

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（経営者）	販売量の動き	・ワクチン接種が進むにつれて、シルバー層や県外客の来店が増え、高額商品を中心に好調に推移している。ただし、百貨店の中心領域だったアパレルについては、セールスタート後も苦戦している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・東京オリンピックにおける連休の影響から、現在非常に売上が良い状況である。前年は夏休みの期間が短かったが、今年は夏休みの昼食需要も増えてきているようである。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売金額共に微増しているものの極端な変化はみられない。例年は販売のピークを迎える月でもあるが、動きはかなり鈍い。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年比が100%を超える日が出てきている。気温上昇も後押しし、客単価は102%程度で推移している。1日の売上は前年比100%を安定的に超えてきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍2年目、梅雨明けも2週間早く、盛夏に向かい高気温に押され、来客数の増加がみられる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東京オリンピックの影響と気温上昇に伴い、人の動きがはじまっている。まだまだ前々年と比べると立地別にみても売上は悪い状況にあり、観光系、飲食系の立地店舗は東京の緊急事態宣言もあり売上不振が続いている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・市内はワクチンの接種も進んできて、地域的には少し前向きな状況になってきているが、首都圏などの感染拡大で旅行などもできない状態で需要にブレーキが掛かる。また、暑い日が続く、外出もしづらい日も多くなっている。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東京オリンピック開催など消費者のマインドが明るく前向きになるような要素が出てきているため、以前よりも消費が戻ってきている反面、全国的に新型コロナウイルスの感染状況が悪化してきていることから、消費に慎重な客も多い。
	○	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数が前年より増加したなかで、猛暑による夏物商材の買上点数が伸びたが、前年を3%上回っただけであり、景気が回復しているとはいえない。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・AV商品、特にテレビなどは東京オリンピック需要などもあり好調に動いている。特に有機ELなどの販売比率が増えていることから、単価アップにつながっている。エアコンは前半暑さがなかったために前年よりもやや売上が低かったが、中盤以降暑くなり、梅雨も明けたために売上が上がっている。白物家電全般で好調である。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型車の発表や投入効果もあり、来客数や受注が増加傾向にある。
	○	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・どちらかというと高齢者を対象に商いをしている本店としては、高齢者のワクチン接種が2回目まで進み、動きが活発になってきて、販売量の動きが少し増えてきている。お盆が近いということもある。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの懸念があるものの、夏のセールも始まり、客の消費マインドは上向きになっているとみられる。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ワクチン接種や景気刺激策により少しずつではあるが動きが出てきている。しかし、警戒感からか前年よりも動きが鈍い。	
○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・東京と沖縄に緊急事態宣言が発出されているにもかかわらず、当該地からの来客もあり、コロナ禍前の前々年並みの来客数に戻ってきている。	

○	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、感染者数やワクチン接種動向が数値に直接的に影響する。そのため、4度目の緊急事態宣言発出までは順調に数値が快復基調に進むも、発出により足止めとなっている。昨今の需要傾向として、例年にはないほどの超間際の申込み傾向があり、現在は年間の最大商戦である夏季需要の取組に向けて鋭意対応中である。とはいえ、自社による各種販促よりも、地域観光支援事業を元とした県民割の自治体施策が重要である。現状、東北6県においては、宮城、福島を除く4県で県民割を実施中である。最大マーケットである宮城、福島の施策展開を強く期待したい所である。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピックと緊急事態宣言で来客などに影響が出るかと考えていたが、影響はなかった。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・依然新型コロナウイルスの影響が大きいものの、イベントを実施したオリンピック4連休が好天に恵まれて、前年を上回り、単月ながらコロナ禍以前のレベルとなった。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来店客はリピーターだが、前年比10～15%減であった来客数が、約10%減と若干減少幅が狭まってきている。しかし、予断を許さない状況である。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・暑くなってくると髪の手入れをしたくなる客が多いようなので良くなっている。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・民間案件の引き合いは順調に推移し受注へつながっていることから、客の運営状況は良いとみられる。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今年に入って来客数は鈍化傾向にあり、前年を割っている。前々年比で10%ほど落ちている。来客の減少が売上にも響いているのが現状である。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・他県と比較しても感染者数が少なかったことに加えて、県民限定の飲食、宿泊キャンペーンがようやく浸透しつつあり、利用者が増えてきている。それに伴い、客の旅館、飲食店からの受注が前月と比べれば上向き傾向にある。ただ、お中元ギフトの出だしは前年と比べても鈍く、今年はお中元を見送る法人も出てきている。景気自体に大きな変化はない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数は前年同月より少なくなっているが、月間の総売上高は横ばいとなっている。客は外出をできるだけ控えるためにまとめ買いをしているとみられる。
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・相変わらず商品の動きは鈍く、猛暑であるのに季節商材の動きもない。仕立てはほとんどなく、例年にない厳しさである。
□	百貨店（売場主任）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・前々年比でみても3か月前と同水準で推移しており、改善傾向にあるとはいえない。
□	百貨店（営業担当）	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は比較的落ち着いたが、購入量も前年並みに戻りつつあるものの、来客数の回復はまだまだ鈍い状況であり、身の回りの景気に進展はみられない。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピックが始まり、買物の傾向が変化してくるのではないかとみている。夕方からのテレビ視聴が増え、買物は午前中に集中の傾向がある。夕方の客単価が伸びず、結果トータルでの売上が前年を割る状態となっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・再度時短要請が出たり、4連休の影響で来客数が落ち込んでいる。例年連休だと何かしら催物があって人が出るが、今年は何も開催されず、その分来客数が落ちている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染者数の増加によって、天候の良さによる集客の機会が妨げられている状態が続いている。梅雨明けも早かったのもそれなりにはなったが、そのため客の動きが今一つ鈍い。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・夕方から夜に掛けての、客単価が高くなる時間帯の来客数が落ちており、売上が思うようには上がらない。
□	コンビニ（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影響がまだまだあるので余り変わっていない。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前々年と同じくらいに戻っている。前年と比べると回復してきたといえる。
<input type="checkbox"/>	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の影響で店舗では来店客が減少している。お中元品も売上が落ち込み電話等での売り込みに懸命である。当地の大きな夏の祭りも中止になり観光客が皆無で土産品の売上がほぼゼロの状態である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・当店の来客数、近隣の大型ショッピングモールの来客数共に、前年比で変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・買上点数の増加がみられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中古車で我慢している客が増えているので、新車の販売よりも中古車の販売が伸びている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・一部の車両と部品の供給が間に合わず納期に影響は出たが、受注台数は例年どおりで推移している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・ワクチンの接種が進んでいるが、まだまだ安心材料とはいえない。首都圏の感染拡大もあり、県内への流入人口は増えていない。年内はこのような感じで進むとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・客単価は上がっているが来客数の減少が大きく、依然として厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・まだまだ新型コロナウイルスの影響は大きく、うまくいっていない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・宴会、食事会が月間で数回しかない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ここ半年、低調な状況が変わらないまま推移している。時短営業していることもあり、ディナータイムは客がほとんどいない状態で、依然として厳しい状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年よりファミリー層の客足が伸びている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ワクチン接種が進み、来客数の増加を期待したが、感染者数が増えているのでそこまで来客数が増えてこない印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスは第5波が到来し、東京オリンピックも無観客となっている。悪い状況から抜け出せる要素が全くない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・買物帰りのタクシー利用者の荷物が少ない。聞いてみると、買物は楽しいから、必ずしも必要な商品ではないが、欲しい商品の中から選んで購入していると話す。この状況は春先から変わっていない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前月同様、良くも悪くも変化がない。東京オリンピック需要もなく消費動向も控えめなため、小売業界の値引き合戦が目立っている。この状況が続くと売上は伸びるが利益が少なくなる。よって、消費動向は伸びているが利益は横ばいのため変わらず、小売業界の低迷は続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍の状況下、長らく取引先の状況に変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・休業中の飲食店などが多い一方で、これまで止まっていた人流が増加している。店舗での通信利用者は解約が増えているが、個人利用者は徐々に回復してきている。自宅でのWi-Fi利用者が増加傾向にあるが、まだ4月の契約者数と同じくらいである。

□	観光名所（職員）	来客数の動き	・周りの状況もいろいろと変わりすぎて、景気は悪い方には向かっていないが、良い方向に向かっているとも言切れない状況である。2回目のワクチン接種後2週間がたったから出歩いているという客が結構増えている。ただ、関東方面ではまだ緊急事態宣言が発出中というところもあり、また、東京オリンピックもあり、団体がこちらまで回ってこない。振りの2～3人の客は少しずつ増えているが、まだまだ景気が良い方向に向かうとは言い切れない状況である。
□	競艇場（職員）	来客数の動き	・前月と比較しても全く来客数が変わらない。ほぼなじみ客の来場だけになっている。
□	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、外出の懸念から客足は増えず、売上も低迷している。前年と比べ新型コロナウイルス関連の支援策もない。
□	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、コンロ、給湯器の販売が減っている。リフォームは増改築と屋根外壁塗装などの工事が増えている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、夏～秋にかけての祭り、イベントが軒並み中止若しくは規模縮小となり、景気はやや悪化している。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも東京オリンピックも遠くの出来事なのに、休みは増えるし売上も減る。
▲	百貨店（買付担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の微増が続いたほか、高温や悪天候が重なった影響か、外出を控える傾向が強くなった。一時期高まった購買意欲も鈍化している。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・平均1品単価は前月と同水準である。来客数は依然前年割れが続いている。買上点数も来客数と同じ推移である。厳しい暑さに加え、東京オリンピックも始まり、ステイホーム消費に期待したが、全体として消費の推移、傾向は変わらなかった。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・購買動向が低単価商品に集中している様子で、買上点数はここ1～2か月、下落傾向が続いている。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・曜日ごとに来客数の変化が出ており、土曜日は伸長するも日曜日は減少している。週間では前年比98.2%と来客数が減少傾向にあり厳しい。
▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・売上は前年比では戻ってきているが、そのために相当の商品を仕入れてかなりの廃棄を出している。売上は上がるが利益は減っている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・クリアランスセールがスタートしたが、購買客数が伸びず苦戦している。来客数も日々減少している状況である。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・当県においては新型コロナウイルスの感染者数がそれほど増加しなかったため、緊急事態宣言が一旦解除された際には、首都圏への出張といった動きがあった。しかし、ここに来て首都圏の感染者数が過去最大になっているため出張がなくなっている。それにより来客数が減ってきている状況である。
▲	乗用車販売店（店長）	それ以外	・半導体不足の影響がじわじわと業績を圧迫している。受注台数自体は一定数獲得できているものの、納車までの期間が長すぎるため車両キャンセルも発生してきている。
▲	自動車部品販売店（経営者）	それ以外	・県外への移動が規制されているので、夏真っ盛りのなか、交流人口を対象にしている観光業などは相当にダメージを受けている様子である。県内を県民で回しているが、それにも限界がある。また、東京オリンピックは引き籠り需要を生んでいるようであり、あるスナックバーでは開催以降客足が3分の1に減ったそうである。
▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産なので、受注量の減少により販売量も減少している。
▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・夏場の売上がとにかく少ない。イベントや祭りの中止に伴い、Tシャツやクリーニングといった関連する商材の売上がほとんどない。また、飲食店の夏場の制服の切替えなども一切ないので非常に厳しい。

	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、前年並みの実績のまま推移している。東京オリンピック競技会場エリアについても、無観客により販売増加にはなっていない。
	▲	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・巣籠り需要で特に食品販売のスーパー関連は好調である。しかし、大型百貨店や宿泊業、飲食業はかなり厳しい状況が続いていて、全体的な景気は下向きの傾向にある。
	▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染が広まり、ますます客との接触機会が減っている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・来客数が少ない。また、木材調達の時期及び価格が不透明なため、着工予定が組めない。
	▲	その他住宅 [住宅展示場運営会社] (従業員)	来客数の動き	・前年の同月、3か月前、前月のいずれと比較しても、来場組数は低水準での推移となっている。
	×	一般小売店 [書籍] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者が出た店があるショッピングセンター内の店舗に限って集客力が低い。新型コロナウイルスの影響は大きいようである。
	×	一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・時間短縮営業が解除されてぼつぼつと繁華街にも人出が戻ってきたので、このまま良い状態になると思っていたが、21日から再び市内全域で時間短縮になり、ゴースタウンに戻ってしまった。
	×	スーパー (経営者)	お客様の様子	・可処分所得が伸びないなか、完全に買い控えが発生している。また、川上はインフレでも川下はデフレが進んでおり、価格競争の様相を呈している。そのため客は買い回りをしている。
	×	その他専門店 [酒] (経営者)	来客数の動き	・地元を含め、県外、都市部の飲食店需要がなくなっている。一般店頭販売は量販の薄利商材がほとんどで、一部のブランドが強い商材以外は全減状態である。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東京オリンピックが当地会場で開催されているため、時間短縮要請が再度出されて午後9時までの営業となっている。来客数はかなり少ない状態である。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除になり、客がようやく戻り始めたと思った矢先の緊急事態宣言で、再び客がぱったり来なくなった。このような状態だと営業をしてもランニングコストばかり掛かって、まともな営業ができない。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・連休のタイミングで県外からの客が何組か入っていたが、他所からの来客がいると地元の客が不安になって足が少し遠のくパターンが多くなっている。実際にその期間の後には新型コロナウイルス感染者数の数字が一気に増加しているのので、心中察すれば致し方ないかなとは思いますが、これでは本来の来客数に戻れない。
	×	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・個人旅行においては夏休みの予約取消しが増加傾向にあり、秋シーズンの予約も減少傾向にある。直近での新型コロナウイルス感染者数の増加により、取消しと新規予約を控える動きに逆戻りしてしまっている。団体旅行では小中高校の修学旅行や遠足など教育旅行団体のみではあるが9～11月に集中しての出発を迎える予定がある。しかし、今後中止が相次ぐと危機的状況に陥る。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・年配者の動きは良くなりつつあるように見えるが、ワクチンの接種が進んでいない世代は行動意欲が見受けられない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・今のところ新型コロナウイルス感染症を理由としたキャンセルは確認されていない。
	○	食品品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・週末のイベント開催やワクチン接種が進んできたせいのか人の動きが良くなってきており、駅売店等の売上は前年より好調に推移している。しかし新型コロナウイルス発生以前から比べれば7割程度である。お中元の動きも好調で前年比ではプラスになっている。しかし、東京で感染が再拡大しており不安である。

○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・観光需要についてはほとんど変わらないが、近隣でイベント等の開催がある日はある程度は集客ができています。また、ギフトシーズンということもあり、産地直送の発送も伸びています。
○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・向こう半年くらいの受注予測が明るくなっている。
○	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	・東京オリンピックが始まったことが一般消費に良い影響を与えている。巣籠りになるので家の中での食生活が多くなり、物量関係も伸びている。
○	その他企業 [企画業] (経営者)	それ以外	・東京オリンピックが開会し、また、当県で開催される競技が有観客であることから、人の動きへの影響がみられる。近くの温泉街への来客が多くなっており、しかも滞留時間が少し前と比べ長くなっている。
□	農林水産業 (従業者)	それ以外	・春の遅霜と部分的なひょうの被害があり、果物農家でもいろいろの作物に影響が出ている。
□	農林水産業 (従業者)	受注価格や販売価格の動き	・一大産地の不作により、さくらんぼの価格が例年にない高値となっている。
□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比95%程度で停滞しており、3か月前と変わらない。
□	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	・引き続き、景気はコロナ禍の世界情勢の影響を大きく受けているが、ここ数か月は大きな動きがなく、混とんとしている状況である。
□	建設業 (従業者)	受注量や販売量の動き	・公共工事の設計変更による受注が一定数あった。
□	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック開催前から新型コロナウイルス感染者数が増えていること、燃油費が高止まっていること、東京オリンピックによる都内の交通規制等により物の動きが悪くなっていることから、景況感は良くない。7月の売上予想は前年比2%増となるものの、前々年比ではいまだに17%も減っており、まだまだ厳しい状況である。
□	通信業 (営業担当)	取引先の様子	・少しずつであるがこれまで耐えてきたかいがあったと感じる客の反応がみえてきた。
□	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・緊急事態宣言の対象地域ではないが、自粛ムードはまだまだ強い。依然、飲食業、ホテル業は厳しい状況が続いている。
□	金融業 (広報担当)	取引先の様子	・例年季節要因として増加する観光人口の動きが鈍いため、観光宿泊関連事業者の業況が例年と比べ上向いていない。また、飲食など関連業種の伸び代も多くない。
□	広告業協会 (役員)	受注量や販売量の動き	・娯楽施設の広告出稿はやや戻りつつあるが、イベントの中止が前年同様相次いでいるので、広告市場の活況にはまだ足りない状態である。
□	広告代理店 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックが始まろうとも、大型の観光キャンペーンが開催されていようとも、東北では経済に大きな影響はないようである。
□	広告代理店 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック関連の業務が中止になるなど、コロナ禍によって引き続き先行きが見えない状況である。
□	経営コンサルタント	それ以外	・景気の底は打っている印象だが、その状態から脱し切れていない。
▲	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・広告受注関係で、飲食店の反応が悪くなってきている。
▲	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・官公庁はじめ民間大手からの受注が一向に回復していない。イベント開催や特需に結び付くような受注がない。
▲	窯業・土石製品製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・出荷量の減少が続いており、回復の見通しが立たない。
▲	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、飲食業、サービス業関係は相変わらず低空飛行である。ここに来て建設業関係の業績が悪化傾向にあり、全体としての景気はやや悪くなっているとみられる。
▲	コピーサービス業 (従業者)	取引先の様子	・半導体の品薄状態が解決しておらず、メイン商品であるIT関連商品の入荷の改善がみえていない。

	▲	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	・首都圏での緊急事態宣言発出、飲食店での酒類提供停止など外食を取り巻く環境が厳しい。県内においても飲食店の営業時間短縮要請が出されている。	
	×	*	*	*	
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ワクチン接種関連の派遣業務が3県で増員かつ延長になっている。そして、単独取引の外資系生保事務センターの定期増員プロジェクトも開始し安定しつつある。現時点で悪化要因は見当たらない。	
	○	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・求人数の増加が採用者数の増加にもつながってきている。企業側の採用活動も積極的になってきている。	
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・ワクチン接種の停滞感と東京オリンピック無観客開催や首都圏の再度の緊急事態宣言などの影響もあり、七夕祭りも実質開催されないなど現時点で少し動きが止まっているが、接種の済んだ高齢者の旅行需要、旅館予約は改善している。個室のある飲食店でも予約が回復している。	
	○	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・大量の求人が見込める大手製造業の工場や大型商業施設の進出が決まっている。	
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・小売・サービス業のパート求人は減少しており、一部の業種は厳しい状況が続いているものの、全体の求人数は増加しており、企業の採用意欲はアフターコロナを見据えて高いものとなっている。	
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・コロナ禍のビジネスの仕組みに慣れてきた企業において、景気が上向いて求人を出す企業が増えてきた。しかし、東京オリンピック開催や4連休が明けてから先行き不透明な状況になったことで、採用を見合わせる企業がちらほら出てきており、中旬以降は若干失速気味になっている。	
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、求職者自体の動きは様子見といった感じがあり、ここ数か月大きな変化はみられない。	
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人の件数は直近2～3か月でほぼ横ばいである。	
	□	アウトソーシング企業 (社員)	求職者数の動き	・前月から求人を出しているが、応募者数が例年になほど多い。	
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・県内夏祭りやイベントの中止により、地元経済が疲弊している。	
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響でイベントの中止が相次ぎ、広告の動きが鈍くなっている。	
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・有効求人倍率は上昇したが、有効求職者数がやや減少したためであり、有効求人数はほぼ横ばいである。	
	□	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、有効求人数共にほぼ同数となっている。	
	□	学校 [専門学校]	それ以外	・新型コロナウイルス感染予防のため、夏に行われるイベントや行事が軒並み規模縮小や中止となっている。そのため、見込んでいた客や収益が得られずにいる。	
		▲	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・政府の新型コロナウイルス対策の影響からか、飲食系は人の採用について戦略的に進めることができず、都度採用、終了を繰り返している状況である。そのためか、採用コストもかなり軽減され、結果として閉店している店も更に増えてきている。
		▲	民間職業紹介機関 (職員)	採用者数の動き	・コロナ禍以前の前々年と比較すると直近3か月の求職者数が20%程度落ちている。
	×	—	—	—	