

## 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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・当地はこれまで隣接する都市部からの観光客に助けられてきた面があるが、Go To Travelキャンペーンの対象地域に東京も含まれるようになったことから、本州からの観光客が増加している。新型コロナウイルスの感染防止と経済の拡大を両立させる今の政府の手法に期待を有することから、今後の景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・例年どおりの傾向であれば、年末年始にかけて景気が良くなるため、そのようになることを期待するばかりである。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスに対する一種の慣れのような感覚が消費者にみられ、神経質な反応が薄らいできている。また、Go To Travelキャンペーンも消費に好影響を与えていることから、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・高額商材に動きが出てきていること、催事などへの来客数が増えていることなどから、新型コロナウイルスについて現状の小康状態が続くことになれば、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・年末に向けて人の往来が増え、消費も増えてくることを期待している。ただ、新型コロナウイルスについての懸念材料も増すことが見込まれるため、景気が前年並みの水準に回復するまでしばらく時間が掛かるとみられる。
		スーパー（店長）	・Go To キャンペーンなどの景気回復策について、賛否はあるものの、外出の起爆剤となっている面は否定できない。また、地域共通クーポンを使用して通常の買物をする客も一部でみられることから、特別定額給付金のときほどではなくても、消費拡大につながることを期待できる。
		スーパー（役員）	・今年のクリスマス、正月は家庭内で過ごす機会が増えると思われるため、これからケーキやおせちなどの消費が活発になることが見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響は今後も続くと思われるが、景気は徐々に回復すると見込まれる。
		家電量販店（経営者）	・暖房機器などを中心に販売量が伸びていることから、今後の景気はやや良くなる。
		家電量販店（店員）	・プレミアム付商品券の効果が期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・受注残が増えてきている状況から、今後、新車の供給体制の改善が進むにつれて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状況次第の面があるが、今後の景気はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・新料金プランの導入に伴い、学生向けの割引プランが充実していることから、若年層を中心とした需要の回復が期待できる。
		観光名所（従業員）	・Go To Travelキャンペーンを利用する観光客が思いの外多くみられる。また、こうした客層では、地域共通クーポンを上手に使うという傾向もみられる。このため、Go To Travelキャンペーンが予定されている1月末までは、現在の好調な状態が続くことになり、落ち込んだ景気を引き上げることになる。
		美容室（経営者）	・全国及び各地域の景気浮揚策の影響が、当店においても多少はみられることになる。
	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が収束するなり、ワクチンが開発されるなどの対策が明確にならない限り、新型コロナウイルスの流行以前の状況には戻らない。今は経済を少しでも回すため、不公平な部分はあったとしてもGo To キャンペーンなどの対策を行っているが、抜本的な景気回復とはなっていない。経済を回復させるためには消費税の減税又は廃止が必須である。	

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
		商店街（代表者）	・今後については、新型コロナウイルス、インフルエンザの両方の感染リスクを回避する意味もあり、来街者の少ない状態が継続することになる。また、店舗によっては密接、密集を回避するため、年始の売出しの時期をずらす可能性もある。これらのことから、区域全体として来街者の一時的な増加も見込めない状況にある。
		百貨店（役員）	・現状、前年の消費税増税とコロナ禍がどの程度影響しているのかがよくみえないことから、今後についても、どのようになるのかわからないというのが正直なところである。
		百貨店（営業販促担当）	・当地では11月後半からプレミアム付商品券が購入できるようになるが、その効果は瞬間的なものにとどまり、今の消費傾向が大きく改善することは期待できない。ファッションへの支出は抑えられ、家庭内のグッズ、カジュアルな衣料品などの部分的な支出にとどまるとみられることから、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・来春までは、現在の状況が継続する。景気が回復基調となるには、もう少し時間が掛かるとみられる。
		スーパー（役員）	・ここに来て、新型コロナウイルスの感染者が道央圏で増加しており、それが地方部まで飛び火している。Go Toキャンペーンで人が動き出しているが、一部の客層が新型コロナウイルスの感染を恐れることで、巣籠り需要が再び増加することも考えられる。そうなれば、食品小売業の景気は現状よりも上向きとなる。
		コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍のなか、これまで補助金などの効果で延命できている企業が多いが、この先は企業の倒産が増加することが懸念される。周りの飲食店の売上減少が当店の売上にも影響すること、前年はキャッシュレス・消費者還元事業の影響で売上が伸びていたことなどを考慮すると、景気は悪いまま変わらない。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスが終息して周りの飲食店に活気が戻らない限り、飲食店から流れる客の来店も期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・前年の新車販売は消費税増税前の駆け込み需要の反動による影響を受けていたが、今年10月の販売量は前年の落ち込み幅を大きく上回る増加となっていることから、今後も新車市場の活発化が続くと期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの状況次第であるため、2～3か月後の景気はまだ分からないというのが正直なところである。今後、北海道独自の警戒ステージが更に引き上げられることになれば、客足は相当鈍ることになるが、そうならなければ今よりは多少景気が良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・今冬のボーナスが前年並みの支給となりそうなことから、今後も景気は変わらない。ただ、新型コロナウイルスの第3波が懸念されることから、客の外出が控えられることが心配される。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が改善したり、国による対策などが取られない限り、現在の状況はしばらく変わらない。
		自動車備品販売店（店長）	・カー用品専門店として、必要品を購入する客の来店は見込めるが、それ以外の客の来店は見込めない。特に新型コロナウイルスの感染者が増加傾向にあるなか、用事のない店舗に足を運ばないことが感染拡大防止につながると考える客が増えるとみられる。
		その他専門店 [ ガソリンスタンド ]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者の増加が懸念されることから、今後も景気は厳しいまま変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・Go Toキャンペーンなどによって人の流れが増えていることで、北海道の新型コロナウイルスの感染者が増えている状況にある。このまま感染拡大が続くことになれば、インフルエンザが流行する時期と重なることもあり、大きな流行となり、客が減っていくのではないかと懸念している。
		高級レストラン（スタッフ）	・せっかく上り調子になりつつあったが、Go To Travelキャンペーンなどの影響で10月末から新型コロナウイルスの感染者が増加していることで、営業自粛などの暗い話題も再び出始めている。食に関するイベントについては、主催者の感染防止策が向上して安心感があるため、今後の景気対策のきっかけとしていきたい。

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
		観光型ホテル(スタッフ)	・Webを經由した個人旅行、募集型旅行が回復基調にあるものの、需要を喚起するような大型のイベント、大会の催行がないことから、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・ここ最近、北海道内の新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向となっていること、有効なワクチン開発には程遠い状況であることから、法人や組織が団体旅行を始める環境には当分ならない。少なくとも年度内は現状の取扱いの少ない状況が継続する。
		旅行代理店(従業員)	・10月から東京もGo To Travelキャンペーンの対象になったが、10月末になっても北海道からの出発客の動向に大きな変化はみられず、8～9割が道内旅行中心の販売となっている。全国民のワクチン接種が始まり、治療薬ができない限り、安心して旅行に行くことができないため、2～3か月先も現状と変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・このコロナ禍のなかで、数か月単位で景気は変わらない。新型コロナウイルスの流行以前の状況に回復するには、数年単位での時間が必要になるとみている。状況によっては、今の状況がベースとなった新しい生活様式が浸透することも考えられるため、そうした動きも注視する必要がある。
		観光名所(職員)	・今後も引き続き低調に推移する。Go To Travelキャンペーンにより国内客が旅行する動きは出てきたが、前年実績を大きく下回る状況は変わっておらず、外国人観光客が戻るまでは厳しい状況が続く。それまでの間、国による継続的かつ効果的な経済施策が望まれる。
		美容室(経営者)	・今後、新型コロナウイルスの状況が良くも悪くも大きく変化しない限り、現状の売上が続くことになる。外出機会の増減に伴って、当店の売上にも影響が出ることになる。
		住宅販売会社(経営者)	・新型コロナウイルスの終息がみえない限り、現在のような状況が続くことになる。
		商店街(代表者)	・新型コロナウイルスの影響が大きく、3か月後もまだ終息の方向に向かっていないと考えられないことから、今後の景気はやや悪くなる。客の様子をみても、新型コロナウイルスのことで話が盛り上がる状況にある。
		商店街(代表者)	・これから観光のオフシーズンに向かうなか、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。
		一般小売店[土産](経営者)	・Go To Travelキャンペーンによって全国的に人の移動が多くなっており、それに伴って新型コロナウイルスの感染者が増えることが懸念される。状況によっては爆発的に感染者が増えた地域又は国との移動制限が生じることも懸念され、そうなると今年3～5月の緊急事態宣言のような状況となることも考えられる。新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、これからはアクセルとブレーキを使い分けて、感染者を抑えつつ、かつ旅行をしてもらい、金を使ってもらおうということが重要になってくる。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルスによる経済への影響が年明けから出てくるのが懸念される。
		スーパー(企画担当)	・現状は、単籠り消費に売上が支えられている部分がある。一方、雇用環境や所得環境が悪化していくなかで、特に町村部では急激に通常モードに戻ってきていることから、今後については、年末年始商戦に向けて、都市部も含めて予断を許さない状況となる。
		コンビニ(エリア担当)	・各社の決算が出てきているなかで、大幅な赤字決算も出てきていることから、今後も景気の悪化が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・今のところ、新型コロナウイルスの動向にまだ落ち着きが見られない一方で、観光シーズンが終わること、消費について買いためのような動きが見られないこと、貯蓄が増える傾向が見られないこと、給料が上がる様子がないことなどから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・当業界は11月後半から1月にかけて景気が冷え込む傾向にあるため、今後の動向が心配される。
		その他専門店[造花](店長)	・10月については、前年に消費税増税の影響があったため、売上は前年よりも良かったが、今後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（スタッフ）	・例年であれば、冬季に向かって観光シーズンの終わる時期であり、客足が遠のくことになる。また、新型コロナウイルスの感染確認者が増加してきていることから、これから外出が控えられるようになり、景気の悪化を招くことになる。
		観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの期間中ではあるが、北海道はこれから冬季を迎え、個人客の動きが鈍くなる。団体客はより集客に苦労しており、今後の需要を見込むことが難しい。冬季に旺盛であった外国人観光客の需要も今年は皆無である。また、北海道においては、警戒ステージが引き上げられたこともあり、今後については非常に厳しい局面が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・紅葉のシーズンが終わり、冬を迎える11～1月は観光需要の端境期に当たるため、観光関連の景気は現状よりも下向くことになる。一方、2～3月については、流氷観光に向けた観光活性化の動きが出ており、そこに原資を投下する必要があるとみている。
		タクシー運転手	・北海道内においては、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されており、感染拡大となれば、年末繁忙期の売上が一気に減少することになる。
	×	商店街（代表者）	・Go To Travelキャンペーンの期間中であるが、観光の閑散期に入った北海道において景気がV字回復する見込みはない。温泉地などでは集客が少しみられるようであるが、都市部の状況は壊滅的に悪い。北海道の都市部は軒並み苦戦しており、観光業界にとっては、これから冬の閑散期を迎えて、会社存続が危ぶまれる事態となる。
	×	スーパー（従業員）	・客の来店頻度の低下によって、来客数が大幅に減少している。今後は客単価が低下していくことも懸念される。
	×	衣料品専門店（店長）	・Go Toキャンペーンなどの国の政策で何とか生き延びている業界がある一方で、スーツ業界は立ち直るきっかけもない日々を送っている。新しい商材も仕入れることもできず、手の打ちようのない状況となっていることから、今後の景気は悪くなる。
	×	旅行代理店（従業員）	・現在の新型コロナウイルスの状況から、今後について明るい見通しが立たない。
	×	タクシー運転手	・当地では11月になると雪が降り、年末の忘年会シーズンになるとタクシーの利用が増える傾向があるが、今年は忘年会がほとんど行われないとみられることから、今後のタクシーの売上は10月以上に大きく落ち込むことになる。
	×	タクシー運転手	・北海道においては、誰もが新型コロナウイルスの第3波が生じつつあると感じている。回復傾向にあった景気に悪影響を及ぼすことは確実であり、今後は景気後退の局面を迎えることになる。
	×	タクシー運転手	・Go Toキャンペーンの効果が余り感じられないなか、ここに来てクラスターが相次いでいることから、来客数の増加も見込めず、今後の景気は悪化することになる。
	×	タクシー運転手	・当地において、新型コロナウイルスの感染者が生じたことから、年末の会合などをキャンセルする動きがみられている。今後の人の動きは例年以下になると見込まれる。
	×	美容室（経営者）	・景気が回復するまで、早くても2～3年は掛かるとみられる。
	×	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・季節的な問題もあり、今後の観光需要は落ち込むことが見込まれるため、景気が上向くことは期待できない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・最近、賃金やボーナスカットに関する報道を時折目にする。今後は企業の収益減少に伴い、客の所得も低下することが懸念される。その結果、縮小傾向にある分譲マンション市場はますます縮小することになる。
企業動向関連 (北海道)		-	-
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・ここ1か月、はっきりとした理由は分からないが、受注が増えていることから、今後の景気はやや良くなる。ただ、2～3か月先までの案件が多く、年度末に向けての中期的な案件が増えているわけではないことが気掛かりである。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・仕事は多少なりあるが、新型コロナウイルスの影響を受けて、前期と比べて7%ほど落ち込む傾向がみられている。さらに、新型コロナウイルスの感染者の増加傾向に伴い、仕事に制限などが課されることになると状況はますます悪くなる。

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
		食料品製造業（従業員）	・今以上に悪くなる要素もないが、良くなる要素もないため、今後の景気は変わらない。
		食料品製造業（従業員）	・価格改定の影響で販売量が減少しており、年明けもこの状態が続くことになる。
		家具製造業（経営者）	・社会活動が動き出した影響により、新型コロナウイルスの感染拡大リスクが増大している。一本道で景気が回復し続けるとは考えにくく、当面は様子見の状態が継続することになる。
		建設業（役員）	・次年度以降の受注見通しが厳しい状況に変わりはない。また、新型コロナウイルスの影響が長期化することで、設備投資の抑制が避けられない状況となることが懸念される。
		通信業（営業担当）	・現在と同様に、新型コロナウイルスの感染拡大防止と経済活動の共存が継続するのであれば、今後も景況感のやや良い状態が続く。
		司法書士	・新型コロナウイルスへの対策として、春先のような休業という意識はなく、積極的な方向へと変わりつつあることから、今後の景気について若干の伸びが期待できる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・来年度の工事需要については、特に民間工事での減少が見込まれるが、今後2～3か月については前年並みで推移することになる。
		金属製品製造業（従業員）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、今後も新設住宅着工件数の減少が継続する。
		建設業（経営者）	・冬季を迎えて、工事の稼働が徐々に低下するとともに、新規案件の受注が減ることになる。新型コロナウイルスの悪影響もあり、そう簡単に景気は回復しない。
		建設業（従業員）	・道内地方都市においては、民間の発注予定工事がほとんどないことから、大手及び準大手の建設会社では営業マンの駐在を解き、道央圏での受注獲得に当たらせている。
		輸送業（支店長）	・例年であれば、年内一杯はそこそこの物流量があるが、このコロナ禍において、今後の景気が多少なりとも上向く要素がない。
		金融業（従業員）	・Go Toキャンペーンなどの政策効果に加えて、新型コロナウイルスへの慣れが見込める一方で、足元での新型コロナウイルスの感染拡大、悪化基調にある雇用環境及び所得環境、業況低迷により悪化が見込まれる企業の資金繰りなどが道内景気を下押しすることが懸念される。これらのことから、道内景気は3か月前と比べてやや悪化する。
		司法書士	・例年、冬季になると不動産の売買、建物の新增改築工事が減少する傾向があり、今年は新型コロナウイルスの影響で客の動きが鈍いことから、今後の景気はやや悪くなる。
		司法書士	・収入の増加が見込めない状況にあることから、消費に慎重になることが懸念される。これから冬に向かうこともあり、今後も景気の低迷状態が続く。
		コピーサービス業（従業員）	・取引先において、新型コロナウイルスの影響がこれから出てくることを懸念していることから、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〕（支店長）	・北海道において新型コロナウイルスの感染者が増加傾向にあることから、客の設備投資意欲が落ちてきている雰囲気がある。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	・年末年始や冬の観光シーズンを迎えることから、観光名所が近い当地にとって、東京からの観光客が見込めるGo To Travelキャンペーンが追い風になる。ただ、当地においても新型コロナウイルスの感染者が徐々に増加しているため、今後の動向によっては状況が一変する懸念がある。
		人材派遣会社（社員）	・求人を出している企業もまだ先行きを見通せない状況であり、少しでも売上を乗せすべく経営に集中している。中途採用についても、即戦力の人材以外は採用を見合わせている。こうした状況から、経営が安定していないようにはとてもみえない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・このコロナ禍のなか、客の心理的に出控え、買い控えのマインドが強まっており、そのことが飲食店や衣料品店の経営に影響を及ぼしている。そのため、今後の景気は厳しいまま変わらない。

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
		求人情報誌製作会社（編集者）	・北海道において、新型コロナウイルスの感染者が増加傾向にあることから、今後、経済活動がある程度制限されることが懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ワクチンの開発や普及状況にも影響されるが、これから改善に向かう業界と体力が持たずに廃業や倒産などに追い込まれる業界が二分されそうな危険な状態にある。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響を受けた宿泊業、飲食業などに持ち直しの傾向がみられており、有効求人数が前年を上回ってきている。
		職業安定所（職員）	・これから景気が若干良くなるとみていたが、新型コロナウイルスの第3波が生じつつあり、警戒ステージがステージ2に引き上げられたことから、楽観のできない状況となっている。一定の制約が生じそうな気配があるため、今後の景気は横ばいでの推移となる。
		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18.6%、月間有効求人数は前年比マイナス25.3%となり、共に減少している。新型コロナウイルスの感染拡大の影響で経済活動が低迷していたものの、経済活動が回復傾向に転じていることから、求人数、有効求人倍率も徐々に復調することが見込まれる。一方、一部の業種においては不安要素もある。これらのことから、当面の景気は、現在と同様の水準で推移することになる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の景況感は大学生の新卒採用状況と直結している。企業の採用担当者として接する学生たちの様子から、今後の景気が上向きになることは期待できない。
		*	*
	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）	・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している。
		家電量販店（店長）	・客単価の上昇は続くとみている。
		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ある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。	

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）	・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。
		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。
		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、それにあ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。
		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。
		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には難しい。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな環境変化がない。

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
		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。
		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思われる、今以上の持ち直しは難しいとみられる。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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かり落ち込んでいるので、2～3か月は伸びないとみている。
		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。
		乗用車販売店（従業員）	・Go To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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。先が読めないなので良い回答はできない。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。

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（従業員）	・Go To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。
		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。
		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。
		テーマパーク（職員）	・現在はGo To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。
		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。Go To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。
		観光名所（職員）	・Go To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。
		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。

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）	・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のでは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かとみているが、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を予想される。
	×	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ないかと懸念している。

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
	x	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。
	x	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。
	x	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)	・年末年始をめで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〔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で、景気に影響を与えるほどには至らないようである。	

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
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（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が、子を持つ女性の多くがモデルハウスへの入室にためらいをみせているという状況がある。この先もまた続く心配があり、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）
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すます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、業績が上向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見えるが、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。	

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）	・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。
	x	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。

### 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)		一般レストラン（経営者）	・相変わらずディナーは悪いが、ランチは店内飲食も戻りつつある。テイクアウトと店内飲食のバランスが、これからの形になりそうである。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルス対策が進むため、やや良くなる。
		スーパー（商品部担当）	・新型コロナウイルスの影響の終息が見えないなか、人の動きが多くなっていることや家庭での消費が増えることへの期待、地域活性化クーポン等、消費拡大の影響を考えると、やや良くなることを期待する。
		コンビニ（経営者）	・年末年始は、少し売上を稼げる商材が出てくるので、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・最悪の状態は脱したのではないかと。ホテル、物産店関係に明るい材料がたくさん出てきたので、3～4か月前の最悪の状態に戻るようなことはない。判断はやや難しいが、新型コロナウイルスのワクチンができるまでという訳にはいかないため、皆少しずつ動いているようである。観光地を控えて商売をしているので、そのお陰で明るい材料で徐々に良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスに対して恐怖心が薄れている気がする。マスクをして手を消毒してさえいれば大丈夫だろうとと思っている人は、どんどん外出しているようである。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・ホテル内飲食施設の再開や、レストラン空き店舗の活用等、新規施設の案件も増えてきている。新型コロナウイルスの影響が、今後どの程度で推移するかの見極めは難しいが、新しい動きは着実に増えていくものと思われる。
		通信会社（営業担当）	・Go Toキャンペーン効果もあり、身近なところでも利用者が目に付く。ただし、今後は新型コロナウイルスの感染状況悪化による影響も考えられることから、楽観視はできない。
		テーマパーク（職員）	・欧州のような新型コロナウイルス感染再拡大の懸念が発生しなければ、このまま徐々に景気は回復すると思われる。ただし、Go To Travelキャンペーン頼りの状況でもあるので、キャンペーン終了の際には、再度、景気が悪化する。
		ゴルフ場（総務担当）	・年末に向けて、期待を込めてやや良くなる。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が伸びている。
		設計事務所（所長）	・緊急事態宣言時に冷え込んだ外食産業が戻り始め、徐々にその周りも戻っていくのではないかと。
		住宅販売会社（経営者）	・当県は、新型コロナウイルスの感染者数が落ち着いているので、このままの状態なら業況は良くなると予想する。不安な状態では、大きな買物はできないという客が多いと思われる。
	商店街（代表者）	・Go To 商店街事業に大いに期待している。集客が回復しようプラスの要因にしたい。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・年末年始にかけて新型コロナウイルスワクチンの完成があれば、何とか現状維持ができる。政府のGo Toキャンペーン事業の各界への影響は、とても大きい。	

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〔土産〕 (経営者)	・観光に携わっているため、その点からはGo To Travelキャンペーン事業が継続していれば、状況は変わらない。しかし、新型コロナウイルスやインフルエンザの流行が広がって、どこかの地域がGo To Travelキャンペーンから外されたりすると、観光ムードは一気に冷え込むのではないかと危惧している。また、Go To Travel事業終了後、皆の出控えムードが広がるのではないかと心配している店主も多い。卸業や製造業では、「突然Go To Travelキャンペーン事業が終了し、緊急事態宣言時のように大量在庫を再び抱えるのではないかと不安を抱えながら事業を継続している」と話を聞いている。
		百貨店(営業担当)	・景況は、今後の新型コロナウイルスの感染状況に左右されると思うが、いずれにしても大幅に好転する要因は見当たらない。お歳暮やクリスマスといった年末商戦を控えているが、厳しい状況は変わらない。
		百貨店(営業担当)	・お歳暮シーズンを迎えるが、余り期待はできない。また、冬物衣料が最盛期となるはずだが、ここ数か月の状況を見ると、こちらも期待できない。
		コンビニ(経営者)	・店舗前面の道路工事はしばらく続くので、影響は大きい。しかし、夜の交通量が増えたようで、夜の客の戻りを感じている。8～9月の前年比より、10月は落ち幅の改善がみられる。
		家電量販店(店長)	・東京オリンピック次第なのではないか。
		家電量販店(店員)	・前年比では良くなるが、金額面では厳しい。季節商材の動きがポイントとなる。
		乗用車販売店(経営者)	・相変わらず、地域の自動車産業はおおむね順調だが、市場にはお金が流れていないようである。年末年始の購買意欲の向上まで待たなくてはならないのかもしれない。
		乗用車販売店(販売担当)	・10～12月に新型車が出る予定はないものの、順調に伸びている。1月になると新型車が出るので、更に売れるのではないか。
		自動車部品販売店(経営者)	・前年の消費税増税以来、客の車を買うムードが今一つ盛り上がりがない。その上、新型コロナウイルスの問題があり、一層、車の購買意欲は盛り上がりがない状況である。一時、特別定額給付金の10万円支給があったときは、やや安い車が売れたが、その後、再び沈静化している。ムードが盛り上がりこないと心配である。高速道路でも無料化してもらえると助かると思う。
		住関連専門店(仕入担当)	・不安に備えるための消費傾向は今後も続く。今後の新型コロナウイルス感染拡大の状況にもよるが、生活品の販売に楽観的な要素は乏しい。単価の下落は続くともみている。
		その他専門店〔靴小売業〕(経営者)	・集客のための販促がしっかり行える従来の状態に戻れたら、少しは上向き傾向になるかもしれないが、今のままでは変わらない恐れがある。大きなメーカーへ先行発注していた商材が、最近になり「生産中止のため出荷できない」と連絡があった。海外生産商材の未入荷状態が続くと、更に厳しくなるかもしれない。
		一般レストラン(経営者)	・インフルエンザの流行も懸念されるため、外食する人が劇的に増えるとは思えない。
		一般レストラン〔居酒屋〕(経営者)	・社会情勢により日々変化するので何ともいえないが、現時点では横ばいの予測である。
		スナック(経営者)	・客の話は、減給やボーナスカットの話がほとんどである。こうしたことから、今後、客の来店が増えることは、余り望めない。
		観光型ホテル(経営者)	・これからオフシーズンに向かっていくので、たとえ、Go Toキャンペーンがあったとしても、10～11月以上の客の動きは期待できない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・相変わらず、宴会需要に浮上の兆しが見えず、前年比15～20%程度の着予定で厳しい。一方、宿泊はGo To Travelキャンペーンの影響もあり、土地柄レジャー利用はほぼないものの、ビジネス利用で前年比70%程度まで戻ってきている。レストランもディナータイムは宴会に近い数字しかないが、朝食やランチは前年の80%程度まで回復してきている。
		都市型ホテル(営業担当)	・やはり、新型コロナウイルスの影響で、根本の景気の悪さは変わらない。

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
		都市型ホテル（副支配人）	・宿泊に関しては、募集ツアーやスポーツ団体の利用など明るい兆しがやや見えてきている。ただし、料飲部門は厳しい状況がしばらく続きそうである。
		旅行代理店（経営者）	・冬に向かって新型コロナウイルス感染者が増えれば、再び旅行需要は減少してしまうため、先が読めない。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンに向かうが、Go To Travelキャンペーン効果による下支えを期待する。
		旅行代理店（従業員）	・先の見通しが全く立たない。
		タクシー運転手	・観光地でもない地方では、この悪い状態がいつまで続くか分からない。
		通信会社（経営者）	・Go Toキャンペーン事業、支援金、給付金、補助金等、いろいろ支援は始まっているが、経済自体が再稼働したわけではない。特に、地方は悪影響を受けやすく、好影響は受けにくい。
		通信会社（総務担当）	・新機種が出そうだが、効果は限定的なため、変わらない。
		通信会社（局長）	・新型コロナウイルスで落ち込んだ分は回復しつつあるが、いまだ不安要素が拭いきれない。今後は、現在取組んでいる新たな販売手法を軌道に乗せる必要がある。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・早くも年末年始の商戦に向けた広告が出始めたが、新型コロナウイルスの影響で、盛り上がるはずはない。人の往来に対する制限が解除されないようだと、人々は元気を取り戻せない。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、景気上昇は難しい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・正直、新型コロナウイルスでこの先どうなるか見通しが付かない。給付金第2弾の話も出ているようだが、もっと根本的な対策をしないと、どうしようもないのではないかと。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染者が減っていく、若しくはワクチンができるまで、この状況は続く。現状、当店周辺の大口ホテルや式場は全く再開していない。式場は来年施設を解体する話も出ている。新型コロナウイルスが収束しない限り、良くなる気配はない。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残が減少する状況は続いており、やや悪くなる。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス対策の特別定額給付金の一律10万円支給で、一時的に消費者の購買意欲も盛り上がったが、ここに来てその効果も薄れてきている。欧米での新型コロナウイルス感染拡大の第2波も消費者のマインドを消沈させる要因になっているようである。ここから更に景気が冷え込んでくるのではないかと。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で先行きは不透明である。
		美容室（経営者）	・消費税増税のため落ち込んだ前年10～12月よりも、今期売上はおおむね15%減の悪い状態が続いている。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、予約が非常に少なくなっており、悪くなる。
	×	コンビニ（店長）	・この新型コロナウイルス騒ぎのなかで、当店のすぐ近くに70年以上にわたってあった市役所が11月に商店街に移転するため、かなり影響を受けると覚悟している。
	×	衣料品専門店（統括）	・新型コロナウイルスの問題が解決しないと、なかなか街に人が出てくる要素は生まれてこない。早く解決してくれればと願っている。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・当店は婦人衣料小売店だが、年明けに新型コロナウイルスの話が出てからずっと下り坂である。それも、ここ数か月は、下り坂の角度がかなり急になっている。こんなひどい環境だと安心できない。安心をきちんと表現してもらいたいというのが、切実な願いである。
	×	住関連専門店（店長）	・コロナ禍が終息しない限り、景気回復はあり得ないとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・来客数が減り、客がだんだんと少なくなっている。
	×	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスによる自粛で丸8か月間、ほぼ売上がゼロとなり、体力的にこれ以上耐えられるか、限界を感じている。世の中のあらゆる業種の景気が良くなるとは予想できない。
	×	タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが良くないので、この先も悪いとみている。
	×	タクシー（役員）	・コロナ禍で最悪の状態である。国の施策も最悪である。
企業		-	-

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
動向 関連 (北関東)		化学工業（経営者）	・この先の引き合いや、受注量予想が上向きつつあり、ある程度は見通せるようになってきている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの自粛で人が動かなかつたが、Go To Eat等、様々なGo Toキャンペーンがある。用土等を自分で買って植物を育てることが増えてきたので、大変良い方向に進んでいる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車のみならず、産業用ロボット、油圧機器等、受注拡大分野が増えてきている。
		不動産業（管理担当）	・売上減少傾向が続くなかで利益改善に取り組んでいる。単発で受注額の大きな依頼があったため、今期の利益は確保される予定である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・現状が大きく変わることはないとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響があるというが、具体的にははっきりしたことは分からない。売上が少なくなっており、困っている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今は非常に悪い状態だが、今後2～3か月では良くはならない。景気が良くなるには、あと5～6か月は掛かるのではないかと。
		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とみている。
		建設業（開発担当）	・当社の今期公共工事受注は前年比10%増と有り難い状況である。建設業は10年来の不況業種であり、従業員の高齢化が進み、若年層に魅力ある業種になっていない。当社の売上も10年前と比べると3分の1になってしまっている。いろいろな問題はあがるが、何とか乗り越えながら頑張っていく。
		輸送業（営業担当）	・年末に向かい、冬物商材、家電、インテリア、寝具等は前年並みの輸送を確保する見込みである。政府の給付金等が再度支給されるようなことがあれば、更なる物量アップも予想される。
		広告代理店（営業担当）	・経済活動の高まりで業績が戻ってきている企業は良いが、元々業績が厳しいなかで新型コロナウイルスによるコロナ禍でダメージを受けた企業では、既に運転資金の枯渇や借入返済の困窮に陥っているところがある。
		経営コンサルタント	・最近でも、各地で新型コロナウイルス感染者の増加が見えられ、依然、生活者の先行きの消費行動が抑えられるのではないかと警戒感がある。今後、更に廃業者が増えるともみている。
		社会保険労務士	・ボーナスの減少や欧米での新型コロナウイルスの感染再拡大等を見ると、2～3か月後も余り回復していないのではないかと。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の傾向が続くとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・1～3月の売上は悪くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ますます悪くなるのか良くなるか全く分からない。例年なら9～12月は忙しくなるが、受注量が半分程度で推移している。他の業種は大丈夫だが、住宅関連の会社が極端に悪くなっている。
		建設業（総務担当）	・民間の動きがすこぶる落ちてきており、先行きが非常に不安である。
	司法書士	・まだしばらくは少しずつ悪くなる状況が続くと思うが、当地は本当に小さな零細下請が多い割には余り倒産していない。そろそろ景気の落ち込みが止まるかと思っているが、まだ低迷が続くのもやむを得ない。	
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の生産等についての動向は、前期と変わらない。当社主力の電話システム受注の引き合いには進展が見られない。
雇用 関連 (北関東)		人材派遣会社（経営者）	・今月は遠足、運動会といったイベントで、子供向けの菓子類や食材等の補充があり、大分良かったようである。今後、まだしばらくは在宅勤務があるため、食材確保の動きはある。クリスマス等の季節商材の購買力も上がってくると思うので、食品関連の派遣売上は伸びていくとみている。
		人材派遣会社（経営者）	・このところ以前より売上が伸びて、やや良くなっている。

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
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品の生産計画が増加し、コンビニの弁当製造関連の業務も増加しているため、やや良くなる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルスの影響が少しずつ緩和されてくるのではないが。
		人材派遣会社（社員）	・取引先が中途採用や派遣に対して積極的になるほど、経営状況の改善はみられない。特に、派遣募集は派遣社員の後任補充や休職する社員の代替としての期間限定の依頼が多く、業務拡大に伴う増員を理由とした募集は少ない。
		職業安定所（職員）	・製造業等の受注に動きが出てきたようだが、依然として雇用調整や休業を行っている事業所が多い。新型コロナウイルスの感染拡大や米中関係の影響が続いており、改善が見込めない状況である。また、今月は高校の新卒採用選考の開始等もあり、求人を探えていると思われるため、状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、会社都合退職による新規求職者も増加しているため、変わらない。
		*	*
	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)		一般小売店〔生花〕（店員）	・実際に2～3か月後良くなっているかは不明だが、少しでも良くなつてほしいという気持ちで、前向きにやっていきたい（東京都）。
		スーパー（販売促進担当）	・年内は、前年の消費税増税によるマイナス要因が前年比でのプラス効果につながる。
		乗用車販売店（店長）	・新型コロナウイルスの影響もあって自家用車使用率が上がり、買換えを検討する客が増えている。
		高級レストラン（経営者）	・11～1月の3か月を考えた場合は、Go To Eatキャンペーンの影響が続くと思うので、1月末までは景気の良い状態が続く。
		旅行代理店（営業担当）	・現状がしばらく続く（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン開発が進みそうである。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・Go To キャンペーンも始まり、少しは活性化されてくる。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・年末年始に向かい購買意欲が戻ってくれば、少しずつ上向く。
		百貨店（売場主任）	・これから年末商戦を迎えるが、お歳暮、クリスマス、おせちの受注状況は現時点でほぼ前年を超えている。全体的には生鮮、総菜がけん引し、前年に近づくとみている。また、大きな物産展、特に北海道展等は、来客数の減少によって数字は若干厳しいものの、前年に近い売上をたたき出しており、新型コロナウイルスの影響からの脱却ができていないかと考えている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・これからお歳暮などの年末商戦が本格化する。来客数が回復していることを考えると、新型コロナウイルスの感染状況が極端に悪化しない限り、今後も来客数は増加傾向とみている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・店舗の特殊要因により、集客及び売上を見込める。
		百貨店（販売促進担当）	・Go To キャンペーンが奏功している気配がある。年末年始は例年以上に慣習にのっとった消費行動になると予測している。来客数以外にも、今も好調に推移しているオンライン需要の高まりもある。政府が企業に提案している年明けの始業スケジュールにも注目している（東京都）。
	百貨店（販売促進担当）	・Go To キャンペーンが盛り上がりを見せている。年末年始に向けて人々の外出が増えると見込んでおり、短期的にはもう少し回復する（東京都）。	
	百貨店（販売促進担当）	・東京都のGo To Travelキャンペーン開始に伴い、外出着などの需要に復調傾向がみられる。年末年始にかけて外出自粛へ逆戻りしなければ、現在よりは復調に期待できる（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
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第3波が来ているエリアもあるので油断はできないものの、年末年始休暇が長くなっても海外旅行などには行けないため、国内需要が発生する。また、お盆は県境をまたいでの行き来が制限されていたので、年末年始には人の移動が発生するとみている（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・食料品の売上は堅調なものの、衣料品の需要は低迷しており、厳冬が予想される今冬に期待している。ただし、新型コロナウイルスの影響を受けて、アパレル各社の生産量は縮小されており、売上への影響を懸念している。一方、年始のセールは春物商材の在庫により、物量は確保できる見通しである。
		コンビニ（経営者）	・来客数が徐々に戻り、客単価も上がり始め、やっと新型コロナウイルス以前の活気が戻ってきている。
		コンビニ（経営者）	・ショッピングセンターは前年の8割程度と、まだまだ前年並みの来客数や売上には戻らないと思うが、Go To Eat、Go To Travelキャンペーン等々により客が大分動き始めている。冬のインフルエンザや新型コロナウイルスの感染状況次第だとは思いますが、少しずつ良くなっていくのではないかと。
		コンビニ（商品開発担当）	・Go Toキャンペーンが続き、新型コロナウイルスの感染が再拡大しなければ、期待できる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・Go Toキャンペーンが終了する来年1月までは今のやや良い状態が続く。
		家電量販店（店員）	・年末商戦が近づいており、前年の消費税増税の余波も落ち着いていることが予想される。
		家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス禍でのWithコロナに社会全体が適応しつつあること、治療薬の承認、医療体制の準備体制等、春先に比べてインフラ面での改善が大きく進んだことで、当業界の商環境も改善することを期待している。欲を言えば、旅客の解禁を待っている（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月はボーナス月で需要が見込める。また、新型車攻勢で客の購入意欲が出てくると予想する。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これから暮れに向かうので、11～12月は良くなっていくのではないかと。良くなってくれないと困る。
		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の感染者数が一定程度に収まることが条件だが、消費を抑えていた反動を感じられる。
		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との兼ね合いはあるが、徐々に少人数の宴会も回復傾向にあることを加味しての判断である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響は続き、まだ赤字だとは思いますが、消費者は大分慣れてきて、新型コロナウイルスに対する恐怖感が少しずつ薄れてきている。
		一般レストラン（経営者）	・Go To Travelキャンペーンに続いて、Go To Eatキャンペーンのクーポン券利用開始が景気を活性化するのではないかと。ただし、今後新型コロナウイルスの感染再拡大が起きて規制が強化されたら、という心配をしながらの営業で、3密防止に注ぎ込むエネルギーは相当なものである。したがって、思いどおりの効率的な収益アップとはなりにくい。ヨーロッパの感染再拡大の経済的影響も不安材料としてある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3か月後まではまだGo To Travelキャンペーンの効果がある。宴会も、新年会は少しはあるかもしれない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンによる効果が結果として出てきているので、今後の収支は改善に向かうのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・このまま新型コロナウイルス感染症が収束傾向に向かえば、Go To Travelキャンペーンによる需要も更に増えると見込んでいます。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染は止まらないが、コロナ禍とはいえ社会が落ち着きを取り戻し、旅行需要が増えてきている。
		旅行代理店（総務担当）	・現状では個人旅行が増えているが、今後は団体旅行も増加していくと予測している（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
		タクシー運転手	・Go Toキャンペーンの効果で多少は客の動きがある。年末にかけて客の動きが増えると思うので、新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、希望を込めて、現状よりは良くなる(東京都)。
		通信会社(経営者)	・販売量が増えもしなければ減りもしないという状況が続く(東京都)。
		通信会社(経営者)	・Go Toキャンペーン等により、人の移動も増えたことや、作業が実施できる物件でアポイントをもらった客に関しては、新型コロナウイルスの影響は余り感じられないため、新型コロナウイルスとの向き合い方が少しずつ変わってきているように感じる。インフルエンザと同時期に拡大する第3波への懸念は残るものの、感染防止に気を配りながらの営業を継続するので、しばらくは現状維持と考えている(東京都)。
		通信会社(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が現状維持なら景気は良くなっていく(東京都)。
		通信会社(社員)	・前月同様、人の動きは出ているし、街中の人出も増加している(東京都)。
		通信会社(経営企画担当)	・案件が少しずつ増えてきているため、更なる増加を期待している(東京都)。
		通信会社(総務担当)	・新型コロナウイルスの感染状況が縮小傾向になりつつあるなか、客側の消費活動の回復が期待できそうである(東京都)。
		パチンコ店(経営者)	・Go To Travel、Eat、Event、商店街キャンペーン等、政府が推進する景気対策が少しずつ景気を引き上げていくものとみている。
		競輪場(職員)	・年末から正月が稼ぎ時の業界なので、必ず上がる。また、こんな時代だからこそ、公営競技で運試しをしたいと思う人が出てくると感じている。業界も昔に比べて新しいガールズ競輪や、7車立てという少人数でのレースを行うことで、より当たりやすい傾向になってきている。ゲーム会社の参入により携帯で簡単に買えるコンテンツもでき、主婦層も増えてきているため、売上はまだ伸ばせると見込んでいる。
		その他レジャー施設 [ボウリング場](支配人)	・今後、新型コロナウイルス感染の大きな波が来なければ、徐々に以前どおりの生活スタイルに戻り、来場につながる(東京都)。
		設計事務所(経営者)	・新しい案件がこのまま動いていく。
		設計事務所(経営者)	・業務量が増えたことにより、多少なりとも上向きになるが、公共工事頼みという状況は変わらない。
		住宅販売会社(従業員)	・年末年始は例年以上の長期休暇となる予想から、住宅の建て替えなどの検討や商談の機会が増える。年始のキャンペーン展開も例年以上に仕掛けていくと思われるので、景気はやや良くなる。
		商店街(代表者)	・商店街の構成メンバーで、最近出店してきた飲食店が新型コロナウイルスの影響を大きく受けたために退店を余儀なくされることが増えてきている。早めの収束を期待しているが、なかなか景気が良くなる方向に向かうのは難しく、不安が残る。
		一般小売店[家電] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響で本当に商品等が動かない。悪い状態が続いており、この先も変わらない(東京都)。
		一般小売店[家電] (経理担当)	・暮れに向かい、テレビの需要期を迎えるが、品薄状態が続いているので心配もある。LED照明も期待できるが、こちらも商品確保が気掛かりである。
		一般小売店[家電] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続く(東京都)。
		一般小売店[文房具] (経営者)	・例年なら季節商材の動きが良くなる10月下旬～年末にかけて売上が伸びてくるが、この2～3か月の来客数が余り伸びていないことなどを考慮すると、大きな売上の増加は見込めない(東京都)。
		一般小売店[文具] (販売企画担当)	・元々、当エリアは昼間は東京に働きに出て行く人たちが多かったが、行かなくなって流出口が減ったために来客数が増えている。当店は様々な施策を行い、売上が伸びているが、周りでは倒産、廃業するところも増えてきているため、廃業等でお金を回収できない客が今後発生するのではないかと感じている。そのようなことから、売上の微増分がマイナスになる可能性を懸念している。

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
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・東京のGo To Travelキャンペーンによってホテルなどに客が戻り、忙しくなることを期待している。会社はテレワークなどで人が出てきておらず、品物が売れない（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・2～3か月先では、新型コロナウイルス感染症の収束に向けた対応などがまだ不明瞭であると思われるため、現状の非常に厳しい景気は続く。冬季が過ぎ、その後の状況が見えてくるまで、全く予断を許さない状況である（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・消費意欲は少しずつ回復してきていると感じるが、雇用状況の悪化、個人所得の減少、商品生産量の減少が見込まれる。景気回復を実感するにはもう少し時間が掛かる（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの特効薬やワクチンが開発され、普及しない限り、現状が大きく好転する材料はない。一方で、Go To Travelキャンペーンの普及など、マインドに関しては着実に上向いているため、大きく悪化する材料も見当たらず、横ばいで推移する（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・インフルエンザの流行により、新型コロナウイルスの感染者数が増えるような気がする。依然として第3波到来があるかもしれないという気の抜けない状況である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・各種Go Toキャンペーンの影響で外食やトラベル関連の需要拡大は予想されるが、海外需要も含め、新型コロナウイルスのワクチンにめどが立つまでは、現状のまま推移するとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・連日、一定数の新型コロナウイルス感染者が発生している状況から、すぐには客の来店頻度は戻らないと想定している。一方で、クリスマスや福袋といったイベント商材には期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしている状況で、Go Toキャンペーンがスタートしたりイベントの人数制限が緩和されたりと、世の中に動きは出てきているが、会食は控える、人が集まる場所には出かけないといった心理はまだ根強くあり、好転は当面期待できない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・今後の新型コロナウイルス感染状況の推移により影響の度合いが変わると思うが、現状から急激に回復することはないと思われるので、今後も変わらない。食品は堅調に推移すると思われるが、アパレルはブランドの廃止、旅行や外出の自粛による衣料品購入機会の減少が影響して不振が続いており、今後も同様の状況が続くとみている。
		百貨店（店長）	・来客数が増えるか減るかは新型コロナウイルスの感染状況次第である。そういう点からも、先が読めない。インフルエンザも高齢者の予防接種無料化により、予約が取れない人も多いと聞いている。売上の大きな11～1月までの商売に影響が出ると、年間ではかなりの打撃となる（東京都）。
		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左右される。年末年始に向けて消費マインドの高まりを期待したいところだが、消費傾向は新型コロナウイルス以前と変わってきており、アパレルは厳しく、食品は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）	・客の買い方を見ていると、広告初日の目玉商品やポイント何倍の日、タイムセールの安価な商品など、価格の安いときやポイントが増えるタイミングなどをうまく使って買い回りをしている様子がまだ多く見受けられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・2～3か月先ではそれほど変わらないと思うが、今の流れでいくと、客が買物を大分控えるようになってきているので、この先は徐々に悪くなる気がする。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響のなかで、3か月後も大きく世の中の生活スタイルが変わることは多分ない。3か月先も現状が続く、来客数は前年を割るが、点数、単価は何とか前年をクリアして、数字の予算達成という形で推移していく。特に、これからは予約制の商材の販売動向を注視していくので、そういった部分を含めて、しっかりと対応していきたい（東京都）。
		スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの影響により内食需要が定着した感がある。特に、高齢者を中心にスーパーマーケット等の食品小売業は安定している。

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（総務担当）	・現状が続く。衣料品、住まいの品に関しては、客の財布のひもが緩む与件はほとんど考えられない状況だが、今まで旅行やそれ以外のことに使っていた分を、家にいる時間が長いために、食品を中心として、家で過ごすための物を多く買っていることがある。一過性の物に関して非常に敏感な客の購買があるので、それを逃すと機会損失が非常に大きくなる。
		スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症がまだ落ち着かない。
		スーパー（営業担当）	・将来的な不安感も手伝って、家庭内で備蓄している分が消化されない限りは、今の状況が続く（東京都）。
		スーパー（ネット宅配担当）	・節約志向が更に高まるとともに、食品スーパーの需要も高まりそうである。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がどのように影響するか不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・前年度比の利幅がおおよそ固定してきており、急激な改善は見込めそうにない（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないというより、分からないというのが現状である。年末にかけてGo To Eat、Travel、商店街キャンペーンがあるが、Go To 商店街はややハードルが高いところもある。地域のプレミアム付商品券等の効果がどれだけ出てくるかと期待はしている。
		衣料品専門店（店長）	・季節が順調に移り変わり、重衣料が売れ始めるシーズンとなり、年末年始に向けて弾みのつく時期だが、新型コロナウイルスの感染第2波が懸念されており、先行きは不透明である（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況で変わってくる。これ以上感染者数が増えないことを願っている。
		衣料品専門店（役員）	・まだまだ新型コロナウイルス感染症収束のめどが立たず、特に、中高年はこれから冬場にかけて外出する機会が減っていくのではないかと懸念されている。
		家電量販店（店長）	・需要を喚起する政策がない限り、期待はできない。しかし、インターネット通販部門は好調を維持しており、物量プラットフォームの構築に更に拍車がかかる。今後は、インターネット通販の比率を高めることがシェア拡大につながる（東京都）。
		家電量販店（店長）	・経済を止めない雰囲気があるので、新型コロナウイルスの感染対策をしっかりとしている小売店であれば、大きく落ち込むことはない（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしており、整備は順調に入っている。販売も3～9月までは悪かったが、10月に入りやっと良くなってきている。このままいくかどうかは不透明だが、今後も頑張っていきたい。
		乗用車販売店（経営者）	・来客数がやや減少しているが、販売台数は前年並みで推移する。
		乗用車販売店（販売担当）	・観光バス、タクシー専門の整備工場や幾つかの支店があった会社では、工場を閉鎖したり支店の何か所を廃止したり売却すると聞いている。観光関連は新型コロナウイルスの影響がある間は良くならない。全体的にも停滞ムードで、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・業界全体で販売量が増える気配がない。
		乗用車販売店（店長代行）	・例年であれば年末のボーナスを見据えて乗換えが多くなるが、今年はボーナスの減額などから買い控えが多くなっており、販売が戻るとは思わない（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・Go Toキャンペーンの影響がある業種ではないため、恩恵を受けられない。そちらにお金を回すので、こちらには回ってこない（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大は予断を許さないものの、7～8月をピークにやや落ち着いてきていること、Go Toキャンペーン等の消費喚起策などもあり、消費マインドの低下も底を打った感がある。しかし、冬場の感染再拡大も懸念されていることから、今後の状況を見通すことは難しい（東京都）。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・年末商戦で多少売上が回復する可能性もあるが、新しい消費の形に変化することでの来客数減少が懸念されることから、景気は余り変わらない（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
		その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・Go Toキャンペーンが継続しているうちは景気も緩やかに回復に向かうと思うが、問題は終了後の反動である。早い段階でどのような対策を打てるかどうかで、その後の動きが大きく変わってくる(東京都)。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(団体役員)	・年末年始の休日延長の話が出ており、天候と新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、今月程度の売上が続くことを期待している(東京都)。
		高級レストラン(仕入担当)	・新型コロナウイルスの感染状況次第なので不確定な部分はあるが、大口利用や宴会が2~3か月で戻るとは思えず、厳しい状況が続く(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・パーティーやケータリングがいつ再開するのか、皆目分からず、今後の景気の見通しも立たない。店の売上はかなり低調で、店員が暮らしていけるかやや不安である。デリバリーが少し入っているが、それほど多くはなく、やはりパーティー等がないとやっていけないような気がしている。
		一般レストラン(経営者)	・3か月後もやはり新型コロナウイルス感染症は収束せず、また、寒い時期に向かって感染が広がるような気がするので、決して良くなるとは思えない。
		一般レストラン(経営者)	・前年から予約をもらっていた12月の忘年会のキャンセル連絡が、前月の終わり頃から徐々に入り始めている。やる場合も半分くらいの人数で開催するというような電話が頻繁に入るようになってきている。恐らく現状のまま好転することなく、暮れを迎えるような気がする(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・最近、忘年会予約の電話がちらほら入っているが、毎年欠かさず忘年会をしている常連からは、やはり会社から宴会をしてはいけないと言われてしまうと聞くので、今年の忘年会はよほど厳しい状態になると予想している(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・先行きの見えない状態が続く(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・新型コロナウイルス感染症が完全に収束しないと、この状況は変わらない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・Go To Travelキャンペーン期間中はある程度販売量も確保できると思うが、終了後は反動による落ち込みが非常に気になるところである。現状でも婚礼や宴会については落ち込みが激しく、特に、宴会は例年の1割程度の売上を確保するのがやっとである。
		旅行代理店(経営者)	・新型コロナウイルスによる影響も緩和されていないし、感染者数も大分増えている。Go To Travelキャンペーンに参加する人はするのだろうが、当社のような末端にまではなかなか届いてこない。
		旅行代理店(従業員)	・冬に向かって新型コロナウイルスの影響がどうなるか不透明である(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	・利益率の高い海外旅行の再開はめどが立たない。前年並みに戻るのは2023年以降といわれており、数年は薄利の国内旅行で耐え忍ばなければならない(東京都)。
		旅行代理店(販売促進担当)	・2~3か月後は12~1月となり、元々旅行需要の少ない月である。海外旅行の状況は変わらないと思うが、国内では引き続きGo To Travelキャンペーンの影響があり、1月までは数字が見込める。また、修学旅行は旅行先や時期の変更等で1月までは数字が見込めるとも考えている(東京都)。
		タクシー運転手	・この頃また新型コロナウイルスの感染者数が横ばいからやや右肩上がりの傾向にあり、客もかなり不安を感じているように見受けられる。今後もしばらくは客が不安を感じた状態のままと思われるので心配している。
		タクシー(団体役員)	・これ以上悪くはならないと思うが、景気が上向く要素も感じられない。
		通信会社(社員)	・マイナスを取り戻すための策について検討している(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・年末にかけては、新型コロナウイルス感染者数の増加も予想されるため、大きく改善するとは考えにくい。
		通信会社(営業担当)	・携帯電話を軸とした競合他社との攻防は激しさを増しており、一進一退が続く。
		通信会社(局長)	・今後提供するサービスによっては契約数が伸びる余地はあるが、現状では不確実性が高いので、変わらないと回答するより他はない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・良くなると思える材料がない。

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（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に抜本的な改善もないなか、このまま横ばいの状況が続くものとみている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、今のままであれば、当面景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で在宅勤務が増え、インターネット接続の需要が増えている。固定回線の提供は毎月定額制のため、需要増に対する設備投資が利益減の要因となっており、値上げをどうするのか検討が必要な段階に入ってきている。
		その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・年末年始に大型イベントを誘致できれば良いのだが、新型コロナウイルスの感染状況がどうなっているかは不透明である（東京都）。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（営業担当）	・涉外活動のなかで、法人客から「今年度は社内レク中止。個人での飲み会や懇親会も4人以上は禁止している」との声を聞くので、3月までは横ばいが続くだろうと覚悟している（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のせいで良くなる気がしない。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスのワクチンや治療薬ができる等、何か大きく変化がない限り、このままの状態が続く（東京都）。
		設計事務所（職員）	・今冬の新型コロナウイルス感染対策によっては、社会全体としては下向きになることが予想されるが、現時点では平行線である（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	・早く新型コロナウイルスの感染が収束しないと景気は戻らない。特に、このようなときこそ、経済波及効果の大きい住宅が売れるような対策を必要としている。住宅ローン減税については、今年中の引渡しが条件だったが、2年延長されるようである。その他の住宅関連策も期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数はそんなに変わらないので、そのまま続くとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・この先も大きく景気が良くなったり悪くなったりはしないと思うが、少しずつ上向きに推移するように感じる。今は仕入れが重要で、6～8月の仕入状況をばん回しないと今後の販売に影響してきてしまうので、大切な時期である。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量に大きな変化がないことから、売上、粗利にも大きな変化はない。
		その他住宅[住宅資 材]（営業）	・前々年、前年と同レベルまで回復する状況にはまだ至っていない。実際の仕事量はあるが、フル稼働までは時間が掛かる（東京都）。
		商店街（代表者）	・世界の新型コロナウイルス感染状況を見ていると、寒くなると第2波的なものが起こっているように感じる。これから寒くなっていくと、東京の感染状況は悪くなる可能性がある。飲食を中心に忘年会、新年会需要が見込めないと、良くなる要素は少ない（東京都）。
		一般小売店[家電] （経理担当）	・これから年末にかけて売れる商材が探せない。新型コロナウイルスの影響で外を出歩かない人が多いので、家の中で使う商材を探して売るしかない。
		一般小売店[家具] （経営者）	・この先の景気は決して良くはならない。客の所得が減ってきていることと、新しい物を買うというより現在使っている物を直したりして使い込んでいく方向に向いている感じがあるので、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
		一般小売店[米穀] （経営者）	・年末年始に向かうが、新型コロナウイルス感染状況に不安を感じているため、余り景気が良くなるとは思えない（東京都）。
		スーパー（経営者）	・競合店同士の競争が激しくなっている。
		スーパー（経営者）	・このところ来客数減、客単価上昇の傾向が続いている。新型コロナウイルス感染症は収束しそうもないので、11月も変わらない。12月は、8月を参考に考えると帰省客が減ると思われるので、景気はやや悪くなるのではないが。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、日々の食生活に限っては、より安価な物へと志向が傾いている（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・年末に向けての帰省等は少なく、家族で過ごす安・近・短の年越しとなることが予想され、数量の減少は避けられない。

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
		コンビニ（経営者）	・今年新型コロナウイルスの影響もあるし、大きなスーパーが1店開店し、そちらに客が集まっているため、良くないと予想している。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響もあるし、世界や日本経済が非常に迷走しているので、なかなか難しい。
		コンビニ（経営者）	・求人を見せなくても応募が多くある。週に4～5日働きたいと言うので理由を聞くと、今まで勤めていた先でも働けないだとか閉店になったからということで応募して来ている。やはり景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、例年に比べて自動車よりレジャーや旅費にお金を使う傾向が客との話からうかがえる。
		住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルスの影響により、景気回復はまだまだ見込めない。半年以上は戻らないのではないかと。
		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関連商材の売行きが減ってくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・冬のボーナス減額など購買マインドが上がる要素がない。Go Toキャンペーンも、気候が寒くなり、新型コロナウイルス感染者数の増加等、ネガティブな要素しかなく、刺激策が必要である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・今の予約状況から、年末の予約は期待薄である。年越しがこれからの1つの目安になる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・倒産や廃業、休業はもっと多くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・10月はまた落ち込んでいる。サラリーマンがタクシーに乗らなくなっているため、回復するのは難しい。これ以上は悪くならないでほしいという期待を込めての回答である（東京都）。
		タクシー（経営者）	・政府の支援次第で良くもなるし悪くもなる。このままの状況であれば、悪くなっていくような気がする。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの影響があるので今後どうなるかは分からないが、2～3か月後になると観光のトップシーズンを若干越えるので、やや悪くなる（東京都）。
		美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスの感染が収束してほしい。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・外部生からの問合せでも対面授業を気にする生徒が多く、ちゅうちょしているような状況なので、なかなか厳しい。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する不安感が拭えない。ますます買い控えをし、単価が上がらず、ましてや増収など見込めない。
		設計事務所（経営者）	・現状、一般の客から設計の仕事を受注することは非常に難しく、またそれは不可能と感じている。取引企業自体が揺らいでいる状況で、新しい商売、営業を展開しているところの設計を受注することも大変難しい。当社では何とか行政の仕事を取ろうということで営業を展開している。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で今後の見通しは非常に暗く、なかなか良くなる見込みはない。公共施設に関する予算も、やはり新型コロナウイルス感染対策に相当つぎ込まれているようである。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・今のこのような状況が今後も長く続くと思われるので、当社としては仕事の幅を広げて対応していきたいと考えている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・3密を避けての商売は、現状の人員費や賃料では成り立たない。
	×	一般小売店〔印章〕（経営者）	・国会で出ている印鑑不要論について、どこまで印鑑が不要でどこからが必要なのかということを確認してもらいたい。特に、行政改革担当大臣はそういったことの詳細をはっきりと示す義務があるのではないかと。印章に携わっている人間としては非常に不快で、印鑑全てが不要だということはずり得ないと考えている。
	×	コンビニ（経営者）	・次第に新型コロナウイルスの影響が出てきている（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・年内は新型コロナウイルスの特効薬やワクチンの供給は期待薄のため、客の行動意欲、購買意欲が低いままで推移する。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・本当なら10月～年末に掛けてが一番売れるのだが、今年は商材に恵まれないことや、新型コロナウイルスの影響で飲食店が不振なこともあり、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
	x	一般レストラン（経営者）	・当店のような小規模な飲食店は、今後何かしら対策を打ち続けてくれないと、恐らく維持することが難しくなる。実際に周りでは潰れている店もたくさんある。国や政府で何とかしてもらえないものか。
	x	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・来客数の回復が緩慢であり、かつ低位安定の傾向も出てきていることから、当方の内部体制の見直しが進むまでは、業況の回復は見込めない（東京都）。
	x	旅行代理店（従業員）	・現在受注済みで実施をしている学校遠足も、2～3か月先はほぼなくなる。団体旅行を取り扱う中小旅行会社は事業継続が困難、若しくは事業の断念が視野に入っている。
	x	タクシー運転手	・年末に入っても新型コロナウイルスの感染者数が減少に転じず、ワクチンもまだできないことなどから、忘年会の変化がうかがえるので、例年ほどの利用客数は見込めない。したがって、景気は良くならない（東京都）。
	x	タクシー運転手	・先が見えない状況が長く続いている。密になる飲み会も少ないようで、今年の忘年会は恐らく期待できない。1つ心配なのは、マスクをしないでタクシーに乗る客が目立つことである。もちろんマスクをするように伝えている。
	x	通信会社（管理担当）	・前月と同様に、回復は限定的である。
	x	ゴルフ場（従業員）	・Go To Travel、Go To Eatキャンペーンで表向きは各地に活気が出てきているように見えるが、国の財政、企業の財務力などは悪化している。それが、先々の景気回復、経済の安定につながるものが疑問である。新型コロナウイルス感染者数も更に増えてしまうのではないかと。
	x	ゴルフ場（経理担当）	・一部のゴルフ場においては、新型コロナウイルスの影響による財務状況の急激な悪化と先行きの不透明さを受け、会員に対して年会費やプレー代金を臨時で値上げするなどの措置を講じているところもみられる。コロナ禍のなか、長期的なゴルフ需要やコスト構造がどう変化し、その影響が今後数年に渡ってどのように変遷するか不透明な状況下で、設備の維持管理に不可欠な設備投資であっても、特に慎重な姿勢で臨まざるを得ない。
	企業 動向 関連  (南関東)		-
		食料品製造業（経営者）	・Go To 商店街に応募し、採択されれば、客を集められると期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月までは受注量が多いが、1月は大幅に減る見通しである（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注件数、受注額共に前年5～9月期の目標に対して、5月の達成率は62%であり、以降毎月前年同月比で4～10%売上が伸びている（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・繁忙期になり、物流も増えて上向いてきているので、収益も伸びると予想している。
		通信業（広報担当）	・冬場の新型コロナウイルス感染再拡大の懸念はあるが、徐々に正常化していく見込みである（東京都）。
		金融業（支店長）	・Go To Travelキャンペーンの効果も出始めており、人、物、金が動き始め、経済は徐々に回復する。
		金融業（役員）	・不動産業は在宅勤務やテレワークへの移行に伴う需要増加、在宅勤務ができる間取り確保のためのリフォーム、シニアフロント地区の不動産需要増加もあり、活況が続く見込みである。観光業については、今後のインバウンド集客が大きな課題となっている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・政府による経済対策予算の執行に伴い、関連案件が動き始めている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注や問合せ件数などが増えてきている。
		食料品製造業（経営者）	・現状はかなり回復してきているが、これ以上はしばらく難しいと感じている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は景気が良いといったが、行政改革担当大臣の発言を受けてはんこ不要論が飛び出している。現場では法人関係は横ばいかやや上向きと感じているが、個人の仕事に関するはんこ需要は非常に少なくなるのではないかとみている。はんこ不要という流れが変わってほしい（東京都）。
	化学工業（従業員）	・例年であれば年末を控えて受注が増加するのだが、今年はどうも悪い。アジア向けの受注は大分新型コロナウイルスの影響以前に戻りつつある。	

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
		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激減した化粧品容器の受注が底入れした感じはあるものの、回復する見通しはなかなか立たない。クライアントや同業他社も状況は同じである。
		金属製品製造業（経営者）	・メインの取引先が良くなる要素は見当たらない、しばらくはスポット的な受注でしのぐ状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、この先も今と同じような受注内容である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・正月休みを延長する話が新型コロナウイルス感染症対策担当大臣から出ている。そうでなくても稼働日数が少なくなっているのに、これ以上減ったら中小企業はどうすればいいのか。その提案は大企業限定にしてもらいたい（東京都）。
		建設業（従業員）	・状況は特に変わらない。
		輸送業（経営者）	・販売量が前年より3割ほど減ったままである（東京都）。
		金融業（従業員）	・Go Toキャンペーン等の景気対策が話題となっているが、飲食店等からは、一番苦しい時期は脱したものの今後も厳しい経営環境が続くという声もあり、地元での期待感は大きくないように感じられる（東京都）。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数、特に東京の数が依然として減らないので、飲食店や病院、特に歯科などは大きなダメージを受けている。新型コロナウイルスの感染を抑制していかないと景気回復は難しい。
		金融業（総務担当）	・現在は各企業に新型コロナウイルス関連の融資が入っており、ここ3か月くらいは資金繰りに余裕ができていたため、倒産件数は減少しているが、売上が元に戻っているわけではないので、将来的には不安が残る。Go Toキャンペーンがいつまで続くかわからないが、新型コロナウイルスはまだまだ続くとなると、景気回復までは時間が掛かる（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・本格的な冬に向けて、新型コロナウイルスの感染再拡大があるかないかで様子が変わってくるため、今はまだ先が読めない（東京都）。
		税理士	・米国の景気は大統領選挙の結果によってがらりと変わる。どちらの候補が勝つかによって、日本への対応等も全然変わってくるので、先行きは分からない（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	・冬に向かって新型コロナウイルスの動向が懸念される。
		税理士	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続き、景気が上向く要素は見当たらない。新しい生活様式に慣れつつ、感染予防をしながらの日常になる。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働状況が変わる兆しが見えず、しばらく低空飛行のまま現状維持が続くものと思われる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状維持で推移するとみている。
		化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が収まらないため、冬季におけるイベントや行事が盛り上がりせず、販売促進ツールの低迷が続くそうである。
		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、これから全体の動きが悪くなるような情報が多い。この先少しずつ景気は悪くなっていく。
		金属製品製造業（経営者）	・一時的に戻ってきてはいるが、新型コロナウイルス感染症が収束したわけではなく、まだまだ先行きが不透明で、これ以上良くなることはない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・今月は一時的に回復したが、来月から前年比約20%ダウンとなるため、固定費の大幅な削減を行わないと存続にかかわる事態になってきている。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・とにかく新型コロナウイルス感染症が収束しないことには何も動かないのではないかと。特に、ハンドバッグ関係などは真っ先にその中に入っている。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染状況の悪化が予測される（東京都）。
		建設業（営業担当）	・一時的な補助金等にて動きが出ているが、全体的な動きにはつながっていないように感じる。そのため今後は更に厳しくなる。
		不動産業（経営者）	・家賃支援給付金の振込案内のはがきがたくさん来るが、これだけ売上50%の会社があるということは、相当冷え込んでいる。新型コロナウイルスの収束を祈るのみである（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
		不動産業（総務担当）	・出勤率低下の常態化によりオフィススペースの一部解約が続く状況にある。また、飲食テナントは新規の出店希望者が全く現れず、空きスペースが埋まる見通しが立たない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスのワクチンが特効薬が普及しない限り、良くなる見込みはない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金の時間当たり1013円で契約している既存契約の現場の社員が退職した後の募集単価は、人手不足もあり最低でも1250円、最高で2000円となるので、逆ザヤとなる。契約の値上げはペンディングで、解約するにしても時間が掛かる（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・毎年行われていた新年の企業総会などが中止となり、撮影、編集などの仕事が減り、良くなる要素がみられない（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年内はこの状況が続くとみているが、繁忙期の案件がないと考えると、大きな打撃になる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・年末にかけての受注量が少ない。取引先にもまだ余り先の予定は入っていないとのことである。新型コロナウイルスの影響で、営業には来ないでほしいという話が出ている。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がいつ収束するか分からないので、経済は不透明である。なかなか良くなるのではないかと。
	×	建設業（経営者）	・経済が止まり、動き出すまでに時間が掛かり過ぎたことと、新型コロナウイルス後の新しい働き方改革で年収が減りそうなので、悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・公共、民間共に案件がない。新型コロナウイルスの影響で様子見というのがあるが、先が見えないので厳しい。
	×	輸送業（経営者）	・現在、年末年始の行事や会合の多くが縮小や中止となってきたので、景気への悪影響が懸念される（東京都）。
	×	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症の問題は長引く（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が拡大している（東京都）。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・長期募集は前年比60%程度だが、短期間の募集は増加傾向にある。向こう3か月の就業希望者のあっせんは充足できる見込みである（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・派遣社員の求人数はある程度回復傾向にある。一方、人材紹介の求人数は月間1万件強と前年割れで、低調に推移している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・年末年始の繁忙期に向けた短期の人員依頼が増えている。インターネットショッピング関連のセールによる物流増のほか、セット組み増による物流加工作業の需要も増えている。
		職業安定所（職員）	・求職者の状況が上向きになっている傾向がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・底を突いた感はあるものの、まだ上昇気流は明確になっていないようである。多少の揺れはありそうだが、まだ不透明である（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・年末を挟むので難しいところだが、変わらないか、やや良くなるの間くらいだと思われる。年明けの求人増加に期待しつつ、年末は様子を見ることになる。世の中が大きく変わらない限り、求人数の大きな増加や動きは望めない。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス禍に皆慣れてきて、少しずつ人材が流動化しているように感じるが、まだ動きは少ない。景気が悪化する要素があれば、すぐにでも悪くなる（東京都）。
		求人情報誌制作会社（所長）	・12月は最も悪くなる上に、1月は例年のように期待はできない。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響により、求人提出を見合わせている事業所が依然として多く、また、全体の求人数は前年比でみると数か月減少が続いている。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスのワクチンが流通しない限り、以前の生活様式には戻らない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・求職者数、求人数、就職者数の減少に歯止めが掛かっている感はあるが、いまだに新型コロナウイルス感染症収束が見えず、先行きが見通せない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・就職環境は厳しくなると思われるが、学生には実感がないようである（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス収束のめどが立たず、先が見えない（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
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内だけでなく、全世界的に不安要素が多く、今後もしばらくは様子見である（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）	・雇用調整助成金の給付終了に伴い、各企業のリストラが更に加速されることが懸念される。既に来年度以降の業務の仕様変更、ポストや労働時間の削減について要請が来ている。来年3月末で一旦区切りとなる契約は、受託金額の見直しもあり、今後厳しい状況になると予想される。新規案件については話はあるものの、2年後、3年後の話であり、足元の景気は厳しくなる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・継続的な新型コロナウイルスの影響に対する施策を打ち出せるとは思えない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年なら秋以降は繁忙期になるが、今年は新型コロナウイルスの影響もあり、求人数は減少している一方で求職者数は増加しており、需給バランスが崩れてきている。各企業の業績低迷に伴い、欠員補充、繁忙対応で派遣社員を利用する企業が減少している（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・再就職支援の問合せが徐々に入ってきている。大手企業を中心に、2021年3月末をめどに早期退職制度を活用していくのではないかと予想している。
	×	人材派遣会社（社員）	・求人数の悪化と入れ替わるように、行政関連からの委託業務が増え、何とか求職者をそちらへ流し込んでいるが、それも来年以降の継続性が不明確なので、求職者は不安を抱えている。大型の業務委託がなくなり、民間企業の採用意欲が戻らなければ最悪の事態になる（東京都）。
	×	人材派遣会社（支店長）	・採用を抑制する企業が増える傾向は変わらない（東京都）。

#### 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（支配人）	・Go To Travelキャンペーンに加え、様々な地域限定クーポンや独自プラン等の効果で、順調に宿泊予約が入ってきている。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスに対する政府の経済支援策も功を奏していることから、新しい日常の経済体制が確立されてきている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・ホームページを見てくれる件数も増えてきている。また、朝晩寒くなり気温の変化も大きくなっている。依頼に来る高齢者は、新聞広告の切り抜きを必ず持っているという状況なので、良くなる感じがしている。
		商店街（代表者）	・Go To事業と新型コロナウイルス感染拡大とのバランス次第で、どちらに転ぶか読めない。宿泊関連の予約状況を聞くと年明けまでは期待できそうである。
		自動車備品販売店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンなど、地域活性化の動きもあるため、やや良くなる。
		その他専門店〔貴金属〕（営業）	・以前ほど、新型コロナウイルスを気にしない人が増えたようである。
		高級レストラン（経営者）	・コロナ禍のなかではあるが、外出や消費の動きが感じられるようになってきている。
		一般レストラン（経営者）	・市の補助金を使って宣伝活動を行っている。Go Toキャンペーンによる客の増加を期待している。
		スナック（経営者）	・少しずつだが良くなってきているので、このまま推移してもらいたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・Go Toキャンペーンが大きくプラスの効果をもたらしている。新型コロナウイルスの感染リスクは増加するかもしれないが、10月からのGo To Travelの東京解禁後からは、各段に動きが増えており、個人利用はまだ伸びる気配を感じる。後は法人、団体利用によるところが大きいので、そちらの動きが出てくれば、コロナ前の前年実績を大きく超えるのではないかと。
		通信会社（社員）	・県内の新型コロナウイルス感染者数も落ち着いており、街なかでの動き等をもみても、自粛イメージはない。今のところ、マイナスになる要素はなさそうである。

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
		観光名所（職員）	・我々のような観光事業は、国や自治体のキャンペーンに随分助けられたと感じている。ただし、インバウンド客の多かったスキーシーズンは、どうなるか不透明である。
		ゴルフ場（経営者）	・地元ゴルファーの多い地方のゴルフ場だが、新型コロナウイルス対策をしっかりとし、安心してプレーできる環境にしている。売店商材も、秋から冬への健康的な野菜や果物を中心に販売し、好評を得ている。
		商店街（代表者）	・今の小売店をみていると、いつ景気が昔のように戻るかは、一つも読めず、半分諦めている。このままだと何とか生き残る形を考えなければいけない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・振興券等の施策により、商材の動きは出てきているが、施策によるところが大きく、その後は再び厳しい状況になると予想される。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・客の消費意欲を起こさせるために、プレミアム付商品券等を早く発行してほしい。
		百貨店（営業担当）	・コロナ禍のなかで、少しずつ消費は動いてきてはいるが、今までのように戻る可能性は非常に少ない。これからも現状の低空飛行が続いていく。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況が読めないため、先は見通せない。
		スーパー（経営者）	・フランスでも再び外出制限が出されており、日本も同じことが起こるのか心配である。新型コロナウイルスが早く収束してほしい。
		コンビニ（経営者）	・前年の売上より増えるということではなく、横ばいか若干下回るくらいだと思うので、その辺りを加味して変わらないと判断している。
		コンビニ（店長）	・今後、地域のプレミアム付商品券が使われるようになるが、それでようやく前年並みを確保できるかどうかの状況だと思うので、余り良い方向には向かっていない。
		衣料品専門店（経営者）	・簡単に景気が戻るとは思えない。
		家電量販店（店長）	・景気の低迷を感じており、当面改善が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・冬季に向かい、新型コロナウイルスの脅威が残るなかでは、現状からの大きな改善は見込めない。
		スナック（経営者）	・間もなく忘年会シーズンに入るが、今年は恐らく異例の状態で、大人数での飲食等もないだろうし、ほどほどで余り見込めないと思っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月が良かっただけに、11月もこの勢いで同じくらい伸びるとみている。ただし、10月を上回ることはないと思っている。いまだに法人宴会、一般企業の動きが鈍い。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスがどうなるかによって、この先は変わると思うので、今のところは分からない。現状が続いていくのではないかと。
		通信会社（経営者）	・年末年始まで現状が続くと、厳しい状況に変わりはない。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・インフルエンザの流行時期にもなり、感染予防対策はしっかり取らなければならない。Go Toキャンペーンなど景気回復策も出てきているが、厳しい状況はまだしばらくは続くと思われる。
		設計事務所（経営者）	・大規模物件も幾つかあり、当分は忙しい状況が続くとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・Go Toキャンペーンの効果等により、当地にも観光客が戻りつつあるが、時限的に終わらないよう期待する。
		商店街（代表者）	・先行き不透明では、方針が打ち出せない。
		スーパー（経営者）	・雇用が弱くなっているのが、家計収入の減少が心配である。
		スーパー（経営者）	・Go Toキャンペーンが活発になり、家庭での食事の減少は競争に拍車を掛ける。
		コンビニ（エリア担当）	・小売業としては催事も多く稼ぎ時となるが、新型コロナウイルスの影響や天候不順が多い当県では外出する回数も減り、消費が冷え込むとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・5か月連続で改善しているといわれているものの、客から直接伝わってくる景況の実感は、いまだ厳しい状態にある。

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
		観光型旅館（経営者）	・これから、忘新年会、自治会の慰労会、同級会等、地元の高齢者の団体利用が主となる時期のため、かなり苦戦が予想される。ただし、Go To Eatも始まるので、どのように動くか注目したい。1月まではGo Toの需要があるので、そこそこ期待できるが、2月以降はかなり厳しい。そうかといって、Go Toばかりに頼ってもいけないので、徐々に割引率を下げながら、何か旅行喚起策を実施してもらえたいことを期待したい。
		旅行代理店（副支店長）	・Go To事業の延長や海外旅行の回復がみられない限り、事業終了となった時点で、客の動きは止まる。現在は、今まで自粛していた反動とGo To事業により動きが活発だが、先は全く見通せない。また、地方も新型コロナウイルスの影響で、経営的に厳しい企業が増加しており、旅行への消費を避けるとみている。
	x	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスのため、将来が見通せない。
	x	その他専門店〔酒〕（店長）	・先行きは非常に不透明である。冬に向かうこともあり、個人客はまだ良いが、飲食店や企業等の外部環境が果たして年末に良くなるかという点、そうは思えない。今は良いものの、今後は非常に難しくなるのではないかと。
	x	スナック（経営者）	・今のこの状況のなかで、良くなる要素は1つもない。飲食店などは、全国的に倒産の様子も多いのではないかと。本当に困っている。
企業 動向 関連  (甲信越)		-	-
		食料品製造業（総務担当）	・Withコロナの状況次第という点は考慮が必要だが、業界の最需要期を迎え、てこ入れを図るので売上を伸ばすと考える。
		金融業（経営企画担当）	・政府によるGo Toキャンペーンが徐々に浸透してきていること等を踏まえ、景気は少しずつ回復傾向へ向かうと考える。ただし、本格的に回復するには、新型コロナウイルスのワクチンが開発される等、感染拡大が今以上に落ち着かなければならない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・年末に向け、Go To関連のキャンペーン、各市町村によるプレミアム付商品券等、消費促進対策が実施されることで、イベントや売出等が増えてくれば、現在より良くなる。
		食料品製造業（営業統括）	・業界では各種イベントを考えているが、新型コロナウイルスの影響で、中止や人数制限もあり、従来のような盛り上がりは期待できない。また、酒税増税の影響も心配されることである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・海外需要の回復にばらつきがあることや、新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、先行き不透明感が増しているため、変わらないのではないかと。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年内は現状維持が続くものの、1月以降は落ち込みそうである。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルス収束の展望が見えてこなければ、景気回復にはもう少し時間が掛かるのではないかと。
		金融業（調査担当）	・最悪期からは脱したが、製造業では外需の動向、非製造業では新型コロナウイルスへの不安払拭が、どの程度進むのか。先行きが不透明な情勢が続くため、大きな改善には至らない。
		食料品製造業（製造担当）	・前年の台風の影響も残っており、利益については、原料価格の高騰で非常に厳しい状況のままである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・東京オリンピック関連の受注も見込めるものの、新型コロナウイルス感染拡大の動きと合わせると、見込み大とはいえない。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず、資金繰りが大変である。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	・受注確定している案件が少なく、見通しが付かない。取引先でも景気の悪い話は聞かない。
x	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・多人数での会食の自粛により、人と会ったり会食する機会が減っている。そのため、宝飾品を勧めても、「着ける機会がない」という理由で断られてしまう。この状況が続くと、消費者の宝飾離れが心配である。	
雇用 関連  (甲信越)		-	-
		職業安定所（職員）	・卸、小売業や製造業でも宿泊や飲食業者相手の取引は、新型コロナウイルスによるコロナ禍で不調であったが、今後は宿泊、飲食業の回復により、良い効果が波及されるとみている。

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
		職業安定所（職員）	・コロナ禍が慢性化し、それが日常になってきている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が見通せないなか、今後も厳しい状況が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・企業が1か月に休業する日数は明らかに減少してきているが、求人数が増加しない。ヒアリングを行ったところ、「先行きが不透明なので欠員補充を保留している」という企業も少なくない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・激減が続く求人は、好転の兆しが無い。一部企業は持ち直し始めているが、ごく僅かである。
		*	*
	x	人材派遣会社（営業担当）	・年末ボーナスの支給どころか購買意欲が湧く状況ではないが、ライフライン関連企業等はさほど影響を受けないので、求職者等にはそうした情報提供をしたいと考えている。

## 6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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は来年には収束するのではないかと考える。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス禍の第3波がないことを祈るのみである。
		旅行代理店（経営者）	・来年1月まではGo To Travelキャンペーンの実施が決まっているため、半年は大丈夫だと思う。しかし、その後のことは心配になる。
		商店街（代表者）	・一層Go Toキャンペーンが加速しそうな印象を受ける。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・Go Toキャンペーンの恩恵により景気はやや良くなる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・税金によってGo Toキャンペーン等の施策をやっているため、期待している。
		百貨店（企画担当）	・Go Toキャンペーンや各自自治体を実施する消費喚起策の効果が始めている。具体的にはレストランや食品の売上の前年比が改善している点が挙げられる。反面、気温が下がっているにもかかわらず衣料品の動きは鈍いままであり、全体売上の前年比を押し下げる要因となっている。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス対策に消費者が慣れて来店への抵抗感が薄れてきたように思う。また、Go Toキャンペーンや各種地域共通クーポンの効果が徐々に現れると見込んでいる。
		スーパー（店員）	・Go To Eatキャンペーンのプレミアム付食事券の効果なのか、飲食店の購買が新型コロナウイルス騒動の時期に比べて戻ってきた。
		スーパー（販売担当）	・イベントがたくさんあるため、購買意欲が高まると思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数のマイナス分をまだゼロにはできなくとも、客単価のプラスが上回り、売上高を前年並みにすることは可能と感じる。
		コンビニ（エリア担当）	・地元飲食店とのエリア別のコラボ、エンターテインメント関連のキャンペーン等で来店への動機付けを行い、さらに、生鮮やデリカの商品ぞろえを強化中である。
		コンビニ（エリア担当）	・Go Toキャンペーンの影響により旅行者が多い状況下で、駅前・駅中店舗が引き続き活況となり、売上の伸長が見込める。また、年末年始にも入っていき、旅行者以外にも人の動きが増えるため、新型コロナウイルス・インフルエンザ対策を行いながらとはなるであろうが、来客数の増加が見込めそうである。
		コンビニ（店員）	・クリスマス商戦で少し回復の兆しがある。
		衣料品専門店（売場担当）	・政府による様々な景気回復策に加え、年末年始商戦も行われることから、現状より僅かではあるが回復すると思われる。
	家電量販店（店員）	・来客数が伸びてきている。購買意欲が高まっているように感じる。	
	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響も全く消えており、月単位でも前年比でも販売台数は好調で、新型車効果もあり好調は続くと思われる。	

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
		乗用車販売店（従業員）	・ 全体的な流れや期待感から、方向性は良くなると思う。
		観光型ホテル（経営者）	・ Go Toキャンペーンの追い風もあり、現在よりも良くなる。新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、地域限定クーポン等も購買力につながっており、まだ良くなる状況が続くと判断する。
		都市型ホテル（営業担当）	・ 引き続き良化傾向と思われる。ビジネス、インバウンド需要が回復するまでには少し時間が掛かると思われるが、個人客の利用は続くと思う。
		旅行代理店（営業担当）	・ このままGo To Travelキャンペーンが中断されることなく長期間展開されれば、個人旅行でも積み重ねて数字に表れそうである。
		テーマパーク職員（総務担当）	・ Go Toキャンペーンなどの政策により、来園する客も出てきている。
		美顔美容室（経営者）	・ 10～12月末まで新しいキャンペーンがあるため、少し売上が上がると思われる。
		設計事務所（職員）	・ 景気は今が最悪だと思われるため、今後は上昇すると見込む。
		商店街（代表者）	・ 全く予測が付かない。
		商店街（代表者）	・ 現況が底と考えている。
		商店街（代表者）	・ 今のところ少しずつ動きは出てきたが、2～3か月では余り変わらないと思う。新型コロナウイルスが冬に拡大するとどうなるか分からない。
		商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルスのリスクが解消しない限り難しいと思われる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 現状の傾向はまだしばらく続くと思う。新型コロナウイルスの感染が収まらない限り、外出を控える高齢者は多い。
		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〔生活用品〕（販売担当）	・ まだまだ様子見で買物を控えている人が多い状態が、しばらくは変わらないように感じる。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・ 米国大統領選挙の結果に伴う世界経済の動向や、新型コロナウイルスの影響がどの程度か分からないため、先行きが見通せない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・ 依然新型コロナウイルスの影響は残るものと思われるが、年度末に掛けては引き続き受注量が確保できると見込む。
		百貨店（売場主任）	・ 寒くなり衣料品の売上は増加したが、靴は売上が伸びない。19時を過ぎると店内に客がいない状態が続いている。
		百貨店（経理担当）	・ 引き続き新型コロナウイルスの影響については見通しが立たない。
		百貨店（営業担当）	・ 新型コロナウイルスに対するワクチンができるまで、状況は変わらない。
		百貨店（販売担当）	・ 映画館併設のモール店舗は来客数が増加し売上増加となったが、全体の来客数は100%には戻っていない。
		百貨店（販売担当）	・ 今後の新型コロナウイルスの状況は予測できないが、再びピークが来なければ客足は今よりも伸びてくる。しかし、大幅な回復とまではいかず、ゆっくり徐々にという点は変わらないと考える。
		百貨店（計画担当）	・ 一般客の動きは増えてきていると感じるが、堅調であった富裕層の中で、特に製造業関連の客の需要減少が感じられる。
		スーパー（経営者）	・ 例年であると年末年始は参拝客でにぎわうが、今年是不透明である。
		スーパー（店長）	・ 2～3か月先には年末年始を控えるが、新型コロナウイルスの感染が収まり、皆が元の生活様式に戻らない限り、今の状態はまだ続くと思われる。
		スーパー（店長）	・ 新型コロナウイルスが再びまん延し始めたため、今後も景気が回復する見込みは立たない。
		スーパー（商品開発担当）	・ 新型コロナウイルスの影響は続くと思われるが、売上や来客数に関してはほぼ落ち着いてきたようにも感じるため、現状とさほど変わらないと思う。
		スーパー（販売担当）	・ 密を避けクリスマスケーキやおせちなど内食を少しリッチにするとすると思う。売上が前年比で下がっており懸念はあるが、更に落ち込むことはないと思う。

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
		コンビニ（店長）	・まだ実売にはつながっていないが、Go To Eatキャンペーン、Go To Travelキャンペーンの効果か、少し持ち直してきたように思う。年末に掛けて期待したい。
		コンビニ（企画担当）	・通勤者の数は今の状態が通常になりつつあり、大きく増加することは考えにくい。休日に外出する人は微増程度と思われる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスのワクチンが開発されない限り、景気は良くならないと思う。
		コンビニ（商品開発担当）	・Go Toキャンペーンの恩恵を受けているが実態が不明瞭である。リストラのラッシュが続いており、年度末に企業が倒産すると予想される。新型コロナウイルスの第3波が到来するとまた自粛や冷え込みとなり、不安しかない。
		コンビニ（本部管理担当）	・都心部における新型コロナウイルスの影響からの回復が、今後の景気を左右すると考える。回復の鍵を握るのはインバウンド需要だと思うので、今後、外国人の受入れ再開のタイミングを注視したい。
		コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルス感染の拡大いかによって、移動の自粛などによる影響が想定される。特に、冬季は新型コロナウイルスに加えてインフルエンザの流行も懸念されることから、引き続き注視する必要がある。
		家電量販店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策における政策としてGo Toキャンペーンによる旅行・飲食・イベント等への販促があり、一般的にそちらに金を回す部分があると考えられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスが比較的落ち着いている現在は、観光や飲食はGo Toキャンペーンもあって回復しているように見えるが、寒くなり新型コロナウイルスが活性化してくると、感染者が増加して、また経済活動が抑制される。
		乗用車販売店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンなどで外に出る人が増えたため、板金や修理が増えてはきているが、新型コロナウイルスの関係で、今後の見通しが付かない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス禍の受け止め方には人により温度差があり、全体として積極的な動きになるには、まだ時間が掛かりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・このままの状態が続くと思われる。需要動機が向上するのを待っていても何も変わらない。やはり何らかの具体的なアクションが必要である。
		乗用車販売店（従業員）	・客との会話のなかで遠出をする話題を聞くことが増えてはいるが、大多数の客はまだ慎重である。これがミニバンなどのファミリーカーの売上が上がらない原因とも思える。12月のボーナス時期ではあるが、新型コロナウイルスの影響でボーナスが出ないという声も聞き、しばらくは様子見になると見込む。
		乗用車販売店（従業員）	・冬のボーナスの減額が予測されるなか、客にとって必要な物は買わざるを得ず、今必要でなければ検討もしないというスタンスが確立しているようである。なかなか財布のひもは固く、市場は厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・新規客の契約や販売台数が伸びているが、店によっては厳しいところもある。何ともいえない状況ではあるが、最悪の状況ではない。
		乗用車販売店（営業担当）	・海外生産の商品を扱っているため、10月末現在の欧州の状況から、販売量の好転は見込めない。3月まで現在の状況が続くとみられる。
		住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、商業施設やオフィスの新築、リフォーム等が中止・延期となっている。急に受注が良くなるというような内容の商談はない。来年の様子を見て発注、商談という話が多い。住宅・マンションも同様で動きが鈍い。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンは確かに一時的な効果はあるものの、その後を考えると、まだまだ新型コロナウイルスに振り回される状況が続くと思われる。希望的観測で現状維持を見込む。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比マイナス17.2%、乗客数は前年比マイナス11.4%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（経営企画）	・年末年始、Go Toキャンペーンにより今月に比べると来客数は増加するが、やはり企業を中心に多人数で集まることを避ける傾向にあるため、伸び悩むと思われる。一方、自粛疲れとGo Toキャンペーンにより、客単価の上昇は若干見込める。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けては現状維持になれば良いと思う。新型コロナウイルス騒動で男性の客が多くなったので、少し男性客用の商品も作っていききたい。
		一般レストラン（スタッフ）	・Go Toキャンペーンにより経済環境が改善に向かっているが、新型コロナウイルスの第3波も含む今後の感染動向によると思われる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ワクチンや治療薬が行き届くようになるまでは、同じような状況が続く。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・政府の新型コロナウイルス対策によるGo Toキャンペーンの期間内は、底堅い売上が見込めそうである。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。まだ最低限の需要にとどまっていると思う。
		旅行代理店（経営者）	・個人客のみであるため販売量が少なく、業務量に対しての売上増加が見込めない。
		旅行代理店（経営者）	・観光客や出張者を対象とするビジネスホテルや居酒屋などは依然として回復していない。ターミナル駅前の高層ビルでは飲食店などの撤退後のテナントが半年近く決まっていな。今後も店舗やオフィスの撤退が続き、新たな出店者や企業が現れないと空き店舗や空室が増える。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの第3波がいつ来るかおびえながら、旅行の仕事に従事している。個人旅行が順調に回復してきているが、その予約も第3波が来たら全て取消しとなるので、先行きはまだ不透明な状態が続くと思われる。
		タクシー運転手	・この時期は忘年会等の予約の話をよく聞いていたが、今年は全く聞かない。例年は1番忙しい時期であるが、今年は非常に厳しくなると思う。金曜日は少し人が戻ったように感じるが、まだ夜の繁華街は人が少なく、売上も前年比7割ほどが実状である。
		タクシー運転手	・繁華街の人出は少なく景気が良くなる気配もないため、今の状態が続くと見込まれる。
		タクシー運転手	・客の数が全然戻らない。
		通信会社（営業担当）	・減少した状態での現状維持が続きそうである。
		通信会社（営業担当）	・自粛が続いていた営業の再開による上昇かと思うので、この先は横ばいの状況が続くと思われる。
		レジャーランド（職員）	・今月同様にGo Toキャンペーンの効果が継続するものと期待している。Go To Eventキャンペーンへの参画を予定しているが、諸条件の制限があるため現時点では効果は予測できない。
		観光名所（案内係）	・新型コロナウイルスの動向次第であるが、先行き不透明であるため景気は余り変わらないと考える。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先もこのままの状態で推移すると思われる。入場者数は確保できそうだが、コンペや食事会などの売上は伸びそうにないと思う。
		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が落ち着くまでは良くならない。
		美容室（経営者）	・以前までは12月は大変忙しかったが、新型コロナウイルスの影響により現在と変わらないと思う。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により先の見通しが立たないため、良くない状況が続く。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンが開発されると変わると思う。しかし、まだ分からないため景気は変わらないと考える。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・正直何ともいえない。新型コロナウイルスの感染拡大が抑え込めれば受注は増えるであろうし、その逆であれば、再び冷え込むと想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・横ばい、若しくは若干の悪化が続くと思われる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・企業から設備投資、新築内装工事や大規模リフォーム工事を受注している。

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
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの終息がみえないなかで、できることをやるしかないが、Go To Eventキャンペーンに人々の関心が集中して、家電消費には追い風となっていない。
		百貨店（総務担当）	・冬季ボーナスが減少となる見込みであり、ボーナス商戦やバーゲンセールなどは厳しいと想定される。また、年末年始は混雑を避けようという動きが見込まれ、福袋やセールでの売上確保ができるか懸念される。
		百貨店（業績管理担当）	・ニュースなどで報じられているように、早期退職やボーナスの減少などの影響を受け、客の今後の買い控えが予想される。
		スーパー（ブロック長）	・今後の新型コロナウイルス感染者の予測や収束に向けての動きが不透明である。企業の冬のボーナスにも大きな期待ができず、年末年始の行動にも自粛の要請が出ている。
		スーパー（営業企画）	・今まで外食を自粛していた反動もあり、今後更に内食需要は下がるはずである。
		スーパー（販売担当）	・食品保存商品について、米国からの供給が不安定で機会損失が出ている。新しく需要を喚起できる商品も現れておらず、上昇する材料が乏しい。
		スーパー（総務）	・Go To Eatキャンペーンにより外食が増えている。今後は食品の売上が伸びないと見込まれる。
		スーパー（支店長）	・相変わらず新型コロナウイルス禍の影響には収束の兆しがみえない。前月くらいから少しは回復傾向かと思いきや、再び感染拡大傾向になり、これからまた外出自粛や消費の冷え込みが始まると思われる。
		コンビニ（店長）	・Go Toキャンペーンにより人の移動は回復しつつあるが、まだまだ弱いというのが実感である。
		衣料品専門店（経営者）	・年配者は新型コロナウイルス、インフルエンザの感染を警戒し外出を控えるため、衣料品需要がますます減少すると思われる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・冬になりインフルエンザと新型コロナウイルスの二重感染拡大も懸念されるなか、高齢者の来店が減りそうである。主な客層が高齢者である当店では、売上に影響が出そうである。
		乗用車販売店（経営者）	・欧米で新型コロナウイルスの感染が拡大傾向にあり、国内でも冬場に掛けて感染が拡大すると、消費に大きなマイナス要因となる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響による。この先再度感染が拡大すると思われるため、また景気は悪くなると考える。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・非常に厳しくなる見通しである。
		一般レストラン（経営者）	・生活面の不安から外食費を極端に減らすと思われる。
		一般レストラン（従業員）	・助成金などで忍んでいるが、そろそろ店を閉めるところも増えてきており、長期戦になりそうである。
		都市型ホテル（経営者）	・政府の新しい経済政策次第である。
		都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス次第である。感染者が冬に向かって増えれば悪化する。
		旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンでの受注が終了し、受注の伸び悩みが見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・2月のGo To Travelキャンペーン終了後の予約が入ってこないで、半年～1年前の状態になるのではという危機感がある。海外レジャーに早く出掛けたいと希望を持っている客は山ほどいるので、安心して出掛けられるようになってほしい。安全な国から、PCR検査付きの航空券で旅行を販売するのはどうであろうか。海外渡航ができない以上は国内商品頼みでやっていくしかないで、3か月先が非常に怖い。旅行会社を助けてほしい。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスによる健康不安、それに伴う経済的不安、特定分野にのみ恩恵のあるGo Toキャンペーンなど、社会全体で見れば不安だらけの環境になっているのではないかと。
		理美容室（経営者）	・世の中の景気が下向きになり金を使わないため、良くなれないと思う。
		設計事務所（経営者）	・案件数は相変わらず減少したままなので、不安な状態である。

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
		住宅販売会社（従業員）	・例年、秋枯れと年末に向けて乗客数が少なくなる。税制が毎年年末年始に変わるため動きが鈍る時期に、さらに外出自粛もあり、来場が少なくなると思われる。年を無事に越せるかどうか正念場になる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・給付金の影響がこれまで売上が少しずつ回復してきたが、将来の景気は全く予想が付かず、前向きな材料はない。
		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感染者数が増加していくと、例年よりも悪くなるのが目に見えているので、単価上昇は期待できない。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・例年、年明けは飲食店への客足が遠のく。インフルエンザや新型コロナウイルスのニュースが連日流れると、更に外食は控えられる。
	×	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月後も現在の状況と変わらない。個人の財布のひもは緩くなっているが、ソーシャルディスタンスもあり社会的な人との付き合い方が変わってきているため、全体としての消費は変わらない。
	×	百貨店（経理担当）	・欧米において新型コロナウイルス感染が再拡大しているほか、雇用調整助成金の特例措置の終了に伴う企業の倒産や失業者の増加が、景気回復に水を差すと考える。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・まだまだ良くなる兆しが全くない。
	×	観光型ホテル（支配人）	・そもそも今後2～3か月先は1年で最も売上高の多い時期であるが、それを支える宴会がキャンセル続きでガタ減りとなっているので、景気が悪くなると言わざるを得ない。社会全体の売上の過半数を占める宴会がこの状況では、回復はまだまだ先になる。
	×	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症が終息してインバウンドが戻るまでは難しい。
	×	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス禍の影響が払拭されず、高齢層の客を中心に来客数の減少が続いている。
	×	理容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスが落ち着かないと、どうしようもない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・年越しができるか心配である。これから本当の不景気が来るのではないかと心配している。
	×	住宅販売会社（従業員）	・下請からも、今後の不安を相談されることが増えてきた。
企業動向関連 (東海)		-	-
		食料品製造業（経営企画担当）	・Go Toキャンペーンの効果か、街の人出も戻りつつあるなかで、感染拡大を防止しつつ緩やかな回復を期待するムードが一層高まっていると感じられる。
		化学工業（総務秘書）	・希望的観測もあるが、年内は宴会等を自粛し新年以降は解禁する会社もあると聞く。また、航空会社や鉄道会社の巨額赤字で、人的交流を再開すべきという世論も高まると推察する。手洗いやマスクのお陰で新型コロナウイルスによる死者数は少ない事実も判明しており、感染防止と経済の両立への機運が高まっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて、多少は設備投資の動きがあるのではないかと期待している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍の影響が、この先社会全体にどのような影響を及ぼすか不安がある。一方、通信ネットワークの高速化が求められ、地方ではこのための整備強化に向けて政府から補助金も出ている。大手通信キャリアやケーブルテレビ事業者の一部では、整備計画を策定するなど準備を進めている。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・年内は、Go Toキャンペーンの恩恵がありそうである。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーの生産動向やスクラップ価格が少し高くなっているため、景気は良くなると思われる。
		建設業（営業担当）	・予算を組んでいたが新型コロナウイルスの影響により実施しない方向となった案件が、結局年末までに実施しなければならなくなったため、多少は上向き。しかし、全体としては下がっている状態である。
		輸送業（エリア担当）	・現在の新型コロナウイルス禍における景気のレベルを普通と考えれば、今後何をしていけば商売ができるのかを考え続けると良い方向になるのではないかと、根拠はないがこれまでの歴史の流れから判断する。
		輸送業（エリア担当）	・新しい生活様式により、宅配の需要は伸びていく。

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
		通信業（総務担当）	・年末の景気は良くなると見込む。新型コロナウイルス感染リスク対策が継続されて、日帰り観光などの短期での消費が当たり前に行われるようになっていくと考える。
		金融業（従業員）	・景気が良くなっていると一概にはいえないが、新型コロナウイルスで極端に悪化している状態ではない。景気が良くなる方向に態勢を整え、活力が出てきており、生産性も高めつつ準備しているため、景気が上がっていく期待を持てる。
		不動産業（経営者）	・1月の天候は例年よりも晴れの日が多いという予報であるが、今後も新型コロナウイルス問題の影響が少なからず続くこととみている。また、余計な出費を抑える傾向も継続するとみている。今後も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続くが、少しずつ回復傾向になっていくとみている。
		広告代理店（制作担当）	・Go Toキャンペーンの効果は少しずつ現れてくると思うが、一時的なカンフル剤で終わらないよう期待したい。
		会計事務所（職員）	・予防対策をしながら日常生活を送るなど、消費者の新型コロナウイルスに対する考えが変化してきており、今後は景気も少しずつ回復していくように思われる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・いつまでも閉塞感に覆われていても前進はない。多くの人は心情的に疲れており、どこかで限界点があるかもしれないが、会社を継続させる必要がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・受注量、販売量の動きをみると全般的に横ばいが続き、景気は今と変わらないと見込む。
		化学工業（営業担当）	・現在の受注状況から変わらない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・好不況の業界がはっきり分かれつつある。平均すれば横ばいだが、同業他社でも、一部業界に偏っていると苦しいところが出ている。
		金属製品製造業（経営者）	・見積依頼の引き合いも低調である。引き続き量的に低調な状況が続くと思われる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・再び新型コロナウイルスの感染が広がっており、商談打合せも満足にできない状態である。為替レートも円高に振れており、好転する要素がない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みが変わらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化がありそうな状況ではない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車関係と工作機械関係については増加傾向がみられるが、ほかには横ばいが続いている。今後の新型コロナウイルスの影響や海外情勢により、まだ先行きが不透明である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・新しい仕事が始まらない限り、航空業界は立ち直らないと思う。
		建設業（役員）	・特に良くなる条件はなく、むしろ新型コロナウイルスの状況悪化など不安要因がある。
		建設業（経営者）	・政府の施策がどのような力を発揮するのか予測がつかない。
		輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が収まるまでは、景気の回復が大きくは見込めない。
		輸送業（従業員）	・年内は予測ができない。来年の話も、今年の残り2か月の様子を見た上で考えるしかないのではないかと。
		輸送業（エリア担当）	・当面、新型コロナウイルスで旅客機は飛ばないと見込む。
		金融業（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続くこととみられるため、当面現在の景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・不動産市場での売買は活発化するとと思われるが、成約価格については下降気味となる。
		行政書士	・新型コロナウイルス禍が続けば現状維持である。
		会計事務所（職員）	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンには関心もあり行ってみたいが、人が集まる所へ行くのは怖いという話もよく聞く。毎日の感染者状況をみると、Go Toキャンペーンの影響かどうかは分からないが、少し増加傾向にあるようで、少し行動を広げてみたいがちゅうちょするといった動きを繰り返すと思われ、変わらないと見込む。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・下期に向けて案件のりん議が客先で通るまでは、開発の増減は発生しない。
		鉄鋼業（経営者）	・中小製造業への新型コロナウイルスの影響は、夏場から本格的に始まった感がある。決まるはずだった受注や案件の先行き不安からの延期や消滅は、今後も続きそうである。

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
		金属製品製造業（従業員）	・先行きの仕事量に対する不透明感が強い。必ずしも減るとは限らないが、予定どおりの仕事量が出てこない懸念が拭えない。
		通信業（法人営業担当）	・これから年末に向け、更に厳しさを増す。特に社会的弱者で最も厳しさが増すことが懸念される。底辺で暮らす人々へのこ入れが最も大事であるが、現状からは希望がみえない。今後半年～1年が正念場と感じられ、リーダーシップが求められる。
		公認会計士	・冬に入り、インフルエンザと新型コロナウイルスの両方の影響が出た場合に、現状の政府の施策のみでは持ちこたえられない中小企業が出てくるのが予想される。悪化した貸借対照表は、短期間には回復できない。
	×	食料品製造業（営業担当）	・取引先の受注状況をみても減少しており、閉店も続いていることから、景気回復は見込めない。
	×	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が出ている。現在はこのような状態であるが、まだこの先じわじわと影響するよう見受けられる。経済だけでなく雇用も大変になると思われる。
	×	通信業（法人営業担当）	・政府の施策はどれも経済的な影響力に乏しく、一過性を感じる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の戻りが期待できない。
雇用 関連  (東海)		-	-
		人材派遣会社（経営企画）	・僅かながら需要回復の兆しがある。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣人材について、新型コロナウイルスの影響で受入れを完全に止めていた企業が、少しずつ動き始めている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカー及び関連企業は、ほぼ前年比100%を確保している。11～12月も前年並みを確保できる見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・出掛けよう、消費しようというマインドが復活していると思える動きが、周囲からうかがえる。
		職業安定所（職員）	・年末年始に向けてクリスマス、正月と個人消費を拡大するイベントが控えており、卸・小売業を中心とする景気の拡大に期待したい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて組織体制の整備のため、徐々に採用を検討し始めている中小企業が増加基調にある。
		人材派遣業（営業担当）	・引き続き新型コロナウイルスによる影響は各所にみられると想定する。
		人材派遣会社（社員）	・会食が増えるのはまだ先になりそうである。
		人材派遣会社（企画統括）	・当面は新規の派遣を利用しない方針の企業が多く見受けられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数、採用数の回復基調が現状のまま推移すると仮定しても、新型コロナウイルス発生以前の水準に戻るまでに6か月～1年は掛かる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数、求職者の登録数は底よりは回復しているものの、企業の求めるターゲット層と求職者の層とのミスマッチは、全体的に感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は今後も当面は続き、Go Toキャンペーンなどの経済施策があっても効果は限定的となる。景気全体は、今の悪い状況から変わらないと考える。
		職業安定所（所長）	・前年同期に比べて新規求人数が減少しているなか、Go Toキャンペーンの効果によるものか、宿泊業、飲食サービスの新規求人数が増加に転じた。しかし、新型コロナウイルス禍で、先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響が続く限り、見通しが立たない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比では連続で減少しており、環境は厳しい。
		職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの影響が現在の状況のままであれば、大きく落ち込むことはないが、良くもならないと考える。
		職業安定所（次長）	・新型コロナウイルスの影響による先行きを見通せない状況が継続している。

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
		職業安定所（次長）	・新規求人数の減少傾向が続くなか、前年同月比の減少幅をみると底を打ちつつあるものの、期待されるGo Toキャンペーン関連の求人募集は見受けられず、先行きの期待と新型コロナウイルス第3波への懸念等で様子見の状況が続いている。事業主都合による離職者は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（支社長）	・内需にまだ頼っているため変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・主要客である自動車メーカーでの請負取引は、来年1月からも予算削減に伴う業務終了者が発生する見込みであり、今以上に業務待機者が増える可能性がある。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・製造業を中心に事務部門にも新型コロナウイルスの影響の波が徐々に出てきている。年末までは何とか現状を保っていたところも、年明け以降に社内体制の見直しなどで人員調整を図る企業が増える傾向にある。一方で、通信系など好調な業種については増員もあるため、トータルでは変わらないかやや下回る見込みである。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルス感染拡大による医療機関の営業・経営への影響が雇用にも直接影響しているとみられ、医療系の本学では、例年に比べ内定率が低下している。この状況は、新型コロナウイルスが収束するまでは続くと考えられる。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・欧州での新型コロナウイルス第3波などの影響で、再び世界に失望感がまん延し始めている。

## 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)		コンビニ（店舗管理）	・ステイホームこそ善、外出は悪というような同調圧力は弱まっていくはずである。
		観光型旅館（スタッフ）	・車による移動が可能なエリアからの予約が好調である。Go To TravelキャンペーンのスタートでWebサイトの販売が急速に改善している。1月までは前年を超える予約を保有しているが、2月以降はキャンペーンが延長されるかどうかで状況が大きく変化すると考える。
		商店街（代表者）	・Go To商店街キャンペーン事業に応募しており、採択されれば相応の出入を期待している。冬になると北陸は入出が少なくなるので、効果大である。
		商店街（代表者）	・クリスマス付近の連休がなくなり盛り上がり欠ける年末商戦である。新しい日常生活でどのように展開するか予想しにくい。Go To Travelキャンペーンや新たな美術館の開館で周辺環境は良くなっているため、景気向上に期待したい。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・これから年末に向かい繁忙期に入る。カニなどの高額商品も既に人気となっている。何とか今までのマイナスを少しでも取り戻したい。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・景気の底は脱し、客の購買量なども少しずつだが良くなっているため、期待が持てる。
		コンビニ（営業）	・現状は底から少しずつ回復しているが、新型コロナウイルスの影響により、生活様式は以前とは変化してくると考える。
		衣料品専門店（店舗運営）	・店頭での客の様子を見てみると、購入意欲が徐々に戻りつつあると考える。
		家電量販店（店長）	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの利用が増えてきており、消費が増えてきている。
		自動車備品販売店（役員）	・小売としては大きな影響を感じなかったが、集客が戻りつつあり、例年並みの販売数量に近くなってきている。徐々に回復の兆しが見える。
	高級レストラン（スタッフ）	・Go To Eatキャンペーンが始まるので集客が増えるとみているが、1世帯1冊限定のプレミアム付食事券の県内施策では大きな効果は期待できない。	

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
		一般レストラン（統括）	・12～1月は年末年始とGo Toキャンペーンで、現状ではまだ外出を控えている人々も、特に年末は近場の外出が増えたと見込んでいる。また、米国大統領選で新大統領が決まれば、期待値も含めて株価など証券市場が現状より元気になるとみている。インフルエンザの流行や新型コロナウイルス感染の第3波など不安材料もあるが、それ以上にプラス要素が大きいと考える。
		観光型旅館（経営者）	・1月まではGo To Travelキャンペーンのお陰で、例年並みの売上を確保できる見込みである。ただし、急激に客が増加し、働き手の人手不足が鮮明になってきている。客室が空いていても、人手の問題で受入れを断らなければならない状況である。
		旅行代理店（所長）	・新型コロナウイルス禍の警戒感が強く、幅広く旅行する環境にないが、徐々に自粛緩和のムードが出始めることで需要が拡大していく。
		タクシー運転手	・これからの観光客に期待できる。また、年末に掛けて何かと外出の機会も増えることから期待ができる。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦及び新商品の発売により、販売数は増えたと見込んでいる。また、総務省が提案している料金の割引が始まれば、来客数自体が増えたと見込んでいるため、そこから販売につながると考える。
		通信会社（役員）	・年末の商戦期を迎えるに当たり、新型コロナウイルス感染拡大の影響がなければ、放送、通信共に契約数が期待できる。
		テーマパーク（役員）	・Go To Travelキャンペーンが1月まで実施され、現在は期間延長という報道もあり、客の旅行需要の動きは段階的に増えていくのではないかとみている。ただ、冬場の新型コロナウイルスの感染状況に対する不透明感があるとともに、団体やグループ客が戻るかどうかで左右される部分がある。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの終息を期待し、客の動きに変化がみられると考える。
		住宅販売会社（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いてきた感覚があり、年末及び年度末に向け、購買意欲の向上に期待が持てる気配がある。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響次第で良くも悪くも変化する。飲食関係への若者の動きは若干増えているようだが、団体客の増加にはまだまだつながらない。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・オフィスの新規需要要件が少なく、目標値達成には程遠い状況である。
		百貨店（販売担当）	・Go To Travelキャンペーンでの県民の旅行需要を期待したが、県民性なのか特に周囲への新型コロナウイルスの影響をかなり気にしており、現時点では活発な旅行は控える傾向である。また、都会からの旅行者の動きはまだ少ない。一方、気温低下とともに前年の暖冬で買った商品の購入が増加することにやや期待でき、持ち直す可能性がある。しかし、外出が少ない今年の状況を考慮すると大きな期待は持てない。
		スーパー（店長）	・現状で来客数の動きに大きな変化がない以上、年末も期待はできない。ただ、内食化傾向や巣籠り需要に対応し、家で食べるごちそうの提案に期待をもちたい。
		スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスが終息に近づかない限り変わらない。
		コンビニ（経営者）	・良くなる兆しは見えない。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの終息がみえないため、前年比で10～15%減少という、最悪期からは回復した今の状態が続くとみている。来客数や販売量から新型コロナウイルス発生前に戻ることはあり得ないと感じており、今はこの状況でいかに経費を削減し、うまく立ち回るかを考えている。前年比90%程度で頭打ちとなって1か月以上がたつ。恐らく現在の状況が続くと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・映画や様々なキャンペーンで人出が増えていると感じるが、衣料品の売上には直結していない。
		家電量販店（店長）	・暖房商品のメインがエアコンになりつつあるため、売上の横ばいをキープできそうである。

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
		乗用車販売店（経営者）	・Go Toキャンペーン等で人の動きが多いとの報道があるが、地方都市では大きく変化したという印象は余り受けない。しばらくは人の動きが変わらず、景気もまだ変化しないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況により、先行きに対する不透明感は否めない。
		住関連専門店（役員）	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響は大きいと考える。経験したことのない冬季になり、これまで以上に外出自粛が意識されると考えるため、この先の不透明さは以前と変わらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかくこれ以上悪くならないことを期待し、変わらないと回答する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・直近では県内で新型コロナウイルス新規感染者の発生がなく、Go Toキャンペーンの施策などもあり、外出自粛の雰囲気緩和されてきたのか、身近なエンターテインメントは復調しているようである。しかし、旅行や遠方への外出などの需要は依然として回復していない。
		一般レストラン（店長）	・観光客が増えているが、Go Toキャンペーンの効果がいつまで続くか疑問である。夜のアルコールを伴う食事需要がなかなか戻らず、特に10名以上の会合等の会食がない状態が続く、目に見えての回復は望めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・様々な施策を行っているが、Go To Travelキャンペーンの効果は限定的で、レストランのグループ利用はほとんどなく、宴会部門も昼の会合だけで宴会はほとんどない状態である。3密を避ける新型コロナウイルスの状況下では売上の回復は見込めない。
		タクシー運転手	・宿泊を伴う県外出張者が少ない。夜の繁華街では、店によっては平日に曜日を決めて休みを取っている状態がまだ続いている。
		通信会社（職員）	・販促キャンペーンを再開できる風潮となったが、Go Toキャンペーンで外出する機会が多くなったせいか、客足がそれほど伸びてこない。
		通信会社（営業担当）	・新機種発売の問合せは多いが、大きく変化するとは考えにくい状況である。
		通信会社（店舗統括）	・新機種は出たが、これは一過性のもので、継続して上向きになるとはみていない。
		パチンコ店（経理）	・当地では新型コロナウイルス感染者の発生が落ち着いてきており、第3波の兆候が出てこなければ現状で推移すると考えるが、良くなる要素は見当たらない。
		競輪場（職員）	・県内の新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせており、来場者数の推移にも大きな上下がなくなっている。
		百貨店（売場主任）	・各企業の決算発表で赤字が続出しており、ボーナスの支給に影響が出ると見込んでいる。この影響を受ける年末年始商戦の見通しは更に厳しくなると考える。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染防止の動きは続くとみられ、年末年始に向けての帰省を中心とした動きは分散、若しくは自粛傾向になるとみる。食品や住関連の必需品に動きはあるが、取引先の商品投入状況も含めてアパレルを中心とした百貨店の回復は見込めないと考える。
		スーパー（店長）	・政府の消費喚起策が打ち出されているが、先行きが見えないなかでの回復は見込めない。
		家電量販店（本部）	・現状では新型コロナウイルスの影響は少なくなってきているが、ボーナス減少などのニュースがあり、今後は厳しくなっていくと考える。
		乗用車販売店（役員）	・海外では新型コロナウイルスの第2～3波の感染が収まらず、政府が予定している外国からのビジネス客などの受入れにより、国内での感染拡大が避けられないと考える。
		スナック（経営者）	・やはり新型コロナウイルスの状況次第である。このままの生活様式が当たり前になり、元の生活に戻らない状態では、当店の存続も時間の問題だと考える。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・寒くなって、新型コロナウイルスに加えてインフルエンザ流行のシーズンになり、来館等を控える人が多くなることを危惧している。

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
	x	美容室（経営者）	・現在、消費者はかなりいろいろなプレミアム付振興券を使って支払をしている。消費者の財布の中の振興券が少なく、新型コロナウイルスの第3波が懸念される年末の景気が心配である。
		住宅販売会社（従業員）	・経済活動は新型コロナウイルス発生前にはなかなか戻らないとみているので、良い方向には向かないと考える。現在客層の中心となっているのは、安定した職業の20～30代前半の年齢層である。客層が厚くないのでますます厳しくなりそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの状況と、それを踏まえた社会及び経済の動き次第である。
		スーパー（店舗管理）	・賃金が減っている業態が多いため、幾ら地域振興券やキャンペーンを打ち出しても、それすら購入できない世帯も多い。また、追加販売などの影響で事務作業の手間だけが増え、実質の売上につながっていない。
企業 動向 関連  (北陸)		金属製品製造業（経営者）	・受注が回復しつつある。
		繊維工業（経営者）	・10月以降から12月までの先行きの見通しがついている。また、これから1月に期待しているところである。
		化学工業（総務担当）	・この先、受注量が増加する予定である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車メーカー向けの需要は引き続き順調に回復しているが、国内の設備投資にかかわる需要は以前より鈍化してきている。一方、輸出に関しては北米、中国の自動車関連向けは堅調に回復してきているが、ASEANを中心とした新興国向けは、回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		金融業（融資担当）	・前年比ではマイナスが続く可能性が高いが、クリスマスや正月等の季節需要や商戦がある。また、新型コロナウイルスによる、巣籠り需要など新たな商品の需要が生まれる可能性があり、現状よりは経済に活気が出ると思う。
		食料品製造業（経営企画）	・新型コロナウイルス禍の下で年末年始の需要期を迎えることになるが、それを意識した作戦の結果がどう出るか予測できないのが本音である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・日本やアジアの新型コロナウイルス感染状況は落ち着いてきており、経済活動も少しずつ回復基調にある。世界規模では欧米を中心に感染拡大が今後も当分続くとみられ、本格的な回復にはかなりの時間を要すると考える。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧米で新型コロナウイルスが再び感染拡大している状況で、設備投資意欲が高くなるとは予測し難い。
		建設業（経営者）	・年末に向けての工事の発注が例年並みとみられ、現状と同水準で発注されると考える。
		輸送業（役員）	・新型コロナウイルスによる不透明感がある。
		通信業（営業）	・業種により異なるが、現状では各種補助金の活用等により、投資意欲は一時的に回復傾向である。しかし、各企業の売上高が上がらない限りは長続きしないと考える。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・10月の折込売上は前年比マイナスではあるが、前月よりやや落ち込み幅は減少した感がある。今月の売上は、県知事選の追い風や通信販売の県内での出稿率が高かったため落ち込み幅が減少したとみている。一時的な要因のため景気は変わらないと考える。
		司法書士	・経済活動は今年前半よりは活発になるだろうが、各種大会や総会など大規模な集会はまだまだ自粛中で、完全な回復には時間が掛かると考える。
		精密機械器具製造業（役員）	・欧州での新型コロナウイルス第2波の影響で、幾つかの国で再び外出禁止令が発令され、国内においてもまだまだ感染者の広がりを心配する状況が続いている。まだまだ良くなっていくという感触が得られない。
		建設業（役員）	・受注動向について、前年に比べて現状は落ち込み傾向であり、先行きにも懸念がある。
		金融業（融資担当）	・Go Toキャンペーンの対象拡大で一部に回復の兆しもみられるが、観光や飲食業の需要回復までは至っていない。海外では感染拡大している地域も散見され、営業活動や生産活動に制約を受け、経済活動が停滞している。海外売上構成の高い企業の受注、業績回復には時間を要する。
	不動産業（経営者）	・この先について一般客やハウスメーカーなど業界の人たちに聞くと、やはり活発な話は出ない。	

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
		税理士（所長）	・取引先の多くの業種で、今年の冬のボーナス減額、若しくは支給しないというところが増えてきている。新型コロナウイルスの関係で見通しができないことから、設備投資や建設工事などの請負関係の事業計画では、現在中止や縮小が相次いでいる。二次産業を中心に需要が減退しているのが非常に心配である。
	x	-	-
雇用 関連  (北陸)		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・新型コロナウイルスの感染動向によって状況が変わるため一概にはいえないが、年末年始商戦を前に事業者、消費者共に一定程度、消費行動の活発化が期待できる。
		人材派遣会社（役員）	・派遣登録者が少ない。
		人材派遣会社（社員）	・やはり新型コロナウイルスの影響が非常に大きいと考える。感染のおそれだけでなく、景気回復の対応策であるGo To Travelキャンペーンを活用したいため、就業を一定期間見送ることもあるようである。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・新型コロナウイルス禍で落ち込んだ求人者が復活してこない。
		新聞社〔求人広告〕 (営業)	・現状が長く続くのではないかと各企業の声が圧倒的に多い。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスが終息し、企業経営がある程度回復しないと求人募集ができない。
		職業安定所（職員）	・企業の状況が一部落ち着きかけているものの、離職者の増加に対して新規求人は停滞している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費拡大策が徐々に動いているが小規模であり、雇用も元の状態に戻るにはまだ時間を要すると考える。
		学校〔大学〕（就職担当）	・状況が変わる要素を見いだせない。
		-	-
	x	-	-

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

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)		競輪場（職員）	・例年、年末年始の時期は客単価が上がる。
		一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	・台湾からの渡航規制が解除されつつあるなど、インバウンドの増加に期待したい。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・受注予約が入っているほか、少しは良くなるが、年末の状況は読めない。
		百貨店（売場主任）	・感染防止の対策を講じながら、旅行や買物を楽しむことに慣れてきたことで、来客数が増えている。また、富裕層は海外旅行などに行かない代わりに、国内旅行や高額の買物を増やしている。富裕層の中には、来月は国内旅行に6回出掛けるという人もいる。
		百貨店（売場主任）	・自粛疲れから、防寒商材やギフトを求める消費者の来店が活発化する。その一方、感染対策として、初売りの福袋は予約販売のみとなり、当日販売の自粛が決定したため、売上の減少は避けられない。
		百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染が相当悪化しない限り、今の回復ペースは衰えない。
		百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染対策が定着しているほか、ワクチンや治療薬の開発が進行することから、消費者の間に安心感が生まれ、購買心理も高まると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・年末年始休暇の長期化が予想されるため、巣籠り需要の増加に期待している。また、今年の前半に消費が停滞した反動で、クリスマスや正月といったハレの日の購買意欲が上昇すると予想され、緩やかな回復傾向を見込んでいる。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染が始まり、ほぼ1年が経過する。客の行動レベルでの対応力の向上もあり、選択消費という視点で見ると、上向いてくると予想される。一方、今後は海外動向が鍵を握りそうである。
		スーパー（企画担当）	・同一商圈内に、競合のスーパーが2か月連続でオープンする予定であり、売上減少の大きな要因となる。当面は価格競争が避けられないが、一定の収益は出さなければならず、年末商戦に向けての大きな課題となる。
		コンビニ（経営者）	・年末に向けて、景気が良くなってほしい。

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（経営者）	・近隣企業で働く人口は今の低水準のまま推移しそうであるが、周辺ビジネスホテルの稼働率の上昇が期待できる。それに伴い、今よりも来客数の増加が期待できそうである。
		コンビニ（店員）	・客も少しずつ外に出る機会が増え、買物や旅行と見受けられる人が増えている。その一方、マスクを着けないで来店する客も増えているように感じ、気の緩みから再び感染が拡大しないか、不安になることがある。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染者はいるものの、重症者が減少しているため、来客数は戻ってきている。クリスマス商戦など控えているため、上向きになることを期待している。
		家電量販店（営業担当）	・Go Toキャンペーンの直接的な影響はないが、景気が上向きになるきっかけになってほしい。
		家電量販店（人事担当）	・前年と比べて気温が早く下がっており、冬の寒さに備えて暖房器具が動く。また、新型コロナウイルス対策として、加湿機能付きの空気清浄機や、換気のできるエアコンといった高額な商品の動きが期待される。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・インフルエンザの流行と新型コロナウイルスの感染が重なり、パンデミックの状況となることも予想されるが、感染の第3波は欧米のような爆発的なものではなく、第2波程度と予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・観光業を中心に良くなるものの、今後の感染再拡大による影響は見通せない。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新型コロナウイルスに加え、インフルエンザも流行するため、マスクなどの予防関連商品の需要が増えたと見込んでいる。
		一般レストラン（企画）	・ディナータイムの回復が顕著であり、テイクアウト需要も増加している。今後もこの傾向が続くと予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・何よりも新型コロナウイルスの感染の収束が、解決の全てである。ワクチンが開発され、効果が出てくるようになれば希望が持てる。
		都市型ホテル（フロント）	・Go To Travelキャンペーンが延長されるという話もあり、先行きはやや良くなる。
		都市型ホテル（管理担当）	・今後更に、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンが浸透する。期間が延長されれば、やや良くなると考えられるが、キャンペーンが終了した際の反動が予測できない。
		都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染は引き続き各地で発生しているが、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンにより、旅行や飲食関連の需要は今後も拡大すると予想される。
		都市型ホテル（客室担当）	・Go To Travelキャンペーンの効果が大きく表れているが、終了後の落ち込みが懸念される。一刻も早いワクチンの開発が望まれる。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・11～12月の予約状況は良く、今後もGo To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンの効果が目見えそうである。また、宴会や会議でも予約の問合せが増えており、感染対策を万全にして開催したいという予約が増えている。
		タクシー運転手	・ホテルで待機していると、Go To Travelキャンペーンの影響で宿泊客が増えている。それにつれてタクシーの需要も伸びているため、今後はやや良くなっていくと感じる。
		タクシー運転手	・良いのは土日だけであり、平日は土日の半分程度の売上となっている。
		通信会社（社員）	・年末年始での需要の高まりに期待している。ただし、今後の新型コロナウイルスの感染状況にもよるため、先行きは不透明である。
		通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響は、まだ続くと考えている。消費者のニーズが、アミューズメント関連から子供の学習やテレワークに完全にシフトしている。
		テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスに関しては、収束を目指すのではなく、どう対処していくかという視点で政策を見直し、ウイルス発生以前の社会に近づけることが大きな課題である。一方、Go Toキャンペーン関連の各施策により、特効薬的な経済効果が生まれていることは間違いのないため、しばらくはこの状態が続くそうである。

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
		商店街（代表者）	・4～5月は例外として、6～10月の売上は前年比70～80%で推移しており、一向に上向いてこない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・年配の客が多いせいか、冬に向かって病気への不安を口にする人が多い。インフルエンザ、新型コロナウイルス共に、感染の拡大が外出の自粛につながるため、客足が伸びることは期待できない。当然、売上も伸びる要素はないため、当分は厳しい日々が続く。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・現時点では景気回復の兆しがみられない。仮に年末年始の長期休暇が実施されれば、正月商品の消費への影響が懸念される。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来客数は前年の80%程度で推移しそうであるが、客単価は70%前後の推移が続く。旅行も少し始まったが、以前のような単価には戻っていない。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品の呉服を扱っているため、新型コロナウイルスの影響が大きい。仕事を失ったり、収入が減少した人や、自宅待機のため買えないという声も多い。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年末商戦に期待しているが、前年との比較がなかなかできないため、商品の準備などの予測が非常に難しい。
		百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染状況次第となる。Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどの影響で、都市部への客の回帰がどの程度進むかなど、不確実性の高い要素が多い。先行きは非常に分かりにくいだが、基本的には今の傾向が続くと考えている。
		百貨店（企画担当）	・現在の報道をみていると、今の状況が改善されるとは思えない。
		百貨店（営業推進担当）	・今以上に良くなるとは思えず、一進一退の動きが続く。個人消費も同様に、今後も財布のひもは固いと予想される。
		百貨店（マネージャー）	・国内では新型コロナウイルスの感染がやや収まりつつあるほか、Go Toキャンペーンで京都の観光業もやや盛り返しているが、欧州を中心としたロックダウンや、世界経済の悪化、株価下落の可能性もあり、現状維持の状況が続くと予想される。
		百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスへの警戒が高まるなか、巣籠り消費の動きなど、消費者は身に付いた感染対策を徹底しつつ、楽しむことは楽しむ気運が高まっている。ただし、冬場の感染状況は予想できず、その推移に左右されそうである。いずれにしても、ファッション関連の動きは厳しいと予測され、食品や催事のほか、家でリラックスするための提案で活性化を図る。
		百貨店（サービス担当）	・今後はインターネット販売が好調となるため、現状と変わらない。来客数は少ないが、売上は前年比20%減ほどで推移する。
		百貨店（商品担当）	・今年度の上半期決算では大幅な赤字や減益が発表され、給与やボーナスへの影響が懸念されるなか、海外では感染の再拡大が続くなど、経済環境は非常に厳しい。海外との取引や旅行需要はほぼ停止となり、国内の需要喚起策も全体に行き渡るほどの効果は望めないなど、先行きは不透明である。
		百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスへの対策としての3密回避により、大型催事や販促施策もかなり休止しているため、来客数の増加は望めない。EC関連事業の強化などの対策は講じているが、まだまだシェアが低く、全体をカバーするまでには至らない。
		百貨店（店長）	・人の動きは良くなるが、当社のような小売業は、従来商品の販売だけでは以前のような利益を生むことはできない。事業内容の見直しを含めて、考えていく必要がある。
		百貨店（特選品担当）	・この先、冬に向けて新型コロナウイルスの感染がどうなるかが分からない。高級ブランドも、パリを始めとする欧州の感染第2波の影響で、商品の調達がどうなるかは正直不安であり、全く先の読めない展開となっている。
		百貨店（宣伝担当）	・新型コロナウイルスによって消費者の動きが変化し、本当に必要な物を、必要なときに買うという傾向がますます強まっている。会員向けの施策やフェアなどを行っても、以前のように売上が伸びなくなっている。来年の上半期までは、今の状態が続くと考えている。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が今後も続くと予想される。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況に変化がない限り、景気も変わらない。

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
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ収束しておらず、以前ほどではないが、自粛ムードは続くと思われる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大が始まって以来、来客数や販売量は回復しておらず、今後大きく変化するとも思えない。
		スーパー（店員）	・野菜は鍋材料に多く使われるが、せっかく価格が下がっても他社も同じような価格であるため、平日は来客数が少ない。新型コロナウイルスの影響もあり、年末まではかなり厳しいと予想される。
		スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスやインフルエンザの感染拡大で、家内消費関連は好調に推移すると予想される。
		スーパー（開発担当）	・新型コロナウイルスの感染が収まらないまま年末を迎えれば、景気はなお一層良くなる。賃金の昇給もなく、このままじり貧で景気は衰退していく。
		コンビニ（経営者）	・年末要因に期待されるが、通常よりも出費が増える程度である。
		コンビニ（店長）	・年末に差し掛かり、購買意欲は高まるが、状況は大きく変わらない。
		コンビニ（店員）	・当分は近隣で工事が続きそうである。
		家電量販店（店員）	・年末に掛けてセールが増え、客足は増えるが、まだまだ景気回復の見込みは少ない。
		家電量販店（店員）	・夏のボーナスは出たが、冬のボーナスはないという客も多く、購入意欲が低下している。
		家電量販店（企画担当）	・年末商戦に期待するしかない状況である。例年は秋に売れる商品も、台数ベースで計画を大きく下回っている。回復が見込めるような起爆剤となる要素がない限り、今の状態が続きそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・業界の個別要因で一時的に上向いているが、社会全体が落ち込んだ場合は対抗できない。
		乗用車販売店（経営者）	・欧米以外では、新型コロナウイルスの影響から経済が徐々に回復していると感じる。ただし、米中貿易摩擦や米国大統領選挙の結果次第で、景気が再び落ち込むことも考えられる。新総理大臣の手腕もまだ分からない状況のなか、国内外に不安要素が多く、しばらく景気は変わらないと予想される。
		乗用車販売店（営業担当）	・今が販売のピークであると考えられる。今後は新型コロナウイルスの感染状況次第で、また悪化する可能性もある。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月だけでみると回復しているが、景気全体としては、ここ数年に比べて低位で安定することが予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今年も残り2か月であるが、行事が中止や延期となったりと、規模を縮小する状況は続く。今後、どのような動きになるのか予測できず、気は抜けないが、社会のムードとしては全体的に自己防衛、予防の意識が薄くなっている。ドラッグストアでの消費も、上半期に比べると伸びが弱くなっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・Go To Eatキャンペーンなどで盛り上がっているが、前年の売上には程遠い状況である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・イベントや企画催事が再開し、人の動きが増えているものの、Go To Travelキャンペーンに人が流れ、集客が難航しているため、売上目標の達成は見込めない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・クリスマスや年末年始での盛り上がり期待したいが、新型コロナウイルスの感染状況に左右される。今後は厳しい状況を覚悟せざるを得ない。
		高級レストラン（スタッフ）	・忙しさも今がピークのような気がするため、大きくは変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・観光客が戻ってくるまでに時間が掛かれば、大阪の景気回復は遅れる。次の感染拡大への不安から、年末の宴会の需要は少ないと予想され、繁忙期への期待は薄い。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響については、最悪の事態から少し回復しつつあるが、それでもまだ回復は見込めない。
		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、好調が続く見通しである。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらない限り、ホテルでの大口受注の回復は難しい。

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
		旅行代理店（支店長）	・年末年始の休暇の延長要請については、まだ詳細が決まっていないため、客が右往左往することになると懸念される。さらに、Go To Travelキャンペーンによる需要は、春から夏に旅行できなかった分の取戻しではなく、来年の春、夏分の先食いであるという客が多く、先行きに不安がある。
		タクシー運転手	・政府による今後の景気のカンフル剤に期待している。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設向けのゲーム機器については、販売状況の改善見通しが立っていない。
		観光名所（企画担当）	・依然として先がみえない状態のため、しばらく来場者数は今のままだと予想される。
		遊園地（経営者）	・9月下旬の大型連休以降は来客数が戻りつつあるものの、前年の水準にまでは届いていない。個人客、団体客共に、外出自体をまだ慎重に判断する傾向が残っていると感じる。季節の変化や海外での感染拡大など、不安材料は多いため、楽観的に考えても現状維持が精一杯である。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、7～8月に比べてやや減少傾向にある。ただし、依然として高い水準は維持しており、しばらくは電話投票やインターネット投票の状況を見守る時期となる。
		その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・国内では、新しい生活様式の定着や政府の支援策が、消費の一定の回復につながる期待がある一方、世界的には感染拡大が続いているなど、良くない材料もある。
		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状況が見通せない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球関連の来場者数は1万人前後まで回復している。ただし、新規感染者数も減っていない状況であり、細心の注意が必要となる。基本的に3か月後の状況は不透明であり、現状と大きく変わらないと考えている。
		美容室（店員）	・2～3か月先の予約も受付けているが、今と同じ状況なので、今後も変わらない。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・インフルエンザや新型コロナウイルスの影響が、今後どうなるのかは不透明である。休校などが増えれば、保護者も不安になる。
		住宅販売会社（経営者）	・飲食に関する客は依然として厳しく、トータルでの改善は難しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・今のままでも受注が減少傾向にあるなか、冬に向けてインフルエンザを含む新型コロナウイルスの感染状況次第で、より一層厳しい状況となる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・少しずつ感染収束後の状況を模索している状況であるが、決定的な回復にまでは、まだ時間を要する。特に、冬場のインフルエンザの流行と重なることへの懸念は、まだ払拭されていない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・冬場に入れば、少しは販売量、来客数共に動きは出てくるものの、今後の新型コロナウイルスの感染状況がみえない。以前のように休業となれば、非常に厳しい状態になる。仮に休業とならなくても、ただでさえ厳しい状況が続くなか、僅か数か月後に景気が上向き要素は全く見当たらない。むしろ今以上にひどい状態になるのではないかと不安である。
		百貨店（売場主任）	・業績の悪化する企業が増え、今後も回復の見通しが立たない。また、インバウンド需要もしばらくは回復が見込めない。このような状況のなか、大半の消費者の所得が減ったり、雇用調整を行う企業の増加が予想される。現状よりも景気が回復したり、消費が増加するとは考えにくい状況にある。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスによる業績の大幅な悪化で、ボーナス商戦は厳しいものになると予想される。また、例年は福袋でにぎわう初売りも、今回は密を避ける販売となりそうで、集客、売上共に前年比で減少すると予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、百貨店の販売体制や営業計画は、3～8月の上半期と同様、密を避けた体制となる。特に、9～2月の下半期はクリスマスや年末商戦、福袋などのイベントがめじろ押しであるが、前年と同じような販売体制ではなく、自粛などの制限のある体制が続く。

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
		スーパー（経営者）	・新店舗の出店に際しては、これまでになく人材募集の応募が急増し、高校生や大学生のアルバイトの応募も急増している。稼ぐ場所が減り、家計が厳しくなっている様子がうかがえる。一方、60代以上の客単価は落ちていないが、50代以下の客単価が徐々に落ちており、各種補助金の給付効果の息切れが実感される。
		スーパー（店長）	・飲食店や旅行関連を中心に、テナントの退店が発生している。
		スーパー（店長）	・冬場を迎えて、新型コロナウイルスの感染者数がどう変化するかにより、大きく変わってくる。全体的には冬のボーナスが減額となる企業が多いため、景気の下振れ要因となる可能性が高い。
		スーパー（経理担当）	・特別定額給付金の効果が薄れているほか、今冬のボーナスの支給は大きく減少する見込みである、現金給与も、残業減少などもあって減る傾向にある。現状は所得環境の悪化をもたらす要素が多く、厳しい年末商戦が予測される。
		スーパー（販売促進担当）	・新型コロナウイルスとの共生が進むなか、消費行動の変化は今後も続くが、まとめ買いのような消費は落ち着き始めており、徐々に消費は落ち込みに向かうことが予想される。
		スーパー（社員）	・今年になり、スーパーでは客の購入量が大きく伸びたことで、売上も大きく増えた。ただし、前月頃からは客の買物疲れが目立つほか、各家庭での食品の在庫が相当増えているため、当面は厳しい状況が予想される。
		コンビニ（経営者）	・Go To Travelキャンペーンのクーポンがなくなる時期になるため、悪くなる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスによる打撃が、徐々に効いてきた人たちが相当いると感じる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツなどを買わないという意識がはっきりしてきている。
		家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は、冬場を迎えて拡大する恐れがあり、消費意欲が低下する可能性が高い。
		家電量販店（店員）	・価格競争が激しいため、一時的に需要は伸びるものの、イベントやキャンペーン、協賛セールなどによる客の獲得競争は避けられない。成約件数が増えることはよいが、業務許容量もあるため、スタッフの丁寧な説明や対応など、クオリティの高いサービスが必要となる。
		家電量販店（店員）	・9月決算での前倒し購入もあり、10月は少し苦戦気味である。購買意欲のある客をしっかりと獲得し、来月以降につなげる活動を行っている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約、車検や修理の予約共に、減少してきている。
		乗用車販売店（営業企画）	・年末に掛けての不安が大きい。
		住関連専門店（店員）	・購入単価が下がっている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後3か月で米国大統領選挙が終わり、新しい大統領も決まる。中国は日本に対して、相変わらず不安定な動きをしている。国際情勢をみていると安定するとは思えないため、今後はやや悪くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ぜいたくな商品や、少し高額な化粧品は動きが鈍い。今後は冬のボーナスの減少や削減により、小売業は売上の回復が望めない。一方、生活必需品の動きは良いため、どちらかといえばデフレ傾向になりつつあると感じる。
		高級レストラン（企画）	・1月末にGo To Travelキャンペーンが終了すれば、春の行楽シーズンまでは出控えが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・大阪も新型コロナウイルスの感染者が増えているため、外出が控え目になり、外食の機会も減りそうである。忘年会も企業はまだ控えているため、宴会シーズンは厳しくなりそうである。
		通信会社（企画担当）	・冬に新型コロナウイルスの感染が再び拡大する危険があり、海外での再拡大による影響も出そうである。
		住宅販売会社（従業員）	・企業業績の悪化に伴うボーナスの削減により、客のマインドの冷え込みといった影響が出ると予想される。
		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）	・住宅ローンの滞納の増加が予想されるほか、給与の減少に備えて消費が減少する。

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
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新型コロナウイルスの影響の収束時期がみえない状況であり、展示場への来場者数が増える見込みはない。出展企業の手持ちの客がなくなれば、今後は厳しくなる。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・冬の到来とともに、新型コロナウイルスが再び猛威を奮う恐れがある。仕事がつましく回らない事態がまたやってくると考えると、憂うつである。
	×	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・雇用情勢などが更に悪くなる恐れもある。年末から年度末に掛けて、前年比で景気が悪くなることは間違いない。
	×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・政府は経済を回すためにGo Toキャンペーンなどを行っており、一部ではにぎわいがみられるが、ゴルフ場にはそういった恩恵もない。ゴルフ場と取引している当社にももちろん恩恵はなく、厳しい状況が続いている。先行きが期待できるような状況は、まだまだ先である。
	×	一般小売店〔花〕（店長）	・先行きは真っ暗であり、新型コロナウイルスによるショックには解決策がみえない。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えつつあり、冬場になれば、更に増えると考えられる。イベントが中止され、来客数はますます減るため、売上は悪化する。
	×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスで各種行事やイベントが中止になっているほか、宿泊、飲食も低迷しているため、食材の需要も減っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・このままでは街の小売業が成り立たず、転職や廃業を考える人が増える。人を雇うだけの売上がなく、仕入れた商品も売れない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・祝賀会など、飲食が伴う会合の自粛解禁のめどが立っていない。阪神・淡路大震災の際に、モノからコトの消費への転換が起こったが、今回はそれ以上である。消費のパラダイムが大幅に変わってきている。
	×	住関連専門店（店長）	・仕入先の欧州で、新型コロナウイルスの感染状況が悪化しているため、商品の入荷遅れや原価の高騰といった不安材料が増えている。また、個人客、法人客を問わず、国内客からは、補助金や助成金、給付金もなくなるため、本当に苦しいのはこれからであるという声が増えている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンは宿泊客のほとんどが利用しているものの、観光地ではないため、特需はみられない。食事を伴う宴会の動きが戻らず、感染対策の設備投資の負担が増えている。一方、会議の利用は若干みられるが、人数が制限されている。リモート需要も高まっており、それに対する設備投資も検討中である。
	×	旅行代理店（役員）	・Go To Travelキャンペーンでは、当社に割り当てられた枠は既に使い果たしている。追加申請を行ったが、結果の連絡もないため、受付をストップしている。この期間が長引けば、インターネット予約や大手代理店に客が流れてしまう。
	×	観光名所（経理担当）	・例年12～1月は来客数が減少する。
	×	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルマッサージのため服を脱ぐので、暑い時期は来客数が増えるが、寒い時期になると減少する。
	×	住宅販売会社（経営者）	・しばらくは先行きの見通しが立たない。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・8月から始まった新規事業を軌道に乗せることに注力している。今後、効果は徐々に出てくる見込みで、期待をもって取り組んでいる。
		食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けて、Go To Eatキャンペーンなどの利用が増えるため、売上は少し回復すると予想される。
		化学工業（経営者）	・受注の動きを日単位や週単位のほか、2週間、1か月単位でみているが、不安定ながらも回復している。最新のデータでは、前年比で1割減にまで回復している。
		化学工業（管理担当）	・出荷量は5～6月を底に回復基調にある。下半期は前年並みになると予想している。
		化学工業（企画担当）	・Go Toキャンペーンの効果もあり、若干であるが状況が改善している。今後も年末年始の食品需要期を迎え、緩やかではあるものの状況が改善される。
		金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波、第3波の到来がなければ、年内には影響が落ち着くと予想される。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・企業の努力が功を奏して、少しは良い方向に向かう。ただし、新型コロナウイルスへの行政の誤った対応で、新たなパンデミックが起らないことが前提である。かなりの確率で感染が増えそうで、先行きを懸念している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増え、受注も少しずつ増えている。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・自動車部品業界を中心に、新規設備案件の引き合いや照会が増えている。
		建設業（経営者）	・客へのヒアリングの状況では、少しずつ良くなりそうである。ただし、徐々に良くなるという状況で、回復の速度は遅い。
		広告代理店（管理担当）	・新型コロナウイルスに対する不安が和らいでくる。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスの感染対策がある程度浸透し、感染防止意識も高まるなか、徐々に外出機会が増えてくると予想される。感染者が増えれば外出を自粛し、減ってくれば外出するといったサイクルが、短い周期で続きそうである。
		食料品製造業（従業員）	・Go Toキャンペーンで外出が増えれば、外食関係も少しは上向くと予想される。ただし、Go To Eatキャンペーンは店内飲食が中心で、当社の取引先のように持ち帰り需要が多い場合は余りメリットがないようで、大きな期待はできない。
		繊維工業（総務担当）	・販売量の落ち込みは、年末に向けての催事回数や日数に比例して、回復してくる見込みである。
		繊維工業（総務担当）	・年始からの新型コロナウイルスの影響で、冬物商材の在庫が販売先に大量に残っているため、新規の発注がほとんど期待できない。来年の春夏商品についても、同じことがいえる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・受注量が増えている取引先もみられるが、減少したままの取引先が多い。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で減少した受注量が、回復する兆しはみられない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・寒さが増し、新型コロナウイルスの感染拡大で社会情勢は悪くなるが、注文を受けている企業の活動自体が止まるわけではないので、何とか現状は維持できる。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、ワクチンや特效薬が開発されない限り、現状の景気に大きな変化はなく、今以上の回復は見込めない。
		金属製品製造業（開発担当）	・携帯電話業界は、いつ落ち込むか分からない。
		金属製品製造業（営業担当）	・年度末頃までは、今の状況が続くと予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いはほとんどないため、この先も景気は変わらないと予想される。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・新型コロナウイルスの状況にもよるが、このままの推移が続きそうである。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現時点で問合せ件数は増えていない。今の環境下では、設備投資は極力先送りするという声が出ている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末まではこの状況での推移が期待できるが、在庫切れの商品もあり、今以上に良くなることは難しいと感じる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・この先の仕事の予定が入っていない。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響による全体的な設備投資の減少で、民間の工事は減ることになる。また、官民共に工事価格の競争激化が予想される。
		建設業（経営者）	・例年は、年末年始に向けて小規模リフォームの駆け込み需要が出てくるが、今のところは低調である。
		輸送業（商品管理担当）	・例年10～11月は物流が減少する時期であり、今年も変わらない。
		通信業（管理担当）	・変化する要素がない。
		金融業（営業担当）	・冬場の新型コロナウイルスとインフルエンザ対策が重要で、その対策次第で大きく業況が上向く可能性もある。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
		広告代理店（営業担当）	・売上は前年を大きく下回っているため、今後も厳しい。

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
		経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの影響でもがき苦しんでいる状態であり、雇用情勢や様々な動きをみているが、良くなる傾向は感じられない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・まだまだ景気回復の見通しが立たない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・余り良くない状況のなか、先が全くみえないままで進んでいるため、しばらく良くなる環境ではない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響に出口がみえない限り、回復は望めないと判断している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後については、新型コロナウイルスの影響がどう出るのが、予測ができない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・例年であれば、これから春シーズンの商談が始まる時期を迎えるが、今年の春物が緊急事態宣言の影響で販売できなかったため、卸売業者や小売店に在庫が余っている。この影響が長引くことが予想される。
		建設業（営業担当）	・取引先の設備投資計画について、予定どおり実施される場合もあるが、見直されたり、延期、凍結となる場合もある。年末から年度末にかけて、各企業で来期の方針が立てられ、設備投資が更に低調になることが心配される。
		金融業（副支店長）	・取引先からは、今後の受注は今月よりも減りそうという声が多い。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・中国との取引にリスクがあることがはっきりした。その上で中国と更に商売したい業者は、今後も続けられたい。私自身もかつて韓国との商売で痛い目にあっている。
		広告代理店（営業担当）	・寒くなって感染の第3波がくれば、厳しくなりそうである。
		司法書士	・新型コロナウイルスの感染予防意識の低下や、Go To キャンペーンの実施のほか、最近の感染者数の増加をみると、新型コロナウイルスの影響は大きくなり、この冬は困難な状態となる。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・新型コロナウイルスによる企業収益への影響が、数字として明確に出てきている。
	×	輸送業（営業担当）	・純利益がほぼゼロという通販の荷物を何割か断り、数少ない一般荷物を他社と取り合うことになる。
	×	不動産業（営業担当）	・今後はテレワークで事務所の需要が減る。特に、IT関係は3～5割減少するといわれている。それに伴い、店舗だけでなく事務所にも解約が出るため、賃料が下がり、空室率が上がるため、今後も景気が悪くなる。
	×	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、今後の展望が開けない。
雇用関連 (近畿)		人材派遣会社（役員）	・政府や専門家、マスコミ、社会全体が新型コロナウイルスの影響を冷静に分析し、対処することで、通常の経済活動や日常が戻ることを期待している。
		人材派遣会社（支店長）	・今後は年度末に向けて、需要が増えると予想される。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人数の縮小均衡状態には、この先も歯止めが掛からない。ただし、国も新型コロナウイルスと経済の両立を目指すと明言しており、緩やかではあるが景気は上向くと予想されるが、今冬に国内での感染が広がらなければという条件が付く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政府もまだまだ景気対策で予算を使う動きがあり、企業もマイナスを取り返すべく、いろいろと対策を検討していると感じる。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率の季節調整値は、8～9月と2か月連続で前月に比べて上昇した。建設業が前年比でプラスとなったほか、求人数の多い製造業、卸売・小売業、医療・福祉は減少幅が縮小している。
		職業安定所（職員）	・一連のGo To キャンペーンにより、関係業種では回復が進みつつあるが、その他の業種については今のところ何ともいえない。一方、Go To Travel キャンペーンに関しては、終了時期次第では、今後どうなるか分からない。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスとの共生の考え方が浸透し始め、経済と感染防止対策の両立を目指して、様々な経済活動が始まっている。それに伴い、企業の採用活動も徐々に回復していく。

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
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、派遣契約終了の件数が増えている。引き続き新規の募集案件も少ないため、悪い状況に変化はない。
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いた状態のままであれば、経済活動も徐々に上向きとなるが、年末年始に掛けて休暇シーズンに入るほか、季節的な要素も加えると不透明である。
		職業安定所（職員）	・求人数は徐々に増加しており、新規登録者も減少傾向にあるが、2～3か月で回復するとは考えにくい。一方、転職を希望している在職者が、職業安定所に来られないという状況が少し見受けられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に対する不安定要素については、解消する道筋がしばらくはみえない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・本来であれば、この時期は求人の増加が見込まれるが、新型コロナウイルスの影響で求人数が減っているため、現状維持が予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大量に税金などが投入されているため、新型コロナウイルスの感染収束後が心配である。
		人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響について、経済活動を優先すると感染が増えるという状況が変わらない限り、世の中の景気は悪くなる。人材派遣を上手に使っている会社が生き残ると予想されるが、派遣契約が打ち切りとなる人が、年末や年度末にはたくさん出てくる。こういった動きに拍車がかかるため、景気は良くならない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・先日、求人倍率が1.03倍に低下したと報じられたが、新卒採用にも相当な影響が懸念される。来年の22年卒の新卒採用においても、これまでの売手市場のような求人数は見込んでいない。クリエイティブ関連など、専門職の新卒採用は特に厳しい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響について、雇用面への不安がある。
	x	学校〔大学〕（就職担当）	・東京オリンピックや大阪万博関連の業界では、急激な悪化がみられない一方、新型コロナウイルスの影響を受ける業界は著しく業績が悪化している。それに伴い、求人数が減少し、リストラも今後増えることが見込まれる。

## 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
家計動向 関連  (中国)		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルスを楽観視する人が徐々に増加し、飲食以外の消費は回復する。
		商店街（理事）	・年が明けると、心理面で変化があり、気分的に景気が押し上げられる。
		商店街（代表者）	・人出が増えてきているので、今後、景気は良くなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・秋も深まり、にぎわいが出てきているので、売上も増加する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・一般消費者の動向に大きな変化を感じないが、年末年始のプレゼント商品の問合せが始まっていることと、企業や団体からの受注が見込めることで、景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・飲食店や近隣の商業施設の業況が徐々に回復してきているため、今後景気は良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・年末の繁忙期に入り、景気はやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で有名アーティストが無観客ライブ配信に続々参加しており、かなりの盛り上がりを見せ始めている。それに伴って、ライブを高画質、高音質で楽しむための高価格帯のテレビの売上が伸びる可能性が高い。メーカーや販売店はこれをテレビ販売強化の好機と捉えており、年末商戦に向けて様々な販促を打つ予定である。
		乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月後の年末年始には売上が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスがまた流行するのではという懸念はあるが、年末年始に掛けて例年どおりの売上が期待できる。
	乗用車販売店（店長）	・景気の底から脱し、徐々に来客数が増加してきているため、今後景気は良くなる。	

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
		乗用車販売店（営業担当）	・今後の新型コロナウイルスの発生状況によるが、今の状況が続けば来客数や販売量は増加する。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・商店街ではイベントを徐々に再開する動きがあり、来客数も増加していく。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・地域クーポンが利用されるようになってからは観光客が増加しつつあり、雰囲気も良くなっている。市の独自の宿泊補助などもあり、今後もしばらくは効果が期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・飲食や夜の買物は、まだ警戒心があり、通常に戻るには、もう少し時間が掛かるが、ウィズコロナが定着化し、帰省、旅行、観光といった外出需要は一定程度回復が見込まれる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これからインフルエンザも含め、感染が広がる時期に入ってくるので安易な期待感を持つことはできないが、今後、新型コロナウイルスに対する危機感が薄れ、年末に向けて購買意欲も上がる。
		一般レストラン（経営者）	・これ以上景気が悪くなることはないので、今よりも景気はやや良くなる。
		一般レストラン（店長）	・Go Toキャンペーン後の反動が心配であるが、キャンペーンがある間はこのまま増加傾向が続く。
		観光型ホテル（営業担当）	・先行予約の状況から2～3か月後は、景気が良くなっている。
		観光型ホテル（副支配人）	・徐々にではあるが宴会に回復の兆しがみられる。宿泊もしばらくはGo Toキャンペーンの効果で好調を維持する。
		都市型ホテル（企画担当）	・大幅な伸びは期待できないが、年末年始を迎えるので若干需要が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・じっと我慢してきた客が、多少旅行に行こうという気持ちになってきているため、景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスによるパニック感が薄れつつあるため、景気はやや良くなる。全国一律的な自粛規制ではなく、地方それぞれの状況に応じた規制の緩和を独自で進めてほしい。
		タクシー運転手	・乗車率が前年の90%くらいまで戻ってくる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響が少ないため、客もかなり動いており、今後もイベント等の開催が予定されているため、景気はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスのリスクがなければ、これから年末年始に掛けて景気が現在より悪化することはない。
		通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、自宅で過ごす人が多くなり、テレビやインターネットの環境を良くする傾向が出てくる。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、景気はやや良くなる。
		テーマパーク（業務担当）	・新型コロナウイルスの影響で開催の有無を検討していたイルミネーションイベントが、新型コロナウイルス感染予防対策を継続して行いながら、ほぼ例年の形で開催できることとなったことから、多くの来場が期待できる。
		テーマパーク（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンに加え、Go To Eatキャンペーンの効果が期待されるため、今後景気はやや良くなる。
		テーマパーク（管理担当）	・Go Toキャンペーンの効果で景気はやや良くなる。
		観光名所（館長）	・Go To Travelキャンペーンの後押しで今後來客数が増加する。
		設計事務所（経営者）	・客が萎縮してしまうような要素が見受けられないので、景気はこのまま徐々に上向く。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスは終息していないが、感染者数が一定数で落ち着いているため、今後景気は年末に向けて徐々に回復していく。
		住宅販売会社（営業担当）	・このまま、新型コロナウイルスが終息に向かえば、今以上に来客数も増加するため、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・景気が良くなるような要素が見当たらない。近隣の観光施設にはGo Toキャンペーン関連でにぎわっているところもあるが、商店街には余り影響を与えない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が残るため、今後も景気は変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末年始を迎え、例年のようなボーナス景気は来ない。

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
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの先行きが不透明で、客の動きがどうなるか分からない。
		百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が微増していることを考えると、すぐに景気は良くならないし、寒い時期に入って感染者数が増加することになれば状況が悪くなる可能性もある。
		百貨店（営業担当）	・取引先の状況が厳しく、秋冬の立ち上がりから在庫を余り持っていない。重衣料の実売期に店の在庫が薄くなり、冬のクリアランスセールスタート時期の在庫量も厳しくなる。また、例年どおり帰省の客が来店するかも不透明で、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・メーカーが生産量を抑え、新規商材の入荷が少ないため、今後も売上の急激な改善は見込めない。
		百貨店（売場担当）	・今後の新型コロナウイルスの状況次第であるが、食品や化粧品等を中心に売上が回復していくのは間違いない。アパレルが今後の回復の鍵となる。
		百貨店（外商担当）	・食料品は比較的好調であるが、衣料品はまだ動きが鈍く、商品カテゴリーによって温度差があるため、今後の動向も不透明である。
		スーパー（店長）	・前年の消費税の引上げによる減少の反動で今月は前年を上回っているが、一時的である。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響で客が買い回りをせず、スーパーで買物を済ませているため、来客数が前年割れであっても、買上単価や買上点数は前年を上回っており、今後もこうした傾向が続く。
		スーパー（店長）	・景気が若干悪化している現状を考えると、今後も景気は良くも悪くもならない。
		スーパー（店長）	・競合店の出店が続き、オーバーストア状態になりつつあるため、厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・Go Toキャンペーン等で人の動きが活発になり、来客数の増加は見込めるが、今後も外食へ客が流れ、客単価が低下する。
		スーパー（総務担当）	・数字上は落ち込んでいないが、景気は上向いていない。
		スーパー（販売担当）	・1週間ほど前に近隣施設において新型コロナウイルスのクラスターが発生してから来客数が減少に転じている。現状では判断が難しいが、外的要因がなければ、当分は今の状況が続く。
		スーパー（販売担当）	・最近、新型コロナウイルスが落ち着いてきており、この状態が続けば、少しは景気が安定する。
		スーパー（販売担当）	・客が新型コロナウイルス禍の生活に慣れてきたため、現在の状況が続く。
		スーパー（業務開発担当）	・年末年始に期待しているが、帰省者も減少しそうなので今の状況が続く。
		スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルスの動向次第であるが、売上は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・Go Toキャンペーンによる来客数の増加だけであれば景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店で売上が前年比で20%くらい減少する状況が今後1年は続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・新型コロナウイルスの影響が続き、大きな会合やイベントの予定がなく、コンビニエンスストアの強みである主食、軽食、ファーストフードのニーズの回復もみられない。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がしばらく続くため、景気は変わらない。
		衣料品専門店（代表）	・Go Toキャンペーン利用のために洋服を求める客が増加することを期待したいが、新型コロナウイルスの第3波が来た場合はまた自粛ムードになる。次なる経済対策がないと景気回復は容易ではない。
		家電量販店（店長）	・景気は東京オリンピックの開催の有無や新型コロナウイルスの動向次第である。
		家電量販店（店長）	・今後も来客数の減少に対して、購入単価を上げるという対応をするため変わらない。
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要因がないので変わらない。
		家電量販店（販売担当）	・年末年始に期待したいが、景気は変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算も終わり、販売も一息ついたため、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
		乗用車販売店（業務担当）	・景気はやや回復しているが、新型コロナウイルス等の影響で先行きは不透明である。
		乗用車販売店（統括）	・新型コロナウイルスの影響で今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・新型コロナウイルスの影響もあり、新型車の受注が伸び悩んでいるため、景気が数か月先に好転することはない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今より景気は良くならない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・Go Toキャンペーン後の景気が心配である。
		一般レストラン（経営者）	・政策主導の需要喚起では慣れが生じてくる。新型コロナウイルスが終息しない限り、景気の不安定な状況は続く。
		スナック（経営者）	・業界に役に立つ政策が何一つなく、今後の景気対策にも期待できないため、景気は変わらない。
		都市型ホテル（企画担当）	・行政の需要喚起策が継続することで、しばらくは宿泊、レストラン共に売上が確保できる。一方、宴会、婚礼はキャンセルや延期が減少傾向にあるものの、新規の予約について、規模が縮小されたり、食事を伴わない宴席になったりしている。宴会需要の回復についてはまだまだ見通しが立たない状況である。
		都市型ホテル（総支配人）	・Go To Travelキャンペーンの効果により来客数の増加が期待できるが、12月中旬以降2月末までは年末年始を除きオフ期となるため、景気は変わらない。Go To Travelキャンペーン終了後の景気の落ち込みが不安視される。
		旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスが終息せず、本格的な経済活動の再開となっていないので、厳しい状況が続く。
		観光名所（館長）	・新型コロナウイルスに対する画期的な対応がない限り、景気が良くなるとは考えられない。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況が良くない。前年と比べて、客の予約が遅いため、先がみえない状況である。
		競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後も冬時間により発売時間を短縮するため、売上は変わらない。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・来客数や売上が前年比70%前後で推移している。Go Toキャンペーンの地域共通クーポン、Go To Eatキャンペーンが始まっているが、売上にどのくらい影響があるかまだ分からず、今後の見通しが立たない。
		美容室（経営者）	・現在の状況から考えると、景気に大きな変化はない。
		設計事務所（経営者）	・東京オリンピック開催も不透明で建築の勢いもなくなっている。人口が減少しているなかでの中古物件の流通に期待をしているが、今後の見通しは芳しくない。
		設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルスに関する対策はなされているが、建築に関する対策がないので、現在の状況が改善される見通しが立たない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で先行きが不透明である。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・年末商戦の動きがお盆商戦と同様な動きとなると厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・今シーズンは各取引先の商品作りが十分できておらず、販売する商品が十分確保できないため、売上は改善しない。
		百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響によりアパレルの商品供給状況が悪くなる。また、初売りの福袋販売についても、3密回避の目的で入店を制限するため、売上が減少する。
		百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行が懸念されるなど、景気が回復する兆しがみられないため、景気はやや悪くなる。
		百貨店（販売計画担当）	・取引先の商材投入の減少やボーナス支給額の減少などから、景気はやや悪くなる。
		スーパー（財務担当）	・政府の政策で外出機会は増加するが、所得環境の悪化による節約で売上は減少する。
		コンビニ（支店長）	・大企業の業績悪化や冬のボーナス削減で景気は悪化する。
		自動車備品販売店（経営者）	・例年と違い冬商品の動きが鈍く予約が取れていないので、今後厳しくなる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・今後寒くなると同時に、いろいろなイベントが開催され、新型コロナウイルスの影響が拡大すると景気は悪くなる。
		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に加え、今後閑散期に入るため、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
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で客が2～3割減少しており、今後も厳しい状況が続く。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・新型コロナウイルスの助成金等が家計をどのくらいの期間下支えできるかが想定しづらく、景気はやや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・これまで潜在的であった新型コロナウイルスの影響が顕在化しており、連鎖も発生すると予想されることから景気の悪化は更に続く。
		美容室（経営者）	・商店街に人が戻っておらず、人通りが少なくなっている感じがあるので、今後も景気は悪くなる。
		住宅販売会社（営業所長）	・年末に向かい、1年の締めくくりと同時に3月期決算を迎え、業績の対比や周辺状況が数字として顕在化し、所得や雇用等の指標が数字として発表される環境下で消費動向に影響が出るのではないかと危惧する。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスそのものよりも自粛ムードが景気回復を妨げる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの利用者は都会の富裕層が中心で、地方の中小、零細企業の従事者は生活そのものが苦しい状況である。自動車製造業も冬のボーナスが厳しく、年末に掛けて個人消費はまだ落ち込む。
	×	住関連専門店（営業担当）	・景気が上向き材料がないため、景気は悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年であれば、年末年始は休暇、帰省、忘年会、新年会等で客単価が上昇するが、新型コロナウイルスやインフルエンザに対する懸念から、移動や外出の自粛が始まり、利用客は前年の70%台を割り込む可能性がある。ライフスタイルの変化や寒い季節の到来で、外食産業は厳しくなる。
	×	通信会社（広報担当）	・価格の安いものしか買わない上に、政府の言動に左右される業界で、消費者は値下げばかりを待っているため、景気は悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスが終息し、平穏な日常が戻ってくると、外出する人が増加し、来客数も回復すると思うが、冬になると、新型コロナウイルスへの警戒が強まるので、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）	・多くの業種に回復の兆しが見られるため、今後、景気は良くなる。
		通信業（営業企画担当）	・これまでは新型コロナウイルスの影響がどういった方向に進むのかを企業が様子見していた。ただ、このまま計画をストップさせておくわけにはいかないため、年度内に計画していたものを押し進めていく動きが出てくる。
		食料品製造業（経営者）	・Go Toキャンペーン等で、人の動きが徐々に良くなっているため、今後景気は良くなる。
		食料品製造業（総務担当）	・Go Toキャンペーンが続くため、今後も販売数量や製造数量が増加する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスが終息せず不透明な状況ではあるが、政府の経済対策が出そろったため、今後も景気回復が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業の生産回復により、生産量が回復し、雇用調整の休業日数も減少する見込みである。今後、海外との往来復活により途絶えていた注文が復活する可能性もあるため、景気はやや良くなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注が回復傾向にあり、2～3か月先の売上も増加する見込みである。自動車産業を中心に回復基調にあると考える。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関連の受注が緩やかに伸びてくる。
		輸送業（支店長）	・新しくできた非対面の配達商品の需要の伸びが堅調で、今後も順調に推移する。
		会計事務所（経営者）	・ウィズコロナが定着し、経済対策の効果と年末需要で景気回復基調は継続する。
		農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響は緩和されつつあるが、新生活様式の影響もあり景気が大幅に回復することが見込めない。
		化学工業（総務担当）	・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。
		鉄鋼業（総務担当）	・2～3か月先に大きな物件がないため、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が現在と同じ状況であれば景気は変わらない。	

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
		建設業（総務担当）	・当面は現在のような状況が続く。3～7月の積極的な営業の自粛の影響が1～2年後に出てくるのではないかと心配している。
		輸送業（総務担当）	・現時点では景気は新型コロナウイルス発生以前の水準に戻りそうにない。
		通信業（営業担当）	・客の通信設備の更改や新サービス加入が現状レベルを維持することで手一杯な状態であるため、今後需要を喚起しても回復の見込みは薄い。
		金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売の回復は、欧米の新型コロナウイルス再拡大で、足踏みするとみられている。このため、系列の地元部品メーカーの11月以降の受注は、黒字確保はできて、前年比で1割程度のマイナスが続く。
		不動産業（総務担当）	・今月同様、年末までは来客数や成約数は余り変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で受注が増加しないため、今後も現状と変わらない。
		繊維工業（監査担当）	・店頭の様子が悪いので、景気は下降傾向になる。
		化学工業（経営者）	・車向けを中心に生産が僅かながら回復基調にあるが、大幅な回復は望めず、引き続き景気の底打ち感が続く。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・国土強じん化、サービスステーションの災害対応能力等の強化施策が終了するため、景気はやや悪くなる。
		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が下方修正され、景気はやや悪くなる。
		建設業（経営者）	・政府が施策を打ち出しているが、国民の先行き不安感を払拭するには時間が掛かるため、景気はやや悪くなる。
		輸送業（総務・人事担当）	・新型コロナウイルスの影響で海外向けの回復は期待できない。
		金融業（貸付担当）	・売上は回復しつつあるが、新型コロナウイルス発生以前の水準には戻らず、融資でしのいだ資金が尽きる可能性がある。
	×	金属製品製造業（総務担当）	・受注は現状と同水準で推移する見込みである。1月から雇用調整助成金の特例措置が段階的に縮減される見通しであるため、厳しい状況に拍車がかかる。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから考えると景気はやや悪くなる。
	×	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・現在の市況悪化の主な原因は、環境規制に伴う船舶の陳腐化リスクと、新型コロナウイルス感染拡大による発注心理の悪化である。先行きの不透明感は当面解消されそうにない。
	×	コピーサービス業（管理担当）	・在宅勤務やテレワークで紙出力が激減し、今後も回復の見込みがなく、既に事業縮小に着手し、今後は撤退の方向で検討中である。
雇用 関連 (中国)		人材派遣会社（社員）	・今後の新型コロナウイルスの状況次第ではあるが、Go Toキャンペーンの効果で国内経済は上向きになっているため、接客業やサービス業の求人が戻ってくる。
		人材派遣会社（支社長）	・自動車関係が動き出したため、年度末までは段々と上り調子になる。ただ、自動車業界の繁忙期である3月末を過ぎると、また落ち込むことが予想される。自動車業界以外に復調の兆しがみえる業界はない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスが再燃しなければ景気は良くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンで人の移動も増え始め、特に飲食店は閑散とした状態から持ち直しており、活況を取り戻している店舗も多い。このため、今後景気はやや良くなる。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	・依然として有効求人倍率など雇用関連指標は悪化を続けており、派遣ニーズが回復する局面ではない。
		人材派遣会社（支店長）	・寒くなる時期に入るので景気が大きく変わることはない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・まだまだ求人に関心する企業が多いため、景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・売上に変化が出てくるのは11月以降だと考えられる。今後11～3月まででどこまで売上が取り戻せるかが鍵となる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・政府の様々な対策も一時的なものが多く、企業も個人も長引く新型コロナウイルス禍に耐えられるかどうか分からない。ただ一方で、新型コロナウイルスに対応した新しい生活様式や企業活動も定型化されつつあり、その効果に期待が寄せられる。

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
		職業安定所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で自動車部品製造の受注の落ち込みが大きく、休業や賃金カット等で対応しているが、今後の見通しが厳しいことから、やむを得ず人員整理に踏み切る事例もみられる。
		職業安定所（雇用関連担当）	・Go Toキャンペーン後の見通しが立たないため、景気は変わらない。
		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、9月の申請は8月と比べ0.4%増加している。また、雇用保険関係を前年と比べると、適用事業所数は8月が2.0%の増加、9月が2.1%の増加、被保険者数は8月が0.6%の増加、9月が0.5%の増加と微増で推移しているが、資格喪失者数は8月が21.4%の減少、9月が11.9%の減少となっている。新規求職者数を前年と比べると、8月が8.2%の減少、9月が3.7%の減少となっているが、有効求職者数は8月が5.8%の増加、9月が10.0%の増加と増加傾向になっている。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・周辺企業の状況として、業績悪化により、製造業を中心に今年度の新卒採用を見送る企業が出てきているため、景気はやや悪い状況が継続する。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気の悪い状況がしばらく継続する。
		民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	・年末や年明け後に事業縮小や閉店を視野に入れている企業や店があるという情報があるため、今後景気はやや悪くなる。
		その他雇用の動向を把握できる者	・有効求人倍率は1倍を僅かに超えているものの、雇用調整助成金等で労働者をどうにか維持している状況である。新型コロナウイルスの影響で娯楽関係の中小企業の経営は悪化している。今後の景気回復はGo Toキャンペーンが中小企業の業績にどれだけ効果的に懸かっている。
	x	-	-

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		旅行代理店（営業担当）	・旅行の先行予約が順調に入っている。年末年始を中心に1月の予約も前年を大きく上回る水準である。
		商店街（代表者）	・2～3か月前よりは良くなると予想するが、新型コロナウイルスの影響で、団体から個人や少人数での利用へと変化しており、以前のような営業状況に回復することは難しい。
		商店街（代表者）	・Go To 商店街キャンペーン等の施策が進んでいる。この秋冬に開催予定のイベントで観光客の入込増加も期待でき、人々の新型コロナウイルスに対する抵抗感が弱まったように感じる。
		衣料品専門店（経営者）	・Go Toキャンペーンで、客の消費活動が進んでおり、それに付随して、旅行や食事に行く際の洋服の需要拡大も期待できる。年末に向けて、景気は良くなると予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・10月は平日の売上が堅調であった。幸い、天候の長期予報によると多少冷えるようなので、来月以降も良い水準で推移すると予想する。
		家電量販店（店員）	・寒さが厳しくなればエアコン等の季節商材がけん引して販売量が増加する。
		乗用車販売業（営業担当）	・新型コロナウイルスの状況次第ではあるが、年末年始のセールがあるので、少しは販売量の増加が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・取扱車が増加し、少しずつ回復傾向にあるが、不安は拭えない。
		乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルスのワクチンや薬の開発状況次第ではあるが、感染対策を講じながら共存していく方法が分かりつつある。
		住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスによって来客数が減少したが、徐々に回復傾向にある。現在は銀行の借入金利が安いので、分譲住宅の購入が多くなるのではないかと予想する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ビールの価格が値下がりしたので、2～3か月先のお歳暮の時期までは売上が堅調に推移すると予想する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの影響で人の動きが活発になり、飲食業の売上増加が見込める。

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
		タクシー運転手	・タクシー業界は12～1月に繁忙期を迎えるため、客がやや増加すると見込まれる。
		通信会社社員	・フェイスシールド等の感染防止措置を行った上で、訪問販売を再開し始めている。
		観光遊園地（職員）	・Go Toキャンペーンなどの消費喚起策により景気はやや良くなると考える。
		商店街（事務局長）	・全国的には新型コロナウイルスの感染再拡大が兆しを見せ始めている。気温や湿度の低下が感染状況に影響があるのかは定かではないが、Go To商店街キャンペーンが始まるタイミングでもあるため、新しい生活様式を厳守しながら、年末に向けて消費が拡大していくことを期待している。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、来客数の減少に歯止めが掛からず、今後の状況が全く読めない。テレワークの普及で法人需要も大きく減少している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・Go To Eatキャンペーンの期間中は少し街に人が来るかもしれないが、寄り道や余分な買物はせずに帰る傾向にあるため、飲食店以外の景気は良くならない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・冬に向けて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が懸念されるなか、今後どのような状況になるのか予想できず不安である。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響が見通せないため、楽観視はできない状況である。
		百貨店（営業管理担当）	・Go Toキャンペーンの後押しもあり、今後、来客数の増加が予想される。一方で、季節型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ており、先行きは不透明である。
		コンビニ（商品担当）	・Go Toキャンペーン等の消費喚起策だけではなく、更なる給付金の給付や減税措置等のダイレクトな経済対策の実施が必要と感じている。
		コンビニ（総務）	・現在の新型コロナウイルスの感染状況が続く限り来客数は回復せず、売上への影響は変わらない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・新型コロナウイルスのワクチンや薬が開発されるまでは、人々の外出意欲に影響があるので、まだまだ厳しい状況は続くと考えている。
		家電量販店（副店長）	・家電については買換え需要があるものの、大きな期待はできない。また、客から冬のボーナスは期待できないという声を多く聞く。
		乗用車販売店（従業員）	・4月以降の新車販売台数の減少に伴い、下取り中古車の発生が減少しているなかで、現在は中古車市場が回復しているため、中古車の価格相場が上昇している。新車商談時に下取り車の査定価格が上がれば新車の販売増加につながる可能性もあり、景気回復が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて、密な空間で飲酒を伴う忘年会のような宴会をする機会は減少すると予想する。
		観光型旅館（経営者）	・様々な消費喚起策の効果で、景気は小康状態を維持することが予想されるが、インバウンド需要が蒸発しているため新型コロナウイルス発生以前の水準には戻らない。
		都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況を勘案すると、今後も伸び悩むことが予想される。宿泊についてはGo To Travelキャンペーンの影響で増加が見込めるが、これからの忘年会シーズンの予約状況を前年と比較すると非常に悪い。これからも現在の景気状況はさほど変わらないと予想する。
		通信会社（営業部長）	・景気が良くなる要因や兆しはないが、更に、落ち込む要因もなくなっているという状況である。
		通信会社（支店長）	・引き続き新型コロナウイルスの影響はあるものの、数か月先の景気動向に大きく影響を与える事象は見当たらないため、現在の状況がしばらく続くと予想する。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続き、客の動向もしばらく現状から変わらないと想定している。
		美容室（経営者）	・例年12月は繁忙期であるが、今年は予測ができない状況である。
		設計事務所（所長）	・企業の設備投資については、新たな動きも出てきているが、新型コロナウイルスの状況次第であるため、冬に向けての見通しは非常に不透明である。
		百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの感染が再拡大しつつあり、少し心配である。

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
		スーパー（店長）	・今後、気温の低下とともに新型コロナウイルスが再度感染拡大し、人々の生活に悪い影響を及ぼし消費行動を抑制すると予想する。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、年末年始の人々の動きや消費動向がどうなるのかわからないため、景気が良くなるという判断をすることは難しい。
		スーパー（企画担当）	・冬のボーナスの支給が厳しいという報道もあり、人々の消費動向が危惧されるが、同様に忘年会等も自粛傾向にあるため、家庭での消費には余り影響は出ないと予想する。
		スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルスの影響による外出自粛でスーパーに流れていた外食需要が、Go Toキャンペーンで元に戻っていくと考えられる。
		コンビニ（店長）	・今後はインターネット経由の電子商取引が主流になっていくと予想する。今後、その傾向がより強くなり、急を要する買物以外は、客が実店舗を利用する機会は減少していくと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの終息が見通せないため、今後もまだまだ悪くなると予想する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・例年盛り上がりを見せるクリスマス等の年末商戦も今年は縮小傾向の見通しであり、景気が良くなるとは思えない。
		タクシー運転手	・例年寒い時期になるとお遍路は減るが、Go To Travelキャンペーンの期間が延長されれば、大手旅行者のプランがお遍路の旅行プランを出す可能性もあり、冬でもさほど減少しないと考えている。
		競輪競馬（マネージャー）	・これから冬に入り、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が懸念されており、国民の危機意識が再度高まることが予想される。観光地や娯楽施設、飲食店等への来客数の減少や購買意欲の低下が想定されるため、景気が鈍化すると考えている。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が長引くと考えられる。
	×	商店街（代表者）	・今後の見通しが立たない上、政府の支援策もやがては限界を超えるのではないかと考えている。不況というよりも社会構造の大変革を迎える時代であると認識すべきだと感じる。
	×	コンビニ（店長）	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンによる売上増加も余り期待できず、週末の売上と来客数が伸びない状況が続いている。現状では景気回復の見込みは薄いと考えている。
	×	一般レストラン（経営者）	・今年は忘年会や新年会の需要が見込めず、大幅な売上減少が予想される。
企業 動向 関連  (四国)		-	-
		化学工業（所長）	・急激な回復は見込めないが、少しずつ良くなると思われる。ただし、新型コロナウイルス発生以前の水準に戻ることは難しく、新しい市場の開拓が必要であると考えている。
		通信業（企画・売上管理）	・景気は徐々に回復していく方向にあると考えている。
		金融業（副支店長）	・政府の景気対策や国民の新型コロナウイルスへの慣れから、経済活動はある程度の改善が想定される。世論的にも、感染対策より経済対策を優先する方向へ進展していくことが予想される。
		広告代理店（経営者）	・Go Toキャンペーン関連の仕事や、比較的影響の少ない建設業の採用キャンペーン等が見込まれており、企業マインドも少し上向き、販売促進広告も若干増加傾向である。
		食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、外食業界の景気は回復しないと推測する。
		繊維工業（経営者）	・景気は少しずつ回復しているが、やはりインバウンドが戻ってくるのが、観光地や都市部でのにぎわいに必要である。当地のタオル会社の操業率は、売り先によってばらつきがあるが、9月までが50%程度、10月は60～70%程度である。タオル関連の協力会社は加工仕事のため、資金的な余裕が少なく、この状況が来春まで続くと思われたい。
		木材木製品製造業（営業部長）	・受注量は回復傾向にあるが、予断は許さない状況である。

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	
		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、除菌ウエットクリーナーの売上が増加したが、最近では供給過多になり売行きが芳しくない。新型コロナウイルスの影響が落ち着いてくると、更に売上が悪化する可能性がある。またフェイスマスクは、インバウンドの蒸発や外出機会の減少で需要が減っている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、景気が上向き気配がいまだに感じられない。	
		電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルスの感染が日本で微増している。世界的にみると、第2～3波で感染者が急増し、一部の国では行動規制が再度実施されている。	
		建設業（経営者）	・年末や年度末を控える時期に仕事は繁忙期に入るが、今年は季節型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。当業界でも感染防止策の徹底が図られると思われる、社外活動も制約されることになることから、景況感の好転は期待できない。ただし、業績自体は公共事業予算の安定的な施行で、さほど悪くはならないと予想している。	
		建設業（経営者）	・受注減少や人手不足は、今後2～3か月では変わらないと考えている。	
		輸送業（営業）	・Go Toキャンペーン等の景気回復策も実施されているが、新型コロナウイルスの感染拡大防止策としての行動制限の影響は大きく、いまだ物流事業において取扱物量の増加等の具体的な効果を実感できるような要素は見当たらない。年末の繁忙期に向けて更なる経済の回復を願いたい、現在のそのような状況が長引けば、年を越せない取引先企業も出てくるのではないかと危惧している。	
		輸送業（経理）	・今後の客の動向がまだまだ不透明である。	
		通信業（総務担当）	・冬季の新型コロナウイルス感染拡大の予測が不透明であるため、3か月先の状況は読み切れない。	
		税理士事務所	・新型コロナウイルスがまん延しているなかでは、現状維持が精一杯だと考えている。	
		農林水産業（職員）	・現在、新型コロナウイルスの感染者数は横ばいから微増傾向にあるが、冬は季節型インフルエンザとの同時流行が心配される。当然人々は外出を抑制すると思われる、業務需要への影響再拡大が懸念される。	
		建設業（総務）	・地域周辺の景況感が悪くなっていると感じている。	
		x	鉄鋼業（総務部長）	・造船や産業用機械については受注案件が激減している。
		x	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や、点在する地政学的リスク等により、引き続き景気は極めて厳しい状況にあると考えている。
	x	輸送業（経営者）	・先が見通せず、不安を感じている。	
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業）	・今後の新型コロナウイルスの感染拡大状況によるが、感染防止策が定着し、安心安全な環境が保てれば、年末商戦で経済が動きはじめ、景気も良くなっていくと考える。Go Toキャンペーン終了後の雇用情勢に不安はあるが、今後のデジタル化推進に向けて、新たな雇用の創造を期待している。	
		学校[大学]（就職担当）	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、ビジネスホテルの稼働率はとても良いと聞いた。新型コロナウイルス感染拡大防止策が十分に継続できれば、今後景気は良くなると予想する。	
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響の収束が見通せない。	
		求人情報誌（営業）	・業績が悪化しているサービス業を中心とした業種では求人数や採用数は激減しているが、直接的な影響を受けていない業種では増加しており、トータルでは大きく変わらない状況である。	
		新聞社[求人広告]（担当者）	・今が景気の底であることを望んでいる。	
		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雇用調整助成金の申請が多数あり、人員整理を実施する事業所も出てきている。Go Toキャンペーン等により、人の動きも少しずつ出てきており、状況は改善していると思われるが、日本全体の新型コロナウイルスの感染者数は微増状態となっており、景気はしばらく今の水準で推移すると予想する。	
		求人情報誌製作会社（従業員）	・年末になるにつれ、正社員の求人の減少が予想される。	

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
	x	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス次第で状況は変わってくる。さらに、Go Toキャンペーンに次ぐ施策にも期待している。
		競馬場（職員）	・今後も来客数の増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・現在はプレミアム付商品券や特別定額給付金等の受取りがあるが、商店街では年末商戦に向けて、これからも来店があるように売出し等の対策を練って臨みたい。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で、外出自粛を強いられているが、新型コロナウイルスの実態が分かり始め、消費動向が良くなる可能性があり、景気も少しは上昇すると予想している。
		商店街（代表者）	・年末に向けて、景気は上向き傾向がみられる。
		商店街（代表者）	・Go Toキャンペーンの効果で人の動きが出ており、景気回復を期待している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響も徐々に薄れており、加えて、青果物は寒くなると鍋物野菜が動き、量や単価、売上が上がり、年末も控えるため期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・Go To Eatキャンペーンの効果が出るものと予想している。また、通信販売の売行きが伸びると考えられる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・切り花がメインの花屋のため、2～3か月先は正月の需要があり、夏よりギフトとして花束やアレンジメントの花が選ばれるため、増えていくと考えられる。新型コロナウイルスの影響で、営業自粛や短時間営業により、どのくらいの需要があるか、見当が付かないが、現況より回復する。
		百貨店（企画担当）	・現在、好調に推移しているウェブサイト販売を活用し、お歳暮やおせち等の販売増を見込んでいる。例年より寒くなる予報であるため、冬物商材の需要増加が期待される。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染の再拡大が懸念されるが、特に当地では、優勝セール等の経済効果が今月末現れており、何とかこの勢いに乗って、年末商戦を迎えることができるのではないかと予想している。
		百貨店（営業担当）	・年末年始の購買やGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポン利用による土産購入、また、プレミアム付商品券の使用開始で購買意欲がやや回復している。また紳士・婦人衣料品や雑貨、家電製品、自家需要のし好性の高い舶来雑貨等の購買や客単価は維持されている。ただ、客の慎重な行動姿勢及び生活防衛意識は依然継続しており、帰省の抑制も含めて特に3世代の来店が減少している。今後もDM・催事の抑制は継続する一方、物産催事のネット・通販受注拡大で客の要望対応や友の会買物券利用を促進する。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響が徐々に回復傾向にあり、来店客数が増加している。
		百貨店（売場担当）	・Go To Travelキャンペーンに伴う地域共通クーポン活用では、各店貢献している。来店客数は少ないが、1人当たりの客単価が上がっており、来月には北海道物産店等の催しがあり、5000円で7000円分購入できる商品券もそこそこ売れている。前年は消費税引上げがあったが、現在当地では新型コロナウイルスも落ち着いており、来店客数減少を心配しなくても良くなるため、売上は現状より、若干上昇してくると思われる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス禍の環境次第であるが、現状では改善方向であり、客の行動範囲も拡大傾向になり、気持ちの面での緩みも見受けられる。政府の施策であるGo Toキャンペーン等の恩恵もあり、今後も新たな施策を期待したい。
	コンビニ（店長）	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの効果が顕著である。	
	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルスの影響が緩和していく。	
	衣料品専門店（店長）	・国や県、市の援助もあり、若干客が動き出している。依然として、新型コロナウイルスの心配は消えないが、少し期待をしている。	
	家電量販店（従業員）	・寒くなり、暖房の需要が増えていく。	

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
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が入ってくるため、集客が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・年末年始で消費量が増える。
		住関連専門店（従業員）	・売上の推移は良いものの、やはり新型コロナウイルスが大きな懸念材料である。客は中高年層が多いため、現在でも外出自粛している客が多い。徐々に回復すると予想されるが、懸念材料もあり、心配している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから気温も下がり、年末に掛けて一番需要がある季節になるため、売上が増加していく。進物等の時期でもあり、加えて、寒さが厳しくなると、それに伴い売上も上がっていくため、今後に期待したい。
		高級レストラン（経営者）	・人出が増え始め、忘年会や新年会も予約が入るようになり、このまま続いていけば良くなっていくと予想している。
		一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスに慣れ、気にしなくなっている状態である。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・12～1月は忘年会や新年会が多くなり、酒類消費量が増える時期である。売上が増えるの見込んでいるが、今年は大人数での忘年会や新年会は開催されないことも想定されるため、例年どおりとは見通せない。
		観光型ホテル（総務）	・年末年始の人の動きは例年ほどではないが、活発になることは間違いない。新型コロナウイルス対策が浸透してきたことで、インフルエンザ等の感染拡大が心配される冬場も、極端な感染拡大は防げるのではないかと見込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外では依然として新型コロナウイルスの感染者数が増え続けている国もあり、国内でもまだ油断はできない。
		旅行代理店（職員）	・1月までは、Go Toキャンペーンによる国内旅行の需要が、月を追うごとに増加する。
		タクシー運転手	・今後の感染者数の増加も懸念されることから、不安定な状況が当面続くものと考えられる。
		ゴルフ場（従業員）	・Go Toキャンペーンを使って来場される県外客は、今後更に増えることが予想される。これまで、冬場に多く来場されていた韓国の客が、年明けにでも戻ってくることを期待している。
		ゴルフ場（営業）	・Go To Travelキャンペーン開始から人の動きが、以前と同じような動きに戻っている。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は年末年始が掛かるため、客の動きも出て、商品の動きもあり、今以上に景気が回復する。新型コロナウイルスの感染拡大が心配ではあるが、現状は落ち着いており、Go Toキャンペーンもあって、人の動きから製品も売れてくると考えられる。
		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）	・サービスキャンセル減少による好転を期待しているが、場合によっては感染再拡大の可能性もあり、悪化も想定される。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で、商店街にある習い事を辞めた人が多く、その帰りに寄っていた客が減少している。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が良くなれば、若干良くなると考えられるが、寒くなるのと同時にインフルエンザの流行も予想されるため、そうなる状況は今と変わらず懸念される。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、変わらず低迷した商況となる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・景気の良い話を聞くことはなく、正月を控え何とか良い1年を終えたいが、年末商戦がどう動くのか全く予想ができない。前年までは悪い状況でありながらも、何とか持ち直していたが、今年はどうなるのか不安で一杯である。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの状況次第である。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染次第で客のマインドが大振れし、入店客数に直結する。しかし、外商客は、世の中の自粛傾向が強くなっても、消費意欲が変わることはない。
		百貨店（経営企画担当）	・入店客数は新型コロナウイルス禍以降、大幅な落ち込みからは回復基調にあるものの、依然として前年から約20%低い水準で推移しており、厳しい状態が継続している。

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
		百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルスの報道は、新しい生活スタイルの普及が進んでも人の動きを大きく止めてしまう。店頭を主としている小売業では、その日から影響を受ける。今後、インフルエンザの流行とあいまって、来店客の戻りにしばらく時間が掛かりそうである。
		百貨店（プロモーション担当）	・来店客数、販売量共に上向いてきたが、まだまだ新型コロナウイルス発生以前には戻らない。この間、いかにニューノーマルに対応した販路にチャレンジできるかが問われる。
		スーパー（企画担当）	・都市部では依然として新型コロナウイルス感染者が発生しており、今後、Go Toキャンペーンによる拡散が懸念され、必ずしも良い方向にばかり向かわないと予測している。
		スーパー（経理担当）	・現状の傾向で行くと、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンで盛り上がりれば、肉食需要の減少でスーパーマーケットの売上は落ち込む。新型コロナウイルスの影響はまだ続く。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスに加え、インフルエンザ等の発生による来店客の伸び悩みが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響から、来年の見通しが不透明で、客数、客単価とも厳しい状況が続く。Go To Travelキャンペーン等の施策は、当地では余り効果はない。
		コンビニ（経営者）	・客の消費性向にあわせて、品ぞろえをしているが、それでも前年を下回る状況になっている。新型コロナウイルスの影響で、客の消費マインドがマイナスになっており、買物に行く機会も減少している。飲食店経営者からも、Go To Eatキャンペーン利用客の単価が低いと聞いている。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの終息がない限りは、現状に変化は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・3密を避ける行動や節約志向は、これまでどおり変化ないと想定される。業態格差は生じてくるが、全体の景気は横ばいである。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス対策により規制緩和が始まっているが、欧州の感染拡大にみられるように、日本でも寒くなる時期に、再び感染拡大が起こりそうで不安である。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスが終息する見通しがなく、状況は変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	・3か月後は初売りだが、福袋を前倒して12月から販売するという報道がある。例年のように1月のセールでにぎわうことは考えられず、先が読めない状況で、かつ新型コロナウイルスの終息は、まだまだである。
		衣料品専門店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が今のままであれば、10月程度の売上は維持できるが、感染拡大すると更に悪化する。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの状況に左右されるが、現状のままであれば、個人消費は引き続き、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの方に流れてしまうと予想される。
		家電量販店（店長）	・テレワーク関連は落ち着いてきたが、オンラインライブの影響でテレビが好調になり、しばらく続くと予想される。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響は、旅行業者や宿泊業者に比べると、非常に影響は少ない。販売量は若干落ちているが、自分向けの単価が高い商品の購入の動きがあるため、トータルでは、横ばいである。
		家電量販店（総務担当）	・加湿器・空気清浄機等の新型コロナウイルスやインフルエンザ対策関連商品は大きく伸びているが、主要商品が前年割れを起こしており、本格的な冬商戦までは今の状態が続くと考えられる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・新型コロナウイルスの影響から、この冬どのように転ぶか不透明である。
		乗用車販売店（代表）	・変わるための好材料がない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、2～3か月先は販売台数が伸びる繁忙期を迎えることもあり、今月並みの好調を維持する。
		住関連専門店（経営者）	・巣籠り需要かつ特別定額給付金により、家具の買換え需要が回復していたが、今後は新型コロナウイルスが終息しない限り、耐久消費財への消費の見通しは厳しいと予想される。

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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・新型コロナウイルス感染予防対策も各業界で確立してきており、客は予防しながらも、恐れず行動している。灯油の出荷も始まっており、冬場の需要に期待したい。
		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）	・シネマの人気上映効果で、しばらくはプラスと件も期待できるものの、これから寒くなっていくシーズンに向けて、新型コロナウイルス再拡大の不安も大きい。既に、欧米諸国で感染拡大が続いている状況から、施設としてどう集客していくか、課題を感じている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・インバウンドが回復するまでは、まだかなりの時間を要するため、景気は変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・11～12月も例年のような数字は望めないが、人通りも出始め、予約も徐々に入っているため、2～3か月前よりは良くなると期待している。
		スナック（経営者）	・落ちてきた新型コロナウイルス感染者数も気温の低下に伴い、再度増加する可能性が高いため、上昇傾向にある景気の回復感も今月で止まると予想している。また、年末は飲食店にとって稼ぎ時であるが、企業は宴会の自粛を継続すると考えられるため、売上の増加は見込めない。
		観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルスの影響に売上が左右される状況であるが、Go Toキャンペーンが延長になるかもしれない。延長になれば忙しい状態が続くが、新型コロナウイルス禍が収束しないままGo Toキャンペーンが終了すれば、売上は激減するため、全く先がみえず危惧している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスが下火になれば、もっと景気は上向く。
		タクシー運転手	・この先、再び新型コロナウイルスが感染拡大することも考えられ、余り期待できない。
		タクシー運転手	・実感としてはないが、新型コロナウイルスの感染が落ち着いている状態で、当地では、人の動きが活発になっている。ただ、米国や欧州のような感染拡大が懸念され、このまま推移するとは考えにくい。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響による動きの鈍さは、少しずつ改善しており、今のところ大幅な受注減はないが、現状の見込み状況では、微減が変わらない予想である。
		通信会社（業務担当）	・冬に新型コロナウイルスがまたまん延しなければ、現状より下がることはない。
		美容室（経営者）	・景気が悪い状態が続いている。この先、耐えることができるか危惧している。
		美容室（店長）	・新型コロナウイルスに敏感になっている人もいるが、慣れて気にしない人もいる。景気は今の状態が続く。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・インフルエンザの季節にもなり、新型コロナウイルス禍の状況を不安視している。まだまだ、世界的には収束の様子もなく、世界的な物流の動きが再開しなければ客の受注につながらず、当社へのリターンも期待できない。
		設計事務所（所長）	・結果は2～3か月前に出るため、今月の状況から考えると横ばいである。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で、収入が減少しており、また、インフルエンザとの同時流行が危惧されていることから、生活費等の確保を優先し、建築等への支出は抑えられると考えられる。加えて、地方への影響はタイムラグがあり、上向く要素がない。
		設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの影響次第で状況は変わる。
		住宅販売会社（従業員）	・中心地の高額物件は、売行きが良いと報道があるが、実際、高額物件で高付加価値を付けた物件は売れている。対して近郊で販売し始めたマンションは、余り動きがない。
		住宅販売会社（従業員）	・競合他社との商談が増え、今後は厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・これから寒くなるが、一層新型コロナウイルス禍も収まらない状況が続く、さらに、外出を控えることになるため、消費も落ち込むと予想している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年、この時期は年間を通して売上も期待できる時期であるが、新型コロナウイルス発生以来、予測が付かないくらい売上は低い。売上回復にはかなり時間が掛かりそうである。

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
		スーパー（総務担当）	・明らかに新型コロナウイルス禍に対する客の対応が緩和されており、このまま感染拡大が抑えられていけば、今までの自粛の反動で、外食やレジャー、趣味等への出費が増え、日常の食費等には財布のひもを固くすると予想される。既にこの傾向が感じられる。
		スーパー（統括者）	・今後、生活様式が変わっていくため、競合店も含め新たな戦略が必要になると考えられ、容易でない戦いになる。
		コンビニ（エリア担当）	・欧州での感染拡大もあり、冬に向けてもう一度意識が高まることが予想される。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・年間で、10～11月は売上が伸び悩む月であるが、寒くなるにつれ外出する機会も減少し、特に新型コロナウイルスの影響もあり、買物も控えることが多くなり、客の動きが減少することが懸念される。
		家電量販店（店員）	・特別定額給付金もそろそろ底を突いている。12月にはボーナス商戦を迎えるが、企業のボーナスの支給状況がみえないため、売上が落ちていくのではないかと予想される。急な寒波等の特別な条件が起きると状況は変わるが、現状ではそのような季節変動がない限り、やや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの状況に応じて、通信サービス需要は元の状態に減退すると見込まれる。
		観光名所（従業員）	・閑散期に入り、また、イベント等の中止も相次いでいることにより危惧している。
		理容室（経営者）	・当地の企業では、生産が止まっており、その関係者の仕事が全てなくなっている。人口減少を含め、更に輪を掛けて悪くなっていく状態である。少しでも回復するように願っている。
		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）	・景気回復策を進めているが、新型コロナウイルス感染は避けられない。また、季節変動による感染の広がりも予想される。
		x	衣料品専門店（店員）
企業 動向 関連  (九州)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・学術研究における当社製品利用の引き合いを数件受けているため、若干上向く。
		化学工業（総務担当）	・農薬の需要期に入るため、若干良くなる見込みである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・通常であれば受注関係は、このまま悪いなりに続いていく。しかし、年末はふるさと納税があり、前年度の伸びは良く、今年も期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置の生産が、好調になっている。
		電気機械器具製造業（取締役）	・取引先からの引き合い情報等により判断することになる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・上期での新型コロナウイルスや災害等による稼働停止のばん回生産が、当初計画に対して直近内示数に上乘せ反映されている。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・需要も復活しつつあるため、このまま工場が稼働できれば景気も上向いていく。企業によっては、いまだに来客や面談禁止等もあり、今後の新型コロナウイルス感染拡大次第で状況は変わる。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染に対する不安感、完全には払拭されていない面はあるものの、Go To Travelキャンペーンによる国内旅行者が増加している。このため、ホテル・旅館・飲食店等では明るい状況がみられ始めている。
		金融業（営業担当）	・政府の施策であるGo Toキャンペーンを利用することで、その恩恵を受ける企業が目立っており、総じて年末の消費需要も含めて増えることが予想される。特に飲食業も前年のような戻りは無いが、徐々に宴会等の予約が入っている。年末に掛けて飲食業の売上は、ここ2～3か月前より回復が見込める。
	新聞社 [広告]（担当者）	・運行調整はあるものの、飛行機が満席になるなど、出張関係も増えている。	
	広告代理店（役員）	・今後、客からの業務発注が、やや増加する見込みである。	
	経営コンサルタント（社員）	・活動範囲が広がってきているため、購買意欲は戻っている。	

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
		経営コンサルタント (代表取締役)	・新型コロナウイルスの問題がかなり大きく、先行き不透明で見通しが立たない。しかし、この調子で回復基調になれば、Go Toキャンペーン等の効果もあり、様々な業種でプラスに動いていくのではないかと希望を持っている。
		経営コンサルタント (社員)	・年末までには、会合ができる状況になり、今後の見通しや対策についての討議が可能になるなど、新型コロナウイルスの影響が安定し、インフルエンザの流行もひどくならないことを望んでいる。
		農林水産業(経営者)	・12～1月は、忘年会や新年会で大いに期待したいところであるが、今回の年末年始は例年と違い期待できない。外食に変わる売上を検討すべく、インターネット販売やダイレクトメール販売で積極的に進めているところである。1日も早く新型コロナウイルスが終息して、従来の生活に戻ることを望んでいる。
		食料品製造業(経営者)	・現在のところ、前年並みの受注を見込んでいる。
		繊維工業(営業担当)	・以前から売れない状況であるため、前年作った在庫が残っており、すぐには回復しないのではないかと危惧している。
		家具製造業(従業員)	・飲食店や物販店を中心に今後の新規出店計画がまだまだ明確になっておらず、案件数としても前年と比較すると格段に減少している。これ以上の低迷はないと判断しているが、現状では、今すぐ回復するほどの好材料もなく、先行き不透明である。
		金属製品製造業(事業統括)	・今後の新型コロナウイルスの感染状況に左右される。
		一般機械器具製造業(経営者)	・取引先の体制が変化し、担当者の異動等により、通常の動きより鈍くなるのではないかと懸念している。
		精密機械器具製造業(従業員)	・前月と生産数は変わらないが、まだ受注量減少が続いている。
		建設業(従業員)	・見積案件も低調なままで推移し、配置員も不足がちで大型物件は見込めず、余り景気は良くならない。
		輸送業(従業員)	・インターネット通販は好調であるが、先行きがみえず、特に物流費のトレンドが不透明である。リーマンショック時等は物の流れが鈍くなり、倉庫は満床で値上げする状況になり、配送は人員があふれ値下げした。今回は配送費や保管費共に値下げ傾向で、インターネット販売だけが好調だが、社会全体では厳しく、これがどこまで響くかみえない。
		輸送業(従業員)	・まだまだ新型コロナウイルスの影響がある。
		輸送業(総務担当)	・Go Toキャンペーンの拡大や外国人の入国許可等で新型コロナウイルスの感染が再拡大するおそれがあり、いまだ慎重にならざるを得ない。
		通信業(職員)	・年度末に向けて受注量は落ちてくるが、既に受注した案件の売上は上がる見込みである。
		通信業(経理担当)	・新型コロナウイルスの影響から改善の兆しが見えない。
		金融業(営業)	・寒くなると新型コロナウイルス再発のおそれもあり、景気回復の要因は乏しい。
		金融業(調査担当)	・新型コロナウイルスの感染は、欧米やインドを中心に再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。国内景気は、個人消費の持ち直しはみられるが、僅かな回復にとどまっている。また、日本企業は業績悪化や需要回復の遅れを受け、投資を見送る動きが強まる懸念がある。今後、Go Toキャンペーンや持続化給付金等の経済対策効果で、雇用や所得、企業の倒産件数の動向を注視していく必要がある。
		金融業(調査担当)	・新型コロナウイルス禍の先行きが不透明であり、今後の情勢に大きな変化はないとみられる。大型商業施設のリニューアル等明るい話題もあるが、景気回復への貢献度と効果の持続性は未知数である。
		経営コンサルタント (代表取締役)	・必要最小限の設備や人材投資は実施するが、それ以外の投資では、状況を見ながらの取引先が多い。
		その他サービス業[物品リース](職員)	・大きく変化があるとは考えづらい。
		農林水産業(従業者)	・これから産地が出そろうことで、価格が落ち着いてくる。
		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で、景気が若干悪くなる。
		不動産業(従業員)	・宿泊施設の稼働率悪化が継続する。

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
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスに対して慎重にならざるを得ず、客先の商談が消極的であり、ペースが遅いので、売上アップにはつながらない状況である。
	×	建設業（社員）	・第4四半期の発注予定が、土木、舗装4本ではどうにもならない状態である。新型コロナウイルスの影響は、それほどはないが、地方の業者には、多くの補正工事が必要である。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・年度内に予算化された委託事務はほぼ発注が終わり、他県の市町村では、10月になっても事業所によって入札指名を行わないところもあるため、発注できない状態には変わりなく、受注の見込みは少ないため景気は悪くなる。
雇用関連 (九州)		求人情報誌製作会社（編集者）	・回復を期待しているが、年末年始の商戦に力を入れなければ、年を越せない中小零細企業が続出することが懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・旅行や宿泊施設の広告、イベント告知の広告は、引き続き回復傾向にある。Go To Travelキャンペーンも、1月予約分までは実施が確定しており、2～3か月先の旅行や宿泊施設の広告は引き続き見込めるが、その後は、不安が残る状況である。Go To Eatキャンペーンの広告面では、特に動きは見られない。
		職業安定所（職員）	・休業相談は減少し、飲食業を除いて求人も徐々に増加している。
		人材派遣会社（社員）	・給付金関係の事務請負が終了していくが、今後の新たな案件が見えない。
		人材派遣会社（社員）	・年末年始の休みがあり、求職者の動きも停滞するため、余り変わりがない。企業側の動きとして、派遣採用する企業も増えつつあるものの、トータルでは、業界全体でしばらくこの状況が継続する。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響が少なくなったとはいえ、業界によっては、いまだ深刻な企業もある。例年だと年末に向け様々なイベントが開催されていたが、今年は見込みが薄い。ただ、企業も対応策を考えており、小規模でも状況に応じて進めていこうとする企業もある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・Go Toキャンペーンによる消費促進はあるが、飛躍的に伸び続けることはないと考えている。年末年始の大人数での懇親会や賀詞交歓会等も制約を受けざるを得ず、感染対策を講じながら経済を回すという傾向は、大きくは変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比の減少幅は小さくなっているが、宿泊業や飲食サービス業の減少幅は、依然として大きい。求人数が伸びない状況で、全体の求人数が増加することは望めず、そのため就職件数も減少し、有効求職者数も減少せず、現状が継続すると予想される。
		職業安定所（職員）	・求人数の減少傾向が、前年との比較では多少改善している。
		民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染拡大次第では、下振れリスクは高いが、総合職の幹部候補の優秀な学生のニーズは高く、質は重視するものの最低限の採用活動は続けると考える。ただし、肌感覚として首都圏や関西圏に比べて、九州の求人数は、やや厳しい状態である。
		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と考えられ、業績の悪化等で、新卒採用者数を調整している状況である。しかし、将来的な企業活動の継続を助産した上で、採用活動を行うことを考えると、現状から急激に悪化することはないとも予測できる。
		人材派遣会社（社員）	・冬を迎え、換気やインフルエンザ等の問題から新型コロナウイルスの影響がまた広がり、経済に打撃を与える可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業ほど、1月以降の契約を維持することが難しくなるとの情報がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大手でも新型コロナウイルスの影響で、業種によっては厳しい企業が増え始めてきた。年内は国等の雇用維持の政策でしのいでいる業種も多い。年末から年始に掛けて忘年会や新年会の自粛や簡素化の傾向もあり、じわじわと悪化するのではないかと心配している。
	×	人材派遣会社（社員）	・需要回復が見込めない。

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
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）	・希望的要素もあるが、Go To Travelキャンペーンの延長や年末年始の商戦等があり、感染防止策を講じながら集客を図っていきたい。
		コンビニ（経営者）	・近隣住人の利用客が増えているので売上が期待できる。
		コンビニ（代表者）	・県内へは観光客が徐々に戻りつつあり、一時期よりは経済活動が上向きになってきている。
		コンビニ（副店長）	・引き続きGo To Travelキャンペーンの利用者がより増加することに期待する。
		乗用車販売店（経理担当）	・Go To Travelキャンペーンでレンタカーの予約も前年並みに戻ってきていると聞く。街にも大分活気が出てきている。
		観光型ホテル（代表取締役）	・今後もGo To Travelキャンペーンの影響で上向きになるとみられる。ただ、前年と同じ売上になるには、まだまだ時間が掛かりそうである。今後の経済対策に期待する。
		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が現れ、10月以降の予約は前年には届かないものの回復傾向が強まってきている。
		住宅販売会社（役員）	・新型コロナウイルス禍の生活習慣に慣れてきた感があり、客の動きも今よりは活発になるのではないかと。
		一般小売店[酒]（店長）	・今から寒くなり、新型コロナウイルスの影響が少なからずあると考えられるので、すぐに景気回復が良くなるとはみられない。
		スーパー（販売企画）	・新型コロナウイルス禍での買物スタイルである、客数は減少で客単価はアップの状況がまだ続いていて、しばらくはこの状況だと考える。また、新規オープンの競合店影響も巡しないと変わらないことから同じ状況が続くと予想する。
		コンビニ（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの東京都除外解除に伴い県内への観光客が増加傾向にあるが、新型コロナウイルスの感染者数も増加しており、自粛モードを払拭するには至らない。今後の感染状況によっては大きく左右されることを考えると方向感は見えてこない。
		衣料品専門店（経営者）	・今月はまだ暑い日が続いており、平年だと季節の先取りがある程度出てくるが、今年はかなり少ない状態が続いている。本業界は、景気の影響をもろに受けているとみられる。まだ景気は良くなるようには見受けられない。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	・新型コロナウイルスのり患者数の増減で、地元客の来店数が大きく影響を受けているので、Go To Travelキャンペーンなどを利用した観光客が増えることを期待している。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今後もこのGo To Travelキャンペーンの効果で予約状況が好調で、今月同様に今後2～3か月後の客室稼働率も前年実績を超え好調な状況である。
		旅行代理店（マネージャー）	・国内個人旅行、出張等の利用客は増えつつあるが、新型コロナウイルスが終息したわけではない。いつストップが掛かるかの綱渡り状態である。今後、強制力のない対応で海外の解禁をすると全てが崩壊する。
	住宅販売会社（代表取締役）	・当面は、ほぼ現在の建築受注ペースで進むとみられるが、新型コロナウイルスの再流行による心理的な景気悪化が懸念される。	
	スーパー（企画担当）	・クリスマスや年末年始の需要が、新型コロナウイルス禍の影響で縮小される可能性がある。	
	×	商店街（代表者）	・現在の新型コロナウイルス禍で、飲食だけでなく物販の店舗も全部にわたって大変危機的状況となっているようである。Go Toキャンペーンでも、以前に戻るのには至難の業かとみている。現時点では、ワクチンが開発されない限り、悪くはなっても良い方向に進むのは難しいと考えられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・冬に向けて新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されることから、年末に向けての様々なイベントもなくなり、例年より人出も少なくなる。それに伴い景気も悪くするとみられる。
企業		-	-

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
動向 関連 (沖縄)		輸送業(代表者)	・宮古島、石垣島の建設関連は、民需部門においては新型コロナウイルスの感染拡大で、現場の方も戦々恐々としているが、比較的好調に推移すると考える。民需はアパート等は落ちているが、大手企業のホテル建設は持ち直しつつある。
		輸送業(経営企画室)	・行政案件にて事業者ヒアリングを実施しているなかで新型コロナウイルス禍における状況を伺っており、景気が悪化しているところ又は好転しているところと様々である。ただし、一律して状況が戻りつつあるという回答を受けている。
		食料品製造業(総務)	・徐々に良くなる気もする反面、厳しくなった企業の人員削減や資金繰り悪化といった現象面が出てくると、消費マインドも冷え込み、経済停滞も想定される。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・新型コロナウイルスの影響で当面厳しい状態が続く見通しである。
		建設業(経営者)	・引き合いや相談があっても、具体的に商談が進まない。
		広告代理店(営業担当)	・やはり、県内における新型コロナウイルス感染症の感染者数が高止まりしている状況から、先行きを不安視する傾向が続いており、販売促進費用を抑える状況に変わりはない。
		-	-
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		人材派遣会社(経営者)	・沖縄県全体で経済の動きが出始め、それに伴い派遣依頼も増加してきている。この傾向はしばらく続くものと思われる。
		人材派遣会社(総務担当)	・Go To Travelキャンペーンで観光客が増加し、目抜き通りも少しずつ活気が出てきているようにみえる。
		学校[専門学校](就職担当)	・早くも2022年対象の就職イベントが活発になっている。環境の変化に対応する対策がスピーディーに進むと考えられる。
		学校[大学](就職支援担当)	・Go Toキャンペーンの効果が現れると考える。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者が増えていることで求人企業、求職者も外出に慎重になるかと考える。
		求人情報誌製作会社(編集室)	・例年12月は求人件数が減少する傾向にあるが、毎年1月は100件以上増加している。新型コロナウイルスの影響によっては増加率が低くなることも考えられる。
		職業安定所(職員)	・求人数が前年同月のおよそ6~7割で移行し続ける可能性が高い。
	-	-	-
	x	-	-