

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)	◎	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で平日でも連日満室に近い状況である。地域共通クーポン利用で館内消費額も高くなっている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・個人旅行、グループ旅行の申込みと募集团体の催行率が非常に高い。館内消費についても地域共通クーポンの利用率が高く、高額商品を購入する客が多い。
	◎	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間企業からの設計依頼や提案書の提出要請が増えている。ただし、いずれも完成は3～5年後であり、直接現在の景気に影響する内容でないかもしれない。しかし、当社としては、契約が成約することで、数年先までの受注予測が立てやすい安心材料が増える。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の影響、特に風評被害とみられるものが続いているものの、減少していた売上は9月以降少しずつ取り戻している。今月も前年は割っているが、この先前年並みに戻していけるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・地域で発行している割増商品券の利用期限が12月末である。その商品券を持っている客は普通より多めにゆっくり買物をしている様子がみられる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンや自治体独自のプレミアム付商品券などの影響でようやく販売量が6割ほどに戻つつある。特に今月は旅館への販売量が良く、中には前年比120%の数字が出ている旅館もあり、Go To Travelキャンペーンの影響の大きさを感じている。しかし、Go To EATキャンペーンに関しては地方ではなかなか浸透せず、知ってはいるが使い方が分からない消費者が多く、飲食店への影響は余りないようである。
	○	スーパー（経営者）	それ以外	・プレミアム付商品券の利用に伴い客単価も高くなってきた。特に、小規模店舗の売上が顕著である。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・現在、新型コロナウイルスの影響が大きくなっており、飲食店への出入りを控えているためか、前月までの売上の状況が若干上向きになっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べれば売上、来客数共に10%程度増加しているが、前年比では相変わらず20%減の状態である。客単価や買上点数は底堅く推移しているの、人出次第というところである。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンにより、ホテルや駅周辺の店舗の客数改善が目立つ。また、全体的に土日の売上改善が図られており、消費活性化がうかがえる。たばこ増税の反動も少なく、販売数前年比は増税前の水準に戻り、売上高前年比は100%以上で推移している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍での消費動向も上向き、行楽需要も戻りつつあり、来客数が戻ってきている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・コロナ禍でまだまだ大変なところではあるが、今までは全く動いていなかった結婚式や県をまたぐお葬式への出席や、成人式、就職活動、高校入試の面接等々、例年行われる行事に対して、少しずつ前向きに動いているようである。
	○	家電量販店（店長）	単価の動き	・高単価商品の販売数の割合が増えている。
	○	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・飲み会等は控えている人がほとんどなので、景気の回復はまだまだである。しかし、当店の周辺では、マスク等の予防をしながらGo To Travelキャンペーンを利用したり、外出や外食、買物に行ったりと、人々の動きが少し大きくなっているように見える。
	○	住関連専門店（経営者）	単価の動き	・ネット販売は非常に順調である。
○	その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第2波に比べると、Go Toキャンペーンの効果もあり11月は良くなっている。ただし、前年比ではマイナスである。	

○	その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・今年も雪のない11月となった。長靴やブーツの動きが鈍い。
○	その他小売 [ショッピング センター] (統括)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや地域クーポンの発行など、様々な経済の後押し施策が効果的に働いており、来客数も徐々にではあるが増えてきている状況である。
○	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・Go Toキャンペーンのお陰で、宿泊とディナーがセットの商品が売れており、レストランの来客数が増えている。しかし、客単価は前年の8～9割程度である。ランチ売上は前年より若干のマイナスだが、ディナーはマイナス4割ほどである。来客数が伸びてこない。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの影響が出ている。ただ、新型コロナウイルス感染症の拡大が心配である。
○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果もあり今のところ例年よりは動きが良いが、団体客がないため売上に思ったほどの伸びはない。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーン及び各行政機関による旅行需要喚起策によって、来客数及び販売額が伸び続けていた。しかしながら、Go To Travelキャンペーンの対象期間が1月末のため、受注が伸び悩み始めている。さらに、新型コロナウイルスの感染者数の拡大により新規の受注が止まり、取消し者数が上回る日も出てきている。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・県の観光キャンペーン及びGo To Travelキャンペーンによる効果で個人旅行は良くなっているが、団体旅行は依然として動きが鈍く厳しい状況である。
○	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・設備投資によるサービスの向上とエリア拡大が新規客の獲得を後押ししている。既存客の追加サービスへの加入も増え、客単価もアップしている。
○	観光名所 (職員)	販売量の動き	・来客数自体はインバウンドの比率が高かったためまだ戻っていないが、販売量は非常によく動いている。Go Toキャンペーンの地域共通クーポンを使わなければとノルマ的に使っていたので、非常に助かっている。ただ、商品の納入に関しては、メーカーの動きが戻っていないようで、商品の品ぞろえという点ではまだ不足している部分もある。
○	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・雨が少なく好天に恵まれたため、地域イベントが中止になったにもかかわらず前年の売上を上回っている。行き先が変更となった学校団体の来園や、地域共通クーポン券も下支えしている。
○	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・賃貸集合住宅の受注が順調である。
□	一般小売店 [書籍] (経営者)	単価の動き	・コミックが全体の底上げをしている。特にアニメ原作コミック数作品の販売が引き続き好調である。東日本大震災と同様、孫へのギフト購入があり、客単価を押し上げている。
□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・薬局なので、来客数、販売量共に3か月前と変わらず良い傾向にある。
□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	販売量の動き	・3か月前の売上と比べて特に変動はない。客の様子も特に変わりはない。このところ店頭の動きに新型コロナウイルスの影響を感じることは余りなくなっている。
□	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ものの、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
□	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・Go Toキャンペーンや地元自治体の景気刺激策等により、来客数や販売量を含め少しずつ回復傾向にあったが、11月中旬より県内の新型コロナウイルス感染者が増加してきたのに伴い、再び外出を控える方が増え、8月の売上水準に戻ってしまっている。
□	百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・来客数は多少の戻りがみられるものの、依然として厳しい状況に変わりはない。

□	百貨店（買付担当）	お客様の様子	・カテゴリーによって好不調の差がかなり大きい。衣料品の不調は相変わらずで、客の来店数が減少しているほか、衣料品に対する需要自体が減少している様子がみられる。また、取引先が商品量を抑えているためニーズにも応えられず、悪循環となっている面もみられる。
□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・本店の来客数の減少に伴い売上は減少しているが、客単価の上昇と、近場消費による小型店舗の伸長がカバーしている構図に変化はない。
□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・当市の経済対策でプレミアム付商品券が発行され、店での使用率は高いが、ふだんどりの買物に利用しているため、新たな消費喚起につながっていないようである。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス第3波により、客の動向も読み難い状態である。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・11月に入り新型コロナウイルス感染者が増加傾向にあることから、内食需要が増加傾向にある。特に、生鮮品と、調味料などの自粛期間に動きの良かった物が動き始めている。しかし、客単価が上昇しているが1品単価は低下してきていることから、財布のひもは固いと考える。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・徐々に来客数は回復してきているが、売上は前年の水準には届いていない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月、近隣に競合店が開店し売上が減少しているが、来客数は今月初め頃に少し戻りかけた。しかし、新型コロナウイルスの影響でまた客の動きが止まったようである。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で自粛が続いており、特に夜の飲食店の店舗は売上減が続いている。また、リモートワークの実施により、少量買いの客は確実に減っている状態である。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で来客数及び売上が大幅に減少している状況は依然として変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年だと秋冬物の販売最盛期だが、忘年会などの自粛で購買意欲が下がっている。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・スーツ、フォーマルの需要は回復傾向にあるが、冬の防寒着が非常に苦戦している。
□	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・来客数は増えてきているが、販売量、買上点数は増えていない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・暖房商品は暖かい日が続いたので余り売れていなかったが、液晶や有機ELなど大型のテレビを中心にAV商品が売れており、単価アップにつながっている。全体的には例年並みになっている。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍の影響で空気清浄機、加湿器が売れているが、必ずどこかで反動減が出てくるので、必ずしも景気が良いとはいえない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・いつも新車を購入する客でも、景気の先行きが不透明なため、中古車で予算を少しでも抑えようとしている人が増えてきている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は新型車発表やイヤモデルチェンジがあるものの、大きな変化はない。メーカーの施策は毎月追加で増えており、宣伝も増やしたが、新規客の件数は3か月ほぼ変わらない状況である。
□	乗用車販売店（本部）	単価の動き	・新型車については依然受注は好調である反面、既存車販売が伸びず、収益全体の足を引っ張っている。客足自体も再び鈍り始め、サービス収益も前年を維持するのがやっとの状態である。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注量の変化がさほどない。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・10月は最終的に予想より悪くはなかったが、11月は厳しい。飲食店は回転人数や時短での来客数の減少に苦しんでおり、状況は芳しくない。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・Go Toキャンペーン等により移動需要が増えたようではあるが、販売量に大きな変化はなく、従来どおりの推移にとどまっている。

□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・数か月間、似たような状態が続いている。秋の需要、ウェディングやパーティーなどが全くない分、今年はかなり厳しい状況が続いていると言わざるを得ない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前半は良かったが、新型コロナウイルス感染症の第3波がきてからキャンセルが相次ぎ、余り良い状態とはいえない。
□	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・国内個人旅行の申込みはGo To Travelキャンペーンにより前年並みまで戻りつつある。しかしながら、国内団体においては小グループの申込みもここに来て停滞している。新型コロナウイルス感染症の第3波による影響が出始めているため、現状では3か月前と変わらない状況に戻ってしまった。
□	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・客の設備等意欲に変化は見られない。
□	テーマパーク (職員)	単価の動き	・地域共通クーポンや市限定のクーポンの補助があるため購入するが、クーポンの範囲内での購入又は少しだけ現金で支払するなど、クーポンの分を差し引いたら変わらない。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・ここ数か月、既存客の再来店率が前年の約9割である状況が続いている。新型コロナウイルスの状況もあり、客が再来店を控え、サイクルが長くなっている。
□	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・復活しかけていた客の来店が、ここに来て急速に減少している。
□	その他住宅[リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備器具はエアコン、ファンヒーター、温水ルーフヒーターといった暖房器具の設置と販売が好調である。リフォームは塗装などの屋外工事が減っている。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・今月、県内でも当市を中心に新型コロナウイルス感染者が急激に増加し、外食や必要以外の外出を高齢者中心に控えるなど景気が減速している。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・再度自粛の傾向が出ている。また、高齢者の消費も減少傾向にある。
▲	一般小売店[寝具] (経営者)	販売量の動き	・仕立ての注文が目立って減っている。
▲	スーパー(経営者)	単価の動き	・11月の1品単価は、前月と同様前年比プラス5%強の推移となっている。しかし、来客数、買上点数は前年割れが続いている。新型コロナウイルス感染者の増加もあり、外出の自粛も増えているようで来客数に回復が見られない。売上は引き続き低迷が続いている。
▲	スーパー(営業担当)	来客数の動き	・コロナ禍で来店頻度が下がっているためか、来客数が前年比98.2%と前年を割り込んでいる。客単価は買い置き需要があり107.0%だが、来客数が減少し始めていることがやや悪くなっている要因とみている。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・相変わらずコロナ禍で土日の行楽に行く人がかなり少なくなっており、土日の売上が下がっているため週の売上も下がっている。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・夏季に比べて売上は落ちるが、今年は更に新型コロナウイルスやたばこの値上げなどの影響で売上の前年比が大きく下がっている。経営も生活もギリギリである。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数の減少は止まらない。客単価の増加で辛うじて売上が横ばいで推移している状況である。
▲	コンビニ(店長)	来客数の動き	・ここに来て全国的に新型コロナウイルス感染者が増えており、また当市でも毎日何人かの感染者が出ている状況である。4～5月のように夜8時9時を過ぎると人の流れが全くなくなっている。繁華街にも人が出ていないということで、我々街中の店は来客数が間違いなく減っているというのが実感である。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・11月10日以降の新型コロナウイルス感染者増加に伴い、来客数が激減している。防寒アウターなどの必要性が高いアイテムのニーズはあるが、日々の購買人数は減っている。
▲	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が全国的に広がってきているなか、消費者の買物に対するマインドが徐々に下がってきている。

	▲	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・県内で新型コロナウイルス感染者が増えてきているせいか、来客数が徐々に減ってきており、滞在時間も短くなりつつある。商談時間が短くなるせいか、受注までに時間が掛かり出してきた。
	▲	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響かは分からないが、売上が急激に冷え込み始めた。前月はとてもいい感じで推移していたが今月はそこから動きが余りない。相変わらず飲食店からの受注はほとんどなく、厳しい環境であることは間違いない。
	▲	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客が激減しており、戻るあてもない。Go To Travelキャンペーン等で少し良くなりかけたが、第3波のために12月はほとんどキャンセルになっている。良くなる方向にはない。
	▲	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か、最低の水準からはやや良くなっているものの、例年と比べると5割くらいの落ち込みがある。来客数も個人、団体の予約が少ない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの終わりがみえず、高齢者は感染に恐怖を覚えてタクシー利用を控えているため、乗客の減少が著しい。その実情に耐え切れず閉業したタクシー会社もある。
	▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により飲食業界は打撃を受けており、その関連会社の倒産も多く見受けられる。
	▲	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・コロナ禍の影響で特に飲食業関連は大打撃を受けている。国や都道府県の需要喚起施策を投入しているが一時的であり、景気は悪くなっている。
	▲	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営業活動が制限されている。
	▲	観光名所 (職員)	来客数の動き	・このところ、Go Toキャンペーンの恩恵により何とか持ち直していた。しかし、新型コロナウイルス感染者数の増加により、再度の自粛ムードで来客数が急速に減少している。
	▲	競艇場 (職員)	来客数の動き	・客単価は悪くないが、来客数が上がらないので基本売上が減ってきている。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・このタイミングで県内各地で新型コロナウイルス感染者が続出してしまった。旅行や仕事関係で県外に行ったことが原因となったのがほとんどであるらしく、地元の人たちは昼は外食に出てくるがメインになる夜には感染するのが怖くて出てこないようである。忘年会の予約がほとんどない状態である。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・客の身の回りで新型コロナウイルス感染者が発生するという話を聞いている。私自身の周りでも新型コロナウイルス感染者が発生しており、非常に不安になっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	農林水産業 (従業者)	受注量や販売量の動き	・米価は下落したものの、収量の増加が下落分を上回っている。また、転作作物の蕎麦(そば)も例年にない豊作となっている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーンにより週末の人出が増えており、これまで観光客減で低調だった店舗からの受注量が増えている。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・カメラ業界の出荷が回復している影響からか、増産のニュースが聞けるようになってきた。
	○	電気機械器具製造業 (企画担当)	取引先の様子	・半導体製品を使用した製品開発が順調に伸びており、我々の業界も製品開発は計画どおりに進捗している。
	○	輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・自動車関連の受注は安定している。
	○	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・9~10月の売上は前年比で大分戻ってきたこともあり、8月辺りが景気の底打ちかとみていた。その矢先の11月中旬に新型コロナウイルス感染の第3波が襲来した。それにより、また売上が落ち込むのではないかと憂慮している。

○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・小売は一部持ち直しの動きがみられるが総じて底ばいである。有効求人倍率も1倍割れが継続している。観光関連はGo Toキャンペーンにより県外客流入が増加し一息つけている状況である。
○	経営コンサルタント	それ以外	・Go Toキャンペーンの効果が種々の局面で広がっている。
○	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・以前よりはウィズコロナに対応しつつあるようにみえる。先行きに不安はあるものの、投資すべきものには予算を付けて購入が始まっている。また、旅費交通費として計上していた予算を物品購入に変更して執行が始まったところも出てきている。
○	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	・以前と比べて取引先の状況がやや良くなっている。新型コロナウイルスについてこぼす回数が減っている。
○	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	・各種Go Toキャンペーンの影響もあり人の動きが始めたことで、飲食や宿泊施設など業務用で数字がやや回復している。
□	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・農協より、早生種のりんごの販売単価は前年並みであるという話があった。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーンの効果で土産市場は回復傾向にあったが、再び新型コロナウイルス感染拡大で今後が心配である。お歳暮市場は順調に受注が進んでいる。
□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、3か月前と変わらない。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・以前より仕事の動きが見えてきているものの、新型コロナウイルス感染症の第3波で状況が悪くなるおそれもある。
□	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	競争相手の様子	・3か月前も今月も印刷中心の印刷業者の売上は前年比で約20%落ち込んでおり、景気は悪いままである。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が依然続いており、経済的に景気が完全に回復してきているとは思えない。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・官庁工事の設計変更等の受注があったものの、状況は3か月前と大きく変わらない。
□	建設業（企画担当）	取引先の様子	・コロナ禍の影響で、客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もあり、一概に悪化しているとも言いきれない。
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で客の反応は消極的傾向にあるが、その一方でリモート関連の受注が増えている。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・Go Toキャンペーンでホテル、飲食業は一時的に回復してきていたが、新型コロナウイルス感染の再拡大で先が見通せない状況になっている。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・再び感染拡大の波が押し寄せており、戻りつつあった広告業界の売上回復のスピードが鈍化している。遊興施設等の人が集まる業界の広告出稿はほぼストップし、厳しい状況である。
□	広告代理店（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悪いまの状況が続いている。前年比80%までは回復してきているものの、景気が上向きとはいえない現状である。
□	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。小売業、飲食業等のサービス業は相変わらず売上確保ができず、赤字経営を続けている状況である。建設関係も今月申告企業は赤字決算が多い。全体的には2～3か月前と変わらない。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・取引先のスーパーマーケットの来客数、客単価はここ3か月変わりない。
▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・地域間格差はあるものの、東北全体の需要は毎月前年比90%程度で推移している。今後も増加に転じる要素は見当たらない。
×	*	*	*
◎	—	—	—
雇用			

関連 (東北)	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣の受注数が増加している。3か月前と比べ1割程度だが、例年の年末需要に加えて、ネットワークのインフラ系の業界からの増員も出てきている。様子見だった設備投資が人員増に波及することを期待している。
	○	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・3か月前は採用に非常に消極的な企業が多かった。しかし、11月に入り、中途採用を再開する企業が出てきたり、今の大学4年生の新卒採用をストップしていた企業が3年生の採用に向けてインターンシップを始めたり、企業が採用活動を開始しているという印象を強く持っている。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数も前年と同水準まで回復してきている。
	○	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春に実施件数が大幅に減少した会議だが、再開されることが多くなっている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・コロナ禍の影響の大きい宿泊や飲食業が持ち直してきている。ただしこれは大規模商業施設の建設や発電所のメンテナンス工事によるものであり、永続するものではない。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年比で減少が続いているが、減少幅が縮小している。新規求職者数は前年比で減少が続いているが、就職件数の減少と失業給付の延長により、有効求職者数は前年比で増加が続いている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比較して新規求人数、月間有効求人数共に増加している。新規求人数で増加数が多かった業種は医療福祉、サービス、卸売、小売業である。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響があり、求職者は積極的に動いておらず、求人へのエントリー等は少ない。求人数も大きく増えてこない。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・相変わらず、主要業種の流通、サービス等の求人は低迷状態だが、コロナ禍を反映して、医療やコールセンター等の求人は増えつつある。全体としては前年比80%ラインとここ数か月変わらない状態である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人が少しずつ増加傾向にあるが、有効求職者数も増加していることから、有効求人倍率は横ばいの状態となっている。
	□	学校〔専門学校〕	それ以外	・新型コロナウイルス感染症防止の環境下で、景気感は低いまま続いている。
	▲	*	*	*
	×	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・ホワイトカラー、ブルーカラー共に、全く改善傾向がみえず、コロナの終息もみえないため、各社採用に関しては鈍化傾向となっている。出口がみえない状況である。
×	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルスの流行再燃の影響により、飲食店や物販等の店舗来客数が著しく低下している。Go To Travelキャンペーンで宿泊関係は一時的に潤ったが、街中への来訪者の外出はそれほど多くなく、地方都市は景気が冷え込んでいる。	