

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)	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・例年3月は忙しく、4月には一段落するが、今年の4月は繁華街で閉店した飲食店が郊外に移転するなど、新規や移転オープン祝い等があり、今月も忙しい月となっている。5月は母の日もあり、まだまだ繁忙期が継続する。
	◎	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店の売上前年比は、3か月前は62%であったが、今月の見通しは、180%となり上昇しているが、一昨年と比較すると全体でもまだ80%である。衣料品や身の回り関係の売上が伸びているのが要因である。
	◎	競馬場（職員）	来客数の動き	・提供サービスを徐々に拡大している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月中旬より一昨年前の売上、来客共に持ち直したかにも見えたが、商店街近辺にて新型コロナウイルス感染の情報が流れると、極端に来街者が減少し売上が伸びない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・年度末、年度初月は来客数が伸びるが、4月最終週は落ち着く傾向にある。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・季候が良くなり、また、新型コロナウイルスの実態も分かり始めている。そのため、人の動きも出ており、購買も増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月の終わりから4月に掛け、若干来街来客数が増加し、期待が持てると考えていた。しかし、ここ2～3日で新規感染者の増加があり、都市部での緊急事態宣言の発出により、状況が厳しくなると予想されるので、政府には対策を望んでいる。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・当地の市場相場は、3か月前と比較すると右肩上がりである。したがって、販売では客単価は上がり、客の様子にも変化があり、良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・会場の見直しや感染防止、また、3密防止対策を行い催事を開催した。2年ぶりの物産催事は検温、消毒、会場の分散、人数制限等の安全策を行ったことで、午前の客の来店が増えてはいるが、高齢者を含め滞留時間短縮は継続しており、午後の落ち込みも大きく、来客数は一昨年に戻っていない。一方、サテライトショップやギフトショップへの遠出は避け、地元での買物が増加し、オンラインでの物販、物産催事での受注も客の支持を得ている。周辺商店街の散策、県外旅行者を含め人通りは増えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温が高い影響もあり、ソフトドリンク類が伸長している。玩具や子供用カードの動きも好調である。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3月と比べると4月は販売数が半減している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	それ以外	・来客数は前月及び前年と比較すると減少傾向であるが、相変わらず巣籠り需要で1度の来店で購入する客単価は、増加している。店頭とは別に地震後の復旧に伴い、開業した事業所関係の客が新規に増加し、景気は若干良くなっている。
	○	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	・景気は、新型コロナウイルスの感染状況に連動して上下しているだけで、根本的に良くなっていない。ワクチン接種やPCR検査での早期発見や消毒活動、対策品の供給等、早期対応や飲食店へもワクチンの優先接種を望んでいる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は収束していないが、来客数は増加している。
	○	通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話の販売見込み台数は、前年は時短営業実施もあり、一昨年と比べ半減しているが、今年4月は一昨年に戻りつつある。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の訪問営業やWe b営業に対する客の反応が向上している。	
○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフは、3密を避けられ、また、日本人のマスターズ優勝の影響でブームになっており、入場者も増加傾向である。	

○	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）	来客数の動き	・季節要因の入院による客の減少が4月に入り落ち着いており、新型コロナウイルス第3波の影響も減少して、来客数が増加傾向にある。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大しており、外出自粛で来店客がない。加えて、近隣にスーパーマーケットやコンビニエンスストアが増え、商店街に来る客が非常に減少している。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み始めたことは好材料であるが、第4波の報道があり景気が落ち込んでおり、総体的には余り変わらない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されてはいるが、来客数動向は減少傾向である。コロナ禍で来店頻度が低下し、感染リスクを下げていると考えられる。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染の状況に大きな変化がなく、商品の販売量や客の来客数も前月と同じ推移である。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍が1年経過し、前年不振部門は前年実績こそ上回るものの、本格的な回復には至っておらず、巣籠り消費により好調だった部門は、前年上乘せ分を消化できない状況にある。第4波は感染力が上がっており、景気がどちらに向かうのか分かりづらい状況にある。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が拡大しており、街中の人の動きが鈍っている。来客数も伸びず、滞在時間も短く、買上点数も思うようには伸びていない。売上が新型コロナウイルス発生以前に戻るのには、まだまだ先のことである。
□	コンビニ（経営者）	それ以外	・消費購買力は増加も減少もしていないが、新型コロナウイルスの感染拡大と飲食店の時短営業の有無により人の動きが変化し、来客数と売上は日々変動しているのが実態である。ただし、月の合計で検証すると景気は横ばいである。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	お客様の様子	・最初の緊急事態宣言から1年が経過したが、そのときは飲食店の時短営業でコンビニエンスストアの売上が伸びたが、1年を通じて、売上は伸び悩んでいる。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第4波の影響で、来街者や来店客共にない。
□	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・感染拡大の影響で、客であるシニア層の外出は減少している。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・1月は年末年始及びセール月で多少人の出入りがあり、利益率は低いが何とか乗り切った。しかし、新年度である今月は、来店客のまとめ買いに助けられてはいるものの、物の動きに期待をしていたが、人の動きが余りない状態である。
□	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言の休業や時短営業の影響もあり、今年は、単純に前年との比較ができないが、消費者意識が上向いている傾向は感じられない。巣籠り需要も一段落し、景気に大きな変化はない。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・コロナ禍であるが、新車や中古車の販売は堅調に推移している。
□	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は1年半ぶりに産業祭りが開催され、それなりの売上有る。しかし、都市部でのキャンペーンは、前月に続き陰りがみられる。
□	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〕（統括者）	来客数の動き	・コロナ禍の影響で、大きく来場者数が落ちている。観光客やインバウンドの回復は時間を要する。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は、新型コロナウイルスの影響で、前年同様に非常に悪い実績で、計画の3割減で推移している。客層が高年齢がほとんどのため、外出を控えている傾向にある。今後の新型コロナウイルスの感染状況次第で先行きが変わる。

□	観光型ホテル (総務)	販売量の動き	・運営するホテルの宿泊やレストランの売上が新型コロナウイルスの第4波の影響を受け、伸び悩んでいる。第3波の影響を受けた3か月前と同じ傾向である。
□	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・コロナ禍が続いており、客数は以前のまま低迷している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・変異株の急激な増加による第4波の影響で、飲食店の時短営業の要請があり、昼は一定の業務はあるものの、22時以降のタクシー利用客は極端に減少している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言で、県外からの客が徐々に減少している。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は、業種によって違うが、影響を踏まえた上で事業計画されており、総合的に景況は変わらない。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、自粛生活が多くなり、購買意欲が落ち売上が上がらない。新型コロナウイルス対策により早く収束しない限り、景気が回復する傾向にない。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、新型コロナウイルスの恐怖感が薄くなっていたが、最近感染者が急増し、客足も増えない。
□	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	・客の受注状況の好転が見受けられない。
□	設計事務所（所長）	それ以外	・以前より景気は悪かったが、再度全国的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けており、この地域でも月末にクラスターが発生し、各種活動の自粛に伴う経済の停滞が発生している。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンション販売に当たり、新型コロナウイルスの感染対策を採っているが、客は慎重でモデルハウスの来場を敬遠している。販売促進に苦労しているが、場所が良ければ販売は好調である。したがって、購入熱が冷めているわけではなく、景気は若干上向きである。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・当地でも連日新型コロナウイルスの感染者が出ている。商店街への人出も少ないが、更に飲食店の状況も良くないようである。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍の収まりがないなかで、商店街への客足が伸びていない。それに加えて、駅の大型ショッピングセンターのオープンもあり、しばらくは商店街の売上は悪くなると予想される。
▲	一般小売店 [茶]（販売・事務）	販売量の動き	・前年の4月も緊急事態宣言で外出自粛になり、売上も諦め状態であったが、今年も追い込まれている。新型コロナウイルス感染者が急増しており、当地でも緊急事態宣言が発出されると予想している。新茶時期で販売量が増えるときだけに非常に残念で、売上も減少している。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・一部地域に3度目の緊急事態宣言が発出され、当地でも先行き不透明である。ここ数日間で感染者が急増しており、必需品購入を済ませてすぐに帰宅する客が多く見受けられる。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が一部地域で発出され、県内でも複数のクラスターが発生していることから、高齢者を中心に来客数が減少傾向である。
▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・前年ほどではないが、外出自粛している客が多い。変異株の流行で緊急事態宣言が発出された都市があるが、いずれ地方にも感染拡大するとの意識から、少し新しい生活に慣れてきていた客の意識が、緊張状態に戻っているのを感じる。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・スーパーマーケット業界では、前年の内需で大幅売上増になっているのに対し、今年は売上減になっている。一昨年と比較すると大幅減である。

▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が収束しかけ、客が戻り始めていた矢先、新型コロナウイルス第4波に突入し、感染者数が最多人数になるような状況になり、また逆戻りになっている。フランチャイズでは、親会社の経営自体が危うくなっている。
▲	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・3か月前と比較して、新型コロナウイルスの影響で悪化しており、商店街の来街来客数が減少し、それに伴い当店への来客数も減少している。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・前年に特別定額給付金の給付のタイミングで購入された客が多いため、生活家電の動きが非常に鈍い。
▲	家電量販店（総務担当）	来客数の動き	・4月に入り来客数が大きく前年を下回る日が増えている。空気清浄器の需要も一段落し、夏商戦までの1～2か月は、今の状態が続く。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車がまだ出ておらず、来客数の減少に伴い、より一層販売量は減少している。
▲	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況や近隣の学校での学級閉鎖等かなり敏感になっており、高齢者を中心に散歩する人も減少している。本来であれば、季候が良くなり、外出が多くなるが、来客数及び人通りが少なくなっている。
▲	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〕（支配人）	来客数の動き	・4月の売上は、2020年が新型コロナウイルスの影響で厳しかったこともあり、前年比125%で伸長している。しかし、一昨年との比較では92%程度であり、完全に回復しているとは言い難い。また、都心部を中心に新型コロナウイルス第4波が広がっている状況を考えれば、景気動向としては楽観視できる状況にない。業種別に売上を分析するとファッションや雑貨、飲食、サービスと全カテゴリーで回復傾向にあるが、唯一旅行業種のみ厳しい状況が続いている。
▲	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大しているが、変異株となっており、今後が心配である。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・12月はコロナ禍でも若干良かったが、今月は景気が悪い。
▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・4月後半に掛けて新型コロナウイルスが感染拡大するにつれ、来場者数も減少傾向になりつつある。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数減少が止まらず、1年が経過している。
×	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時間短縮要請が当市にも発出され、飲食店向けの販売量が下旬より激減し、大きく影響が出ている。
×	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月は、変異株のまん延で緊急事態宣言が発出され、客の動きが止まっている。百貨店は不要不急の商材を多く取り扱っており、大変厳しい状況に陥っている。
×	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の懸念は続いているが、2月までのようなまとめ買いの傾向がなくなり、来客数も減少し始め、ディスカウントストアに客の流れが向かっているのではないかと推測される。
×	スーパー（統括者）	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言での増加と比較すると来客数減少の推移は変わらないが、1人当たりの買上点数減少による客単価の減少が、大きく売上低下につながっている。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらず、テレワークが主流になりつつある。
×	コンビニ（店長）	お客様の様子	・都市部で新型コロナウイルスの感染が拡大し、また、当地でも感染者数が増加し始めている。ゴールデンウィークに人が動けば、急増すると予測している。
×	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が長引いている。客の慎重な心理は、まだ継続している。
×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・12～2月の売上は、悪くない状況であったが、4月に入るとこの売上が一気に落ちている。また、前年のコロナ禍と比較しても、更に売上が落ちている。
×	乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が出始めている。

	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・都心部に緊急事態宣言が発出されたことから、次第に人の流れが減少し、県外の客の動きも止まっている。来客数はますます減少し、最悪の状態になっている。
	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・3月の下旬には、客が戻り始めていたが、4月に入り、新型コロナウイルス感染が拡大するにつれて、客の予約の電話が少なくなり、また、せっかくの予約が延期やキャンセルになっている。4月は段々と悪い状況に進んでいる。
	×	高級レストラン (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、常連客の来店状況が悪くなっている。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、夜の街は人の流れが少ない。しかし、若年層の外出は多くなり、懸念される。
	×	都市型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による宿泊者数減少が止まらない。
	×	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスの影響をもちに受けている状況で、今月後半の感染拡大で、全く先が見通せない。
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	・主要取引先からの受注が3か月前と比較して、増えている。
	○	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3月は年度末ということもあり、2月よりかなり多くの注文があり、売上が上がっている。4月は、コロナ禍のなかではあるが、量販店中心に伸びている。冷凍食品メーカー向けも関東中心に鳥インフルエンザ等の影響で、原料となる鶏の調達不足で納品できないこともあり、活発な注文数になっている。また、外食向けも一昨年ほどではないが、前年を上回る注文数になっており、4月は、対計画で久しぶりに100%を上回る状況である。
	○	金属製品製造業(事業統括)	取引先の様子	・客の設備投資意欲が増しており、案件の引き合い数は確実に増加傾向にある。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の懸念はあるものの、売上の前年比は伸びている。
	○	電気機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・半導体関連の受注が増加している。
	○	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・生産も徐々に回復し、自動車関連をメインに好調となっている。
	□	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・だいこんやキャベツの4月市況は、非常に悪くなっている。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・特別な需要はないが、現状では、新型コロナウイルスの影響が小さく助かっている。
	□	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・4月は前年と比較して、通常の状態から2割程度の生産である。前年も陶器市が中止され売上が落ちているが、需給関係は徐々に良くなっている。価格が変わらない状態で、業績は前年より良くなっているが、まだまだ元に戻る状況ではない。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・従来と比較すると受注量が大幅に減少している。新型コロナウイルスの影響と貿易問題で稼働率が低下している。
	□	建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注が平準化され、ゼロ債等の工事発注に期待をしているが、市役所では発注予定は発表されているものの、県は予定の発表さえない。早めの発表を期待している。
	□	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言も解除となり、徐々に回復傾向にあったが、新型コロナウイルス第4波により都心部で緊急事態宣言が発出されたことや、自粛ムードも重なり、一部の業界を除いて低調である。
	□	輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・外食系の物量は相変わらず少なく、大きな変化はない。新型コロナウイルスに対して徐々に慣れたためか、人は動いており大きなダメージはない。
	□	通信業(経理担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスに対する有効的な具体策が示されないまま時間のみが経過しているため、状況は変わらない。

	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・半導体関連や電子部品等の製造業で、一部持ち直しの動きもみられる。一方、緊急事態宣言解除後も宿泊や飲食店等のサービス業の需要回復は鈍く、依然として低水準での推移が続いている。業界によって景況感に温度差はあるものの、全体としては3か月前と同様に景気は悪い状況である。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルスは、一部の業種を除いて、大きくマイナスに影響している。グローバルに需要が縮小しており、内需と共に停滞が続いている。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・東京からの広告申込み等少し上向いているが、地元の景気は良くない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の業況には、大きな変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・研究会で集まるのが難しいためメールのやり取りをしているが、委員に新しい取組がみられない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・取引先の状況を見る限り、大きく変動はないように感じる。今後も停滞した状況が続くことが予想される。
	□	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	・市町村からの調査や計画策定等の委託業務は、コンサルタントに対して4月から発注が行われているが、当初予算に計上されている業務が少なく、新型コロナウイルス感染防止のため、プロポーザルが減り、一般競争入札で郵便による入札が増えている。このため、見通しが立たず、入札結果をみると予算額の4割程度の金額で落札する業者も出ている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月は予定していた目標の受注があり、このまま上向くかと予想していたが、今月は一転し、また受注が減少している。例年4月は落ち込みがあるが、それを更に下回っている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケット等の売上は緩やかながら持ち直しの動きがみられるが、住宅販売の動きは弱い。また、新型コロナウイルス感染者数が再び大幅に増加し始めたことから企業の求人が減少しており、労働需給や雇用者所得とも弱い動きとなっている。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・最近の感染者数の増加により、警戒感や設備投資及び新規事業進出等の経営者のマインドは、下がりつつある。変異株の増加もその要因になっているため、当面は若干悪くなる。
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が増加に転じており、回復の兆しを見せていた飲食店街の客足の伸びは、再び鈍化している。物流貨物の取扱量は、コロナ禍の影響を受けた前年比よりプラスとなっているところもあるが、一昨年の水準には戻っていない。
	▲	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・緊急事態宣言により、売上が低下している。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・休業しながらも、何とか営業をしており、販売できる服を作れる状態ではない。同業者も十分な仕事がなく、非常に深刻である。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・受注に対して成約者の人数が倍になっている。求職者数も増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・婚礼司会の請負を行っているが、5月の受注が一昨年の90%まで回復している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・いまだにコロナ禍による制約のある生活をせざるを得ないが、駅ビルのオープンや倉庫型小売店舗のオープン、ランドマーク施設の復旧等明るい話題も多く、消費行動が活発になっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が、12か月以上前年を下回っていたが、3月は前月を10%以上、上回っている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・インバウンド系の業種は依然として厳しいが、その他の業界では、厳選採用ではあるが求人は回復している。現時点での4年生の内定状況は前年より良い状況であるが、厳選採用ということで2極化しており、今後の状況を注視しなければならない。

□	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・企業からの派遣依頼が、期間限定やフルタイムではなく短時間での依頼が増加傾向にあり、求職者の企業に対する就業条件とマッチしないことが多くなっている。短時間の依頼理由としては、新型コロナウイルスによる業績悪化のためという回答が目立っている。
□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大による自粛に加え、飲食店への時短営業要請の影響で、国や自治体の支援金を活用している人も多く、そうした対策が支えていると感じている。
□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響で、日々事業を続けるのがやっとの企業もあり、これ以上の感染拡大や緊急事態宣言等が出れば、客足に一層影響が出て、運転資金が底を突くことが懸念される。
□	学校〔大学〕 (就職支援業務)	求人数の動き	・2022年卒業の求人は、例年どおりに動いているが、企業の採用活動も活発に動いている。学生のなかには、既に内定を得ている学生も前月より増えているように見受けられる。
▲	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・前回の緊急事態宣言解除後、やや上向きの傾向であったが、当地では県をまたぐ移動の自粛、飲食店への時短営業要請を5月19日まで行うため、景気回復の見込みは後退している。企業の求人意欲に歯止めが掛かった状態である。
▲	新聞社〔求人広告〕 (社員)	周辺企業の様子	・当地は、緊急事態宣言は発出されていないが、3月に復活していた旅行会社の新聞広告が再び止まっている。宿泊施設や観光施設の広告は止まっていないものの減少傾向で、求人広告も、雇用悪化により、復活の兆しがない。景気の実感として、緊急事態宣言下では悪くなり、解除後は回復したが、感染拡大で再び悪い状況になっている。
×	*	*	*