

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 (九州)	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・年度末で新型コロナウイルスの影響が出始めていた前年を大きく上回っている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生後、周辺商店街を含め時短営業や催事DM抑制もあり、高齢者中心に集客力が低下している。来店客の減少や滞留時間短縮は継続しているが、上旬のバレンタインキャンペーンや中旬の全店催事、また、下旬のクレジット催事と午前中心に客足が戻りつつある。店頭では自家需要商品の紳士・婦人衣料雑貨、寝具、家電製品やし好性の高い舶来雑貨・時計・美術工芸品等は依然堅調である。店頭外でのオンライン販売と物産催事開設では、好調な受注が続いている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言下で、コンビニエンスストア利用の幅が広がっており、来客数の改善がみられる。新型コロナウイルス禍にあっても、滞在時間が短くて済むため、客の感じるリスクが軽減されていると考えられる。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕 (支配人)	来客数の動き	・年末からの新型コロナウイルス感染者数拡大や近隣の県での緊急事態宣言の影響もあり、かなり苦戦していたが、今月に入り回復の兆しが見えてきている。売上としては、全体的に95%程度まで回復しており、旅行等厳しい業種もあるが、客足は戻りつつあると言って問題ない。一方、従業員が感染した場合のバッシングは根強く、誤解を招かないよう行政側の発信を強めてほしい。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・時短営業が解除となり、僅かではあるが、客は戻りつつある。しかし、これまで外出自粛が続いたことにより、外出を控える傾向が強くなっている。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光インターネットのエリア拡大により、販売量が増加している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月中旬に県からの緊急事態宣言が解除されてからは、若干人の動きがあるが、午前中は生鮮食品の買物がほとんどで、商店街を回遊する客は少なく、生鮮食料品以外の物販は厳しい状態が続いている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が間もなく解除されるが、人の動きが非常に悪いために消費が抑えられている。最低限の必需品以外は、購入しない状況になっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの政策で、飲食店が少しでも安心して潤うかと考えていたが、厳しい状況は変わらない。新型コロナウイルスの感染状況に慣れてきても、客が戻る心配がなく、不安がある。
	□	一般小売店〔青果〕 (店長)	それ以外	・ピーマン、きゅうり等当地産物の中央市場での相場が上がりきらない。レタス、サニーは他県から入るが、半値から1/3の価格である。品物の動きがなく、業者は苦しんでいる。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・バレンタインは、プチゼいたくの自家需要もあり好調に推移しているが、催事やイベントの中止、また、延期、縮小等厳しい状況は継続している。家中需要といった家電や生活用品等は、引き続き堅調に推移しているものの、婦人服を中心としたアパレル関連は依然苦戦している。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍が発生し、外出自粛等が始まって1年が経過した。売上の実績は、前年も影響を受けていたため、落ち込みが目立たなくなっているが、来客数や客の外出減少、また、それに伴う購買減少の状況は全く変わっていない。
	□	百貨店（プロモーション担当）	来客数の動き	・初回ほどの強力な自粛はみられないものの、再び緊急事態宣言を受けて、特に夕方以降の来店が大きく減少している。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・景気動向としては、大きな変動はないが、生活スタイルが家中であることは間違いない。食料品好調に対して、衣料関連は苦戦している。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（統括者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、緊急事態宣言もあり、内食率は相変わらず高く推移しており、1人当たり買上点数の増加も続き、客単価は高い数値を維持している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・病院内の店舗であるため、新型コロナウイルス禍の影響で、来店客が激減している。また、医者を含む職員が感染しないための予防策で、買物に消極的で売上が大きく下がっている。ワクチン効果で新型コロナウイルスの感染が終息しなければ、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	お客様の様子	・時短営業が解除され、弁当や総菜等家食のための食材の売上が、アルコールよりも若干落ちている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの感染拡大のため、来街者及び来店客はない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・買物をする人が少なく、来客数が少ない状況が継続している。一部の客では、今まで買い控えていた分をまとめて購入するということがあり、若干の売上はあるが、消費意欲がないことを危惧している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・1月は新型コロナウイルス感染急拡大及び近隣でのクラスター発生で来客数が激減したが、時間が経過し落ち着きを見せると、3か月前と同様に巣籠り需要の恩恵で、前年を上回る状態に戻っている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で2月は、過去5年間のなかでも上位になっており、景気は良い状態である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス関連の補助金やプレミアム付商品券の後押しも徐々に弱まっている。駆け込み需要の面が大きかったため、今後の反動が懸念される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・来客数は減少しているが、巣籠りやテレワーク需要により、テレビや冷蔵庫、洗濯機、パソコン等大型家電が伸びており、前年を上回る売上である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ここ最近では、個人でも全体でも売上が、さほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が堅調に推移している。特に人気車種は納期6か月超の車もあり、当面は売上利益の確保ができる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響を受けている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月の各種キャンペーンで、新型コロナウイルス発生前の売上まで回復しているが、店舗での販売では決定までに時間が掛かり、来客数も少ない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・来客数が減少傾向にある。ただし、客の購入単価は、巣籠り等の需要で増加している状態である。売上等は前月と変わらない状態で横ばいである。今後、暖かくなると外出も多くなり、来客も増加傾向になる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は、やや上げの傾向である。県独自の緊急事態宣言が解除され、感染者も1けた台で推移していることで、客には安心感が出ており、販売量は前年並みを予想している。
<input type="checkbox"/>	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）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の緊急事態宣言下で、客の来場が大きく落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・飲食店を含めた宿泊業は、緊急事態宣言の影響を大きく受けており、売上増加が見通せない状況である。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス対策は取っているが、客が少ない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・ゴルフブームの傾向もあるが、料金や購買状況は余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前から比較すると徐々に上がると予想されるが、緊急事態宣言もあり横ばいの状態が続いており、客の動きも悪くなっている。なかなか活性化していない。

□	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で景気が良くなりません。街に人通りがなく、店の状況が危なくなっている。支援金対象ではないため、何らかの対策を講じてほしい。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・外出を我慢していた人が、久しぶりに外出している状況である。
□	設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大防止対策の影響で、観光業や飲食業が閑散としており、金が回っていない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、集客が見込めない割には、Webを通じて客の反応はある。計画どおり進んでいる物件もあるが、外した企画の物件は伸び悩んでいる。景気は、計画に対し若干下降している。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・今回の緊急事態宣言発出後の来場者数は、やや減少しているものの、前年の緊急事態宣言時ほどの減少はない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末の第3波発生以来、1～2月は4月の第1波以上に非常に悪い状況である。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上は落ちてはいるが、2月は取り立ててイベントもなく、12月の送別やクリスマス、正月の花など需要が見込まれた月と比べると、最悪の状況にはなっていない。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出による外出自粛の影響で、来店客が減少している。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月は、緊急事態宣言の発出の影響が一番大きい。新型コロナウイルスの感染拡大で来客数が落ち込んでいる。緊急事態宣言の発出いかんで状況が変わっていく。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・2月に入り緊急事態宣言が延長されたが、1年前のような買いだめに殺到する動きは見られない。1回当たりの客単価は、前年超えで推移しているが、来客数は前年割れが続いている。この1年で、新しい生活様式が浸透しつつあり、デリバリーが普及しているが、これまでのような巣籠り需要は、さほど期待できないと考える。
▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍による緊急事態宣言が発出されていない地域でも、新型コロナウイルス感染者の増加とともに来店頻度が低下している状況である。家中需要の傾向は変わらず、食品部門は来店頻度の低下に伴い、買上点数増加による客単価増加にはつながってがっているものの、衣服住部門はクリアランス時期にもかかわらず、前年を大きく下回る状況が継続している。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス発生から1年が経過し、前年に売行きが良かった商材が、大幅に落ち込んでいる。また、気温が高いために、鍋物や汁物等の冬型商材の動きが悪い。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは減少しており、巣籠りのための生活必需品や食料品購入の下支えはあるものの、イベントや旅行、行楽での利用は大幅減少している。飲食店の時短営業だけでなく、夜帯の仕事関係者の減少で深夜22時～早朝6時の時間帯は来客数が少ない状態で継続している。
▲	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、緊急事態宣言が独自に発出され、また、外出自粛も要請されたため、来街者が極端に少なくなり、来客数も減少している状況である。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス特需が落ち着きつつあり、今後もこの流れが続くのではないかと考えられる。
▲	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・秋冬が繁忙期となるため、春が近づくにつれ客単価が低くなっていくが、緊急事態宣言の影響で来客数も落ち込んでいる。加えて、雪等で外出しにくい日が続いたこともあり、落ち込みの要因として挙げられる。また、例年であれば大学進学に合わせた新生活セットを買い求める客も多いが、今年は極端に少ない。

▲	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・時短営業の影響もあり、企業や団体等での宴会等の予約がなくなっている状況である。
▲	タクシー運転手	それ以外	・現在の新型コロナウイルスの感染状況では、景気は横ばいから下り坂である。ワクチン接種が早く始まれば、かなり内需は上向いてくると考えられるが、まだ先行きが見通せず、厳しいと懸念される。
▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・会場貸しの引き合いが、全くない。来年度の予算策定に当たって客からの経費削減要求の声が大きくなっている。
▲	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）	お客様の様子	・季節要因による入院等の客減少に加え、新型コロナウイルス第3波の拡大の影響で、売上高は、前年比及び前月から大きく減少傾向となっている。
▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・緊急事態宣言を受けて、イベントの開催ができない。
×	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客が商店街に来ることがなく、また、飲食関係の業者も商店街に仕入れに来ることがないため、客が減少している。今の状態では、厳しい状況が続いていく。
×	商店街（代表者）	お客様の様子	・1年が経過しても新型コロナウイルス禍が収束しないため、一段と景気が落ち込んでいる。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・緊急事態宣言により、来客数が減少している。年度末の繁忙期には、余りにも少ない。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、商店街では高齢者の来街が極端に少なくなっている。緊急事態宣言が解除された後に、客が戻ってくるかどうか心配である。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で来客数が大幅に減っている。客に聞くと制限は緩和されているが、外出はできるだけ控えている状態である。
×	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出を受けて、飲食店向けの販売量が激減している。
×	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・客の購買意欲が変化し、必需品以外は極力買わないようにしている。
×	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再度発出され、不要不急の外出自粛や飲食店の時短営業要請で、休業している店舗が多く見受けられる。いつもの活気もなくなり、歩行者も少ない状態で売上は上がらない。
×	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の全体の売上は79%となり、3か月前から16%落ちており景気は悪くなっている。部門別では、一部の店舗で衣料品は87%、喫茶、食堂は56%で悪い状態が継続し、食品も催事が今月はないことから68%になっている。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍での緊急事態宣言の最中であり、テレワークが常態化している企業も多く、平日も週末も、人の動きが戻っていない。
×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・2店の経営をしているが、どちらも前年の売上を下回り始めている。
×	コンビニ（店長）	それ以外	・売上の減少や雇用問題、さらに、借金による赤字運営で、飲食業界は限界である。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来店客がなく、例年の半分以下である。
×	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出されて、来客数は更に減少している。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・お弁当を始めたところ、最初は良かったが、すぐに巣籠りになり、注文も少なくなり、耐えている状態である。新型コロナウイルスの感染が収束し、ワクチン接種が早く始まることを待っている。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当店の客層は会社関係が多く、緊急事態宣言発出後は自粛により全く客の来店がない。
×	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・明らかに客の数が少なく、夜街に出ている人も少ない。
×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・緊急事態宣言に伴う飲食店への時短営業要請により、売上減少となり景気は下向きとなっている。

	×	観光型ホテル (総務)	来客数の動き	・県独自の緊急事態宣言により、外出自粛や飲食店への時短営業要請があり、特に夜間帯の来客が激減している。新型コロナウイルス感染防止対策として、外食自粛が定着した感が強い。
	×	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・3か月前にはGo To Travelキャンペーンの影響で、これまでにないほど多くの宿泊があった。緊急事態宣言が出ている現在は、ほぼ休館状態になり最悪の状態である。
	×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・緊急事態宣言発出後、稼働は今までにないほどに低迷している。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言のなかでも、昼間の人出はそこそこあるが、イベント縮小や夜間の繁華街の人出のなさ等景気の低迷が続いている。
	×	競馬場(職員)	来客数の動き	・客を迎え入れられないため、状況は悪い。
企業 動向 関連 (九州)	◎	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・今年に入り受注が急増し、2月以降はキャパオーバーの状態が続いている。
	○	電気機械器具製 造業(取締役)	受注量や販売量 の動き	・来期以降の具体的な商談が増加しつつある。
	○	その他製造業 [産業廃棄物処 理業]	受注価格や販売 価格の動き	・金属相場や貴金属相場は右肩上がりになっているため、徐々に回復傾向にあるが、生産量で考えるとまだ減少傾向である。投機による上昇であり、生産増加による上向きではない。
	○	輸送業(従業員)	受注量や販売量 の動き	・EC通販向けは引き続き好調である。店舗販売からEC通販に参入する客が増加しており、また、大手企業からの健康食品の受注が増加している。
	□	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・従来下がる時期に上がっており、気候との相関がみられないことから、非常に不透明な需給となっている。
	□	窯業・土石製品 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注関係は前年度と比較すると良いが、3か月前と比較するとそこまで良くない。市場関係の状態は、Webでは波があり、通常の販売では思うようにはいかない。今後はWebが主力になると考えている。
	□	一般機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・客の体制が大きく変わり、安定していない状態が2～3か月続いている。
	□	輸送業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・相変わらず例年と比べても物量が下がり、人件費は高騰したままである。
	□	通信業(経理担 当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、横ばいが継続している。
	□	金融業(調査担 当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染状況は落ち着きつつあるが、飲食やタクシー業界等では、回復への足取りは重い。消費者には、ステイホームの意識が根付いており、割引等の集客イベントへの反応も鈍い。
	□	金融業(営業)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、モノ、ヒトの流れが止まっている。製造、販売共に需要がない状況である。
	□	新聞社[広告] (担当者)	受注量や販売量 の動き	・東京や大阪が回復傾向にあり、広告出稿が少し戻っているが、地元九州の状況が悪い。
	□	広告代理店(役 員)	受注量や販売量 の動き	・業績3か月予想がなかなか好転しない。競合プレゼンテーションや新規の案件数も低位で安定してしまっている。
	□	経営コンサルタ ント(代表取締 役)	取引先の様子	・取引先に人材投資の計画を聞くと、大きな変化がない状況である。
	□	経営コンサルタ ント(社員)	それ以外	・2月の研究会で最近の動きについて報告があったが、決算整理が忙しく、新しい動きはみられず、新しい取組は1件のみで低調であった。
□	経営コンサルタ ント(社員)	取引先の様子	・業務用卸売業が倒産寸前である。宅配を主にしている業種は何とか前年比100%を維持している。	
□	その他サービス 業[物品リース] (職員)	取引先の様子	・来期不透明感もあり、設備投資を行うか否かの判断が難しいとの意見をヒアリングするケースが多い。	

	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月は厳しい状況であったが、2月に入り更に深刻である。今月の売上は、対計画の70%になる過去最低の予想である。好調であった量販店向けも2月は稼働日数が少なく、厳しい売上になっている。冷食メーカー向けも1～2月は本格的な稼働をしないため、3月以降に期待したい。
	▲	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が少なく、今月は予定外に5日程休みにした。競合他社では、もっとひどい状況の企業も少なくない。改善されていくのか危惧している。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・2021年度の建築案件の先行きが見えない。新型コロナウイルスによる再度の緊急事態宣言にて営業活動に支障を来しており、テレワークでは思うような情報が得られず、受注量が芳しくない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合い案件が乏しい状況である。また、仕事量が減っているため、コストも下がってきている。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・ゼロ国債、ゼロ県債等の工事発注が大いに期待されているが、なかなか発注されてこない。特に、地方の発注機関では対応が遅く、また、天候も良く工事期間の短縮にもつながったため、今年は例年になく手持ち工事の完成が早かった。工事の早期発注を期待している。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年の今頃は、新型コロナウイルスにより急激に在庫が減少し、倉庫貨物が滞留し、倉庫は埋まっていたため、荷主もこの状況を踏まえて在庫調整をしている。飲食店の休業や時短営業、在宅勤務等により一部の商品は売れない状況となり大幅に在庫が減少しており、ワクチン接種が始まってすぐには戻らないと予想される。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言が継続中で、飲食業を始めとするサービス業に関して時短営業要請もあり、夜の人の動きも止まっており、全体的に消費等が下向きである。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・例年では、年度末に近づくると市町村は補正予算の業務を業者へ発注するが、今年度はその動きがほとんどないため、売上が伸びていない。新型コロナウイルス感染対策のために、当県内にある事業所への隣接した県等の市町村からは、問合せもない状況になっている。
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・輸出や公共事業関連企業は比較的高水準で推移している。一方、新型コロナウイルスの感染拡大により、緊急事態宣言が再び発出されたことから、百貨店やスーパーマーケット等の売行きは伸び悩んでいる。
	×	金融業（調査担当）	取引先の様子	・前年12月から新型コロナウイルス第3波の影響が出ており、個人消費や企業生産活動は弱めの動きとなっている。半導体や乗用車の新車登録台数等一部では持ち直しつつあるものの、飲食店や旅行、観光等のサービス業を中心に、感染再拡大の影響を受けており、企業の資金繰りが厳しくなっていることから、3か月前と比較すると景気は悪化している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・県独自の緊急事態宣言も解除され、飲食店等の時短営業や移動制限も緩和されたこともあり、幾分は消費活動も活発になっている。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数は相変わらず減少しており、後任を採用しない状況は変わっていない。新型コロナウイルス関連での短期注文はあるが、増員や欠員補充の注文は少ない。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・企業側の採用状況や求職者の動きどちらを見ても停滞している。派遣受注状況が良くないため、新型コロナウイルス関連の事務系も思ったほどの進捗は見られず、前年と比べると減少傾向が続いている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・現在、取引ができていない業界は、新型コロナウイルスの影響を受けにくい業界であるが、当社では、新型コロナウイルスの影響で打撃を受けており、緊急事態宣言の解除が一刻も早くされることを期待している。

□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・月間有効求職者数が、前年比で大幅に増加している状況であり、改善する材料が今のところ見当たらない。
□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・2022年卒業の3年生の動きは、IT系企業等一部を除き、採用予定人数が減少している。運輸や旅行等は採用見送りのケースも多く、新卒の採用環境も厳しい状況が続いている。
□	学校〔大学〕 （就職支援業務）	求人数の動き	・2021年卒業生のうち、就職先がまだ決定していない学生もいるが、該当する求人も余り届いていない。2022年卒業の採用活動は、3月を前に少しずつ始まっているが、選考を受けている学生も見受けられる。
▲	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・緊急事態宣言発出後に、受注が激減している。
▲	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響で外出機会が減少したことで交通事故が減り、損害保険調査の求人募集が減っている。新型コロナウイルスの影響が至る所に出ている。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・これまで社員の休業で、新型コロナウイルス禍に対処していた大手の小売や宿泊業で、退職者の募集を開始する等、雇用に直接影響が出始めている。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・長年大きな営業をしてきた事業所から、希望退職者募集や出向、又規模縮小、事業譲渡の相談が出ている。
×	新聞社〔求人広告〕 （社員）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言により、4～5月と同じ状況になっている。イベントの中止は前回ほどではないが、旅行広告や宿泊施設の広告はほぼ止まっており、新聞広告量も、前年と同じ状況まで落ち込んでいる。通勤ラッシュ時はそれなりに混雑しているが、昼間や夜間は緊急事態宣言前と比べて明らかに少なく、通勤以外での人の流れが減少している。