

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：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 (中国)	◎	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンで個人宿泊の動きが戻ってきている。休前日や連休だけでなく、平日の稼働率も上がってきている。
	◎	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・3か月前と比べると、景気は明らかに上向いている。客が新型コロナウイルス禍の生活に慣れてきて、生活不安感が軽減されてきたことが、前向きな消費につながっている。サービス個別では、活用シーンが増加しているネット需要が高まっている。
	◎	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの再拡大が懸念されている状況であるが、イルミネーションイベントが始まり、週末を中心に多くの来園者がある。
	○	商店街（理事）	販売量の動き	・客の購買頻度や買上点数が以前の状態に戻ってきている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年までの動きと比べるとまだまだ及ばないが、Go Toキャンペーンの効果もあり、以前よりは回復傾向にある。
	○	一般小売店 [茶]（経営者）	お客様の様子	・売上はそれほど増加していないが、Go Toキャンペーンの効果もあり、客の動きは良くなっている。
	○	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・客が新型コロナウイルス禍の生活に慣れてきたのか来客数が元に戻ってきている。
	○	一般小売店 [靴]（経営者）	販売量の動き	・高単価商品であるオーダーメイド品が売れ、高単価な靴修理の受注も増加している。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンなどの効果もあり、来客数が徐々に増加している。気温の低下につれて重衣料が動き始め、ヤング層やファミリー層などで土日がにぎわっている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の増加とともに、売上も良くなっている。
	○	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・内食需要の増加とともに、客単価や販売点数も伸びている。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・今月は処分セールが好調で、来客数や販売量が増加している。
	○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で商品単価が高くなっている。
	○	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・11月の販売量は一昨年の85%と依然として厳しい状況であるが、消費税の引上げで落ち込んだ前年と比べると、販売量は25%増加している。
	○	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・販売台数や点検の客が増加している。
	○	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・販売量は依然として前年と比べるとかなりの落ち込みであるが、多くの業種で新型コロナウイルスに対するソーシャルディスタンスが徹底してきたため、客足が戻りつつある。
	○	その他専門店 [土産物]（経営者）	来客数の動き	・午後から観光バスが来るようになり、Go Toキャンペーンの地域クーポンを使用し、土産物を買いたい客が増加している。
	○	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなっている。
	○	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの影響が非常に大きく、3か月前は前年比50%を切っていた来客数や売上も70%ほどまで回復してきた。また、一般の客も新型コロナウイルスに対してある程度慣れてきたのか久しぶりに御来店される客を多く見掛けている。週末は以前並みに旅行者が来店するようになっている。
	○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宴会場の利用は低迷したままであるが、Go To Travelキャンペーンで旅行者が増加し、Go To Eatキャンペーンで地元の客のレストラン利用も増加している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、県外からの客が増加している。夜の飲食街の客も増加し、タクシー利用も回復している。	

○	観光名所（館長）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの後押しもあり、県外客が戻りつつある。日本人に限れば、入館者数が前年を上回っている日もある。
○	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・団体、コンペ客は減少しているが、直前の天候に左右される個人客は、天候も良く、暖かい日が続いたため、増加している。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が不要な外出を控えているためか、来客数や売上が減少している。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りはやや少ないが、売上は変わらない。
□	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・食品スーパーでは巣籠り需要が堅調に推移している。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・景気の悪い状況が続いている。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年並みに売上が回復した部門はなく、新型コロナウイルスの感染者数が再び増加し始めていることで観光部門の売上も回復が鈍くなってきている。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・例年であれば11月はコート等の重衣料が売れる時期であるが、今年は暖冬の影響もあり、コートが売れず、いまだにバーゲンセール商品が動いている状況で、客単価も上がらない。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で客が粛々と自己防衛を図りながら買物を楽しんでいる状態で、景気は3か月前と変わらない。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ラグジュアリーブランドの洋服や時計などが売れている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの発生以降、来客数は前年と変わらないが、売上は前年の105%で推移している。大型店舗や遠方での買物が減少したため、買上点数や売上が増加している。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ2～3か月、客単価や売上は好調であるが、来客数に変化はない。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価や買上点数に大きな変化はない。
□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・1人当たりの買上点数や客単価が3か月前とほとんど変わらない。
□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染予防のため客の来店頻度が減少し、既存店来客数は前年を下回っているが、買上点数の増加により、既存店売上は前年を上回る状況が続いている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・依然として来客数が前年を下回っているが、景気は回復傾向にある。
□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客が低価格商品を中心に購入している。また、買上数量も少ない。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・世の中の自粛が緩和され、イベントやスポーツ活動が再開し、来客数が少しずつ増加している。特に週末は観光客も増加してきており、景気は順調に回復している。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ボーナスが減少しそうであるなどのネガティブな意見を言う客が多くなっている。
□	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・今月上旬は来客数が増加し、活気が戻っていたが、後半からは新型コロナウイルスの影響で人通りがなくなっている。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・前年はキャッシュレス・消費者還元事業の効果もあり、悪いながらも何とか切り抜けることができたが、今年は特別な施策がないため、景気は変わらない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・売上や来客数が3か月前と比べると横ばいの状況である。加湿器を含めた暖房商品が大幅に伸びているが、元々それほど単価が高い商品ではないので、全体に与える影響は軽微である。
□	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・11月の2週目までは来客数が前年の95%程度まで回復していたが、新型コロナウイルスの影響で3週目からは来客数が減少、11月全体では前年の75%まで減少している。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・年末フェアを実施中だが、来客数は前年以下となっている。

□	その他専門店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・生活防衛からか、客が必需品以外の買物を控えており、高額商品が売れない。
□	その他専門店 [布地] (経営者)	お客様の様子	・国や地方自治体による様々な新型コロナウイルス対策が実施されているが、景気が良くなっている業種は一部であり、全体では景気は変わらない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (支配人)	来客数の動き	・来客数は大幅に上振れしたり、下振れしたりすることなく横ばいで推移している。Go Toキャンペーンがスタートし、Go To Eatキャンペーンを中心に利用する客は多いものの、来客数や売上的大幅な改善にはつながらない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	お客様の様子	・前月までは新型コロナウイルスの影響が少なくなってきた感じがあったが、今月に入り、新型コロナウイルス感染者数の増加報道などから、客に危機感が出てきている。Go Toキャンペーンの恩恵を受けているテナントも一部あるが、全体的には売上や来客数が伸び悩んでいる状況である。
□	その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。
□	観光型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・温泉施設の利用者が3か月前と比べ減少しているが、少人数での宴会利用は若干増加している。宿泊利用者は変わっていない。
□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・11月は例年神在月と重なりトップシーズンを迎え前年並みの高稼働で推移している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べると、多少は良くなったが、乗車率はさほど変わっていない。
□	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・料金支払の延滞件数は横ばいが続いている。
□	通信会社 (経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。
□	テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客が外出を控え、景気の悪い状況が続いている。
□	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・客の来場頻度が上がっているが、例年、年の暮れに向けて動きが鈍るのではっきりしない。
□	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の拡大が始まった3月から、引き合いが減少した状況が継続的に続いている。また、建築計画が中断している物件も再開のめどが立っていない。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響もあり民間工事の契約は相変わらず進んでいない。
□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・夏場以降、住宅展示場の来客数は持ち直しており、前年並みを維持している。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・非常に厳しい状況が続いている。以前は客が良い商品、必要な商品を購入していたが、今はどうしても必要な商品しか購入しなくなっている。
▲	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	販売量の動き	・自粛要請で外出を控える雰囲気になっている。
▲	百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響や、日中の気温が高く、冬物商材の需要が増加しないことで来客数が減少している。
▲	百貨店 (営業企画担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響が余り感じられないくらい来客数が増加傾向にある。ただ、婦人や紳士アパレルの撤退ブランドの新規導入が進まず、若年層のイベントも上向き傾向ではあるが、単価が伸びないため、撤退アパレルブランドの実績が確保できない状況である。
▲	百貨店 (外商担当)	お客様の様子	・地方においても新型コロナウイルス感染者が急激に拡大しており、外販活動においても医療従事者を含め訪問不可の客が増加し厳しい状況にある。
▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・前年と比べ、来客数が5%減少している。

▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店の新規出店で各社の価格競争が起こっている。エリア内の店舗過剰で客が分散したり、買い回りしたりしているため、買上点数が減少している。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べて買上点数が約5%落ちている。客の財布のひもが固くなり、無駄な買物をしない傾向にある。食品の買上点数減少の要因の1つにGo Toキャンペーンで外食が増加していることがある。
▲	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・衣料品や寝装用品を中心に秋冬物が好調に推移し、売上や来客数が前年を上回っていたが、近隣市町村で新型コロナウイルス感染者が発生するにつれて来客数が減少している。
▲	コンビニ（支店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で高齢者の来店が減少している。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客が着物を着ていく場所がなくなっている。
▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が目に見えて少なくなっている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年を下回ったり、前年並みとなったりしている状況で、前年を上回ることがない。
▲	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・35年間続いているイベントの来客数は前年を上回ったが、月全体では来客数が減少している。
▲	その他専門店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気はやや悪くなっている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣でも新型コロナウイルスの患者が出たため、前年を上回るまで回復していた売上が前年の70%まで一気に減少した。現在は平日に売上が前年の半分に落ち込む日が出てきており、ランチタイムは前年を上回っているものの、ディナータイムは宴会の予約が入らず、キャンセルも続いている。週末のディナータイムも21時以降は売上が前年の半分に落ち込む日が増加している。
▲	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でディナータイムの利用が打撃を受けている。利用人数が少なくなり、回転率が低下しているため、売上が減少している。
▲	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で来客数が減少している。
▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で夜の飲食業は低迷したままである。Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの対象にもならず、新型コロナウイルスの患者数も増加していることで、業績が悪化している。
▲	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・個人については、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの開始で、宿泊やレストランの予約が伸び、クーポンでの決済も増加しているが、全体では依然として厳しい状況である。地域共通クーポンは物販でも利用可能なため、駅周辺のショッピングセンターの店舗の売上も伸びている。
▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果も限定的で、新型コロナウイルスの影響の方が大きく、景気はやや悪くなっている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ようやく乗車率が前年の80%程度まで戻ってきていたが、新型コロナウイルスの影響で夜の街が再び静かになってきている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いており、客が支払困難となるケースが散見される。
▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・インターネット回線サービスの利用申込件数が減少している。
▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客が買い控えしている。
▲	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で客が買い控えしている。
▲	テーマパーク（営業担当）	それ以外	・一部地域でGo To Travelキャンペーンに制限が掛かるような状況になっている。
▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・西日対策で発売時間を短縮しているため、通常の月と比べ、売上が若干減少している。

	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客が外出を控える傾向が続いており、来店間隔が長くなっている。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	販売量の動き	・客が将来を見据え、無理しないため、単価が低下している。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街もかなり新型コロナウイルスの影響を受けているため、景気は悪くなっている。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・毎月、来客数や売上が減少している。11月の初めは工事関係の来客数が多かったが、20日以降は極端に来客数が減少し、特に昼間の工事関係の来客数の減少が激しくなっている。
	×	観光型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの患者数拡大の影響で予約キャンセルの動きが出ている。
	×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・この2週間新型コロナウイルスの影響で、旅行中止が相次いでいる。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が急増しつつあり、客の動きが停滞してきている。
企業 動向 関連	◎	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・IT関連やデータセンターの需要が数か月前から増え続けており、問合せが多くなっている。状況は明らかに好転している。
(中国)	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業務用や土産品については、まだまだ厳しい状況にあるが、小売店やスーパーからの注文が増加傾向にあり、全体ではやや良くなっている。
	○	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・現時点では政府の様々な経済施策もあり3か月前と比べるとやや良くなっている。しかし、新型コロナウイルス感染症が大都市を中心に急激に広がる予兆があり不確定な状況である。
	○	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・車の生産台数の増加によりPPS樹脂の主原料となる水酸化ソーダの受注量が増加傾向にある。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で休業により生産調整を実施していたが、受注量の回復で休業日数が減少しており、休業を解消している部署もある。
	○	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一部の製品で受注が上向いている。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電池、電子材料関係の受注が増加しつつある。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・直近3か月は新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあり、全国的に経済活動が再開されたことで、製造業全般の景気が良くなっている。また、中国の取引先が早い段階で稼働を再開したことから、受注状況も改善している。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・通販の電子商取引を中心に荷物の発送は順調である。中小企業の発送個数が減少し、荷物の小型化も進んでいる。食品関係が好調で、個人市場も堅調に推移している。また、不在率が改善され、夜間の稼働時間が減少することで、社員の勤務時間も短縮している。
	○	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス関連の需要が減収分をカバーしている。
	○	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ受注量が20%増加しており、景気は持ち直している。
	○	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスで落ち込んでいた地元完成車メーカーの世界販売が前年を少し下回る水準に回復してきたため、系列の地元部品メーカーの受注が前年の9割程度まで上昇している。売れ筋の車種の部品を多く持つ部品メーカーの一部では前年並みの収益まで改善している。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響のみならず稼働日数が少ないこともあって最低であったが、現在はウィズコロナが浸透し、回復基調となっている。自社研修事業も回復傾向にあり、出張や移動もしやすくなっている。
	□	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの終息が遠のいている。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気はやや上向き状態にあったが、新型コロナウイルスの影響で再び停滞しつつある。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・2～3か月前から景気に大幅な変化はない。

	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・9月は一時的に生産量が定時工数程度まで回復したが、現在は受注が生産に必要な工数を割り込んでいるため、雇用調整助成金を活用し、週2日休業を実施している。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・予定物件は順調に受注できている。着工までの予定は遅れ気味ではあるが、都合の良い遅れとなっている。
	<input type="checkbox"/>	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・客の動向に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	不動産業(総務担当)	それ以外	・来客数は微増だが、成約数は前月とほぼ変わらない。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で客からの受注量が減少している状況で、販売自粛の対応をしていることから、受注量や販売量が上向きにならない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業(監査担当)	受注量や販売量の動き	・前売りは前期比減少、卸は前期比増加で推移しており、商戦準備はできているものの、実需が今一つという状況である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業(経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・一旦持ち直した主要客からの受注量が若干減少に転じている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業(貸付担当)	取引先の様子	・売上や収益が新型コロナウイルス発生以前の水準に戻っていないところが多く、新型コロナウイルス関連で調達した資金もかなり目減りしている。
	<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業(財務担当)	取引先の様子	・新たな業界再編の話が具体化するなど、厳しさを増している。
	<input type="checkbox"/>	コピーサービス業(管理担当)	取引先の様子	・テレワーク等の働き方改革でペーパーレス化が顕著で、コピーや出力の需要は減少している。
雇用 関連 (中国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社(社員)	採用者数の動き	・現時点で企業の採用意欲は上昇している。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社(経営者)	求人数の動き	・業種により差はあるが、飲食等一部業種を除き、景気は良くなっている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・一時中断していた中途採用を再開する企業も増え始め、対面による商談数も増加してきている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関(求人・人材採用担当)	求人数の動き	・業界によって隔たりがあるが、年末の短期求人などは例年どおり開始されており、全体の求人数は増加している。飲食、販売を含めたサービス職の求人は依然として低水準で推移しているが、生活必需となる業界の求人は増加してきている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社(支店長)	求職者数の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、求職者が増加することを予想していたが、求人に対する応募数が伸びていない。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社(営業担当)	求人数の動き	・新卒採用の状況が改善していない。新型コロナウイルス禍の早期に採用を中止した企業が採用再開に踏み切る一方で、これから採用を停止する企業も散見される。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社(広告担当)	雇用形態の様子	・新卒採用において、内定者に対する満足度は前年より改善しており、質、量共に満足している企業は全体の約4割弱である。採用活動は新型コロナウイルスの影響で長期化している。内定者のフォローは懇親会の割合が大幅に低下し、Webでの交流が中心となっている。一方、中途採用はここに来て前年の9割まで盛り返してきている。ドライバーや建設会社などの慢性的な人手不足の業界を除き、採用ではスペシャリストが有利となっている。職種は様々だが、これまでの経験が企業のニーズにうまく合致すれば、積極的に採用される傾向が出ている。
	<input type="checkbox"/>	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率は全国2位とトップレベルながら、下落幅が大きくなりつつあり、不透明感が漂っている。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人数は、新型コロナウイルスの影響で需要が落ち込んでいる繊維工業が8割の減少となったこともあり、基幹産業の製造業が前年から4割の減少となっている。求人全体でも2割の減少となっている。

□	職業安定所（雇用関連担当）	求職者数の動き	・ここ半年間、求職者数や紹介件数が減少している。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年から19.2%減少、有効求人数も前年から26.4%減少と、新型コロナウイルスの影響による厳しい雇用情勢が続いている。直近3か月の新規求人数も前年から25.5%減少している。産業別新規求人数は、建設業、金融業・保険業、不動産業・物品賃貸業、宿泊業飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業など一部の業種を除いて減少している。10月の有効求人倍率は1.47倍、10月末時点の来春の新規学卒対象の求人状況は、高卒で求人件数が16.3%減少、求人数が26.2%減少となり、大卒等では求人件数が26.7%減少、求人数が26.6%減少となっている。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・例年と比べ、求人数が減少しており、景気がやや悪い状況に変わりはない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・求人倍率は1～2倍台で推移している。新型コロナウイルスの影響もあるが、各種支援策で何とか景気を維持している。
▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	求人数の動き	・求人数は前年比80%前後まで回復したものの、11月の新型コロナウイルスの感染拡大によって、再び減少している。
▲	学校〔大学〕（就職支援担当）	雇用形態の様子	・人員削減のニュースを聞いたり、街の店がなくなったりしている。
×	—	—	—