈍く、見通しは現状と変わらない。
		設計事務所（経営者）	・地価の評価額が下がったが、建売住宅などに比べると、注文住宅はなかなか購入までにはつなげていない。
		設計事務所（経営者）	・問合せ等の数は増加しているが、来場制限などが原因で受注数が伸びない。また、リモートによる対面手法での受注の伸びも鈍いため、しばらくは厳しい状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの第3波が来るおそれもあるが、現在の回復基調は維持できる。
		商店街（理事）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスやインフルエンザが流行してくる時期に景気がどのように動くかは分からない。結局は新型コロナウイルスそのものよりも社会のムードや報道がどうなるかが一番の問題となってくる。
		百貨店（営業担当）	・春夏商品の売行き不良等により、各メーカーの秋冬商品の品ぞろえが例年に比べ少なくなることから、売上が減少する。
		百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響は少なくなってきたが、集客策としてのイベントが実施できないことや店頭商品の在庫確保が難しくなってきたことなどから、景気は悪くなる。
		スーパー（財務担当）	・所得減少による節約のため、客が低価格志向になり、買上点数が減少することから、売上也減少する。

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
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスが落ち着かないと景気は良くならない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で人出が少なくなるため、景気はやや悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・利用希望件数が落ちてきており、契約数がこれまでどおり確保できなくなる。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で倒産件数が増加しており、今後家計への影響が少なからず出てくる。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響による収入の減少や失業が続くため、景気はやや悪くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・例年よりも予約が少なく、新型コロナウイルスの影響で景気はやや悪くなる。
		競艇場（企画営業担当）	・9月初旬に開催したG1競走で売上が十分確保できたため、3か月後は売上が減少する。
		住宅販売会社（営業所長）	・新型コロナウイルスの影響やボーナスの減少などにより消費マインドが低下するため、景気はやや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・駅前には旅行客などが増加するので良くなってきているが、街中への人の流れがないため、今後も景気は良くならない。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は悪くなる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・経済活動の再開で、今後、ますます新型コロナウイルスの感染者数が増加するため、景気は悪くなる。
	×	百貨店（販売計画担当）	・ボーナス支給額の減少、取引先からの商品供給の減少などにより景気は悪くなる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・当分の間、競合店との消耗戦となるため、人員削減等も念頭に置く必要があり、今後は厳しくなる。
	×	乗用車販売店（統括）	・新型コロナウイルスの影響で買い控えが出てくる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、リモートワークだから自動車通勤の社員が車を使わない、企業の訪問営業自粛で営業車を使わないなど、負の連鎖が出てきており、今後、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・既にかなり厳しい状況であるが、今後は更に厳しくなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が激減し、客の情報を把握できず、戦略の策定も困難になっているため、今後も悪くなる。
	×	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響で景気は悪くなる。
	×	通信会社（広報担当）	・客が必要最低限しか購入する様子がないため、今後景気はやや悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しないと客が外出しないため、景気は悪くなる。
企業動向関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・景気は既にかなり盛り返しており、今後も良くなる。
		通信業（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響によりネットワークやサーバー機器購入に向けた動きが活発化してきている。また、前年度から計画していた機器の更新やデータセンター利用を年度内に完了する動きが慌ただしくなっているため、景気は良くなる。
		食料品製造業（経営者）	・Go To Travelキャンペーンで4連休のホテルの稼働率が上がるなど好材料が出てきている。今後も人の動きが活発になり、景気はやや良くなる。
		食料品製造業（総務担当）	・観光地や飲食店に客が戻りつつあり、景気は現状よりは良くなる。
		繊維工業（監査担当）	・緩やかにではあるが、受注額が増え始めており、販売方法の改革で持ち直してきている。
		木材木製品製造業（経理担当）	・景気はまだまだ悪いが、今後は政府の様々な施策もあり、これまでよりははやや良くなる。
		化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が徐々に弱まるため、景気はやや良くなる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口の引き合いもなく、受注も低迷したままの状況が続いているが、一部で実施が遅れていた設備改修に取り組む客も出始めているため、景気はやや良くなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・1～3月の受注予測が少し上向いており、今後景気はやや良くなる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子産業で受注が伸びてくるため、景気はやや良くなる。

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
		輸送業（支店長）	・今後も巣籠り需要がある程度好調を維持するため、景気はやや良くなる。
		会計事務所（経営者）	・Go To Travelキャンペーン等の効果も期待され、新型コロナウイルスの感染拡大がなければ、景気は上昇する。
		農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で休業する店などがあり、今後も新型コロナウイルスの完全な終息が見込めないため、景気は変わらない。
		鉄鋼業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で今後も景気に大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きをみると、今後も景気は変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少してきており、景気は一時的には回復基調にあるが、まだまだ予断を許さない状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は高水準が続く。
		輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
		通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス禍において、経済活動や個人消費がどの程度回復するかが不透明であることから、今後が見通せない状況である。
		金融業（融資企画担当）	・欧州などで新型コロナウイルスが再拡大していることから、地元完成車メーカーの世界販売の回復ペースが鈍ってきている。このため、地元の系列部品メーカーの受注が引き続き前年比で1～2割程度のマイナスとなるなど、景気は悪い状況が続く。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要は例年どおり、年内までは落ち着く。
		広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くため、景気は変わらない。
		化学工業（経営者）	・当面は新型コロナウイルスの感染拡大による世界的な経済活動の停滞が続く。
		金属製品製造業（総務担当）	・雇用調整助成金の休業補償が1万5000円であるのでまだ助かっているが、営業からの受注見込みは芳しくなく、今よりも落ち込むため、厳しさは増していく。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・政府の景気対策がGo To Travelキャンペーンに絞られるため、景気はやや悪くなる。
		建設業（経営者）	・受注量の減少傾向が続き、新規物件も出てこないため、景気はやや悪くなる。
		輸送業（総務・人事担当）	・受注の減少が長期化するため、景気はやや悪くなる。
		金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルスの第2波の最中であり、取引先の収益状況は厳しい。新型コロナウイルスの終息の見通しが立たず、第3波も予想され、収益面、資金繰り面では厳しい状態が続く。
	×	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・来年度の受注量については確定できていない部分が多く、ここ数年で類を見ない不透明さとなっており、今後景気は悪くなる。
	×	建設業（総務担当）	・今後、新型コロナウイルスの影響に加え、インフルエンザも流行するため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)		人材派遣会社（経営戦略担当）	・新型コロナウイルスの大規模な感染拡大がなければ、経済活動が活発になり、景気も回復していく。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの状況次第だが、景気はもうこれ以上は悪化しないという状況まで落ち込んでいるので、多少なりとも良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業は一時の閉塞感から脱却しつつあり、新型コロナウイルスに対する制限緩和もあり、市場も緩やかながら回復していく。
		民間職業紹介機関（職員）	・一連のGo To Travelキャンペーンが人の移動と消費を刺激してきており、また地元では主要駅のリニューアルが完了したため、今後人出が増加する。
		人材派遣会社（社員）	・景気は米国大統領選挙の状況やこの冬の新型コロナウイルス及びインフルエンザ等感染症の状況次第で下向くか上向くか両極端となる。
		人材派遣会社（支社長）	・自動車系の需要が回復しつつあるが、景気回復には時間が掛かる。

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
		人材派遣会社（支店長）	・これから劇的に市場が活性化することは考えにくい。業界によってはめどが立たず、動きが止まったままの企業もあるため、3か月後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用の様子をうかがう企業が多いため、今後も厳しい状況が続く。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・多くの企業が先行きがみえない不安を抱えながら、新しい採用方法を模索している。新卒の採用者数は変わらないが、前年までと大きく違うのは、企業の大半が量より質を優先するようになったということである。2019年卒以前の約4年間くらいの売手市場のときは質より量で人数合わせでやむなく採用する企業も多かったが、新型コロナウイルス禍の現在ではそれがない。今後も厳しい採用状況が続く。
		職業安定所（所長）	・土産菓子製造の会社から、新型コロナウイルスの影響で観光客の減少が続いており売上の回復が見込めず、助成金など支援がないと人員整理も考えざるを得ないとの話が出るなど、今後も厳しい状況が続く。
		職業安定所（事業所担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が様々な業種にあり、雇用調整助成金等の申請も多く、8月の申請は、7月と比べ23.4%増加している。また、雇用保険関係を前年と比較すると、適用事業所数は7月が前年比1.9%増、8月が前年比2.0%増、被保険者数は7月が前年比0.5%増、8月が前年比0.6%増と共に微増で推移している。一方、資格喪失者数は7月が前年比15.2%減、8月が前年比21.4%減と減少に転じている。新規求職者数を前年と比較すると、7月が前年比6.8%減、8月が前年比8.2%減と減少しているが、有効求職者数は、7月が前年比0.4%増、8月が前年比5.8%増と増加傾向になっている。
		民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	・新型コロナウイルスの影響が遅れて出てきている企業もあり、また、希望退職者を募る企業も出てくるなど、景気は厳しい状況が続く。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新型コロナウイルスの影響で企業の採用意欲が低下しているが、現状を打破する要素が見当たらないため、今後も現在の厳しい状況が継続する。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・しばらくは現状が続く。
		その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスは引き続き景気に悪影響を及ぼす。
		職業安定所（雇用関連担当）	・新規求人数、新規求職者数が減少しており、今後も景気はやや悪くなる。
	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 (四国)		スーパー（店長）	・今後も周りの競合店舗の閉店の影響が出てくると思うので、この先も景気は良くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・県内の新型コロナウイルス感染者がいなくなり、長期の買い控えの反動で来客数も増えてきた。
		商店街（代表者）	・行政によるGo To キャンペーン等も始まって、にぎわい創出という気運が徐々に高まっている。また、年末には近隣の広場で、来街客が見込める大きなイベントが開かれることになっている。第3波が来ない限り、経済活動と新型コロナウイルス対策の両立がうまくできる雰囲気徐々にできている。
		百貨店（企画担当）	・経済活動が再開しており、今の状況が続けば、年末に掛けて景気回復の期待ができる。
		衣料品専門店（経営者）	・大多数の人が新型コロナウイルスの影響で外出を控えており、なかなか厳しい状態が続いているが、もう少し寒くなれば、自粛の反動もあり、客の消費が多少戻ってくるのではないかと。季節型インフルエンザと新型コロナウイルスがまた流行らないことが条件ではある。
		衣料品専門店（経営者）	・9月の後半から少し気配が変わってきている。幸い気温も下がってきており、長期予報では冬は相当寒いらしいので、そこそこ期待できるのではないかと。
		乗用車販売店（役員）	・前年10月以降の落ち込みをカバーしつつ、新型コロナウイルスの影響も軽減されていくだろう。

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
		住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っているが、当県は感染者数が落ち着いてきているので、今後は景気は良くなるのではないかと予想する。
		一般レストラン（経営者）	・歳末に差し掛かるので、新型コロナウイルスの再流行でもない限り、少しずつは上向くと思う。
		旅行代理店（営業担当）	・団体関係はまだまだ厳しいが、個人の動きに期待している。
		タクシー運転手	・お遍路の予約が来月、再来月とそこそこ入ってきているので、これがキャンセルにならなければ今よりは良くなる。寒くなってきて、新型コロナウイルスがどうなるかによるが、このまま再拡大せずに収束に向かうようであれば、少しは良くなると思う。
		通信会社社員	・訪問販売は、フェイスシールドなど感染予防対策を行うことで徐々に実施している。契約獲得数をみても、3か月程度前と比べ多少増加している。
		通信会社（営業担当）	・来客数、購買意欲等も回復傾向にあり、冬商戦期に向けて期待している。
		競輪競馬（マネージャー）	・今後、秋から冬に掛けて新型コロナウイルスの感染拡大が予想されるが、並行して経済活動が徐々に回復すると予想される。現在の状況から比べれば集客力や消費力とも増加が見込まれるためやや良くなると思う。
		美容室（経営者）	・もう世間も新型コロナウイルスに慣れていると思われるので12月に向けて少しずつ動いてくれると期待している。
		美容室（経営者）	・各自で新型コロナウイルス対策をして段々と行動範囲が広がってきている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響でどのような方向に向かっていくのか不安定な状況下であるが、Go To キャンペーン等の様々な対策で良い方向に向かうことを期待する。
		商店街（事務局長）	・特別定額給付金の効果が終わったことや、解雇、減給、閉店、倒産の話がよく聞かれるようになっており、保守的な消費環境が続くと思われる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・近所の繁華街のテナントは空きが多く、夜の街に活気が戻ってきていない。新型コロナウイルスの流行前に戻るにはまだまだ時間が掛かりそうだ。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・今後冬に向かい、新型コロナウイルスと季節型インフルエンザの同時流行となれば、もっと経済が回らなくなり、この先いつまで店が維持できるか心配ではない。
		百貨店（営業管理担当）	・大手アパレルメーカーの撤退や景気悪化による消費者マインドの更なる低下などを受けて、この先も厳しい状況が続くと思われる。
		スーパー（店長）	・抜本的な新型コロナウイルス対策が確立され、人々の生活様式が元に戻らない限り、今の状態が継続と思われる。
		スーパー（企画担当）	・来客数の動きは落ち着くと推測するが、外食の状況が改善するかどうかは判断できない。
		コンビニ（商品担当）	・新型コロナウイルスの余波がある。
		衣料品専門店（営業責任者）	・まだ新型コロナウイルスの収束が見込めないなかで、在庫減少の要因もあり、この秋冬シーズンは現在の状況が続くと考えている。同業の多くが事業の継続に不安を抱いている。
		乗用車販売店（従業員）	・少しずつ景気は回復してきているが、大きな期待はできない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今月は第3のビールの値上がりの駆け込み需要で少し景気は良いが、年末に掛けては余り良くないと思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・新型コロナウイルスについて、もっと安心できるようなニュースがなければ、現在の状況が続くと見ている。
		観光型旅館（経営者）	・消費喚起施策により一定程度は景気が維持されるが、インバウンドが復活しないと本格回復にはならない。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては、個人客がGo To Travelキャンペーンでそれなりに動いている。ただ、大きな大会や学会等がないので落ち込んでくる。それと料飲部門については予約が全く伸びない状態なので、1～2か月前と同様の動きではないかと思う。

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
		タクシー運転手	・通常であれば12月に入ると繁忙期になるが、今は予測が付かない。Go To Travelキャンペーン等で、9月の4連休は自家用車で県外から来る客がいたが、タクシー利用は増えていない。また、電車の乗車率も余り良くなかったし、飛行機で来る人も少なかった。10月からGo To Eatキャンペーンが始まり期待感はあるものの、余り変わらないと予測している。
		通信会社（営業部長）	・新型コロナウイルスの影響による景気悪化も一段落して、今後は全般的に安定の方向ではないか。
		通信会社（支店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況が見通せない。
		設計事務所（所長）	・業界にもよるが、我々の建設業界は非常に先行きが不透明で、民間の設備投資がどうなるかがはっきり分らない状況である。
		百貨店（販売促進）	・まだまだ先行き不透明である。
		スーパー（財務担当）	・取り込んできた外食需要が、再び新型コロナウイルス流行前の状況に戻ってしまうと思われる。
		コンビニ（店長）	・目的買い以外の来客が減少し、超節約志向の暮らしが始まっており、景気が悪くなる傾向にあると感じている。
		コンビニ（店長）	・たばこ増税の駆け込み需要の反動は避けられず、行楽の出足が回復しないと売上回復の望みは薄い。
		コンビニ（総務）	・新型コロナウイルスの影響で良くなる要因が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響で冬のボーナスが期待できないのか、買い控えが起き始めている。
		家電量販店（副店長）	・巣籠り需要等も落ち着いてきているため、大きな売上増加の見込みがない。
		乗用車販売業（営業担当）	・9月末で当社のキャンペーンが終了するので、新型コロナウイルスがこのままの状況であれば悪くなると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・現状の新車受注台数増加には新型車発売の効果があり、このまま増加傾向が続くとは思えない。
	×	商店街（代表者）	・中心市街地活性化のため、20年かけて実現間近になっていた公共文化施設の着工が白紙化され、中心市街地と離れた場所で改めて計画が進みつつある。20年の歳月と投資が無視されるのなら、地方自治体は中心市街地復興の重要性を全く理解できていないとしか思えない。間違いなく自治体の大きな荷物となるだけの結果しか生まない。
	×	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・状況が好転するとはとても思えないので不安であるが、年明けには期待している。
企業 動向 関連 (四国)		電気機械器具製造業（経理）	・Go To Travelキャンペーンが全国的に提供されること決定し、経済が活性化することが見えてきている。
		食料品製造業（経営者）	・首都圏を中心とする外食産業に対する営業時間短縮要請が解除され、外食向け商品の受注量が少しずつ回復すると推測している。
		繊維工業（経営者）	・ホテル向けはまだ時間が掛かるが、その他の需要は徐々に戻る傾向にあり、少しずつ良くなっていくだろう。ただし、一度落ちた購買力は元に戻ることは望めないため、今後は経営内容を見直し、営業社員の出張をAIでカバーするなど、経費の見直しも同時に対応していく。
		化学工業（所長）	・9月に入り受注も増加傾向で今後緩やかに回復していくと思われる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・地域に産業がないということを新型コロナウイルスで強く思うようになった。竹でチップを製造するバイオマス発電が注目されるようになってきて、多様性が成長の推進力となること理解され始めた。
		輸送業（経営者）	・前月比では売上は戻りつつあるが、前年比ではかなり苦しい状況である。
		金融業（副支店長）	・景気対策の効果や新型コロナウイルスへの慣れもあり、景気は一定程度は改善するものと思われる。
		広告代理店（経営者）	・多くの客は依然として販促広告予算の削減が続いているが、Go To Travelキャンペーンが全国で始まるので、旅行関係等の販促広告は少し期待でき、売上は少し良くなる。
		農林水産業（職員）	・新型コロナウイルスの予防接種薬や治療薬が流通するまでは、国民の不安解消や経済活動の回復は想像できない。依然として県外出張等は自粛している。

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	
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの契約数は回復傾向にあるが、当社の受注回復には半年程度掛かるとみている。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・新型コロナウイルスの影響で、除菌用ウェットクリーナーの需要は高まっているが、アルコールの仕入制限があり、受注以上の生産ができていない。また、フェイスマスクはインバウンドがなくなったことで売行きが悪い。	
		建設業（経営者）	・年間予算のうち上半期の発注量が増えた分、下半期の発注量が減ることは自明であり、年間を通した受注量に大きな変化はないと思われる。ただし、業務実施期間の平準化が進めば、その分、生産性の向上が期待できることから、業界では相応の取組を始めているところである。	
		建設業（経営者）	・良くなるには民間の工事がもう少し増えないと厳しい。	
		輸送業（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大防止への警戒を重要視するなかで、自社で取り組むことができる即効性のある業績回復の手立てとして、取引条件の適正化推進等が挙げられる。しかし、越県移動や渉外活動自粛等の安全配慮を考慮した行動が推奨されるなか、荷主との交渉も難航する状況にあり、厳しい経営環境を打破できる見通しは一向に立っていない。同業者の置かれている事業環境も同じであり、自社都合による目先の収益を意識した運賃ダンピングにより、取引適正化の流れに水を差されることを危惧している。	
		通信業（総務担当）	・新型コロナウイルスの第2波は感染者数に減少傾向が見受けられるが、当社を取り巻く状況においては、中小企業向けのサービスや商材の販売低迷が継続している。	
		税理士事務所	・新型コロナウイルスの影響は減ってきたとしても抜本的な解決策がないので、警戒心が解けず現況のままを予測する。	
		輸送業（経理）	・新型コロナウイルスの感染者数は一時期より減少しているが、冬季に流行する季節型インフルエンザと同様に、増加するとの予想もある。そのため、一時期のように国内外共に自粛や規制が始まると生活必需品以外の貨物輸送は減少することが懸念される。	
	×	鉄鋼業（総務部長）	・受注状況は更に悪化し、雇用維持のため10月から当面は月2日程度で臨時休業を実施予定である。	
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響の長期化、点在する地政学的リスク等、景気は極めて厳しい状況にある。	
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業）	・企業の営業活動における出張エリアの制限が少しずつ緩和され経済の動きも出てきた。これから気温も下がり、新型コロナウイルスや季節型インフルエンザの流行など安心できない状況のなか、ウィズコロナ対策ができる業種とできない業種で景気に格差が出てくると考える。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・Go To Travelキャンペーンや飲食店に対する営業時間短縮要請の緩和等の現状から、今後新型コロナウイルスの感染が再拡大しなければ景気は好転すると思う。	
		人材派遣会社（営業担当）	・徐々に回復傾向にはあるが、派遣の求人につながらない。	
		求人情報誌（営業）	・求人面からみると、県内周辺企業での求人数は横ばいの状況が続く。求職者数は増えつつあるため、採用難ではなくなってきたが、事業の先行きが不透明な業種が多く、トータルで見ると景気は横ばいと判断する。	
		求人情報誌製作会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響により業績が悪化した企業が多く、求人数の増加が見込めない。	
		職業安定所（求人開発）	・新型コロナウイルスの影響で、休業している事業所からの雇用調整助成金の申請が多数あり、人員整理等を実施する事業所も出てきている。Go To Travelキャンペーン等により人の動きが若干増えてきて、今後の状況は緩やかに改善していくのではないかとと思われる。しかし、急激な変化はしばらくないと思われるので、今後2～3か月後の状況は現状と変わらない。	
		民間職業紹介機関（所長）	・好転する要素が見当たらない。	
		×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの影響を大きく受け、広告業界は落ち込んでおり、前年の売上には程遠い。

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

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
(- : 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 (九州)		住関連専門店(従業員)	・例年に比べ、気温が冷え込む予想である。そのため、秋冬寝具の需要が高まることに期待している。
		旅行代理店(従業員)	・東京がGo To Travelキャンペーン対象になったことで、効果が出てくる。
		商店街(代表者)	・緊急事態宣言が解除された6~7月は、かなり回復してきた実感があったが、9月が最悪の状況になり、11~12月には期待を込めて良くなると考えている。
		商店街(代表者)	・Go To TravelキャンペーンやGo To 商店街キャンペーン等の国の施策により、年末に掛けて若干景気が回復すると予想される。
		商店街(代表者)	・少しずつ涼しくなっており、新型コロナウイルスが少しでも落ち着けば、人の体調も良くなり、消費マインドや食欲も出ることで、商店街へも足を向けてくれるのではないかと期待しており、仕事への意欲も出てくる。
		商店街(代表者)	・新型コロナウイルスの終息状況にもよるが、乗客数の増加や客単価が徐々に前年並みに戻る気配である。
		商店街(代表者)	・10~11月よりキャンペーン関係のポップ受注が増え、年賀状印刷も始まるため、売上は増加傾向になると予想される。
		一般小売店[青果](店長)	・新型コロナウイルス禍が落ち着いてくると予想している。また、地元の野菜も生産され、相場も落ち着いており、このところ急に寒くなっているため、鍋物関係の野菜がかなり動くことを期待している。
		一般小売店[精肉](店員)	・Go To Eatキャンペーン等の施策効果が出ることを期待している。
		百貨店(営業担当)	・消費者のマインドが若干改善されつつあり、また、新政権の政策の期待感もある。しかし、以前の数字は出にくい、マインド的には良くなってくると考えている。その辺りは、商品等の工夫が必要になるが、うまく取り込み新たな提案をし、その波に乗ることができれば、見通しは明るいと考えている。
		百貨店(売場担当)	・前年の9月下旬は、消費税上げの駆け込み需要で120%伸びたが10月はかなり落ち込み、それが2~3か月継続した。単純に新型コロナウイルスのマイナス要因を引いても上向いていることから、現状より良くなると考えられる。百貨店では衣料品関係が65.4%で、一部は85.0%と差が出ているが、ダイレクトメールや北海道物産展のような大きな催事をするので、今より上昇すると予想している。
		百貨店(経営企画担当)	・9月は、前年の消費税上げ前の駆け込み需要もあり、前年比2割程度の水準で推移している。新型コロナウイルス禍以降の来店客数の減少は継続し、先行きは不透明であるが、年末に向けて若干回復すると見込んでいる。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルスの環境次第であるが、第三次感染ピークに至るまではマインド的に開放方向であると考えている。
		コンビニ(経営者)	・学生の授業がオンラインから通学へ移行している。また、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの効果で、人の動きが徐々に活発になることから、来店客数の増加が見込まれ、在宅ニーズも継続しており、売上は上昇する見込みである。
		家電量販店(従業員)	・寒くなると暖房の需要が増える。
	乗用車販売店(従業員)	・2~3か月後は、新型車の試乗車が入るため、多くの集客が見込める。	
	その他専門店[コーヒー豆](経営者)	・年間を通して、10月から年末に掛けて売上が上がっていき、気候も加わることで夏よりコーヒー需要が増え、今後2~3か月の予想は、今より若干伸び、改善していく。	
	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)	・Go To Travelキャンペーンやイベント自粛緩和等により、人の動きが活性化することに期待している。	
	高級レストラン(経営者)	・物が売れず人の動きがない状態から、少しずつ経済活動が始まり、予約も若干入っている。新型コロナウイルスとの新しい生活様式で、経済を発展させていく状況になっていく。	
	一般レストラン(経営者)	・このまま落ち着いてくれば次第に良くなると考えられるが、これから冬場を迎えるに当たり、不安は払拭できない。	

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
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・外食産業の繁忙期である年末が近づいているという季節要因もあるが、感染予防対策等の準備ができ、予防商品の拡充により安心して外食できる環境が整ってきている。また、イベントの制限も緩和され、感染を抑制しながらも経済活動を活性化させるという政府の対応に期待できる。
		観光旅館組合（職員）	・徐々に客の動きは良くなっているが、ワクチン等ができないため安心して動けず、まだまだ先がみえない。
		観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルス対策が、幅広く浸透してきている。Go To Travelキャンペーンの東京参加解禁による効果が、大いに期待される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東京がGo To Travelキャンペーンの対象となり、急に予約数が伸び始めた。新型コロナウイルスが今の状況であれば、順調に伸びていくと予想される。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス発生以前のような完全復活は、望みようがないが、徐々に良くなっている実感はある。
		タクシー運転手	・県外からの客の動きが、結婚式や旅行等で徐々に増えているため、タクシー利用も増えたと期待している。
		競馬場（職員）	・来店客数の増加が見込まれる。
		美容室（経営者）	・おしゃれ産業では、新型コロナウイルス禍であっても、年末に掛けて人の動きが多くなり、物も動くことに期待しており、景気が良くなるように取り組んでいきたい。
		美容室（経営者）	・悪いままでは経済が回らなくなり、店を閉店しなければならない可能性もあるが、12月は忙しい月になるよう期待をしている。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・Go To Travelキャンペーンもあり、9月連休では車の多さが目立つようになっている。東京の自粛が解除されれば更に往来も多くなり、ビジネスでの行き来も増加することで、景気回復にも望みが出てくる。
		学習塾（従業員）	・今年は、前年より景気が悪いため、3か月先は現状より良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・郊外の方譲事業の販売が良くなっている。
		商店街（代表者）	・外出する気持ちは十分あるが、感染を恐れ外出自粛をしているため、需要が減少し景気は良くならない。新型コロナウイルスの感染状況で経済が変化すると考えられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・現在、魚の入荷が少なく、売れない状況であるにもかかわらず、高値である。人が動ける状態にならなければ物は動かず、不安を抱えながら商売をしている状況が継続しており、年末に向かい先行きが懸念される。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス禍次第で状況が変わる。
		百貨店（企画担当）	・気温の低下とともに、これまで以上に新型コロナウイルスに対する防御心が強くなるため、来客数が増加するとは考えにくい。Go Toキャンペーン等に期待したい。
		百貨店（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンでの観光客が目立っているが、地元では県外客との接触感染警戒による外出抑制は継続しており、当店もダイレクトメールによる販促を抑制している。帰省は減少しており、3世代来店や購入は減少している。物産催事ではネットや通販受注移行で客の期待に対応した。紳士・婦人衣料雑貨の自家需要やお買得なクレジット催事、また、一部嗜好性の高い舶来雑貨や工芸品は単価維持しているが、慎重な行動姿勢や購買意欲減退、生活防衛意識は継続すると予想される。また、商店街への入出や購入減少は、すぐに回復しない。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響は若干回復傾向にあるが、大幅な回復が見込めない。
		百貨店（プロモーション担当）	・4連休の盛り上がりは、冬の外出自粛を見据えてという声も多く、クリスマスや正月は例年どおりの楽しみ方はできないため、新たな提案が必要だと考えている。
		百貨店（業務担当）	・今の状況は変わらないと予想するが、今後新型コロナウイルス禍が沈静化すれば、若干動きが戻り、感染が拡大すれば動きは鈍るということを繰り返していくと推測される。
		百貨店（売場担当）	・衣料品を中心に商品供給量の縮小が懸念されることから、来店客数は増加に転じて、売上が順調に回復することは厳しいと考える。
		スーパー（統括者）	・今後の自社の出店戦略や営業戦略から競合店出店も鑑みると、今の売上や利益は維持できると考える。

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
		コンビニ（経営者）	・Go To Travelキャンペーンが始まるが、クーポンの取得や利用可能な施設や地域は限られており、経済全体の活性化に大きなインパクトがあるとは考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後の状況変化は予測できないが、新型コロナウイルス対策による防疫意識がより成熟される。クリスマスケーキ等の年末催事商材への反応は、ほぼ例年どおりである。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスによる新しい生活様式に慣れた状態が、今後も継続すると予想している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・10月にたばこ増税で値上げとなるが、それに伴い、客数も伸び悩むと予想される。その後、年末年始商戦に入るが、すぐには予約が入ると思われず、12月以降の売上に期待をしたい。
		衣料品専門店（店長）	・まだ、新型コロナウイルス収束の兆しはなく、状況は変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	・寒くなれば、厚手の商品が動き、単価も上がるため期待をしているが、この状況で景気が良くなるとは考えられず、企業努力に取り組むことを考えている。
		衣料品専門店（総務担当）	・何とか景気が良くなるように対策を考えているが、全く考えつかない。新型コロナウイルスが終息し、購入意欲が増さなければ、この状況は継続していくと考えているため、今後が不安である。
		家電量販店（店長）	・特別定額給付金効果で、需要の先食いしている感は否めず、プラス要素がない。
		家電量販店（店員）	・一部リモート関係で欠品したが、家電量販店ではほぼ解決している。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、レジャーや旅行、外食に行けず、家電の売上がないのではないかと心配していたが、購入実績は上がっており、この状態が継続すると見込んでいる。ただ、12月のボーナス時期が心配である。
		家電量販店（総務担当）	・家電は端境期に入っていくが、ここ2～3か月前と変わらない動きを予想している。特にネット通販に期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・家電は生活必需品のため一定の需要が見込めるが、新型コロナウイルスの影響は先行き不透明で、消費マインドの上昇は簡単ではないと考える。
		乗用車販売店（従業員）	・9月は、決算月のため販売量に大きな動きがあったが、来月以降の先行きは分からない状況である。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売台数は、当面の間新型車効果で、今月並みの好調を維持する。
		乗用車販売店（代表）	・景気が良くなる好材料がなく、現状が継続する。
		住関連専門店（経営者）	・今月後半、同業者のイベント等で、各店を回って買い回りをする客がいるものの、Go To Travelキャンペーン等で新型コロナウイルス感染が拡大すると景気の回復は見込めない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の仕入価格は、不透明で見通せないが、燃料油及びカーケア商品等の販売量も戻りつつある。秋の行楽シーズンを迎え、自家用車等を利用して、安近短の旅行を楽しもうとしており、販売に期待している。
		高級レストラン（経営者）	・Go To Travelキャンペーンを利用して当県へ宿泊し、加えてGo To Eatキャンペーンでの来店に期待をしている。
		スナック（経営者）	・今のところ当県での新型コロナウイルス発症者数は低いレベルで推移しているため、街にやや活気が戻っているが、イベント開催の自粛及び縮小要請や企業の社員への会食自粛要請等は続いており、今以上に売上が回復することは難しい。
		通信会社（企画担当）	・民間予算は思わしくない状態であるが、官公庁は変わらず動いている。会社全体では、引き合い含めると動きは変わらない。
		通信会社（業務担当）	・新型コロナウイルスの影響で減少した売上が元に戻る可能性は低く、新しく販路を開拓する必要がある。
		ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルスの第3波がどうなるか見通せない状況であるが、しばらく現状が継続する。
		ゴルフ場（営業）	・政府の景気浮上の施策を出してきているが、实体经济に反映されるのには、まだまだ時間が掛かる。
		理容室（経営者）	・9月後半から来店客数の動きが良くないが、業界的には涼しくなるにつれ来店サイクルが伸びていく状況になり、1か月の来店客数が減少するため、これから良くなる傾向にない。

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
		美容室（店長）	・新型コロナウイルス感染者が発生するたびに、客は敏感になり来店を控えており、今後もこの悪い状況が継続する。
		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）	・当県の新型コロナウイルス感染者数の増減がサービスキャンセルに比例している。8月から全国で人の移動が顕著になっていることから、再増加が考えられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・秋～冬に掛け、経済活動の再開に伴う新型コロナウイルス感染の広がりが、どれほど影響するか想定が難しいところであるが、3か月先は現在と変わらないか、あるいは少し悪くなると予想している。
		設計事務所（所長）	・1年近くは、やや良くない状態が続いている。新しい案件も少ないため、この状態が継続すると考えている。
		商店街（代表者）	・今後、Go Toキャンペーン等により、大都市と人の流れが増す地方では、感染に敏感に反応し、外出自粛の行動が予想される。
		商店街（代表者）	・当市の中心商店街では、売上不振で撤退する店が数店出ている。有名なアパレルショップが、閉店セールを行っており、これから一段と厳しい商況になると危惧している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・10～11月は、発表会等のイベントもなくなり、花の需要が少ないため、売上は減少する。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今から過ごしやすい気候になり、売上に期待したいところではあるが、現状の人の動きからは売上に期待できず、先行き不透明である。
		スーパー（総務担当）	・これまでは新型コロナウイルス禍の影響で、巣籠り需要が非常に大きかったが、感染者数がこのまま減少し、Go Toキャンペーンの東京参加で盛り上がりを見せるようになれば、内食需要は抑えられていくこととなる。ただし、インフルエンザの流行や感染者数が再度増加すれば、年末商戦は逆に例年以上に盛り上がることも考えられる。
		スーパー（企画担当）	・年末に向け大型イベントによる消費が大きくなるが、今シーズンは全体的に縮小傾向になると考えられ、現状より悪くなる。
		スーパー（経理担当）	・社会全体が異常事態から脱すると、スーパーマーケットでは以前のような前年割れ状態に戻ると予想される。
		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）	・冬の新型コロナウイルス感染再拡大が不安である。現状では、波はあるものの新型コロナウイルスの影響から回復基調にある。テナントの業績もギリギリ耐えており、これ以上のマイナスは倒産の引き金になりかねず、企業規模に関係なく倒産の可能性があるところまで広がっている。新型コロナウイルスの感染が再拡大しても経済との両立を視野に入れた政策に期待をしている。
		一般レストラン（スタッフ）	・今は、新型コロナウイルスによる特別定額給付金やクーポン券等の経済対策により、自粛の反動で人が動いているが、それにも期限がある。もう一度特別定額給付金の支援がなければ、次の新型コロナウイルスには耐えられない。年末の忘年会等も期待できない。
		居酒屋（経営者）	・寒くなり新型コロナウイルスやインフルエンザが増加し、外出する機会が減少することで、景気は厳しくなる。
		観光型ホテル（専務）	・Go To キャンペーンは1月まで続く予定であるが、キャンペーン終了後に波が引くことが心配である。例年は、通年で団体客が入っており、早く新型コロナウイルスが終息して団体客が戻るのを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・冬に向かって、再び新型コロナウイルスの感染者が増加すると、人の動きは止まってしまう。
		タクシー運転手	・第3波が発生した場合、かなりの自粛があると予想され、加えて、当地経済を支えていたインバウンドがないため、この業界にとってかなり厳しい状況が継続する。
		通信会社（営業担当）	・飲食店は、現在が継続や廃業の分岐点となっている状態で、今後の景気を懸念している。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスに起因する光インターネットニーズが上昇していたが、その特需も終わると予想している。
		設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの影響が長引きそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス関連で上期の収支が決定し、下期の予想を立てることになる。これから12月決算の収支を確定していくが、景気の動向は新型コロナウイルスに左右される。それに伴って、株価も動いてくるため注視していきたい。

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
	x	コンビニ（経営者）	・住宅街の景気は、極端には悪くない。しかし、中心部では、非常に売上が悪くなっている。要因は、飲食店の客が、今まで簡単な買物に来店していたが、営業時間の短縮や休業、又は閉店が目立つようになり、徐々に悪い状態に進んでいる。
	x	コンビニ（経営者）	・3か月後から来年に掛けて、新型コロナウイルスの終息が見え、街中の店舗や住民のマインドが向上し、購買意欲が促進され景気が上昇することを望んでいる。来年まで店を維持できるか懸念される。
	x	コンビニ（店長）	・多くの企業で、リストラや冬季ボーナスカット等があり、少し良くなっているかのようにみえるが、根本は変わっておらず、先行き不透明なため、景気は悪くなる。
	x	衣料品専門店（店長）	・連休も終わり季節の変わり目であるが、今年は、売上が伸びる期待を持ってない。
	x	観光名所（従業員）	・紅葉の時期に入り、加えてGo To Travelキャンペーンの影響もあり、徐々にではあるが問合せ等の件数が増えている。
	x	設計事務所（所長）	・景気の影響は、地方や建築業界ではタイムラグがあり、また今後の新型コロナウイルスの状況等に備えて不要不急の支出を抑えたと考えられる。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		食料品製造業（経営者）	・少しずつではあるが、水害復旧も進み商品の出荷も安定していく。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・イベントを催したが、人出は随分良くなっている。Go To Travelキャンペーン等の施策で、人出や受注関係も現在より良くなると期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末に掛けて、受注が増加する見込みである。
		電気機械器具製造業（取締役）	・9月は売上が戻る傾向であるが、来年3月までは横ばいが続く。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、上期台数は計画に対して下振れの傾向であったが、下期に向けて当初予算台数以上に回復している。また、令和2年7月豪雨・台風接近による稼働停止分のばん回台数の追加もあり繁忙状態である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・少しずつではあるが、後継機種の話も出始め、景気が戻りつつあると期待したいが、これから寒くなるため、新型コロナウイルスに対する世の中の動きを注視したい。
		金融業（営業）	・新型コロナウイルスの影響は残るものの、様々な業種で緩やかに需要は回復している。景気の水準は低いが最悪期は脱している。Go Toキャンペーンもプラス要因となっている。
		金融業（営業担当）	・10月からGo To Travelキャンペーン等も本格スタートし、気候も良くなることで心理的に行動頻度も増加している。企業も融資にもよるが、全体的に前向きな動きをしている。したがって、新型コロナウイルスの感染状況やインフルエンザの流行にも影響されるが、今より良くなると予想され、出金需要も今後前向きな投資に移っていく。
		不動産業（従業員）	・宿泊施設の稼働率が、若干上向きに戻りつつある。
		広告代理店（役員）	・客の業種によっては回復基調にあるところも出ているが、まだ良くなるには程遠い状態である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・投資を再開する取引先や控えていた社内業務が発生してきている。
		経営コンサルタント（社員）	・日中の動きは良くなっているが、夜の外出が少ない。しかし、少しずつ活動範囲が増え、活発化しそうな状況である。
		農林水産業（経営者）	・新型コロナウイルスも若干落ち着いているものの、地方でも突如集団感染が発生するため、まだまだ油断できない状況である。一番の課題は、外食部門の回復であるが、現状からでは今年1年、あるいは、来年の春先までは、回復は厳しい状況である。そのため、利益が落ちてても他の部門で回復を図る対策を講じることを考えている。
	農林水産業（従業者）	・本来は価格が高くなる傾向にあるが、今年は新型コロナウイルスの影響で、春の単価が高かったため、秋の単価低迷の可能性はある。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・地図を利用する要素が特にないため、現状が継続する。	
	化学工業（総務担当）	・農薬や医薬の需要や価格は、引き続き堅調と予想している。	

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
		精密機械器具製造業（従業員）	・まだまだ生産数が減少のまま低迷が続いている。今年も残り3か月になり、このままの状態が続く。
		建設業（従業員）	・現場作業員の配置が埋まっているので、受注に向けて大変難しくなっている。今期は目標達成しており、来期に向けて受注活動に力を入れたい。
		輸送業（従業員）	・先行き不透明な部分もあり、受注に二の足を踏んでいる状況が続いており、変化の兆しは見取れない。
		輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染が再度拡大傾向になれば荷動きも悪くなり、感染が減少傾向に向かっても、人の行動はすぐに元どおりとはならないため、しばらく耐え忍ぶことになる。
		通信業（経理担当）	・新型コロナウイルスの終息に向けての材料に乏しいため、今後も変わらない。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルスに対する不安感が払拭されていない面はあるものの、Go To Travelキャンペーンにより国内の旅行者が増加している。このため、ホテル・旅館・飲食店等では、やや明るい状況が見られ始めている。
		金融業（調査担当）	・年末の需要増加に期待する声を聞くが、今年度の企業設備投資は慎重スタンスが強まっている。新型コロナウイルスの終息が見通せず、冬季のインフルエンザ流行も懸念されることなどから、企業や消費者のマインド高揚は期待薄である。
		金融業（調査担当）	・新型コロナウイルスの感染は、スペインやフランス等を中心に感染が再度拡大している状況であり、日本の景気も3か月後に新型コロナウイルス禍以前の水準に戻ることはないと考えている。国内景気は、個人消費等の持ち直しの動きはみられるが、僅かな回復にとどまっている。また、日本企業の設備投資額は、過去10年で最低の伸び率であり、収益悪化による投資意欲の低下がみられる。今後、政府主導で景気全体を押し上げる支援策を打ち出し、景気回復を期待したいところである。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・景気が良くなる好材料が見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルスが完全に終息しないまでも、拡大しない状況であれば、徐々に改善する手応えを感じる月になっている。しかし、クラスター等が発生した場合は、また景気が悪化することが十分考えられる。
		経営コンサルタント（社員）	・当面の話題は持続化給付金が主であり、新規の動きは見られない。
		その他サービス業〔物産リース〕（職員）	・現状では、余り変化はない。
		繊維工業（営業担当）	・経済が回ることで、遅れている状態から通常の流れになってくることを期待している。
		金属製品製造業（事業統括）	・客から、新たな設備投資の意欲を感じられない。このままでは、更に景気の落ち込みは避けられず、役所からの発注が不可欠である。
		輸送業（従業員）	・輸出入が新型コロナウイルス発生以前の水準になかなか戻らず、景気が回復する話はない。運送業も合併や買収で数社吸収合併されることも考えられる。
		通信業（職員）	・年末以降の受注量が読めておらず、若干落ち込む可能性がある。
	×	家具製造業（従業員）	・現状では、V字回復するための好材料はない。ワクチン開発と普及が1つの転機であるが、すぐに効果があるワクチンができるとは考えられず、自然に収束するのを待っている状態である。東京オリンピックが開催され、景気が少し前進することが唯一の望みである。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・客先まで営業に行けない状況であるため、営業戦略を見直してマーケティングを仕掛けているものの、当面はこのままの状態を続けるしかない。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響により、先行き不透明である。
	×	建設業（社員）	・第3、第4四半期の発注は、極端に少ないため、大型補正を組み早期の発注を望んでいる。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今年度の当初予算は、既に発注が終了しており、10月以降の受注が見込めない状況にある。新型コロナウイルスの感染防止対策とは別に通常の予算が執行されるようになるまでは、この状況が続く。
雇用		-	-

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	
関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響が長引いたため、派遣は目立った伸びはなく、人材紹介にシフトしている。他業界でも新型コロナウイルスを意識した様々な動きが安定していき、少しずつ好況へ向かうと予想している。	
		新聞社 [求人広告] （担当者）	・感染予防策も浸透してきたことで、外出や消費等、人の活動もより活発になる。10月には地震で被災した国道も開通し、現在のような落ち着いた状況が続けば、県境を越えた移動もより増加し、観光や地域商店等への好影響も期待できる。	
		職業安定所（職員）	・求人職種の変化や失業給付受給者の就職件数が、それほど減っていない状況から、新型コロナウイルス対策が通常になり、その状態に対応した形で経済が回り出している。	
		人材派遣会社（社員）	・冬の定例イベントが確定していないため、先行きが読めない。	
		人材派遣会社（社員）	・企業も新しい生活様式を模索しており、欠員が出てもすぐに補充しない企業が多い。	
		人材派遣会社（社員）	・Go Toキャンペーンにより観光業界等は活気付くと考えられるが、当社のような観光産業に関わっていない業種は、引き続き求人がない状況が続く。	
		人材派遣会社（社員）	・業績回復の見通しが立たず、現状人員の維持で生産性向上を図る方向で考えている企業が多い。	
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・年末商戦に向けて、人材確保の動きが活発になることを期待しているが、特に当市の場合はインバウンド頼みだっただけに、引き続き厳しい状況が続くものと考えられる。Go To Travelキャンペーンも期待できない。	
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症への確実な対策等が確立されていない。	
		職業安定所（職員）	・猛暑が収まってきたことと新型コロナウイルスへの対策により、これ以上の悪化はしないと考えられるが、9月に入って長期間の売上不振で雇用維持も厳しい事業所も出ており、すぐに求人募集が増加する等の回復は難しい。	
		学校 [大学]（就職支援業務）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は、継続するものと考えられる。そのため、現在も継続している新卒採用活動を控える可能性も否定できない。しかし、将来的な企業活動の継続を助成した上で、採用活動を行うことを考えると、現状から更に悪化することはないと予測している。	
			-	-
		×	新聞社 [求人広告] （社員）	・9月の4連休では人出が回復し、新聞広告でも旅行広告の出稿は回復傾向にある。しかし、求人を含めた新聞広告全体では、9月の出稿量は厳しく、改善の兆しは薄い。イベントが一部で復活したのは好材料であるが、全体を押し上げるまでには至っていない。
	×	新聞社 [求人広告] （担当者）	・経済活動の施策であるキャンペーンや海外の入国再開に動きがあるため、ある程度の感染拡大は考えられるが、周辺企業では冬のボーナスの削減や非正規雇用の解雇が既に予想されており、再度自粛になった場合の影響が深刻である。	
	×	民間職業紹介機関（職員）	・就職難であることと、企業自体の経費削減のため、採用予算が削られる傾向にあり、業界としてはかなり厳しい状況になると考える。特に、合同企業説明会は、新型コロナウイルスの感染拡大次第で、中止に追い込まれる等先行き不透明な要素が多く、危惧している。	

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)		-	-
		百貨店（店舗企画）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、これまで経験してきた販売方法を年末商戦に向けて工夫しながら売上確保に臨む。
		スーパー（販売企画）	・前年比での消費税増税の影響は今月のみであり、2～3か月後は今までどおり新型コロナウイルス禍での客数減、買上点数増が続くとみられる。しかし、競合店出店の影響で少し悪い状況が続くとも予測する。
		コンビニ（経営者）	・地元の客が増加しており、観光客も少しずつ増えてきている。

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
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・ 現段階の予約状況から推測される今後2～3か月後のホテル客室稼働率は、まだ前年実績に至らないものの、Go To Travelキャンペーンの効果が出てきており、予約が伸びてきている。
		通信会社（営業担当）	・ 10月に人気機種が発売されるとみられるので、供給が潤沢になれば市場は活気付くと予想する。新型コロナウイルスによる外出自粛もなくなり、今後年末に掛けて来客も増えてくるので、感染対策には十分な注意を払い安心して利用できる店作りを行えば客も戻ってくると期待する。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・ Go To Travelキャンペーンの効果は少し出てきており、観光客の予約数が回復傾向にある。
		一般小売店〔酒〕（店長）	・ 飽くまで一時的な回復であり、すぐに景気が回復するような国の政策がみえない。
		コンビニ（経営者）	・ Go To Travelキャンペーン後の新型コロナウイルス感染拡大に伴い客足は激減した。9月の大型連休により期待感を持つことはできたが、連休期間のみ来店客が増加し、9月の大型連休終了後は自粛モードに戻った感が否めない。
		コンビニ（代表者）	・ 新型コロナウイルスの影響はまだ続くと判断する。今後、雇用問題が大きくなると不安材料である。
		衣料品専門店（経営者）	・ 今月の前半は自粛中ということで客の出が余り良くなかったが、後半に掛けては良くなってきている。しかし販売につながっている感覚はない。景気が良くなる気配はまだ感じない。
		観光型ホテル（代表取締役）	・ 期待していた修学旅行の予約もキャンセルが相次いでいる。このまま低い水準で進むとみている。厳しい状態が続いている。東京のGo To Travelキャンペーン除外が解除されることで少しは客数が増えることに期待している。
		旅行代理店（マネージャー）	・ With新型コロナウイルスで世の中は動き出さないとはいえないとは考えるが、もう大丈夫だからという気持ちにはなかなかならない。
		観光名所（職員）	・ 10月より始まる東京都民のGo To Travelキャンペーン解禁と地域共通クーポン開始次第では大きく良い方向に改善していくのではないかと考えている。
		住宅販売会社（代表取締役）	・ 新型コロナウイルスの影響が多少落ち着いてきたのか、業況の良い一部法人企業からの投資案件の受注が見込める。
		スーパー（企画担当）	・ 10月からの酒税やたばこ税の税率変更に伴い、販売点数の減少が予測される。
		コンビニ（副店長）	・ 10月からの本格的なGo To キャンペーン開始に伴い人の流れができ景気回復傾向とみられるが、第3波、第4波が発生した際により各個人の心理的抑制が強まると危惧する。
		衣料品専門店（経営者）	・ 東京対象のGo To Travelキャンペーンが始まることも影響して少しは景気は上向きになるかもしれないが、これから冬に向かっていくにつれ、不安材料の方が大きくなることは間違いない。
	×	商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルスの影響があり、業が開発されない限りは倒産や集客難など日々状況が悪化していく。
	×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ ステイホームが根付いて、前のような遅い時間の入客は取れなくなりそうなので、観光客、ネット販売、持ち帰りなど多面的な営業を始めているが、まだ結果が出ていない。飲食に関しては、新型コロナウイルスとの接触を恐れて求人が取れず、時給が上がっている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業（総務）	・ 新型コロナウイルスの感染が落ち着き基調で推移するならば、徐々に景気も改善されていくとみられる。
		建設業（経営者）	・ 新築の住宅及び介護施設関連の建築について、具体的な商談に進む客の来場が増えている。
		輸送業（経営企画室）	・ 県外からの観光客が戻ってきているようにみられる。今後も徐々に増えていくと予想され、微増ながら消費は増えていくものではないかと考えられる。また、取引先の中には国外渡航が解禁されるに当たって、通常のビジネス拠点へ戻る方もいるため、経済活動が進んでいくとみられる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響で、特に民間の大型工事予定がキャンセル、保留の状態となっている。

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
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島の建設関連は、官需部門においては新型コロナウイルス関係で停止していた現場も復活しており、比較的順調に推移すると考える。民需はホテルやアパート等が若干落ちている。そのようななか新規参入船が稼働して供給過剰となり、競争が激化しそうである。
		広告代理店（営業担当）	・まだまだ新型コロナウイルス感染症の影響が改善される傾向にはなく、県内企業の業績悪化による販促活動の縮小均衡はもうしばらく続くものとみている。
		会計事務所（所長）	・国民の心理的不安は当分は払拭されない。
		-	-
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		人材派遣会社（総務担当）	・10月からのGo Toキャンペーンの地域拡大により、景気が少し回復し、求人数も増加するのではないかとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・6月後半から7月に掛けて、求人情件数が増加傾向にあったが、8月の沖縄県独自の緊急事態宣言発出により、件数の減少幅が大きくなった。9月後半から観光客の増加とともに飲食業の求人情件数も少しずつ増加しているののではないかと期待している。
		職業安定所（職員）	・今後の新型コロナウイルス感染者数の状況変化によって予測不能であるものの、ここ最近では求人を出す新規の事業所が若干増えてきている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルス対策が広がってきて人が動き出している。取りあえず求人数が増えている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末に向けて求人数が減少する。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・求人することに対し、先行き不透明感から慎重になっている企業がある。
		-	-
	x	-	-