

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)	◎	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店の9月の売上は7割であるが、今月は9割で上昇している。一部の店舗では、食品が96%と余り影響を受けていない。一方、レストランでは、フードコートは相変わらず75%と数字が悪く、レストランでは67%で全体の数字を下げている。
	◎	競馬場（職員）	来客数の動き	・来客数が徐々に戻っている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・年末特需で年賀状印刷の売上が上昇しているが、前年比では新型コロナウイルスの影響で客数が減少し、売上も落ち込んでいる。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の生活に慣れ、少しずつではあるが消費も活発になっている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・飲食店向けの卸売は減少しているが、店頭販売や通信販売等の小売は、前年を大幅に上回るほどの好調である。特に、店頭販売の来客数や通信販売のアクセス数が飛躍的に伸びている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・フグの需要が少ないかと危惧していたが、結構注文が多く、フグの身欠きをしている状態で、景気は悪くないのではないかと感じている。
	○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・食品スーパーマーケット業界では、新型コロナウイルスの感染拡大で需要が高まっている。都心部の店舗では大幅減であるが、それ以外の店舗では、ほぼ前年を維持している。年末に限っては、里帰り需要の減少により郊外店舗が多少落ち込んでいるが、都市部周辺では、年末年始の巣籠りにより前年を超えている。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数に変化はないが、買上点数の伸びが例年よりも若干多い。それに伴い、売上も若干上がっている。
	○	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止に関連する空気清浄機や加湿器、巣籠り需要に関連する調理家電やインターネット動画視聴商品等、また地域ごとのプレミアム付商品券等の追い風により、全体の数字が持ち上がっている。
	○	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要のための家電製品、中でもテレビ、冷蔵庫、洗濯機、調理家電、健康器具、ゲーム等が好調に推移している。平均単価も上昇傾向である。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・当県は新型コロナウイルスの影響が少ない。
	○	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍の影響で、室内を豊かにする需要が増えている。
	○	観光型ホテル（総務）	販売量の動き	・運営しているホテル内のレストランやアンテナショップで販売する弁当等テイクアウト商品の売行きが好調で、巣籠り消費が顕著に表れている。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前から比較すると新型コロナウイルス禍ではあるが、年末年始ということもあり、徐々に人の動きが始め、ファッション産業でもそれなりの動きが出ている。景気は徐々に回復傾向にある。
	○	美容室（店長）	来客数の動き	・前年11月は来客数が良く、12月が悪い状況であったが、今年は9～11月が悪かった影響なのか、12月は来客数が若干良くなっている。
	○	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	・新型コロナウイルス禍で自宅生活を余儀なくされていることから、訪問サービス利用の増加傾向がみられる。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると販売量が多少増加しているが、正月前の季節要因であるため、以前の量と比較すると増加していない。	
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、商店街への来街客は高齢者が多いため、通行者もまばらで、売上が上がらない。	

□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・周辺商店街や店頭でのG o T oキャンペーンの利用は増えているが、新型コロナウイルス感染対策として来店を抑制しているため、集客力が低下している。加えて、来客数や滞在時間の減少が続いている。また、お歳暮ギフトセンター及びギフト持ち帰りコーナーでは、午前中で買物を終了する傾向が一段と強まっており、午後からの来店客数減少が続いている。一方、サテライトショップや自家需要のおせちの売上は好調で、W e bや電話、F a xでの受注は大きく伸びている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・新しい生活様式やステイホームで、食品関連の販売量が増加している。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・クリスマスや年末商戦に期待していたが、12月24日の来店客の動向から厳しい結果が予測される。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上前年比約97%で、横ばいである。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で依然として家電業界は好調である。例年にないほど客単価が高く、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、パソコン等の売上が伸び、しばらくはこの状況が続く。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・相変わらず巣籠り需要等が継続しており、前年を上回る状況が続いている。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの報道次第で、来客数に一時的な増減があり、トータルすると若干少なめである。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が、ほぼ目標どおり堅調に推移している。新型コロナウイルス禍にかかわらず、新車効果があり、前年を上回る結果を残している。
□	乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、余り良い話を聞かない。
□	住関連専門店（経営者）	それ以外	・都市部でのキャンペーンは、陰りが見えているものの順調である。来客数は多いが、買い回り客が多いため、なかなか購入に至らない。
□	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・高級寝具は秋冬にピークを迎えるため、例年9月との比較では売上が高いが、今年は冷え込みが早く9月に秋冬物の需要が多かった。加えて、新型コロナウイルス感染が拡大したため、来客数は落ち込み、3か月前と比べて景気は変わらない。
□	その他専門店 [コーヒー豆] （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の現状で、来客数は減少しているが、購入単価は上がっている。要因としては、巣籠り需要としてコーヒーをまとめて購入するためである。
□	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）	お客様の様子	・12月も人気漫画の映画効果が継続し、新型コロナウイルス感染拡大のマイナスがあるものの、何とか前年を上回るペースで進捗している。一方、旅行代理店が壊滅レベルのマイナスで、事業継続も厳しい水準まで追い込まれている。当県は新型コロナウイルス感染者数がまだ少ないエリアであるため、売上は維持しているが、隣接している県では感染が拡大傾向にあることから、先行きは明るくない。
□	設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大で落ち込んでおり、第3波により回復は遠くなったと感じている。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来場者数など客の動きに大きな変化はないが、住宅ローン減税の延長やグリーン住宅ポイント制度が公表され、問合せは増えている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・第3波の感染拡大で、商店街の客も年末に向け減少している。
▲	一般小売店 [青果]（店長）	それ以外	・当地の市場での野菜相場は、3か月前と比較すると若干上がっているが、外食産業中心に高価な野菜は動いておらず、例年の年末野菜相場の状態までには上がっていない。前年の通常の相場であることから、全体的に物が動いていないと考えられる。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの第3波の影響が大きく、飲食テナントは元より、アパレルの動きも鈍く、来客数にも大きな影響が現れている。

▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・9月は、前年の消費税引上げ前の駆け込み需要の反動で大きく前年割れをしているものの想定内のマイナスであった。12月の落ち込みは9月ほどではないものの、全国的な外出自粛ムードもあり、来客数が伸び悩んでいる。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第3波の影響により、11月中旬以降客数が減少しており、直近3か月の入店客数の推移から10%以上低下している。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・予約が入っても、すぐにキャンセルになる。
▲	百貨店（プロモーション担当）	お客様の様子	・年末年始のGo Toキャンペーン停止を受け、家中需要が高まりファッションアイテムが不調である。中食や家電にクリスマスニーズが流れている印象を受ける。
▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が徐々に増えていくのに比例して、入店客数も減っている。来店客との会話では、必要な時しか外出せず、外出しなくなると必要なモノも少なくなる状態になっている。モノの購入には、まだまだ慎重な行動が続きそうである。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・一部の店舗では、競合店のリニューアルオープンの影響を受け、来客数が減少している。巣籠り需要はかなり薄らぎ、全般的にも来客数が減少している。
▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第3波による来客数への影響が顕著になってきている。食品スーパー部門は巣籠り消費により客数に変化はないものの、Go To Eatキャンペーンで回復基調にあった飲食テナントや寒波により回復を見込んだ衣料部門の客数が伸びない傾向が続いている。
▲	スーパー（統括者）	来客数の動き	・12月は客数減であるが、客単価の増加で補うことができ、前年比の売上は100.4%と確保している。3か月前から徐々に、点数増加による客単価の増加幅が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス第3波の影響で、自宅滞在時間が再び増加し、仕事やイベントでの利用も減少傾向となり、全体的に買物頻度は下降している。コンビニエンスストア主力商品のおにぎりや弁当、サンドイッチ、ドリンク類の販売が悪化している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが発生して1年になるが、客の自粛傾向が数字に表れている。新型コロナウイルスに対する支援策は、売上の大幅ダウンが対象になっているが、コンビニエンスストアでは粗利益が非常に小さく、廃棄等の影響もあり、最終利益が非常に少なくなる。そのため、継続困難な店も出ている。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、来客数や販売共に悪い。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客は来店を控えており、新型コロナウイルスの影響も少しずつ広まっている。
▲	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の感染者増加の影響により、来街者数が極端に減少している。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格は、高止まりからやや上げの傾向である。客から12月にボーナスが支給された話を聞くが、前年よりも支給額が減少している状況である。
▲	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	・新型コロナウイルス第3波の影響で、客の動きが鈍くなっている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前月は持ち直したかに見えたが、新型コロナウイルス感染拡大に加えGo To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの一時停止により、予約のキャンセルが徐々に増えている。
▲	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増加し、Go To Travelキャンペーンも一時停止になったため、キャンセルも増加している。

▲	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・年末年始は、インバウンドの影響でこれまでにない予約数だったが、新型コロナウイルスの影響により、予約が激減している。この状態が続くのか先行きがとても不安である。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きが増えていたが、第3波の影響で減り始め、徐々に悪くなっている。
▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光回線の販売は、新型コロナウイルスに起因する需要増加がなくなってきている。
▲	通信会社(営業担当)	それ以外	・個人消費が冷え込んでいる。
▲	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・10～12月中旬の繁忙期が過ぎ、正月前後は多少来場者が増える傾向にある。ただ正月後は、韓国からの予約が皆無であり、Go To Travelキャンペーンが一時停止している等の要因から、予約が弱い状況である。
▲	ゴルフ場(営業)	来客数の動き	・予約来場者の予定数が前年比で減少しており、1人当たりの単価も落ちている。
▲	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	・来年度予算策定に際して、派遣従業員の人数見直し、請負業務の見直し等コストカットを求められるようになってきている。
▲	設計事務所(代表)	来客数の動き	・新型コロナウイルス第3波の影響でイベントができない状況である。
▲	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・ショールームへの来店はあるが、新型コロナウイルスの影響がどこまで続くのか見通しが付かないため、契約購入は、二の足を踏む客が多い。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・11月以降全国的に感染者数が増加し、商店街の来街客数が非常に減少している。消費が活発化する状況ではなくなり、歳末とは思えないような状態が続いている。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・来客数が激減しており、売上はどん底である。
×	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が大幅に減少したため、日々販売量に大きな変化があり、発注量を決めることが難しい。大きなチャンスロスや廃棄増につながり、売上利益に影響する結果となっており、厳しい1年である。
×	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・本店が入居するビルの企業から続けて新型コロナウイルス感染者が発生し、その対応として濃厚接触者の自宅待機や在宅勤務の増加が考えられ、来客数が大きく減少している。
×	コンビニ(店長)	それ以外	・新型コロナウイルス第3波の感染拡大や医療崩壊で、飲食業、居酒屋業界への打撃が大きく、深刻である。
×	衣料品専門店(店員)	来客数の動き	・例年より早くからプレセールを開催したがほとんど効果はなく、感染者増加に伴い来客数は日増しに減少している。
×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果により、かなり数字が戻ってきたが、新型コロナウイルスの感染が急に拡大しているため、人の動きが悪く来店客がどんどん減少しており、売上が落ち込んでいる。また、Go To Eatキャンペーンでは、来店客は増加しているが、すぐに現金が入らないため、資金繰りが懸念される。
×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・12月の来客数は、例年と比較して7～8割減少である。一方で、年末のおせちの注文は増加し150%増の売上である。
×	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、平日週末共に来客数が激減している。前年の半数まで落ちている状況である。
×	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	・新型コロナウイルス感染拡大による影響が大きく、販売量は前年の6～7割の水準となっている。年末年始が迫り、更に厳しくなる。
×	都市型ホテル(販売担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止と新型コロナウイルス感染者の増加で状況が悪くなっている。

	×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・旅行の自粛要請やGo To Travelキャンペーン一時停止を受け、かなりの影響が出ている。
	×	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・勤務先はフルサービスホテルのため、Go Toキャンペーンの恩恵をかなり受けているが、Go Toキャンペーン一時停止に伴い、稼働率が急落し、新型コロナウイルス感染拡大により売上は悪くなっている。
	×	旅行代理店(職員)	販売量の動き	・10月の販売量から半減しており、前年比25%程度に減少している状態である。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・10～11月は回復傾向にあったものの、12月に入り新型コロナウイルス感染者数の急激な増加により、イベントや忘年会等が激減し、前年比30%の大幅減少になっている。
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好調である。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	受注量や販売量の動き	・第4四半期は数字がある程度戻っている。来年4月以降も戻りつつある。
	○	電気機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・半導体関連企業からの受注量が増加している。
	○	広告代理店(役員)	受注量や販売量の動き	・新規発注がこの数か月で増えている。
	□	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・12月は最も繁忙期であるが、新型コロナウイルスの影響で厳しい状況の上に、鳥インフルエンザ発生で原料となる鶏が入らず、2重のマイナス要因となっている。売上も計画に対して80%を下回りそうな状況である。しかしながら、量販店を中心とした販売は伸びており、お歳暮等のギフトは前年比20%増になる予定である。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・季節商材であるが、比較的安定した受注で推移している。
	□	窯業・土石製品製造業(経営者)	取引先の様子	・量販店や百貨店関係は、若干落ち込んでいるが、インターネット販売の状況は、幾らか伸びている。
	□	金属製品製造業(事業統括)	受注量や販売量の動き	・案件としてはあるが、競争が激しく受注まで至らないケースが多い。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・客の機構上の問題や米中貿易摩擦、また、新型コロナウイルスという悪い要素が重なり、受注量が大幅に減少している。
	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・現状の工場稼働率は低く、余り生産していない。
	□	金融業(調査担当)	取引先の様子	・取引先企業の新型コロナウイルス関連借入れ調達にも一服感が見られ、設備投資は例年より減少しているものの底堅く推移し、資産運用は投資意欲が戻っている。しかし、新型コロナウイルス感染が再拡大しており、個人消費や企業生産活動に悪影響を及ぼす可能性がある。したがって、3か月前との比較では、景気は変わらない。
	□	金融業(調査担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍で飲食店の忘新年会の利用や予約は激減し、資金繰りに苦慮する声が多方面から聞かれる。年末年始の帰省の動きも緩慢で、景気全般に漠然とした閉塞感が漂っている。
	□	経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・自社の受注件数や金額は共に大きな変化が見られない。
	□	経営コンサルタント(社員)	それ以外	・12月の最終例会で、各人が現状報告を行ったが、新しい動きは見られない。
	□	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	・市町村の補正予算では、新型コロナウイルス対策の予算計上が多く、コンサルタントへ発注される調査や計画、設計等の予算がほとんど計上されていない。このため、受注がストップしている状況にあり、加えて市町村によっては当県にある事業所に指名をしないこともあり、景気が悪い状態が続いている。

		建設業（社員）	競争相手の様子	・工事を受注したいが、技術者や作業員不足のため、入札に参加できない同業者が多くなっている。作業員数が限られているため、今年のように災害復旧工事等が多くなると作業員不足になり困っている状況である。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス第3波の影響により、飲食店向けの受注が減少している。また、先行き不透明なためマイホーム購入者も減少し、住宅関連資材が落ち込んでいる。
	▲	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年、年末になると貨物の入出庫量が多くなり、繁忙期を迎えるが、今年は控え目である。外食向け商品の出荷量が少ない反面、寒波の影響もあり、内食向け商品の出荷量が多い。しかし、全体的に売上は減少している。
	▲	通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、やや状況が悪くなり、先行きが不透明である。
	▲	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の売上は緩やかながら持ち直しの動きがみられるが、一方で住宅建設は伸び悩んでいる。また、新型コロナウイルス感染者数が再び増加し始めたことから地元企業の求人が減少、労働需給や雇用者所得共に弱い動きとなっており、厳しい状態が続いている。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・Go To Travelキャンペーン一時停止に伴い、飲食業等で全体的な消費行動が落ち、事業者マインドも落ちるため、全業種にわたり不景気感の状況が見えている。
	▲	金融業（営業）	取引先の様子	・Go Toキャンペーン等により、国内消費は回復してきているが、製造業等の需要供給の動きは、輸出入を含め停滞している。世界的に需要は縮小している。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・業務用販売の客では、大幅に売上が下がっており、連鎖倒産のおそれも出ており、深刻な状態である。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・企業では、この時期に来期の投資計画を策定しているが、来期も継続して抑制する企業が多い。
	×	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・キャベツ、レタスは余っており、スーパーマーケットの果菜類も動かず、品質の悪いものが陳列されている。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染者が発生した工場は大変である。当社でも、町内で発生しているため、注意しなくてはいけない。仕事の量も減りつつあり不安である。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・見積りや引き合い件数は少なく、12月は駆け込み需要が多少みられる程度である。
	×	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により、対応した取引先に予定変更が発生し、また、特に飲食業関連が打撃を受けている。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人件数も上向きになってきたが、前年比では、まだ70%程度である。経営的には依然厳しい状況である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・業種によって温度差はあるものの、求人数が徐々に増加傾向にある。駅ビル再開発に伴う求人求職者の動きが出ている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・本来であれば、年末年始商戦もあり景気も上がってくるはずだが、新型コロナウイルス第3波の影響で、飲食を中心に冷え込んでいる。それらが相殺され、景気自体は変わらない状態である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が、前年比で減少していることには変わらないが、減少幅の増減に揺れがあるものの小さくなっており、1年ぶりに前年比の減少幅が、マイナス10%台になっている。宿泊業や飲食サービス業の前年比が2か月連続増加になっている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・IT系企業等一部業界の採用意欲は高いが、インバウンド系の採用はほとんどなく、その他の企業も採用があるものの、全体では減少している。

□	学校〔大学〕 (就職支援業務)	求人数の動き	・内定状況が、前年よりもかなり悪く、また、現在も一定数の学生が就職活動を継続しているが、求人件数が前年と比べ減少している。2021年卒業採用人数も例年並みとしながらも、各社若干名減少している。2022年卒業採用に向けたインターンシップの実施も、前年度より減少している。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣の求人数は、1年間伸び悩みが続いている。新型コロナウイルスの影響もあり、社内的な体制を見直す企業も多く、業務の集約化の話も上がり、派遣業務だけで対応していくには非常に厳しい状況が予想されつつある。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・12月の注文数が過去3年で、2番目に少ない月になっている。派遣だけでなく、求人数が減っており、当社にもその影響が出てきている。退職者が出て、現状の人員で取りあえず対応するという企業もある。ある企業では、今月2名の派遣の退職者が出ているが、後任の注文はない。
▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	周辺企業の様子	・Go To Travelキャンペーン等により観光業や飲食店に客足が戻っているが、感染拡大により、これまで参加していた年末年始の会合等がほとんど中止になっている。この期間の需要がなくなったことは、かなりの打撃である。
▲	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・月間有効求職者が高止まりしている。また、従業員の解雇を行う事業所も出てきている。
×	新聞社〔求人広告〕 (社員)	周辺企業の様子	・秋は、新型コロナウイルス感染者数の減少を受けて、経済活動も徐々に再開され始め、新聞広告の量も前年には届かないものの、ある程度まで回復している。しかし、ここに来て感染者数の増加で、再び経済活動がスローダウンしたため、新聞広告の回復基調も止まり、特にGo To Travelキャンペーンの縮小を受け、旅行関連業者の広告が明らかに減少している。