

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)	◎	百貨店（買付担当）	お客様の様子	・ここ数か月徐々に上向き傾向だったが、今月は衣料品も稼働している。気温の上昇もあり、購買意欲が比較的高くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・春の訪れとともに卒業入学準備等でいつもの人の流れに戻りつつある。新型コロナウイルスの影響で冬場は自粛ムードが高まっていたが、予防接種の開始やコロナ禍の長期化による自粛疲れからか外出が多くなってきている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・天候のせいもあってか最近客が戻ってきている。そして、ある程度のまとめ買いが増えているので、販売量の動きは良い。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・2019年実績と比較すればまだ回復していないが、前年実績に対しては120%と伸長しており、3か月前より改善している。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夕方から夜に掛けて来客数が若干増加している。それにつれて、アルコール対策用のドリンク等が動いている。深夜帯は依然回復には至っていないが、客足が伸びてきている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数微増傾向により、売上も幾分回復傾向にある。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・雪からやっと解放され、春物も動き出している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・長く着用できる高額な良品を購入されるケースが多くみられ、客単価アップにつながっている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3月で新型コロナウイルスの影響が出始めてから約1年たった。前年は全ての入社式、入学式、場合によっては卒業式が中止となり大打撃を受けた。今のところはそこまでの状況にはなっておらず、前年よりは上向きになっている。また、企業の転勤も動いているようである。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・前年はほとんどなかった入学、卒業、新生活に向けた需要が出てきている分、回復基調にある。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年は緊急事態宣言によりフレッシュャーズ、卒業式、入学式等のイベントが中止になったが、本年はおおむね開催されることで、スーツ需要が回復している。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・販売量が増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年末から販売量は決算期まで増加傾向にある。新型車の発表発売も控えているので既存の車種と併せ提案し、新型車以外での契約もあり、微増だが販売台数は伸びてきている。
	○	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・特注家具なので受注生産であり、受注量の中身が増えたことにより、商品点数もおのずと増えている。
	○	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者が増加しているにもかかわらず、今月はお彼岸もあり、線香等の小物や仏具の売行きが順調で売上を押し上げている。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・首都圏の緊急事態宣言が解除され、徐々に来客数が増えている。近場の温泉の申込みが多く、ゴールデンウィーク期間も動き出している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・今月半ばに100人を超える感染者数の発表が出てから、タクシーの利用者は極めて少ない状況である。しかしながら、なじみ客の買物の状況を鑑みると、今までにない高価な買物をしている。よってコロナ禍においても少しずつ上向きに変化していると推察する。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・3か月前よりも今月の方が前年同月比が良くなっている。

○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・春休みに入り首都圏に出されていた緊急事態宣言も解除になり、徐々に来客数が増えてきている。しかし、いわゆる観光土産などは自家需要商品になっていてまだまだ厳しい状況であり、取引先が生産したがない物もあってバランスが難しい。景気が良くなっているというより、家にいるのがつらくなってきたといった印象を受ける。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・来客数は緊急事態宣言明けを見込んだ予約も少しずつ入っているのですが、3か月前よりも1年前よりもやや良くなっている。ただ、通常時と比べると景気は悪いと言わざるを得ない。
○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・中小企業等事業再構築促進事業や新型コロナウイルス感染症特別貸付などを活用した事業を検討したい旨の問合せが出てきている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・コロナ禍の下、先行きが見えないなりに、閉店する店、事業拡大する店と対応の格差が出ている。
□	一般小売店〔医薬品〕(経営者)	販売量の動き	・来客数の落ち込みは著しいが客単価が上がっており、売上は3か月前比で横ばいである。
□	一般小売店〔寝具〕(経営者)	販売量の動き	・今月も商品の動きは良くない。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・来客数は前年と比べて回復傾向にあるものの、生活様式の変化や移動の自粛、消費マインド停滞は続いており、景気にも変化は見られていない。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍が常態化しているので、余り前と変わらない。通常、年度末は建設関係などが動くはずだが、それほど動いていないようである。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数前年比が、90%前半まで落ち込んでいる。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・雪は解けたが来客数が戻らない。今月も除雪代の支払があるので厳しい。
□	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、現在も週末の来客数が減少傾向にある。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・売上高は回復傾向にあり、前年並みまで戻しているが、一昨年比では95%と落ち込んでいる状況である。特に来客数の落ち込みが大きい。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・天候に左右される時期である。週末の悪化が続き来客数に影響が出ている。
□	コンビニ(店長)	来客数の動き	・朝から夕方に掛けては充分客足が戻ってきている。しかし、新型コロナウイルスの感染者が多く、当地で緊急事態宣言が出されていることもあり、21時くらいから朝方に掛けては人が出てこない。良くない状態が続いている。
□	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・依然として新型コロナウイルス感染は収束しておらず、客足が減少している。法人関係も買い控えをしており、売上が2割減少している。
□	衣料品専門店(総務担当)	単価の動き	・コロナ禍の影響で景気が悪かった前年との比較では100%を超えたが、一昨年の3月の70%であり、まだまだ景気は改善されていない。来客数は前年よりもアップしているが、客単価及び買上点数は下がっている状況である。
□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・決算期だが、なかなか個人客の販売量が増えない。
□	乗用車販売店(従業員)	来客数の動き	・本来、3月は決算期で客の来場は多いのだが、以前ほどではない。新型コロナウイルスへの対応をした上でイベントを行っているが、来場者数は余り伸びていない。
□	住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・店頭販売が非常に悪くなっている。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言は解除となったが、移動需要の拡大による販売量の増加は見られない。
□	観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・当市で発出された緊急事態宣言の影響があり、来客数が伸びない。

□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前月と代わり映えない状況である。首都圏の緊急事態宣言が解除され、飲食業界は多少上向いているが、観光業は下降気味である。新型コロナウイルスの影響で外国人の入国が制限されているため、留学生の入国がなく教育産業も低迷している状況である。
□	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・客の設備投資意欲に変化は見られない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新生活の準備の時期であるが、引っ越しなどの動きがそれほど多くみられない。このため、転入転出による加入解約にも大きな動きがなく、新生活応援キャンペーンなどによる新規加入者の増加も余りみられない。
□	観光名所（職員）	お客様の様子	・寒さも緩み、子供連れの家族や若者のグループの来場が目立つようになっている。ただ近場の来場のため売上にはなかなか結び付かない状態である。
□	競艇場（職員）	来客数の動き	・前年の6月から営業を再開し、3か月くらいは好調が続いたが、急に客足が悪くなり売上が一気に落ち込んだ。その後広告や宣伝ができない日が続き、客足が戻らないまま今に至っている。
□	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・1月からの緊急事態宣言下での最悪の状態は脱したが、他県で新型コロナウイルスの感染が急拡大した地域があったことにより、地元客の来店が再び激減している。
□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・オープン形式での展示場営業が完全予約制になり、集客人数の減少と客との打合せに時間を要し、契約までの時間が掛かっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響がいまだなくなっていない。せつかく調子が上向きになってきた段階で再び感染者が出たために、なお一層落ち込んでいる状況である。
▲	一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・年末年始まではコミックが全体の販売量を押し上げていたが、現在は一段落している。また、新学期関連の動きが鈍い。巣籠り状態で外出自粛の傾向があること等で、少し景気が下向きになっている。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今月上旬は新規感染者数も落ち着いていて、販売量も若干上向き傾向にあったが、中旬以降は感染者の急激な増加に加えて大きな地震もあり、一気に人も物も動かなくなった。ようやく暖かくなり、人の動きが出始めていたのに、またマイナスに戻った感じが否めない。
▲	百貨店（経営者）	来客数の動き	・月半ばまでは春のギフト商品など順調に推移していたものの、県独自の緊急事態宣言発出後は来客数も激減し厳しい状況が続いている。1年前と同様食品を中心とした近場消費へ移行している。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・3月の1品単価前年比は103%である。来客数の減少に併せて買上点数も減っている。前年度のような保存食需要、内食需要の増加や5%還元といった追い風もないためか、売上の前年比は厳しい。消費傾向は余り良くない推移となっている。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・スーパー、ドラッグ、ホームセンター等は、前年のコロナ禍において少なからず恩恵を享受したが、来客数は減少したまま回復していない。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・年末年始の販売状況と比較すると、客単価が低下傾向にある。来客数も当地における最近の新型コロナウイルス感染者の増加に応じて、減少傾向にある。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・依然として売上の伸びはあるが、2月の売上は前年比106%、そして今月は前年比105.3%と若干伸びが少なくなってきた。新型コロナウイルスの影響が出て1年たったせいかもしれない。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年比94.1%まで落ち込み、来店頻度、買上点数が悪化している。
▲	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・前年同様まとめ買い傾向が見られ、客単価は上がっているが、買上頻度は確実に減少傾向にあり、生活防衛意識も高まって見える。

▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・今月は暖かかったので、暖房商品の売行きが良くなかったが、テレビなど映像商品、白物家電のなかでも冷蔵庫や洗濯機は前年をやや上回る売上になっている。ただ、全体的には前年をやや下回る実績となっている。
▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・3月はシングル向け商品が売れるが、販売量が少ない。来客数も少ない。新型コロナウイルスの影響ももちろんあるが、金の使い方が内向きな消費需要から、旅行など外向きな需要に変わっているのではないかと。
▲	乗用車販売店（本部）	お客様の様子	・直近の新型コロナウイルスの感染拡大を受け、新中販売のみならず、ある程度維持できていたサービス入庫での来場も減ってきている。市中リスクを声にする客が多い。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・通常であれば異動シーズンで飲食関連の動きがあるが、前年同様全く動かない状況である。前年比では同じ水準だが、先行きは芳しくない。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・3月に入り県内の感染が拡大傾向にある。客足はそれほど落ちていないものの、消費マインドがかなり後ろ向きになっている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ランチの売上は2019年と比較し8割ほどだが、ディナーの売上は4割で推移している。ビジネス利用はほとんどゼロである。家族や友人同士の会食のみである。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・客足が戻りつつあると思われた矢先の県の緊急事態宣言で、再度客足が遠のく。新型コロナウイルスに振り回されて先が読めない。
▲	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出されたのは一部の地域であり、東北地区や県内ではさほどリスクは高くないとみられるが、それにもかかわらず予約数は伸び悩んでいる。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売状況からも旅行需要回復の兆しは見えない状況である。
▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・飲食業を始め小売業、宿泊施設の来客数が落ち込み、売上も激減している。このまま継続すれば廃業に追い込まれる状況である。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・県内の新型コロナウイルス感染者数激増に伴い、商談が停滞している。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・県の緊急事態宣言が発出され、営業しにくくなっている。
▲	美容室（経営者）	単価の動き	・感染対策として緊急事態宣言中は顔そり等を自粛しているため、単価が下がっている。
▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・リフォーム工事は、外壁塗装、増改築などの高額の工事が減っている。住宅設備機器販売は、暖房器具の販売や交換工事受注の伸びが落ちている。
▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・積雪などの天候状況も極端に悪くはなかったが、来場者数が前年比80%で推移している。
×	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染者の増加が極端になってきて、かなり市中が沈静してしまっている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・年末からの時短要請が解除され3月は良くなるかと思いつつも、再び感染者が多くなり、独自の緊急事態宣言が発出された。3月25日から夜9時までの時短要請が出ている。緊急事態宣言が解除になるまでは繁華街には来ないという固定客が非常に多く、来客数が減少してしまっている。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格や電気料金が上がるなか、新型コロナウイルスの影響を受け始めてから1年がたち、スーパーでの価格が各社ともデフレ価格の状況を示している。その競争に巻き込まれている。
×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・宮城県の緊急事態宣言で、東北全体の人の動きが非常に悪くなっている。前年も新型コロナウイルスの影響で売上が低迷したが、今年は更に落ち込みが厳しい状況である。

	×	自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・当県は感染者が少ないが、コロナ禍の自粛ムードで送迎会、謝恩会などが行われないため、飲食店などはもう限界の様子である。
	×	その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	販売量の動き	・例年3月は繁忙期で、売上の的には年間で一番上がる月なのだが、観光業、飲食店関連の客の注文はほぼゼロである。また、一般企業でも新入社員採用が極端に少ないなど制服関係の売上はかなりダウンしている。2月までは何とかやり繰りしていたが3月に入り極端に差が出てきた。
	×	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのために、次々とキャンセルになっている。特に大人数の会はほとんど開催キャンセルになっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月に入り、新型コロナウイルスの影響が顕著になってきている。1日の来客数が0～4名の日が続いており、壊滅的な状況が続いている。
	×	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い。25日からは営業時間短縮の要請もあり、来客数がゼロに近い状態が続いている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・時短要請が出る前もそうだったが、出てからは特に人が来なくなった。客からも、やはり21時に退出となれば慌ただしくて、飲んだ気にもごはんを食べた気にもならないという声が多く聞かれるので、それならば足が遠のくのも仕方がない。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染者が少なくなったと思いき、仕事若しくはレジャーで他のエリアから往来し、それが原因で県内でのクラスターが発生している。それに伴い、少し活気が戻ってきた飲食店も再びどん底に落ちている。いい加減、目先の景気回復を考えないで、3か月くらい全国で往来をやめないと何も変わらない気がする。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着くどころか第4波の声も聞かれ、いまだに自粛気味である。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県の緊急事態宣言により、人の動きが更になくなり、旅行業界としてはなす術がない。
	×	タクシー運転手	競争相手の様子	・非常に客が少ない状態になっており、同業他社でも廃業したところがある。
	×	遊園地（経営者）	来客数の動き	・春休みになると同時に県独自の緊急事態宣言が出され、大きく影響が出ている。感染初期だった前年3月より厳しい状況になっている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・今月の初めくらいまでは前年をクリアする日もあったが、当地での緊急事態宣言発出とともに来客数が少なくなっている。前年のこの時期も新型コロナウイルスの影響で来客数が少なかったが、前年の悪い数字から更に10%くらい減少している。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・複数の民間大型案件の受注に至っている。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月前半は人の動きもあり、売上も前年近くまで回復していた。しかし、県内で新型コロナウイルス感染者数が増え、緊急事態宣言が発出され売上がダウンしている。しばらく回復は見込めない。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックの開催など不安要素はありつつも、少しずつ受注量が増えている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・1都3県の緊急事態宣言解除に伴い、取引先とも徐々に活発な取引を期待している。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・個人消費関連では、宿泊業や夜間営業飲食業の苦戦は継続しているが、住宅販売、自動車販売は業況回復基調にある。新型コロナウイルス対応の民間設備投資の動きも見られる。
	○	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・イベントなどの実施が増え、受注増となってきている。
	□	農林水産業（従業者）	それ以外	・農作業が段々と忙しくなってきたが、各農家における農機具の購入は例年よりも少ないようである。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・厳しい状況は変わらず、販売量の前年割れが続いている。

	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・3月に入り人の動きは始めているものの、土産品の購入は少なく、ギフト等の発送が多い。飲食は来客数が少なく売上も前年を下回っている。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	取引先の様子	・売上の減少傾向に歯止めが掛かっていない。しかしながら、取引先の事業活動が少しずつ再開され、受注に結び付きそうな相談も発生してきている。
	□	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・前月から引き続き、電子部品、主に半導体部品の受注価格が高値を維持している。
	□	建設業(企画担 当)	受注量や販売量の動き	・官庁工事は順調な出件とみられるが、民間の設備投資が回復してこない影響が大きい。
	□	輸送業(経営 者)	受注量や販売量の動き	・例年の3月とは違い景況感は良くない。前月同様、海上コンテナ不足が解決に至っておらず、輸出・輸入関連貨物の動きが上向いてこない。3月の売上は前年比で15%減、一昨年比で20%減であり、依然として厳しい状況が続いている。
	□	通信業(営業担 当)	取引先の様子	・これまで耐えてきたかいがあったと感じられる客の反応が、少しずつであるが見えてきた。
	□	金融業(営業担 当)	取引先の様子	・緊急事態宣言解除後も自粛ムードは続いている。飲食業、宿泊業は依然厳しい状況が続いている。
	□	広告業協会(役 員)	受注量や販売量の動き	・首都圏からの広告出稿は少し戻りつつあるが、今月の感染者急拡大により、地元企業は様子見状態が続き、広告業界は低水準で推移している。
	□	広告代理店(経 営者)	取引先の様子	・来年度の予算は更に厳しい状況になっている。
	□	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、サービス、飲食関係の売上は前年比で減少が続いており、厳しい経営状況が続いている。建設、一部巣籠り需要の小売は、前年との比較ではさほど悪い業績ではない。全体としてはやや悪い景気だと判断される。
	□	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	・首都圏の緊急事態宣言解除で首都圏の飲食店向けの荷動きは幾分出てきたが、県内については緊急事態宣言によってプレーキが掛かっている。全体的にみると首都圏の緊急事態宣言時よりはいいが、県の緊急事態宣言発出前の状況に戻りつつある。
	□	その他企業〔企 画業〕(経営 者)	それ以外	・近くの地場産品の店や道の駅への来客が遠のいている。少し前までは終日にぎわいを見せていたが、現在はかなり少ない。
	▲	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・転作作物の玄そばの販売価格が、これまでに例がないほど下落している。
	▲	経営コンサル タ	それ以外	・当県は新型コロナウイルス感染の急速な拡大により、消費活動にプレーキが掛かっている。
	▲	コピーサービ ス業(従業員)	受注量や販売量の動き	・今月に入り県内の新型コロナウイルス感染者の増加が見られ、営業活動に制限が掛かってきている。直接会わなくても商談できるツールなどを駆使しているが、もどかしさを感じる場面も多々ある。いろいろな助成金や補助金などを利用しての提案活動をしているが、こちらも受注につながっていない。
	▲	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	・最近、当県の新型コロナウイルスの感染状況が非常に悪い。商売にも影響が出ており、販売が慎重になっているような状況である。今の状況は以前と比べて多少悪い。
	×	窯業・土石製品 製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・官民工事の減少により出荷は低迷している。地震の連続発生と当県の新型コロナウイルス感染の急拡大により、地域経済に明るさがみえない。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・2月の震災需要は一段落した。大手3社から各派遣会社へ100名の受注があったが、当社は20名ほど稼働した。それに加えて、年度末需要も前年並みに堅調に推移しやや良くなっている印象を受ける。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は堅調に推移している。

○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・飲食店の客入りが明らかに上向いている印象を受ける。昼間の来客数だけでなく少人数での夜の会合が明らかに増えている。旧来の歓送迎会などの大規模宴会はほとんど見受けられないが、密を避けた4人程度の飲食が多くなり、店によっては入店をお断りする状況である。当然店舗は席数を減らして密を避けているが、明らかに人の動きが増加している。
○	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が続いていたが、19か月に僅かではあるものの増加に転じる見込みである。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3月中旬までは県全体で求人声掛けが多かったが、緊急事態宣言発出後はまた求人を控える、様子を見る、新しい増員をしないという企業が多数ある。
□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・補充中心の採用が多く見受けられる。増員の依頼は特定業界のみのため、現状では大きな変化は見られない。
□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染急拡大により、様子見の状況にある。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・3月の求人数は前年度をやや上回るペースであったが、前年は3月から数字が落ち始めたので、回復傾向とはいえない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響が出ている。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大型建設工事により、宿泊業や飲食業への新型コロナウイルスの影響は最小限に抑えられているが、製造業などで雇用調整の動きが継続している。
□	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3か月前と比較してほぼ同数である。
□	学校〔専門学校〕	それ以外	・コロナ禍において、景況感は悪いまま変わらない。
▲	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・年度末なのに例年より仕事が少ない。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整助成金など新規で手続を行う事業所が増えてきている。
×	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・政府の対策含め、東京オリンピックに全ての照準が定まっており、明らかに世論との温度感に相違がある。このような状況下では景気回復は難しい。