

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）	・この先2～3か月に納品をしなければならぬ受注生産品の量が増えている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	・Go Toキャンペーンの延長次第で良くなるとみている。現状では12～1月は閑散期なので心配している。
	○	商店街（代表者）	・3月頃までは順調に推移していたが、その後は新型コロナウイルスの影響が大きく、ほとんどのイベントや集客できる催事が中止になっている。9月からようやく少しずつ来客数が増加してきているので、今後は期待している。
	○	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体的にコミック、児童書、実用書の売上が相当良くなってきている。また、10万円の特別定額給付金給付以降、鍵盤楽器の売上も好調のようなので、年末年始まで好調は持続するとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染症が地域で拡大しなければ、年末に向けて感染予防の配慮はした上で、小規模ながらも宴席が増加していくのではと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍でも客単価や買上点数は一貫して堅調に推移してきたところである。あとは客足が戻れば問題はない。最近では徐々にイベントの規制緩和も実施されてきており客足が増えつつあるのも期待できる要因である。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染が爆発的に増えなければ、客は地域の商品券での来店や様々な割引要素で動いていく。大きな消費の減退がなければ、仕事や結婚式といった行事中心以外のニーズが増えてくるのではないかと期待を持っている。
	○	家電量販店（店長）	・客単価の上昇は続くともみている。
	○	乗用車販売店（本部）	・新型車に対する客の反応も好調で、開催した小規模イベントも大盛況である。年末商戦に向けて明るい兆しが見える。
	○	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者は減ってはいないが、客が予防を徹底しており、経済活動が少し活発化しているため、景気は少しだけ上向きになるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・少しずつではあるが景気も回復している。業種にもよるが、購入意欲のあるところとそうでないところがはっきりしてきている。補助金の関係もあるかもしれないが、感染防止対策用の関連商品などはよく動いているようである。
	○	一般レストラン（経営者）	・12月を控え、例年だと忘年会がある。3密を避けなければならないので例年と比べれば落ちるが、一番ひどい状態からは良くなるのではないかとみている。
	○	観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelキャンペーン利用客が今月から平日も増えてきており、今後期間中は更に増えてくると予想される。
	○	観光型旅館（経営者）	・各種支援策も多く、一定の効果は出るとみられる。
	○	旅行代理店（従業員）	・徐々にではあるが、新幹線及び航空機を利用した客が増えつつある。これら公共交通機関利用の客の動きが更に活発化してくるものと予想される。また、年末年始の新幹線の臨時便の運行や、航空機の減便数の減少という動きが顕在化してきていることも、マーケットに認知されつつある。
	○	通信会社（営業担当）	・巣籠り人口が少なくなったと思われたが、テレビの視聴習慣がついたため、動画配信サービスとともに新たなテレビとネットのセット加入者が増えてくると期待できる。寒さも厳しくなり在宅時間が増えるため、解約者が減少し新規加入者が増加すると予想される。
	○	通信会社（営業担当）	・今が底にみえる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・この調子で回復していくものと期待する。
○	設計事務所（経営者）	・東日本大震災からの復興が進み、現状の業務量の減少は想定内である。新型コロナウイルスの終息はまだ先でも、分からない状況への不安が和らいできていることから、やや良くなるのではないかとみている。	
□	商店街（代表者）	・相変わらずその日暮らしという感じで、1～2か月先の予約もほとんど入ってこない。この先もほとんど変わらない見込みである。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・これからの季節は忘年会、新年会といった宴会が行われる時期だが、今年はそういった宴会の予約が全くない。現在と全く変わらない状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いた分、売上も落ち着いてはくるが、それに合わせてコロナ疲れというものがあり、当店では健康に関するものがより一層動くことが予想されるので、良い流れになるかと期待している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・冬物商材が多少は動くとみられるが、粗利の出る布団作り、打ち返しの量は相変わらず少ない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・Go To TravelやEatキャンペーン等の景気刺激策はあるものの、ワクチン開発等の治療法が確立されない限り、客は安心して買物や食事、趣味、娯楽といった消費行動を楽しめず、以前の水準に戻るのは難しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・政府支援もあり盛り上がりを見せる業界も一部見受けられ、需要も喚起されやすいシーズンに入ってはいるものの、新型コロナウイルスについてはまだ予断は許さず、衣料品を中心に展開量が整わない状況下で上向きな変化が見通せない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (経営者)	・年末年始の商戦は多少の期待感はあるが、現在まだまだ感染者数も増えており、逆に密を避けるため様々な分散化施策を打つことになるため、全体客数は減少し、売上への影響は否めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・Go Toキャンペーンの効果で少しずつ人の動きも出てきているが、年末にお盆同様の移動自粛心理が働くことになれば、余り期待もできない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・来客数の減少は続いているが、客単価が若干上がっているため、売上はさほど減少していない。今後もこのような状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの影響が大きく、今後の見通しは予測し難い。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・4～5月頃の売上は前年比110%であった。そこからみると現在はやや良い状態で、それがしばらく続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響もあって内食需要があったが、今はもう大分薄れてきている。これからも段々と薄れてくるので、食品スーパーに関しては厳しい状態である。競争状態がまた戻ってくるというようなことである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・ここ数か月は、このままの状況で推移するとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・大きな環境変化がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・環境変化はない見込みである。帰省客の減少も懸念されるが来客数も目立った減少にはならない見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・新型コロナウイルスの影響による夜間の飲食店の来客数減少が顕著であり、今後も続くことが予想される。また、コロナ禍以降のリモートワークによる流動人口の減少はまだまだ続くとみられ、今以上の持ち直しは難しいとみられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・売上を伸ばすのは並大抵ではないが、新型コロナウイルス対策の衛生商品を提案し現状打破しなければと苦慮している。学生衣料のオーバーコートの販売に全力を傾注する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・例年以上に防寒対策を強化する動きは広がり、アウターを中心とした防寒着の売上高は安定すると予測できる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	・感染対策をしながら消費を楽しむ傾向は、ある程度の回復につながってくるが、働いている我々を含め通常の営業状態に戻るまでには、まだまだ時間が掛かることが予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	・地域振興券、Go Toキャンペーンがスタートしたが、効果がどの程度売上に影響を与えるかは不明である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (総務担当)	・季節商材の需要が一時的に高まった感じがある。必需品としての購買が済めば、今後の景気が継続して上向きになるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・主力車種がモデルチェンジに伴い販売中止になっている。さらに、サービスも前年に比べて修理台数がかなり落ち込んでいるので、2～3か月は伸びないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	・新型コロナウイルス感染者数が増えれば確実に新規客は減少するが、車検等期日満了の対象者はそのタイミングで購入になるケースもある。あとは積雪量による。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・G o T oキャンペーンが始まったが、すぐに経済活動の結果が出るわけではない。また、新型コロナウイルス感染症がすぐに収まるわけではない。第2波、第3波を警戒しつつ、インフルエンザの流行を抑えつつの日々の生活となると、悪くなることはないだろうが極端に良くなることもない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・例年開催している多くのイベントの中止が先々まで決定している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の状況次第だが、このまま小康状態が続けば年内はさほど変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルスの終息が見通せない状況なので、何ともいえないが、コロナ禍以前の状況に戻るのには時間が掛かると見ている。インフルエンザとの同時流行も心配である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売量は伸びてきているが、季節的なこともあり、現状のまま推移すると予想している。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・観光客を中心に来客数は増えてきているものの、それと同様に感染者数も増えてきているため、将来の不安は拭えない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・良くなっていくようにも思えるが、今年の7月の相当良くなったときに第2波がきて全く駄目になった。先が読めないので良い回答はできない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・9～10月の来客数はほぼ変わらず、数値は当面ほぼ変わらないとみている。外部環境は現状のまま進行すると予想している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・毎年の利用がある個人客、団体客やパーティーの予約が全く入っていない状況である。年末年始の書き入れ時も今と同じような状況が続いてしまうのではないかと大変不安である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・少しずつ客が戻ってきているが、決して景気が良くなったというわけではなく、ただ、我慢ができなくて出てきているという状況だとみている。当地でもクラスターが出始めているので、その状況によってはまた景気が悪化するかもしれない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今年は年末の忘年会が見込めそうにない。多少はあるだろうが大規模な宴会は無理だと予想している。かといってフリーでの来店も新型コロナウイルスのお陰で期待薄である。前年比で50%いけるかどうかまで落ち込みそうである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響があり変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・G o T oキャンペーンの更なる効果を期待してはいるが、ここに来て東北域内での新型コロナウイルス感染のクラスターが増加しており、そのたびに変更、取消しを余儀なくされており、予断を許さない状況である。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染者数が若干増えつつあることと、乳幼児を持つ若夫婦と高齢者の外出率が低下していることから、回復には時間が必要であると判断できる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・改善に向かうような良い材料に乏しい。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・現在はG o T oキャンペーンがあるためクーポンで売上はあるが、なくなった途端の落差がかなり懸念される。以前と変わらないか、悪くなるか本当に微妙なところである。東京オリンピックが開催されたとしてもいつもとは異なる東京オリンピックになるだろうし、正直悪くなるのではとも考える。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・分からないというのが正直なところである。G o T oキャンペーンが今後も続くのであれば今の景気は持続する。このキャンペーンがいつ終わるかというのが我々小売には心配なところである。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・G o T oキャンペーン効果はしばらく続くともみているが、冬に向かってまた感染症がはやり出すと外出自粛に逆戻りしてしまうのではという不安要素はある。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・県内でも新型コロナウイルス感染症のクラスターが発生して先行き不透明である。また、12月ボーナスの動向も懸念材料である。

□	競艇場（職員）	・売上は低迷しているが、1日の来客数は余り変わっていない。よって、新規の客が増えれば売上は良くなるが、現在来場促進イベント等を自粛しているため、現状維持が精一杯とみている。
□	美容室（経営者）	・感染者もまだ増えているのでなかなか動きづらい環境である。また、イベント等も少ない状況なので現在と変わらないとみている。
□	美容室（経営者）	・客の自粛傾向が強くなっているため、景気が良かった頃のように戻らない。
□	住宅販売会社（経営者）	・住宅受注の伸びは落ちているが、賃貸集合住宅の受注が伸びている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・巣籠りの生活様式に適したリフォーム工事や器具設備の購入が少しずつ増えることが予想される。
▲	商店街（代表者）	・Go Toキャンペーン効果を期待しているが、新型コロナウイルス感染が広がれば外出を控える傾向になり、来客数に即影響する。例年の忘年会、新年会を中止する動きがあり、年末年始の景気はやや悪化する。
▲	百貨店（買付担当）	・気温低下によりインフルエンザも加わり、外出を控える傾向が強くなるとみている。来客数や購買意欲の向上は、新型コロナウイルスをどれくらい抑えることができるかに懸かっている。
▲	スーパー（経営者）	・11月は、外食等コメの需要減でコメが余り、稲作農家の収入が減少する。飲食店も交通機関も依然厳しい。観光地は土日に集中しているようである。政府のGo To Travel、Eatの両キャンペーンが観光関係企業の下支えになっているようである。雇用調整助成金もインフラ公共事業も続いているので何とか持っているが、いつまで続けられるのか不安もある。経済の下支えから経済を回せるように、公私共に事業のデジタル化や新事業化計画、規制緩和の推進に期待したい。ただ、消費の傾向は現在と同じ傾向が続くものとみられる。
▲	スーパー（営業担当）	・コロナ禍での収入の減少、先行きの不安から、無駄な買物を控える傾向は強くなるとみている。
▲	スーパー（営業担当）	・客単価の低下がみられることと、競合店での低価格品の打ち出しが強まり始めたことから、価格競争の激化で消耗戦が長引くのではないかと懸念する。
▲	コンビニ（経営者）	・全国的に新型コロナウイルス感染者は微増しており、当面は現在の状況が継続する。
▲	コンビニ（店長）	・地域商品券とGo To Travelキャンペーンのクーポン券で買物をする客がそこそこおり大分助かっている。それが終わると厳しくなっていくのではないかとみているが、年内はそれほどひどい状況にはならない気がしている。ただ、業界によっては非常に追い込まれている会社も多く、予断を許さない状況である。政府から何らかの対策が出ることを期待しつつ、日々頑張っていくしかない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍に加え、これから寒くなるので、まだまだ油断できない状況である。
▲	家電量販店（店長）	・上期は巣籠り需要などで売上が伸びたが、下期に関しては新型コロナウイルスを受けて、売上が下がるのではないかと予想している。
▲	家電量販店（従業員）	・電化製品の販売なので故障による買換えは継続的にあるが、Go To Travelキャンペーン絡みの政府が行っている施策では、外で金を使うというかたちの流れが多くなってきているので、家電製品の需要に向いてくれるかという、落ち込みが少し出るとはならないかと予想している。
▲	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が非常に大きく、景気が良くなるとは思えない。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・変動要因がない。また、コロナ禍の影響により、年末年始の移動需要の縮小が想定される。
▲	通信会社（営業担当）	・まだ新型コロナウイルスの終息が見込めない。鉄道、航空、バスの各運輸業界の減収減益の回復に2年は掛かる。運輸業界及び医療業界では従業員の給与やボーナスの減収があるため、消費動向は下がる。よって悪くなる。
▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染の収束がみえないと厳しい。

	▲	通信会社（営業担当）	・通信料金の値下げが実施されると来店数が増え、それに伴い販売量も増えるともみているが、料金値下げの影響で利益は減ることが予想される。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・県内の新型コロナウイルス感染者が増加傾向にあり、来場者が密になる状況を回避するように日祝の来場から平日、土曜日に分散している。今後も月間の来場者数が前年比8割前後での推移を予測しているため、厳しい状況が続くことを認識している。
	×	商店街（代表者）	・大手企業が年末年始の大々的なキャンペーンを打ち出してきているが、中小零細ではそこまでの営業ができない。
	×	商店街（代表者）	・コロナ禍でインターネットサイトや通販での買物が加速し、商店街は物が売れなくなっている。この動きは戻らない。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのまま推移すると、感染の収束やワクチンの登場などに期待を掛けてきた企業の一部は、一定の見切りのもと、雇用を削減する動きに出てくるだろう。年末に向けてそのような動きが社会全体に広がることも予想され、本格的な景気悪化が現実味を帯びてきている。
	×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第3波が起きつつあるなかで、当県でもクラスターが発生し、客の心理が非常に冷え切っている。
	×	コンビニ（経営者）	・来客数と売上の減少の理由が分からないので、3か月先も今の状態ではめどが立たない。理由についてはこれから検証していきたい。
	×	コンビニ（経営者）	・地域振興券の販売で来客数と売上は上がったが、10月一杯でそれが終わってしまうので、11月以降は悪くなっていく。
	×	コンビニ（経営者）	・既に今月から除雪代の支払が始まっている。冬は来客数が減り、光熱費が増える。厳しいギリギリの状態でも営業しているが、今年はたばこの増税や新型コロナウイルスの影響で例年より相当厳しい。冬を越せるのか本当に不安である。
	×	コンビニ（経営者）	・競合店のオープンと新型コロナウイルスの関係で悪くなることが予想される。
	×	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスは感染拡大に向かっているのではという不安感が強く、自粛生活をする人の数が今よりも多くなるのではないかと懸念している。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始の飲食店の落ち込みがどの程度になるのか予想が立たない。前年比で落ちるのは間違いないが、どの程度の幅になるのか現在アンテナを張り巡らしている。また、店やテナントの更新時期にあわせて閉店、廃業する店が出てくるおそれがある。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスがまだまだ落ち着かない状況で、地方経済は見通しが立たない。
	×	通信会社（営業担当）	・冬季に向けて新型コロナウイルスやインフルエンザが流行すると考えられる。第2波による緊急事態宣言の発令や、それによる景気の更なる悪化が予想される。
企業 動向 関連  (東北)	◎	建設業（従業員）	・年末年始をめどに結果の出てくる案件が多数あるため、景気は上向くと予想している。
	○	金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大や天災など、不安が拡大するような出来事が起こらない限りは、景気回復のスピードが高まっていくことが予想される。
	○	輸送業（経営者）	・全般的に少しずつであるが、国内貨物、国外貨物共に回復しつつあるとみている。ただ、回復のスピードは余り速くない。
	○	通信業（営業担当）	・客の本格的なテレワーク及びリモート授業導入に向けて、スマートデバイスの要望が増えてきている。
	○	広告代理店（経営者）	・このまま緩やかに経済が動いてくれると信じている。
	○	コピーサービス業（従業員）	・最近、夏頃から提案している商談が白紙、延期になるケースが少なくなり、受注する確率が少し高くなってきている。また、年末年始に掛けての大型受注も出てきており、先行きが楽しみである。
	○	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・景気に大きく左右される商売をしているわけでもない。地域的にみても基幹産業である水産関係の水揚げ状況の方が影響は大きい。自分たちの商売も自助努力で頑張るしかない状況である。

□	農林水産業（従業者）	・天候にも恵まれ、りんごの着色が例年より良く、生育も順調である。今のところ台風の被害もなく、例年並みが期待できる。
□	食料品製造業（経営者）	・人の動きは良くなっているが、相変わらず新型コロナウイルスの感染者数は増えている。再拡大しないか心配である。
□	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、先行きは依然不透明であり、販売量の回復が見込めない。販売量の減少が続き、利益面でもかなりの悪影響が出ている。
□	食料品製造業（営業担当）	・Go Toキャンペーン継続中ではあるが、これから冬に向かうにつれ観光客の動きも鈍くなる時期に入る。また、寒くなることで新型コロナウイルスの感染拡大も懸念される。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・寒くなりインフルエンザや新型コロナウイルス感染予防で、イベント関係の自粛傾向は変わらない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響は、我々の業界においては、プラス面とマイナス面が共存するため、総合的には大きな変化はない状況が今後も継続すると考えられる。
□	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、各種のGo Toキャンペーンで一時的に景気回復が見られたとしても、景気状況が劇的に回復するまでには至らないと推察する。しかし、回復基調となっている業種もあり、景気としては現状と大きく変わらないとみている。
□	通信業（営業担当）	・業界に対する世間の環境は今後も厳しくなるとみられ、明るい状況になりそうにない。
□	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。
□	金融業（広報担当）	・人の動きは引き続き回復基調が予想されるが、地域によってはクラスターが発生するなど、コロナ禍が足かせになる可能性が引き続き否定できない。
□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルスの感染についての先行きは不透明で、販促活動に二の足を踏んでいる企業も多いため、急激な回復は見込めず、しばらくはこの悪い状況が続く。広告業界ではイベントの復活が業績回復の鍵となる。
□	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大について不透明感がある。
□	経営コンサルタント	・綱渡りの状態が続くことには変わりはない。
□	司法書士	・取引先の受注は増加傾向にあるものの、施工に限りがあるとのこと、景気に影響を与えるほどには至らないようである。
□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・接待などの料飲店の法人利用、ホテルでの宴会については引き続き開催の見送りが続く。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・県内で発生しているクラスターの影響か、子を持つ女性の多くがモデルハウスへの入室にためらいをみせているという状況がある。この先もまだ続く心配があり、好転材料が見えにくい。
□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件及び受注量は微増傾向にあるが、1か月先までの受注量はほぼ皆無であり、納期が超短物が多く受注単価も安い状態が続いている。先がみえない手探りの状態である。
▲	農林水産業（従業者）	・米の在庫のダブつきが引き続き米価を押し下げるとみられる。
▲	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注状況が前年比10～15%落ち込んでおり、なかなか前年並みに戻ってきていない。先行きの景気は更に悪化することが予想される。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・国の予算がなくなり、新型コロナウイルスが終息するより早く、対策キャンペーンが終了することが見込まれる。
▲	公認会計士	・政府のGo Toキャンペーンなどで消費需要が伸びるだろうが、コロナ禍以前まで戻るとは考えられない。飲食、小売、建設などでの対前年での業績悪化はもう少し続くとみられる。
×	窯業・土石製品製造業（役員）	・官需、民需共に低調である。新型コロナウイルスの影響もあり、今後の予測は更に難しくなっている。

雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・国の施策であるGo To TravelやEatキャンペーンが効果を上げている。飲食業の経営者に話を聞いても、客足がひどいときは前年の2～3割だったが、今は前年の8～9割くらい、特に休日や休日前にはかなり戻ってきているということである。建設業も建設の先送りは若干みられるものの、堅調で仕事はあるという状況である。いろいろな業界でも余り厳しい話や見通しが悪いという話は聞かない。
	◎	民間職業紹介機関（職員）	・海外受注の増加、東京オリンピック・パラリンピック向けの生産増と10月より物量が増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	・新規案件への引き当てはまずまずの進捗となっている。また、例年の「年末調整業務」も前年並みの需要が見込めそうである。
	○	人材派遣会社（社員）	・事業計画の達成のための募集や組織の業務負荷を軽減するための募集が増えており、今後も求人数は堅調に増えていくことが想定される。
	○	アウトソーシング企業（社員）	・今後、コロナ禍での方向性が見えてきているので、仕事が増加するのではと予想している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地の経済のその年の経済を占う1月の初売りは規模縮小ながら例年通り行うことになった。国の政策であるGo To 商店街キャンペーン等と併せて、初売りへの期待が高まっている。
	○	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活発化し始めているので、多少景気は良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・業種によっても違いはあるが、景気が良い方にも悪い方にも変わっていく動きが見られない。特に求人数の動きは余り良くない状況が続くとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・Go Toキャンペーン等の施策で人の動きは出るものの、業績が向上かない企業の倒産や失業率の悪化などが懸念され、政府の対策と相殺される形で景気はこう着状態になるとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・表面的には回復基調にみえるが、新型コロナウイルスの隣県でのクラスター発生や第2波の流行により、瞬時に下降線をたどることが予想される。実際、地域内で感染関連のニュースが流れた翌日は外出を控える傾向がみられる。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数と有効求職者数が増加傾向にあり、その結果、有効求人倍率は同程度の水準で推移している現在の状況が続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の特例期間が12月末までとなっているため、そう大きな変化はないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数、月間有効求人数共に、ここ数か月低い水準で推移しているため、もうしばらくこの状況は続くのではないかとみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・企業からの依頼数は増加傾向ながら、求職者からのアクセスが減少しており、マッチング件数の増加には至らない。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響は特定の業種を除き収束傾向にあるものの、体力のない零細企業からは年度末まで存続できるか不安という声が多く聞かれる。
▲	職業安定所（職員）	・事業所閉鎖の話がいきなり出てくる。事業主都合による離職が増えており、求職者の就職が進んでいない。	
×	人材派遣会社（社員）	・東京オリンピックも開催が微妙ななか、景気回復に向けた良い傾向はみられない。	