

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東北)	◎	観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンでの宿泊者が増えている。宿泊人数は少ないが単価が伸びてきている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前前は最低の売上だったので、その頃に比べると売上は上がっている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・9月の月上旬までは猛暑が続き、熱中症対策の商品がかなり売れた。その後、急に温度が下がり寒くなったため、体調管理のための必要からか免疫力アップの商品が売れていて、客単価が非常に上がってきている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・平日は相変わらず静かで、この新型コロナウイルス禍の状況に消費者がいい意味でも悪い意味でも慣れてしまった感がある。ただ4連休中は徐々に人が動いたために、旅館、観光施設などへの販売量が良かった。今までの出控えのストレスもあり、周りが動くなら動いても許されるかもという心理があるとみられる。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、夏のイベントが軒並み中止されたことと帰省自粛もあり、来客数は伸びなかったが、高額品の動きが回復の兆しを見せ始めていることや、買上数量も高く推移している。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・今年はお彼岸の日取りが良く、そして4連休の効果もあってか、売上が前期比107.8%で推移している。また、酒、たばこが増税前で売れていることもプラスになっている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数は前年を大幅に下回ったままだが、客単価や買上点数は前年を上回ってきている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりはかなり良くなってきたが、前年にはまだまだ及ばない。住宅立地の店は100%近いが、街道沿いやホテル、オフィス街の店舗はまだまだ壊滅的な売上である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年差マイナス10ポイント。最も減少した月はマイナス20ポイントであったため、来客数の回復傾向がみられる。特に週末の人数が増えており、Go To Travelキャンペーンの効果が現れている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍による自粛ムードが緩みつつあり、若者を中心に外出する方が増加している傾向がある。コロナ禍前とまではいかないが回復傾向に向かっている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来店数の著しい増加はないものの売上高は安定している。高額ブランド商品のニーズが多く購買につながっている。旅行等に出掛けられないので洋服を購入するケースが増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・前年9月の来場者数と比較すると85%の実績だが、3か月前の新規来場件数と比較すると2週目で6月総来場件数と同等の来場があり、最終は前年並みの来場に戻りつつある。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・購入を考えている来店客が徐々に増えてきている。滞在時間も長く、商談がしやすいせいか受注が増えつつある。
	○	乗用車販売店（本部）	お客様の様子	・前年超えとはいかないまでも、ある程度の水準まで販売台数が戻ってきている。来店傾向も家族連れが多くなっており、その会話からも過剰に新型コロナウイルスを心配する声は薄れているようである。
○	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月はお彼岸の月で、小物類の販売が思ったより順調で売上をやや押し上げている。新型コロナウイルスの影響で売上は期待していなかったので良い展開である。	

○	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	お客様の様子	・燃料油、特に灯油は季節の関係から需要が伸びてきている。生活必需品でもあるので、例年程度には見込める。
○	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらないものの、客の慣れもあり、消費マインドは多少なりとも上向きになっている。
○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・7月から営業再開とGo To Travelキャンペーン効果で今は良くなっているが、前年比ではまだまだマイナスである。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・県民割が東北6県や全国を対象とした施策に対象エリアが拡大し、需要が喚起された。さらに、Go To Travelキャンペーンとの重複利用が可能になる等、客のお買得感及び選択肢が増加したことが、旅行需要の増加につながってきている。
○	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーン、市、県の宿泊割引プランより個人旅行の需要が増えてきている。一方で修学旅行のキャンセルが増え始め、法人団体も動きがないことから、全体としては、景気が良くなっているとはいえない状況に変わっていない。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・9月中旬から日中の平均乗車回数が3か月前の1.5倍と増加している。
○	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・販売量の前年比が3か月前よりも良くなっている。
○	観光名所 (職員)	来客数の動き	・客も増えていて景気はやや上向きの感じはあるが、まだ周りに内緒で来ている旅行者が多く、土産を持っていけないという事情もあるようで、土産店も業務としては順調に伸びているとはいえない。そして、来客数は増えているが修学旅行生が中心だったりするので、今一つ伸びきれていない。
○	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・4連休の天候が良くて久しぶりに込み合い、学校団体も少し戻って一息つくことができたが、前年にはまだ及ばない。
○	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・来店客、フェアへの参加数などが目に見えて増えてきており、回復がうかがえる。
□	一般小売店 [書籍] (経営者)	販売量の動き	・前年の消費税増税の影響が出ているので、前年比からすると良い数字にはなっていない。特別定額給付金も消費に回らず預金に回っているという情報もある。将来不安があるため、消費マインドが上がっているとは思えない。
□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・前年は消費税増税前の月で前年比130%だった。今年はその分がへこんでいるが75%なので少し良い。一昨年と比べても変わらない。
□	一般小売店 [寝具] (経営者)	販売量の動き	・商品が動かず、メインとなる布団づくりの注文もないので、利益にもつながらない。
□	一般小売店 [カメラ] (店長)	来客数の動き	・来客数は徐々に回復してきているが、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
□	百貨店 (買付担当)	お客様の様子	・国内ではウィズコロナの動きが少しずつ出ているように見受けられるが、当地区に限っては行動自粛ムードにほとんど変化がない。消費動向も同様で一部ストレス発散の購入がみられるが、消費マインドは低下したままとなっている。
□	百貨店 (経営者)	販売量の動き	・地域の経済活性化施策などにより、多少入店客数も増えてきているが、以前のような消費動向は見られず、効果は食料品、高額商品の領域に限定され、衣料品の秋物への需要は激減している。
□	スーパー (経営者)	単価の動き	・9月はコロナ禍のなか残暑もあり、前年比で来客数減少が若干拡大しており、買上点数もそれに比例している。ただ、1品単価は5%強と上がっている。全体としては消費の傾向はやや低下してきたようである。
□	スーパー (店長)	販売量の動き	・3か月前頃と比較して、1人当たりの買上点数が下落しているが、客単価は平常に戻りつつある。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周りの企業に勤める人から、コロナ禍ですっと減っていた仕事がやっと少しずつ増えてきて、会社も休みではなくなってきたという話を聞いている。3か月前と同じくらいの景気である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夕夜間の来客数の減少により、売上が厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、単価共に変化はなく、横ばいで推移している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・初夏と比べ外的環境に変わりなく、来客数もトレンドにあった数値である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・法人から作業服等の注文が多少回復してきたが、店舗への来店客が減少したことや学校関係の修学旅行や体育祭などの中止により、売上が半減している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年の同時期に比べて購買意欲が減少しているのか、来店数も控え目で売上につながらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ふだん着使いのカジュアル服に関しては徐々に需要が通常ベースに戻りつつあるが、仕事用途でのニーズは男女共に少なく、厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・今年度は前年比70～80%の状態が続いており、景気が改善されることは考えられない。来客数も伸びていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・給付金の影響で3か月前はたくさんの来客があったが、現在は落ち着いている。消費税増税前の駆け込みがあった前年との比較は難しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・個人客が車を買う状況になったとき、これまでは新車だったのが、出費を少しでも減らすため中古車を買おうとするケースが多くなっている。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・トラックなどの動きも依然悪いので、消耗部品が動かない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・今年の5月以降はずっと低調のままで前年比で20～30%は落としている。また、前年9月は消費税増税前の駆け込みで売上が上がったが、今年はいきなり低空飛行となり頭を抱えている。特に飲食店、観光業関係からの売上が全くない状況である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策も一段落した感じはあるものの、需要の回復には至らず、販売量は前年比減を一定レベルで推移している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前のどん底に比べれば多少は良くなっているかもしれないが、底辺で推移していることには変わらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンなどの対策もあり例年並みに近づいてきてはいるが、大きくは変わっていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーン対象商品の販売は個人客が中心である。団体需要は修学旅行や校外学習を中心とした学生団体が動き出したが、学校によっては延期や中止も発生している。また、一般団体は数件の発生にとどまっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化は見られない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	単価の動き	・客の入込など来館は増えたが、購入数は上がらない。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	お客様の様子	・遠方から、特に首都圏方面からの来場は若干増えているようだが、それを警戒して地元の客足が伸びない。割引券等を発行して誘客を試みているもののなかなか集客につながらない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症が発生してから、カットだけでオプションのメニューは要らないという方が多くなっており、単価が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・客が高齢化しているもので、段々と来客も少なくなってきた。

□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官公庁からの発注件数は前月と低いところで変化はない。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・首都圏からの移住希望に伴い安価な中古住宅の需要が伸びている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・特別定額給付金給付の効果は収束したとみられる。給湯器交換工事が減っており、リフォーム工事は塗装工事が減っている。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・8月から来場者数が伸びていたが、県内で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、前月、前年と比較して大きな変化がなくなっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・秋祭りやイベントの中止により商店街のにぎわいはなく、来街者数は減少している。Go To Travelキャンペーン効果により観光客が幾らか戻りつつあるが、売上等に直接結び付いていないのが現状である。
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・6～7月に掛けて営業自粛後の需要の戻りがうかがえたが、その後購買行動に陰りが見られ、特にファッション関連商品の売上が低下している。高齢層の客の来店は減少したまま推移しており、主要客層の客数減、買上単価減も響いている。
▲	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・来客数が前年を割り込む日が多くなっている。クーポン日は集客できるが、それ以外の日が厳しい。買物頻度は下がり、客単価も以前の傾向からは鈍化傾向で売上も前年を少し超える程度になっている。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、家庭用品や酒の売上が大幅に悪くなっている。来客数も97%と来店頻度が下がっているが、生鮮品の買上点数に支えられているため、売上は曜日対比では前年を維持しているが、日付対比ではマイナスになりつつある。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で行動がある程度制限されていたが、解放されつつあり大型スーパー等に買物に行く人が多くなったため、来客数が減少している。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・平日は夜が最近また静かになってきたという実感がある。土日は8～9月と催事が全くない状況なので休日の売上が悪い。
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・購入数は必要最小限のように見受けられ、客単価が下がっている。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・コロナ禍と残暑の影響で秋物商材の立ち上がりが遅れている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・夏場の猛暑によりエアコンなどの需要があり、8月までは売上が前年を上回っていた。しかし、今月は猛暑も一段落し、冬の準備のための暖房商品の売上はまだ上がっていないため、前年比90%で推移している。来客数も上期で売上が上がっていた状況よりも勢いがなくなって、新型コロナウイルスの問題でやや不安な状況になっている。
▲	家電量販店（従業員）	お客様の様子	・買い回りが多くなっている。また、価格に対して厳しくなっている。給付金効果が薄れてきていて反動が出ている状況である。
▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産で受注量が減少しているため、販売量が減少している。
▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・集客が戻らず売上は厳しい。例年は旅行シーズンで歩きやすい、疲れにくい靴の需要があるが、今年は例年の半分以下である。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数の少ない状況は続いている。9月の大型連休は昼時だけ少し増えたが、それ以降は静かな状態である。ディナータイムはほとんど客がおらず、大変苦しい状況である。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きく、やや収まってきてもまた出してしまうと一気に商売が暇になるという繰り返しである。

	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で業種によって格差が生じている。サービス産業の消費回復ができておらず倒産件数も増えてきており、関連取引会社にも影響が出ている。
	▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍により特に飲食業、宿泊業の売上に大きなダメージが出ている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・テレワークも落ち着いてきたためか、通信環境の整備をする人も少なくなり新規客獲得にブレーキが掛かってきている。また、節約傾向がより強くなっているため、解約者も徐々に増えてきている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染が収束していかないと厳しい。売上が上がらない。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・利用者数は特に変わっていないが、前月まで大変良かった客単価が、今月は非常に厳しい状況になっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策の移動制限が解除になり一時売上が回復したが、すぐに止まってしまい、7～8月の来客数は前年比10%、9月は15%と少なくなっている。中でも新規客は前年比75%ほどである。人の動きはまだ慎重なようである。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が依然として続いている。客は風評被害ということも考えているようである。中心街、商店街の人通りが極端に減っている状況が続いている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍で最低限の来客しかない。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・9月中旬以降、店頭の販売量、来客数の減少が著しくなっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・米の買取価格が下がったり、誘致企業の工場での解雇が始まったりしている。また、10月1日から増税が始まるたばこの買いだめも見当たらない。厳しい状況が続いている。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ景気も5～7月で一旦上がってきたかとみられたが、お盆で大打撃を受けて以降、景気の立ち上がりのめどが立たない。
	×	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスにより夏祭りのイベントが全て中止になった。売上も減っている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店、宿泊、観光関係は相変わらず状況は悪化する一方である。県内都市部の一部はGo To Travelキャンペーンがあるせい、客は来ているようだが、3密を避けるために1回転当たりの人数減や営業時間短縮をしており、コロナ禍前と比べても来客数が大幅に減った状況に変わりはない。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で4～8月まで前年比65%マイナスとなっている。なかなか脱却できない。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・まだまだ新型コロナウイルスの影響がある。地元のフリーでの来店客は安定してきているが、法人の接待や人数での宴会がほとんどない状態が続いている。よって、売上も50～60%くらいで悪い意味で落ち着いてしまっている。やはり新型コロナウイルス感染症のワクチン等が世の中に出回ってからでないとい現状からの脱皮は無理である。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・客から、勤めている営業所が新型コロナウイルスの影響で閉鎖になり、苦しんでいるという話を聞くことが多い。
企業動向関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・桃の作柄は春先の気候のせいで実の付きが例年の6～7割と少なかったが、8月は天候にも恵まれ、甘みが多く品質が良かったため、自営出荷分の販売単価が例年より3～4割良くなっている。
	◎	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の真ただ中に比べれば良くなっているが、前年比では大きくマイナスである。イベントの縮小やリモート化がマイナスの要因である。

○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べれば、平日に街中を歩いている人が増えていることや、9月の4連休中は駅構内などに多くの観光客があふれていたという状況から、変わりつつあるのではないかと感じている。4連休を除けば売上はさほど伸びていないが、取引先からの受注も少しずつ増えており工場の稼働率も少しずつ上がってきている。
○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注が極端に落ち込んでいたが、思ったよりも早く回復してきている。
○	経営コンサルタント	それ以外	・Go To Travelキャンペーンと自粛疲れが、消費拡大につながっている。
○	その他企業〔企画業〕 (経営者)	それ以外	・近くの観光地、温泉街で域外、県外ナンバーの車が目立って増加している。コロナ禍前ほどではないものの来客が増えているという声を聞く。
□	農林水産業(従業者)	受注量や販売量の動き	・米の農協買取価格は前年比で下がったものの、収穫量は前年よりも増加している。
□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比90%程度という状態が続いており、ギリ貧状態である。
□	出版・印刷・同関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響で各種イベント等の中止が続いており、印刷物の受注が減っている。
□	出版・印刷・同関連産業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前も現在も売上が前年比で10%程度落ち込んでおり、景気は横ばいである。
□	電気機械器具製造業(営業担当)	それ以外	・Go Toキャンペーン等の対策はあるが、観光業等特定の業界にしか恩恵はないため、全体としては余り景気が良くなっていない。
□	建設業(従業者)	受注量や販売量の動き	・大型の受注は一旦落ち着いている状況である。
□	建設業(企画担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍の影響で、客先の設備投資計画に延期や規模縮小となる案件が散見される一方で、一部設備投資を再開する客先もあり、一概に悪化しているとも言い切れない。
□	輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・9月の売上は前年比で15%の減少見込みである。8月は前年比で21%の減少だったので若干良くなっている。ただ、たまたまそうなのだけなのか、景気が戻りつつあるのかは判断しきれない。
□	通信業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスのほか台風災害関係で取り込み中のユーザが多く、反応が悪くなってきている。
□	金融業(広報担当)	取引先の様子	・自動車販売等一部業種には回復の動きがみられるが、新型コロナウイルスの影響により、会合やゴルフコンペ等の減少や冠婚葬祭の規模縮小等が当たり前になりつつあり、飲食や宿泊、冠婚葬祭業の苦戦が継続している。
□	広告業協会(役員)	受注量や販売量の動き	・イベント関連の受注が依然として低迷状態であり、ここ数か月、広告売上は低いレベルで推移している。広告業界復活の道のりがまだ見通せない。
□	コピーサービス業(従業者)	受注量や販売量の動き	・大きな受注はないが、以前よりは働き方改革に関連する商材の引き合いが増えてきている。新型コロナウイルスの影響は確かにあるが、この状況が日常であると理解し、今後の働き方の仕組みを変えようとしている取引先が増えてきている。少しでもそのお手伝いができるよう取り組んでいる最中である。
▲	窯業・土石製品製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・東北全体で官需、民需共に低調で出荷量は前年同期比を下回っている。今後もこの傾向がしばらく続く見込みである。
▲	電気機械器具製造業(企画担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症、米中貿易摩擦の影響で業績が悪化した取引先の影響を受けつつあり、身の回りの景気としては悪くなっている感がある。
▲	金融業(営業担当)	取引先の様子	・飲食業などは以前と比べると売上が回復してきているが、コロナ禍前の水準には程遠く、回復にはまだ時間が掛かる。
▲	司法書士	取引先の様子	・コロナ禍で所得が減少した結果、銀行の住宅ローン審査が通らない客が出てきたと聞いている。

	▲	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、飲食関係では前年比売上、利益が悪化している客が多い。サービス業も業績的には前年を下回っている。建設関係は何とか売上、利益で前年と同程度を維持しているが、全体としてはやや悪くなっている印象を受ける。
	▲	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月から始まっている新型コロナウイルスの影響は依然として脅威である。全体的にそれがしみわたって、なかなか状況の変化が見られない。終息に向かっていけば良くなるのだろうが、現状ではそれは考えられない。
	×	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は緊急事態宣言解除を受けての6月となり、消費マインドが回復し、販売も回復に転じた。しかし7月以降、感染拡大の第2波によって再び消費は落ち込み、今なおその傾向は続いている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が復調傾向にある。
	○	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・相変わらずのコロナ禍で景気低迷状態が続く。求人数は8月と変わらず前年比80%のラインで推移している。業種的にはIT、通信のセールス、エンジニア等に偏っている傾向があり、主流の流通や飲食、サービス等が激減している。
	○	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人媒体を見ていると同職種の案件ばかり並んでいたが、ここ最近他業種の求人も見掛けるようになっている。
	○	学校〔専門学校〕	それ以外	・数か月前の自粛時の景気よりは、多少上向き傾向にある。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・受注は前年比50%で回復は程遠い現状である。反面、求職者はほぼ前年並みの水準に戻りつつあり、他の派遣会社の契約終了者が当社へ登録している。そのなかで外資系生保の事務センターの年次増員などが堅調のため、新規の人選引当率が向上していて業績の落ち込みを支えている。
	□	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・小売店や外食産業の求人について、業績は前年と比べてダウンしているが、この数か月の間にコロナ禍に対応してきているので、これ以上悪くなる状況ではない。求人も再開し始めている。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・スポーツイベントや文化催事、ステージ等、不特定多数を対象にした催事が復活していないため、関連産業や地域の小売店も含めて相当深刻な影響が続いている。秋祭りなどが集まる催事なしに地方経済が上向くことはない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス関連による雇用調整について、宿泊飲食業については収束傾向にあるが、製造業で増加している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で減少幅が横ばいである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、月間有効求人数のいずれも大幅な増減がみられない。
	▲	アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響でまだまだ会議が少ない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の前年同月比の減少幅が大きい状況が続いている。
	×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・東北エリアで前年比40%前後のマイナス数値となっている。現状改善見込みがなく、かつリモート推進企業が多くなっているため、東北撤退企業も出てきている状況である。