

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	・来客数は回復していないが、購買意欲の高い客が多い。店舗セールも要因ではあるが、衣料品のまとめ買いや高額宝飾等、通常より決定までの時間が短く接客時間が比較的短かった。新型コロナウイルスの影響で長居をしないというよりは、ストレス解消や買物を楽しんでいる様子が見られた。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・冬場に比べて除雪代や光熱費の負担はないものの、新型コロナウイルスの影響でイベントや行楽による人出が減り、売上のにもかなり厳しい。補助金等の対象にも入らないので、ただ利益が減り続けている状態である。乗り切ることができるのか常に不安しかない。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の微増が販売額の微増につながっているが、平年と比較すると共にやや下回っている。
	○	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・県内の新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向になってから、来客数が増えてきている。大きな売上ではないが、一時期よりは持ち直している。
	○	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・夏物の動きが少し良くなってきている。恐らくほとんどの企業は買い控えの状態だったが、もう買わざるを得ない状況となったのだろう。
	○	観光名所（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大の状況が比較的落ち着いてきている。
	○	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数に変わりはないが、大口客が来ていたため客単価は上がっている。
	○	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・当県においては、新型コロナウイルス感染の人数も抑えられ、県境をまたぐ業務についても対面での打合せが多くなり始めている。また、新年度となり官公庁からもまとまった数の業務が発注され、落札価格の低下はみられるものの、県が最低制限価格の適用範囲を拡大したこともあり、低価格落札にも一応の歯止めが掛かっている。県内の全ての自治体に最低制限価格の適用が拡大すれば、受注者の収益の安定性も図れるようになり、景気の上向きにも貢献するものとみている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍の長期化から外出が増加し、商店街の来街者数は回復傾向であるが、飲食店を中心に店舗内での滞留時間は減少しているため、売上アップにはつながっていない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・月間売上額は大きな変動はないが、内訳としては客単価の高い客に偏った売上になってきている。そのため、日々の売上額の変動が大きくなっている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず商品の動きは少ない。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・地域内の新型コロナウイルス感染者数の増減に合わせて来客数も増減を繰り返しており、全体としては回復には至っていない状況である。
	□	百貨店（経営者）	来客数の動き	・ここ3か月の来客数は前々年比でほぼ3割減少している。様々な営業施策を試みるものの、コロナ禍で基本的にはダイナミックな動員施策は打てず、消費者の反応は鈍いため、苦戦を強いられている。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・5月の平均1品単価、来客数、買上点数、買上単価はいずれも、前年比の推移は前月とほぼ同じである。飲食店や土産品店、観光地商店、宿泊施設などへの人出も少なく、飲食店への納入企業や地場食品メーカー、酒造メーカーも影響を受けている。消費傾向は変わらず良くない状況が続いている。雇用調整助成金の延長その他支援制度で何とかつないでいるようである。	

□	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍で来店頻度は下がっていたが、客単価が前年を上回る傾向が続いていた。しかし、5月はゴールデンウィークも厳しく、来客数は前年比97.0%、客単価は99.9%と、買物動向は節約志向が高まっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークがあったが来客数が伸び悩んでいる。前年のゴールデンウィークは一部休業したが、今年は休まず営業した。それでも来客数は少なく、営業する意味は余りなかった。平日はそこそこで、客が訪れる時間帯は集中型から分散型に変わってきている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が戻らない。特に日曜日が悪い。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年比104%と伸長しているが、前年の緊急事態宣言の影響が大きく、直近のトレンドでは変化はみられない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・現在も繁華街、観光地の来客数減少は続いている。ようやく新型コロナウイルスのワクチン接種が始まっているが、国民全員に行き届くにはまだ時間が掛かる。
□	コンビニ（店長）	単価の動き	・前年と比べ、来客数は改善傾向にあるが、単価が伸びない。所得が下がっている世帯、あるいは学生が増えているのではないかと。楽観視はできない状況である。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言などには該当しない地域であるが、旅行や会食などを自粛しているため、洋服を新調する購買意欲が湧かない。そのために、来客数も減っている。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・前年同時期と比較すれば日常を取り戻しつつあるが、新型コロナウイルスの感染状況に合わせて、買物などは必要最小限にとどめている消費者がまだまだ多いようである。
□	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・営業時短要請等により、来客数は減少し売上は8掛けになっている。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンなどの季節商材の売上は好調である。テレビの大型化で有機ELなどの比率も高くなってきたが、東京オリンピックなどの需要の盛り上がりはない。新型コロナウイルスの感染者数も落ち着いてきたので前年のような特需も起きていない。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年は10万円の定額給付金があり、来客数が大きく伸びた。今年は減少しているものの、前々年との比較では微増となっている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体の不足により車の納期がかなり延びてきている。車検までに間に合わず、仕方なく車検を取るケースも増えてきている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は2月と比べ受注は増加傾向にあるが、今月は半導体不足による納期遅れの影響で売上は伸びておらず、前年実績と比べるとその分が不足している。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・徐々に客足は増えつつあるが来客数は横ばい状態である。受注も増えつつあるが横ばい状態である。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは県外からの来客数が減り、それに伴い販売量も減少している。
□	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・来客数が減少しており、売上も前年比では121%だが、前々年比では70%と大きく減少している。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、飲食店を始め来客数が減少しており、依然厳しい状況にある。
□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・5月に引き続き6月の客足も伸びない。東京オリンピック・パラリンピックが終わるまでは駄目かもしれない。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かず、相変わらず自粛傾向が続いている。売上は半減の状態が続いている。

□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行業につき依然大変厳しい状況にある。商材の特徴ゆえ販売傾向が感染状況の影響を受けることと、東北旅行においては、東北の人流に限らず首都圏マーケットの人流が販売の主であることにより、まだ反転の気配がみえない。一部県での感染状況の改善、並びに地域観光支援事業が始まったことで、若干の回復基調がみられる。販売チャネル別では、来客数が極めて低調で推移しており、店頭販売が苦戦している。その分、Web予約、コールセンター予約は健闘しており、客の外出自粛、非接触サービスへの代替希望が確認できる。
□	タクシー運転手	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・2月に起きた当県の地震の調査でタクシーの一時的な需要があり、それが続いているため、結構な仕事量となっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスのワクチン接種が開始されたためか、1日の乗車回数が前月比で約1.2倍となっている。ただし、売上金額は前月から上昇していない。つまり、近場利用の客が増加しているということであるため、景気が上向きと判断するのは難しい。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・客の設備投資意欲に変化はみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響で良しあし様々である。感覚的には悪くなっている。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な自治体での緊急事態宣言発出により、本当に来客数が減っている。県内では緊急事態宣言の発出はないが、新型コロナウイルスの感染者数が増えている地区があり、県民も余りうろろしていない。乗船客も土産店を訪れる客も圧倒的に減っている。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・客はなるべく出費をしないように間隔を置いて来店しているようである。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・投資先としてRC賃貸集合住宅建築を考える客が増え、受注が増えている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺は本当に自粛しており、人の動きも少ない。
▲	一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの感染状況が更に悪化して、巣籠り状態が続いていると理解している。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数が回復しないなかで、以前のようなまとめ買いもなく、販売数量も伸びていない。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・3か月前と比較すると客の買上金額が減少している。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・前年は新型コロナウイルス感染が拡大した状況のなかで客が殺到した。その影響が大きく、現在は若干の低迷しており、売上の伸び率が下がってきている。
▲	スーパー（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・前年の特需の反動は下旬に掛けて生鮮食品を中心に改善傾向にあるが、まとめ買いの強かったグロスリー商品の買上点数のマイナスが続くと予測される。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は新型コロナウイルスの影響もあるが、それにプラスして天候が不順であったことが大きい。それによって客の流れが鈍くなり、売上が下がったとみている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴールデンウィークの来客数減少が響き、今月の売上は厳しい数値である。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍が継続しており、来客数は前年同時期と比べ鈍化傾向である。週末の天候も来客数の減少に影響している。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・依然、新型コロナウイルスの感染者数や変異株の多発により客足がさっぱりで、売上が半減している。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・感染者数の増加により前月以上に来客数が減少している。低単価商品のニーズによる客単価ダウンも重なり、日々の売上確保に苦戦している状況である。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスによるまん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の発出により、会議や出張等がなくなったことで、スーツやワイシャツの需要が減少している。さらに、結婚式の自粛により礼服が売れない。

▲	乗用車販売店 (店長)	単価の動き	・台数は前年と単純比較できないものの、急激に1台当たり車両単価の下落がみられる。これに伴い1台当たり収益の確保が難しくなってきているので、早急な対策が必要である。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	それ以外	・県内の新型コロナウイルス感染者数増加の影響もあり、県内移動も少なくなっているようで、それに従い各店舗の売上も下がっている。関わりのある業種では自家用車の移動距離が前年から少なくなり、じわじわと消耗部品の交換が減るなどの影響が出始めている。大型車は受注量減少による出荷量減少の影響があるが、通販に関わりのある運送業車両は例年と同様である。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言時との比較では大きく回復しているものの、前々年比では大きく減少している。コロナ禍や自動車構造の変化等様々な要因があり、景気動向によるものだけではないが、外出自粛要請は燃料油販売数量の減少につながっている。
▲	高級レストラン (経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が行き渡るまでは、景気は上向かない。
▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・夜の入客が一層少なくなっている。
▲	観光型旅館 (スタッフ)	それ以外	・4月下旬～5月初めに掛けての当県他市独自の緊急事態宣言が、報道などにより県全体と捉えられた。また、当市の高校でクラスターが発生したことにより、やや悪くなっている。
▲	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言、また、県独自の緊急事態宣言発出により人の往来が減少していることが影響し、個人客の来店数も激減している。また、先行き3か月の受注状況においても予約をキャンセルする客が増加傾向にあり、繁忙期である夏休み商戦においても影響は深刻さを増している。団体旅行案件については前月同様にほぼ皆無の状況が継続している。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・ボーナスを支給しない企業が多くみられる。ホテル業や飲食業界では決算状況が赤字になっており、打撃を受けている。GDPも戦後最悪の状況であり、6～7月も消費動向が下降すると考える。
▲	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・コロナ禍により、販売量については飲食業に次いで宿泊業の売上の低迷が継続している。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者が継続的に出て拡大し続けているため、訪問による対面説明などができず、契約が停滞している。電話などで訪問によらない加入説明などもしているが、市中感染がまん延してきているため、緊急性もなく、商談も延期になるものが増えてきている。また、節約のためということで、解約者も少しずつ増えてきている。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・製品が売れない。
▲	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・22日まで休園した前年と比べて今年は営業できているだけいい。まん延防止等重点措置は11日で終了したものの、コロナ禍前の前々年との比較では半分を少し下回っている。
▲	美容室 (経営者)	来客数の動き	・前年は月半ばに緊急事態宣言が解除され、後半はその反動で売上がある程度回復した。今年は月初めにまん延防止等重点措置が解除されたものの、来客数は前年の勢いとは違って鈍化しており、リターンの期間も伸びている。今も警戒中の状態が続いているようである。
▲	美容室 (経営者)	単価の動き	・まん延防止等重点措置の適用により顔そりを自粛しており、その分単価が下がっている。
▲	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・感染状況は一向に良くならないばかりか次第に悪化しており、客も不安な様子である。買い控えや外出自粛などにより低調のままである。
▲	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器はエアコン以外の動きが鈍くなっている。リフォーム工事は高額の工事が減っている。

	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・5月は大型連休があるため、年間でも1～2番目に来場組数が多い月だが、緊急事態宣言などの影響もあり、来場組数は前月と同程度である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街が閑散としている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークがあり少し人の流れがある状態であった。しかし、4月からの時間短縮営業が引き続き行われていたため、繁華街は20時になると真っ暗になり、人の流れはストップし、人は全く来ない状態である。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。コロナ禍での外出控え、あるいはコロナ禍で仕事が思わしくない人等が徐々に増えてきていることの影響をまろに受けている。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・隣接する市の飲食店で新型コロナウイルスのクラスターが数件発生し、取引先飲食店のほとんどが営業自粛や時間短縮営業を実施したため、中旬以降の販売量が急激に減少している。
	×	スーパー（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス関連商材が前年と比べて落ち込んでいるため、客単価が前年を割っている。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・当県では新型コロナウイルス感染者数も減ってきており、3～4月に掛けて少しずつ東京への出張が増えてきて、スーツの需要も喚起されてきていた。しかし、東京の感染者数が増えてきてからは出張もなくなり、スーツやジャケットの購入客が伸び悩んでおり、苦戦している。
	×	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・年度末は公共投資関係があったが、公共事業等が少なくなっている。また、一般、民間の受注量が少なくなっている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・東京を含む主要都市の緊急事態宣言下で飲食店はとどめを刺された状態である。根拠のないアルコール販売・持込み停止でますます先行きが見えなくなっている。地元の店頭販売は薄利の家飲み需要も徐々に減っているような感じがある。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・レストランを取り巻く環境は厳しいと毎月のように言っている。緊急事態宣言が出ている都道府県もあり、当県では時短要請がなされている。特にディナータイムは5月中に1組しか来ていないような状態である。非常に厳しく、お手上げの状態である。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・当店はまん延防止等重点措置の対象地域にあり、4～5月は全休している。ワクチンの普及率が一番の鍵になるのではないかとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・やはり時短営業の影響が大きい。客がほとんど来ない状態が続いている。平日に客が会社帰りに寄っても、それが18時半近くだと、19時までにアルコール提供を終えないといけない旨を伝えると、だったらいいやと帰っていく客も多々いる。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・学校関係の大会での大規模な新型コロナウイルスの感染拡大があり、それに関連した家族や職場の同僚等の外出に対する目線が厳しくなっているため、街中の飲食店は昼の部ですら状況が悪化している。週末も郊外のチェーン店に何とか人が入る程度で、このまま対策がなければ閉店を視野に入れている店も増えてきている。
	×	テーマパーク（職員）	単価の動き	・地域独自の感染拡大防止対策により不要不急の外出ができない。また、都道府県の緊急事態宣言によりかなり来客数も減り、来客しても買物をしない傾向がかなり強い。急に客単価が下がっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・公共、民間共に大型案件を受注している。
	◎	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・街中を歩いていると空室率がまだ目立つところはあがるが、空き地については工事の動きが徐々にみられてきているようである。
	○	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、コロナ禍だけで済まされない状況になってきている。

□	農林水産業（従業者）	それ以外	・地元旅館の宿泊者はほとんどいない状況であり、パート従業員も仕事がなく大分困っている。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年比ではプラスになっているが、前々年比では半分程度である。早くワクチン接種が終わって人の動きが出てこないと非常に厳しい。
□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年比100%だが、前々年比では80%と低水準である。まだまだ苦しい状況に変わりはない。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月からはイベントの季節であるが、2年連続の中止は厳しい。
□	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	・半導体不足による価格高騰が一段落し、徐々に従来の価格帯、傾向に戻りつつある。現時点の景気に大きな変化はない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の生産量、出荷量が減ったままで、なかなか増加に転じない。高齢者のワクチン接種が始まりプラス要因はあるものの、緊急事態宣言が延長の見込みとなっており、更なるマイナス要因も出てきた。5月の売上予想は前年比で3%減、前々年比で23%減である。
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・依然として新型コロナウイルスの影響が大きく、客はそれどころではないといった反応である。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・県独自の感染警戒レベルは5段階中4が続いており、飲食業、ホテル業等は厳しい状況が続いている。一方、国産材の需要増加から製造業は業況が良いなど、業種で格差がある。
□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・一部繁華街でのクラスター発生に伴う時短営業等の制約は解除されたが、客足は戻っていない。飲食業界とその関連業者の苦戦は続いている。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置は解除されたが、感染者は下げ止まり状態で、イベントの中止も前年同様相次いでおり、広告業界復活の兆しはまだみえない。
□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き続き感染状況の見通しが立たず、東京オリンピックの開催可否による関連イベントの受注減少などのリスクが見通せない。
□	経営コンサルタント	それ以外	・1年以上コロナ禍での停滞感が続いており、日常化してしまっている感がある。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・街の温泉街における客足がまだ低調であり、先般のゴールデンウィークでもにぎわいはみられなかった。
▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、米などの主要作物の価格が下落している。一方で、農業資材の価格は若干上昇しており、収益を圧迫している。
▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同時期よりも、約10%売上が落ちている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・設備保全においては、予防保全対応ではなく、事後保全の傾向にある。
▲	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。飲食業、小売業、サービス業の業績が前年と比べ低下傾向が続いており、今のところ回復の兆候がみられない。建設業等はさほど大きな減少はみられないが、全体的な景気は少し悪くなっている。
▲	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・可もなく不可もなくほとんど変化がない。ただし、粗利率が低下していて厳しい状況である。
▲	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の延長、適用地域の拡大、酒類提供の終日停止により飲食店を中心とした酒類の動きがストップしている。
×	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、東北全体としての出荷は前年比2けたのマイナスとなっている。
×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・予定されていた受注が新型コロナウイルスの影響で後ろ倒しになっている。
×	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が発出され売上が低迷している。
×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・取引対象のほとんどは地場のスーパーだが、乗客数が前年比で5%ほど減少し、売上もそれに準じて5%前後減少しているところが多くなっている。

雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・4月の売上が1月と比べ15%増と好調である。4月1日現在の稼働数が初めて1500人の大台に到達している。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・一時、中途採用を停止した企業のなかで、募集再開をする企業が増えている。
	○	アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・Webなどを使い会議が開かれるようになり、文字起こしの仕事も増えてきている。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・3か月前と比較して、新規求人数はほぼ同数だが、有効求人数は約400人増加している。
	○	学校[専門学校]	採用者数の動き	・有効求人倍率が微増している。しかし、減少している業種もあるため、分野ごとでみた場合、一概にはいえないかもしれない。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・業界によって差が非常に大きく開いている。同じ小売業でも、アパレル、靴、宝飾品は厳しいが、巣籠り消費のガーデニング関係、ゲームソフトといったところは求人も堅調に伸びている。外食やホテル、宿泊、旅行、パチンコなどのアミューズメントの求人は相変わらず非常に厳しい推移になっている。
	□	新聞社[求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・実施の方向で検討されていた春や夏の祭りも、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言が出されたことで中止や縮小の判断となり、期待外れとなった。旅行や、飲食、イベント関係はますます悪化し、巣籠り需要に関わるスーパーや食品業界は好調が続いている。家具のフェアなども集客、売上共に好調である。好調、不調の2極化は変わらず続いている。
	□	新聞社[求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・大型連休で新型コロナウイルス感染者数が急増し、変異株も確認されるなど、県民は今まで以上に飲食店の利用を控えている状況である。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・月間有効求職者数が減らず、高止まりしている。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数はコロナ禍において回復しておらず、1年前から横ばいのままである。飲食サービス業で求人募集が減っているものの、自動車部品や産業機械製造業からの求人募集が増え始めている。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・雇用調整助成金の活用について減少がみられない。
	▲	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・少子高齢化の影響により減少していた求職者が増加している。
	×	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・飲食業、ブルー系企業の採用は一向に回復していない。
×	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により、夏祭り等イベントの中止が決定している。	