

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)	◎	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・お盆が近いせいもあるかもしれないが、仏具の買換えや新調が多くなっている。コロナ禍にもかかわらず来客数が増えており、売上も増加している。
	○	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	お客様の様子	・7月前半は3か月前よりもずっと良くなっていたが、中旬から月末にかけて新型コロナウイルスの感染が拡大したため、月末の1週間は深夜の客が減ってしまっている状況である。
	○	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	販売量の動き	・売上は前年比105%である。新型コロナウイルス感染症の関連商品が良く出ていることもあるが、この暑さにより滋養強壮剤や水などの売上も良くなっている。
	○	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・前半は夏物セールやお中元ギフト中心に売上が好調に推移した。中旬以降、新型コロナウイルス感染症の第7波に伴い入店数が落ちてきているものの、トータルでは前年を上回っている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が悪くなり、スーパーの需要が若干増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・土日の販売量の動きが良くなってきている。また、相変わらず買上点数や単価は堅調に推移している。新型コロナウイルス感染症の影響も少し薄くなり、人出が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、夕夜間の来客数が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・少しずつではあるが、人が動き出し売上も前年と比べて上がっている。ただし、来月大きな祭りが開催されるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続けているなかで様々な制限が付くと、経営状態が更に悪化するおそれがある。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年割れしているが、単価が高推移のため、結果として売上の増加につながっている。人流も以前より活発であり、月ごとに来客数も回復しつつある。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夏になり暑い日が続いているため、客の動きが良くなってきている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が連日増加しているが、危機感がマンネリ化しているためか、人混みの場面が多く見受けられる。
	○	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・販売量は伸びているが、このところまた新型コロナウイルス感染症の影響で来店客に偏りが出ている。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数がまた増加しつつあるが、経済活動を止めるほどではないため、出張や就職活動、インターンシップといった機会のためにスーツを準備する人がおり、当業界としては潤っている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売量は増えている。
	○	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・車両生産が数か月前と比較して回復基調にあり、徐々に売上に結び付いてきている。それに伴い新車収益はほぼ前年並みまで回復してきた。しかし、中古車部門は依然として在庫不足が深刻で、結果受注も芳しくない。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・県民割などが使いやすいため、来客数が増えている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・5～6月は良い傾向になってきていたが、新規感染者数が爆発的に増えてきたためか、ややブレーキが掛かってきているようである。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割が延長されたことと、新型コロナウイルスの感染拡大傾向でも行動制限がないことから、販売量が拡大傾向にある。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降、一般利用客及び観光客の増加が顕著で、乗車回数も3か月前と比べ3割増加となっている。
	○	観光名所（職員）	単価の動き	・景気は大変上向いている。来客数、販売量、客単価、客の様子のいずれにおいても良くなっている。

□	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感染症の影響で、必要な消費物資ではない出版物や楽器が優先順位から外れている。特に本はベストセラーなど売行き良好書がないことが要因とみている。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・前半は新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いていたことと気温の上昇があいまって、販売量も客先全般で増加傾向にあった。しかし、中旬からは新型コロナウイルス新規感染者数が急増したことを受け、地区単位のイベントは軒並み中止が決定し、ビヤガーデンのキャンセルが相次いでいる。また、市主催のイベントでも、飲食に関してはテイクアウトのみにするなどの対応に追われており、それに伴い生ビール等の発注数に大きな影響が出ている。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・売上が4月の後半から急激に悪化していたが、今月はやや持ち直している。しかし、急激な悪化の反動ともとれ、不安定な状況である。客の様子も購入にかなり慎重な姿勢がみられる。
□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・来客数が微増していることに加え、客単価の向上により、全体としてはプラスの動きが続いている。月の後半に新規感染者数が爆発的に増え、一時的に来客数も減少したが、ウィズコロナでの消費行動が浸透しているのか、大きな落ち込みにはなっていない。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・前月のプレセールが盛り上がりなかった反動か、クリアランスセールが好調だった。にぎわった印象はなかったが買上客が多く、購買意欲が高まっているようである。後半、新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最高を記録する日が続くと、比例するように来客数も減ったが、月末にはまた盛り返す等、好不調の波が大きい月となっている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・単価は上がっているが来客数の伸びがみられない。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・客が最近、商品の値上げに対して慣れてきたという印象を受ける。しかし、年金生活者やアルバイト生活者といった弱い人々に対するしわ寄せが大きいと感じている。そういった層、あるいは建築関係の仕事が減っているせいか、来客数が減ったという印象を受ける。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数が急増したが、祭りや行事を予定どおり実行するとのことと、特に祭り用品の動きが活発である。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新規感染者数が増大している状況で全体の来客数は減少しているが、F1層・M1層といわれる20～34歳男女の来客数と購買数は増加している。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和されてから良くなりつつあると思えば、新規感染者数の増加に伴って買物をする消費者が少なくなったりと、行ったり来たりしており、結局3か月前とさほど変わらない状態である。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年のコロナ禍において購入しなかったビジネスマンが、夏になってシャツ、スラックスを中心に購入に戻ってきている。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンなどの季節商材は猛暑もあり前年よりも売れているが、冷蔵庫、洗濯機など白物家電は販売量、単価共に下がっている。前年実績の95%ほどである。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の軽自動車が発売になったが、個人客の消費がなかなか伸びない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーの生産状況に変化はなく、新車納期に大きな変化がない。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・オーダーメイドなので受注数量は変動するが、全体としては大きな変化はない。
□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・最近の新規感染者数の増加でいろいろなところへ影響が出てきている。回復傾向だった観光客のキャンセルが相次ぎ、宴会のキャンセルも増えている。当然のように制服の購買が消極的になっている。新規感染者数の発表が影響しているとみられる。

□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・県民割などで多少来客が上向いていたが、新型コロナウイルスの感染の急拡大でキャンセルも出始めている。
□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・地域でも経済を回そうとの掛け声は大きくなっているものの、テレビ、動画視聴サービス等、有料コンテンツの契約は一気にブレーキが掛かっている。生活に直接結び付くものの物価高の影響で、娯楽への投資が敬遠される傾向にある。インターネット等の通信サービスは、家でのWi-Fiサービス利用者の申込みが減り、携帯電話で兼用する人が増え、節約志向が高まっている。
□	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がみられない。
□	競艇場(職員)	単価の動き	・来場者は増えていたが売上は伸びていない。客単価が落ちているのが原因とみている。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・固定客が決まっており、新規客が来ない限り変わらない。
□	その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・夏になって気温が上がリ、人出や消費が回復してきたところだったが、急激な感染拡大により鈍化した。かつてほど急激なマイナスではないが停滞している。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・注文住宅に比べ価格が確定できるため、一時止まっていた建売戸建て住宅が好調である。
□	その他住宅[リフォーム](従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器の交換工事とエアコン工事が増えている。リフォームは納品が遅れていた資材や商品が入荷したことにより、塗装工事が増えている。
□	その他住宅[住宅展示場運営会社](従業員)	来客数の動き	・天候の影響は受けていないが、新型コロナウイルスの感染拡大が来場者数の減少につながっている。新規感染者数が高止まりすると、特に新規客の動きが鈍くなる。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波の影響を受け商店街の来街者が減少している。イベント等が行われる夏場の繁忙期に売上減少の要因となっている。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症への不安感から、高齢者が引き籠もりがちになっている。
▲	スーパー(経営者)	単価の動き	・7月の平均1品単価は、仕入単価上昇に対して価格転嫁も進み、前年比3.5%も上昇している。反比例するように来客数はほぼ同率で減少し、買上点数の前年比はそれ以上に減少している。原材料価格上昇分の仕入価格への転嫁が続き浸透しており、また、行動規制はないものの、急激な新型コロナウイルスの感染拡大もあり、消費の動向は極めて良くない。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・7月の第2週目辺りから来客数が減少している。梅雨明け宣言以降の天候の崩れが大きく影響している。
▲	スーパー(営業担当)	来客数の動き	・7月は気温上昇に伴いアイス、飲料などが好調で全体をけん引しているが、来客数は99.1%と前年には届いていない。新型コロナウイルス新規感染者数は増加傾向にあるが、客は外食や行楽など感染に気を付けながら家庭内から外へと動き出しており、結果的にスーパーの食品の需要は鈍くなっている。
▲	スーパー(営業担当)	お客様の様子	・前半は、高温で夏物需要が高まり、新型コロナウイルス新規感染者数が減少し、客単価も高まったことにより好調だった。後半からは、天候の悪化や気温の低下、新型コロナウイルスの感染拡大が顕著となり、内食需要が高まるのではないかと期待したが来客数は増えていない。まとめ買いの傾向がみられ、保存食やお買い得品のニーズも高まっており、支出に敏感になっているようである。
▲	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感染症の第7波の拡大により、週を追うごとに来客数が減少している。買上点数、客単価の変動は少ないが、来客数の減少により売上が未達で推移している。
▲	家電量販店(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が増えているため、来店を控えているようである。
▲	家電量販店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大もあり、急激な来客数の減少がみられる。

▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・来客数もあり、受注も微増している。良い傾向にみえるが、依然として長納期は変わらず、現在の収益の押し上げになっていない。
▲	その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が激増しており、来客数が大幅に減少している。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・販売価格の高値が続き、節約志向の強まりにより販売量が前年割れを起こしている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・夏休みに入り人の動きは徐々にみられるものの、新型コロナウイルスの感染拡大により、消費マインドがかなり下回ってきているようである。
▲	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加に伴い、予約のキャンセルが増えてきている。
▲	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により予約の勢いが鈍化している。しかし、第6波のときのような急激な停滞ではない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・客の財布のひもは固いようで、タクシー乗車の際もメーターが上がる前に降りて目的地まで歩く傾向にある。売上が今一つである。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が毎日最多更新され、行動範囲が厳しくなり経済に影響がまた出ている。物価も高騰しており、生活困窮の声も多くなっているようである。飲食業も原材料の価格高騰により赤字先が続いており、2か月後倒産件数が増える可能性が出てきている。よって景気がやや悪くなっている。
▲	通信会社 (営業担当)	単価の動き	・インフレが加速しあらゆる物が値上がりしている。今後も値上げが予定されており、消費者にとって痛手となっている。支出がかさみ既にマイナス経済となっている。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・物価高に加え、新型コロナウイルスの感染が拡大している。
▲	通信会社 (営業担当)	単価の動き	・日常の生活必需品に関しても値上げ傾向にある。
▲	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波により、中旬以降マインドが変わり、夏休みらしい人出になっていない。前年は4連休があったこともあり、下回る見込みである。
▲	美容室 (経営者)	来客数の動き	・新規客がなかなか増えない状況が続いており、再来店の客も前年比90%である。美容業界については売上が持ち直していないということである。来店に対して新型コロナウイルスの感染への警戒感があるため、総来客数が減り、来店サイクルが長くなっているのではないかと判断している。
▲	設計事務所 (経営者)	競争相手の様子	・官公庁案件においては、最低制限価格がない自治体は低価格での落札が、最低制限価格がある自治体では制限価格同額程度での応札が増加傾向にある。利益幅が縮小し、運営が厳しい状況に入ってきていると判断している。
×	スーパー (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波の影響が地元でも出ている。また、物価高も収まっておらず、客が買い回りをしている。
×	コンビニ (経営者)	お客様の様子	・今月は新型コロナウイルス感染症の影響が大きくなっている。新規感染者数が増えているため、行動は制限されていないが夏休みに入っても動きが悪い。
×	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降は人の動きも活発化していて売上増加を見込んでいたが、7月後半に新型コロナウイルスの感染状況が過去最多になり、人の動きが鈍化している。
×	その他専門店 [酒] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波による新規感染者数急増で、上向きかかっていた状況が一転して悪い方向に変わってしまった。飲食店や売場の現場は様々な営業努力や工夫をしているが、今まで以上に危機感が漂っている。これに関する国や自治体の対応や救済がほぼないということも拍車を掛けている。

	×	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・物価高などのあおりで、必要最低限の数量しか購買に至らないようになってきている。4月以降日用品の値上げが相次いでいるが、7月はそれが最も激しいようである。
	×	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感染が再び拡大している。また、暗殺事件などもあり、景気が上向きような状況にはない。
	×	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・今考えれば4～5月辺りはまだ客が来ていた。7月になると一気にブレーキが掛かった状況になっている。物価高と新型コロナウイルス感染症の影響がダブルで起きているのではないかと。
	×	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新規感染者数が過去最多を更新し、来客数にかなり影響が出ている。また、サラダオイル一斗缶で2800円が7000円近くなるなど物価の上昇が激しくなっているため、その影響がかなり出ている。
	×	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・月の前半は順調に売上が伸びていたが、新型コロナウイルス感染症の第7波が来た途端に急に客が来なくなった。
	×	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・田舎特有の家族構成である高齢者や小さな子供と一緒に暮らしている家庭では、新型コロナウイルス感染症の行動制限があるうがなかるうが外食には抵抗があるようである。昼は仕事に出ている人がそれなりに外食はしているが、感染することを気にしてか絶対数は減少している。また、物価上昇の影響もあり、景気は後退している。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波の影響により、6月まで上向き回復傾向にあった国内個人・団体の先行予約は鈍化傾向に陥っている。また、先行予約済み案件についてもキャンセルが開始しており、旅行業界は再び悪化している。
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業 （製造担当）	受注量や販売量の動き	・旅行やイベント開催等により人流が増え、特に駅周辺の店舗で売上が好調である。ただし、資材高騰や派遣による人材確保等、経費バランスを注視しなくてはならない。また、新型コロナウイルス新規感染者数の増加に伴い平日の人流は3連休後減り始め、予約のキャンセルも発生している。大きな商戦を迎える8月の動向が気になるところである。
	○	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・受注の状況は好調である。しかし、急激な円安やウクライナ問題などで先行きは不透明である。
	○	一般機械器具製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・見積りの件数が増加している。
	○	輸送用機械器具製造業 （経営者）	取引先の様子	・現在状況としては良くなっている。一部の客先ではあるが、引き合い数の増加や受注増加などの動きが出てきている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は増えているが、資材価格の上昇と人繰りに懸念がある。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型の民間受注があった点では上向きといえる。しかし、着工までの期間が長い工事は資材高騰の影響を受けやすい状況下であり、逆ザヤのリスクも出てきている。
	○	金融業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・3年ぶりの大型夏祭り開催に向け、新型コロナウイルスの感染拡大を気にしながらも、多くの業種で相応に活気が戻っている印象を受ける。
	○	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。サービス、小売、飲食関係は新型コロナウイルス感染症の行動規制が解除されてから徐々に回復している。建設業等は一定程度の売上、利益を確保しており、全体としては3か月前より良くなっているとみている。
	○	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	・コロナ禍のなかでも経済政策を重視している政府が支持されていることと、夏らしく非常に暑くなっていることが、景気が上向きになっていることにつながっているようである。
	□	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に飲食業が厳しく、広告につながらない。

	□	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・原材料価格の値上げ分等を販売単価へ転嫁できているのは10～20%程度である。原価値上がりのスピードに対し、取引先との交渉が難航し販売価格の引上げ交渉は思うようには進んでいない。
	□	電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・取引先が競争発注への取組を推進しており、調達価格低減に取り組んでいる。
	□	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・運送業の景況感の良しあしは、もちろん物の動きが活発であるかどうかにもよるが、経営全体からみれば、とにかく利益を確保できるかどうかである。現在のように燃料価格が高騰している状況では、利益が消されてしまう。これでは決して景気が良いとはいえない。
	□	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・少しずつであるが回復を思わせる反応がみえてきている。
	□	広告業協会（役 員）	受注量や販売量 の動き	・夏休みに向けて旅行会社からの広告出稿は増えている。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最多を更新している状況がようやく戻り始めた消費モードに水を差している。企業の販促費も棚上げされる傾向が強く、広告業界は停滞ムードが継続している。
	□	経営コンサルタ ント	それ以外	・地域イベント等への人出はそれなりに回復しているが、本格的な消費回復につながっているかは微妙なところである。
	□	コピーサービス 業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・受注量に変化はなく、悪いなりに最低限の売上の確保はできている。そういった意味では余り変化はなく推移している。
	▲	農林水産業（従 業者）	受注価格や販売 価格の動き	・生産資材の購入価格が平均して2割程度値上がりしており、大変である。
	▲	農林水産業（従 業者）	それ以外	・燃料や農業資材の価格高騰、品不足が続いており、農作業の円滑な遂行に支障が出ている。
	▲	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・お中元商戦は前年を大きく下回りそうである。来客数は落ちていないが客単価が落ちている。1人当たりの発送件数が下がっている。土産需要も新型コロナウイルス新規感染者数が急増した影響で、3連休は良かったがその後急降下している。
	▲	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・販売量が3か月前と比べて5%以上減少している。
	▲	電気機械器具製 造業（企画担 当）	取引先の様子	・世界的なインフレに伴い、スマートフォンやパソコン等の需要減少がみられる。それに呼応する形で取引先では生産量を制限しているようである。
	▲	その他非製造業 〔飲食品卸売 業〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が消費者心理に影響を与えている。
	▲	その他企業〔企 画業〕（経営 者）	それ以外	・当地の観光産業においては、新型コロナウイルス感染症の第7波により夏休み前にあった予約がピタッと止まっている。また、日帰り客の数も期待したほどではない。
	×	窯業・土石製品 製造業（役員）	受注量や販売量 の動き	・出荷が前年比で下がり続けている。特需もなく厳しい状況が続いている。地域間格差がより顕著になっている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・客からのオーダー数が前年を上回る推移になっている。
	○	アウトソーシ ング企業（経営 者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染がかなり拡大しているが、会議自体は中止にはならなくなっており仕事がある。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・医療・福祉、卸・小売業、製造業に加え、宿泊業・飲食サービス業からの求人も前月より増えている。ほぼ全ての業種が前年同月より求人数を増やしている。また、人手不足の事業所からの早期紹介要請も減る気配がない。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・半導体関連の製造が好調である。また、コロナ禍ではあるが人々の外出の機会が増えたことにより、生活関連娯楽サービス業の求人数が増加し、求人数が前年同月を上回っている。

○	学校 [専門学校]	周辺企業の様子	・自粛されていたイベント等が再開され活性化している。
□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症による商況の変化は余りなくなってきた。新規感染者数の変化に関係なく、1年間や数年先を見た際に必要な人員確保に向けた採用が活発である。
□	新聞社 [求人広告] (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況により広告出稿が変動してきたが、コロナ慣れもあるのか、今回の急激な感染拡大に対して政府が大きな行動制限をしないことも影響しているのか、今のところキャンセルの動きなどは余り目立っていない。物価高などがなければもう少し改善したのかもしれない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・引き続き人手不足は続いており、企業の採用意欲は旺盛である。
▲	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・サービス業を中心とした企業に新型コロナウイルス感染症の影響が出てきている。従業員が陽性になり、生産活動ができない状態になっている企業が多数見受けられる。
▲	新聞社 [求人広告] (経営者)	周辺企業の様子	・祭りが3年ぶりに復活するものの、周辺企業の話を見ると、どこからも厳しいという声しか聞かない。さらに、ここに来て新型コロナウイルスの感染が拡大しており、先行きが全くみえない状況になっている。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・急速な感染拡大もあり、引き続き新聞広告の売上は回復していない。
▲	職業安定所 (職員)	それ以外	・物価高や新型コロナウイルス新規感染者数の急拡大により、消費者心理にブレーキが掛かっている。今のところ行動制限はないが、ある程度の消費の落ち込みは避けられない。
▲	民間職業紹介機関 (職員)	周辺企業の様子	・生産量の見直し等を実施している企業も出てきている。
×	—	—	—