

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)	◎	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果が出ている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は春からいまだ続いており、飲食店等はテイクアウトを強化しながら客数の減少をカバーしている。しかし、前年並みの数字には追いついていない状況である。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比103%である。寒くなったことに加え、近隣でやめたところもあるので下着類などがたくさん動いている。
	○	百貨店（買付担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染は続いており、シニア層の来店は減少したままだが、全体的には若干持ち直している印象となっている。早期値下げをスタートさせたが、衣料品のまとめ買いは少ない等、シビアな購買動向は変わっていない。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・12月の中旬を迎え、新型コロナウイルスの影響が大きくなるとともに、売上も増してきている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比でみれば相変わらずマイナス25%ぐらいだが、ここ数か月の推移でみると、最悪期は脱した模様である。3か月前比では売上、来客数、単価、買上点数はいずれもプラスで、コロナ慣れしてきているようである。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・巣籠り需要によりクリスマス商材、おせちの予約高が前年を上回っている。また、値入率は低い、たばこ増税によりたばこ売上高前年比は100%を超えており、日販改善に寄与している。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・寒波の影響で冬物商材であるダウンブーツや長靴の動きが活発である。例年より単価の高い商品の動きが良い。また、まとめ買いも多い。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・9月は来客数が前年比85%だったが、12月は同90%で推移している。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・サービスエリアの拡大によって新規客の加入が続いている。年配者は放送サービス、若年者はインターネットサービスへの加入と住み分けができてきている。攻めの営業展開が功を奏している。
	○	競艇場（職員）	来客数の動き	・年末年始は来客が多いので、この12月はそれなりに売上がある。
	□	一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・この時期はクリスマスのプレゼント景気があるが、今年は新型コロナウイルスの影響で来客数が少ない。しかし、客単価の向上で売上を維持している。消費マインドが悪いわけではなく、外に出ることを控える傾向にある。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・懸念していたお歳暮も、スタートこそ鈍かったが駆け込みでの受注が多く、結果的には数、単価共に例年並みとなっている。対照的に飲食店や観光施設などに関しては、前半は良かったものの、新型コロナウイルス感染者の急増による自粛要請や様々な支援策の停止を受け、一気に販売量が落ち込んでいる。年末年始は営業しない判断をした飲食店も出始めている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・単価が中間くらいの層の客は来店頻度と購入額が明らかに減っている。しかし、単価の高い客層ではむしろ購入金額が上がっており、結果として月間売上は前年比で横ばいとなっている。
	□	一般小売店〔カメラ〕（店長）	来客数の動き	・来客数は回復してきているようであるが、まだまだ売上確保が厳しい状況が続いている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10～11月は人の往来を含め、やや回復基調にあった。今月は再び外出や買物を控える方が多く、来客数が前年比でみると3か月前とほぼ同水準となっている。
□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年と比べれば1割は減少している。食料品については巣籠り需要もあり活発に動いている。しかし、衣料品は防寒衣料の動きも悪く、大きく減少しており、前年より2週早くセールに入るショップもある。	

□	スーパー（経営者）	単価の動き	・12月の1品単価は前月よりやや下がり、前年比4%強での推移となっている。しかし、来客数と買上点数の前年比の推移は割れ幅が若干拡大している。消費の傾向としては前月の推移と変わらない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス第3波の影響で、ここ最近では客単価の上昇がみられる。家庭内食需要の増加が発生している影響で、食料品類の売上が増加している。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加に伴い、巣籠り、まとめ買い需要が増加傾向にある。来客数97%に対し、客単価は106%、買上点数107%、1品単価99.8%となっている。クリスマスや年末も、際物よりも通常品の購買が多く、景気が上向いているとはいえない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍で土日祝日の行楽関係の人の動きがほぼないため、土日祝日の売上が落ち込んでいる。ふだんの生活のなかでも、客の買物の仕方はほとんどが目的買いで衝動買いが減っており、売上が下がっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・クリスマス商戦、おせちの予約は例年より好調であった。感染症予防による巣籠り需要の影響とみられるが、通常営業の数値が依然上らず、前年を大きく下回った。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・年末の需要が平年とは異なる。天候要素も関係し、前月と変わらない状況である。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・Go To キャンペーンで一時戻りつつあった来客数が、自粛強化の影響もあり減少している。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・お歳暮は電話注文が増加し、産直品が多くなり、利益が減少した。売上は前年比3割減の状態である。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年と変わらない。単価は上がっているが、良いともいえない状況である。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍のなかで、空気清浄機や加湿器などがとても売れている。また、家に籠もるといふ巣籠り的な需要で大型テレビも売れているので、例年にない部分ではプラスになっている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が発売になったにもかかわらず、販売量が余り伸びない。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・9月以降、新規客の来場者数は前年比60%前後で推移している。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・注文家具なので受注した分を生産しているが、ここ2～3か月は変わっていない。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響でこれまでには景気が悪くなっているようだが、当店のよう小さな販売店ではそれほどでもなく余り変わらない。
□	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・コロナ禍において、客は場所を選んで動いているようである。歓楽街の同業の人たちはさっぱり駄目だということだし、駅周辺では密になっているようである。当店は歓楽街から僅かに離れているので来てくれている人たちも多少いるが、例年と比べると全く追いついていない状態である。
□	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はみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の消費状況に変化がない。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前年比約9割である状況は3か月前とさほど変わっていない。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客は髪が伸びたら来店する。いつもと変わらないパターンである。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・接触機会が少なく、契約まで、そしてその後着工までの期間も長く、入金に時間が掛かっている。
□	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、暖房用器具の購入並びに暖房設備の交換工事が増えている。リフォームは、増改築工事は減ったが屋外の塗装工事が増えている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・市内で新型コロナウイルスの感染が拡大し、商店街への客足が減少した。新型コロナウイルス感染が身近な事態となってきたことから、高齢者を中心に外出を控えており、消費が落ち込んでいる。

▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大と、市内イベントの中止や変更による来街者の減少が入店客数に大きく影響している。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍で来店頻度が下がり、来客数が前年比95%まで落ち込んでいる。年末も帰省が減少し購入量は厳しい予測である。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・除雪代、光熱費の高騰、新型コロナウイルスでの来客数減、寒波により、危機的な経営状態が続いている。冬を越せるのだろうかただただ不安である。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は高値横ばい状態で売上を保っている。しかし、新型コロナウイルス感染者増加の影響が来客数に顕著にあらわれており、来客数の減少に歯止めが掛からない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増加しているため、外出を控える人が多くなり来客数が減少している。特に週末は激減している。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・当地では毎日20～30人の感染者が出ているため、人の動きも大分制限されてきている。そのため、単価は上がっているが来客数の数字が悪く、なかなか浮上しきれない。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・前月に比べると来客数、購買数共に微増し、売上は少し安定してきた。クリスマスギフトとして、高額なアウターを選ぶ人が例年よりも多くみられる。コロナ禍で金の使い方の変化がうかがえる。
▲	衣料品専門店（店長）	それ以外	・今月に入ってからの新型コロナウイルス感染拡大のニュース報道や成人式の中止、リモート実施などの事例から、消費者の衣料品への購入マインドが下がっているように見受けられる。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・県内で新型コロナウイルスのクラスターが発生してから、夕方以降の来客数が大幅に減少している。
▲	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が拡大するなかで外出する人が減り、来客数にも影響している。
▲	家電量販店（店長）	単価の動き	・寒さの影響で暖房商品の売上が好調だが、テレビ、冷蔵庫など配送商品の単価が下がっている。売上は前年を下回っている。
▲	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・11月中旬から新型コロナウイルスの感染者数が増えてきている。新型コロナウイルスが身近になりつつあるせいか、来客数も徐々に減り始め、受注が伸び悩んできている。
▲	乗用車販売店（本部）	来客数の動き	・販売量だけみるとある程度まで戻ってきた印象だが、客の購買動機は飽くまで必要な代替のみに限定されている。サービス入庫も同様でプラスアルファ的な追加整備が振るわず、収益は前年の8割を保つのが精一杯の状況である。
▲	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・ネット販売は順調であるが、店頭販売は来客数が減少しており、客単価も余り良くない。
▲	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・半年前と比較して少し上向きであった景気は、新型コロナウイルスのまん延と拡散、Go Toキャンペーンの停止で急降下している。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加とともに、移動需要が減退し後半に掛けて販売量が減っている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・Go To Travel及びEatキャンペーンで多少持ち直した感じがあったものの、停止発表があったために客の消費マインドに陰りがみられる。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加やGo Toキャンペーンの停止により、自粛気味になり動きが鈍くなっている。

▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンにおいて、10月から東京発着が対象となり、さらに地域共通クーポンの配布が始まり、客が動いていたが、新型コロナウイルス感染者数の増加、東京、大阪、名古屋、札幌等の主要都市及び12月28日～1月11日までが対象外となり、大量の取消しが発生している。さらに、年末年始の帰省自粛要請により、観光及び運輸マーケットが完全にストップしている。
▲	旅行代理店（従業員）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンである程度まで回復したが、新型コロナウイルス感染拡大による年末年始利用停止で、予約の90%がキャンセルとなり、再び危険水域に入っている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・高齢者のタクシー利用が必要最低限の移動のための利用となっている。
▲	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で外食産業は軒並み売上が減少している。運輸業界も経費削減で雇用悪化が更に進んでいる。よって悪くなっている。
▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍の影響は特に飲食業では死活問題となっている。直近ではGo To Travelキャンペーンの一時停止の影響もあり、宿泊施設の集客も減少してきている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染は収束せず、客もコスト削減の話しかしない。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加とともに来客数の激減やキャンセル等が出ている。また、海外製の商品も注文は多いのに入荷量は増えていない。
▲	観光名所（職員）	お客様の様子	・クラスター発生に伴い感染者数が増えた影響で外出を自粛する傾向がみられる。また、経済活動縮小で収入が減ったことによる先行きの不安から買い控えもみられる。
▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・シーズンオフに向かい週末のみの営業である。前半穏やかな天候で順調だったものの、後半の寒波で前年を下回っている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新規客が前年と比べ8割減となっている。既存客の再来店は2割減で、新型コロナウイルスの影響なのか、再来店までの期間が徐々に長くなっている。
▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	・ますます拡大している新型コロナウイルス感染症の影響で、客足が減少し売上も減少している。航空会社や鉄道など交通運輸業の急激な業績悪化に伴って、関連するサービス業の仕事もなくなってきている。
▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響や業務量の減少のため、12月25日で仕事納めとする同業が非常に多い。この先の見通しが経たず不安視しているようである。
▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・3か月前と比較して来場者数は減少している。12月は年間で一番住宅購入者の動きが鈍化するが、それに加えて新型コロナウイルスの感染が拡大している影響があり減少傾向にある。
×	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染の拡大による消費の低迷が顕著である。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末需要が低迷している。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大で忘年会が全くなり、繁華街の人出は前年に比べてゼロに等しい状態である。繁華街にある当店への来客も減少している。
×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・年末というのに商品は動かず、消費者の反応も非常に悪い。新型コロナウイルスの影響だけではないとみている。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響によってボーナスが出ないことで可処分所得が減り、節約、儉約志向が更に高まりスマート消費が増えている。さらに、年末年始の帰省客がないことも響いている。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・12月に入って新型コロナウイルス感染者数が増えている。そのような環境下において、仕事や出張、そして結婚式もなくなってきているので、スーツやジャケットといった大きな買物をする客が減り、大苦戦している。

	×	その他専門店 [酒] (経営者)	来客数の動き	・飲食店は忘年会関連がほぼ全てなくなり絶望的な状況である。小売は単価の安いものの動きはあるが、収益的には喜ばしい状況ではない。
	×	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・例年、年末は飲食店の注文が多いが、今年はさっぱり注文がない。また、観光業関係からも全くと言っていいほど注文がない。他の業種ではそこまで落ち込みはないが、結果としてその分の売上が減少しており、売上全体としてもかなり響いている。
	×	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第3波により、どうにもならない状況である。食事をしたいと思っている人はいるが、やはり怖さもあるようなので、新型コロナウイルス感染が収束するまでは厳しい。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・例年だと12月は団体の利用があるが、今年はほぼない状況である。しかも、最近はランチタイムの客も激減している。クリスマスの営業も客がほとんど来ないという状態であった。かなり切迫した状況になってきている。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、夜の街に客が来ない状態が続いている。景気が良くなるには新型コロナウイルスの終息しかない。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当地域で新型コロナウイルス感染者数が増えてきた。その影響で外食は怖くてできないという客の意見が多くなっている。そのためか仕出しやテイクアウトは増えたが、サイドメニューやドリンクが出ないので、結果的には売上はマイナスになっている。
	×	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが停止されたことにより、年末年始と前後のキャンセルが発生し、前年比マイナスに転じた。例年年末年始は満室になるので、早い停止決定であればGo Toキャンペーンは関係なく満室にできたが、時間が短すぎる。
	×	観光型旅館 (スタッフ)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止に伴い、状況が一変している。新規申込客はゼロとなり、12月28日～1月11日までの宿泊ではキャンセルが多数出ている。
	×	タクシー運転手	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染対策は人によって様々だが、最近の傾向としては、動かない、近寄らないということが増えてきて、街全体に動きがみられない状況である。
	×	観光名所 (職員)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの停止とともにキャンセルが相次いでいる。緊急事態宣言当時とやや似通ったような状況だが、店を閉めるわけにもいかず、開店休業状態となっている。景気うんぬんよりも会社の存続が危ぶまれる場面になってきている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	出版・印刷・同 関連産業 (経営者)	受注量や販売量の 動き	・イベント自粛で印刷物が減少し、価格値下げが始まっている。情報誌を1月からリニューアルし、自社商品を増やしていきたい。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の 動き	・来年に向け、販売計画がプラス方向に見直されたとみられる。製造休止品の復活のニュースや、既存品の増産対応の可否についての調査などが始めている。
	○	建設業 (従業員)	受注量や販売量の 動き	・公共工事の受注により、3か月前と比較すると業績がやや上向きとなっている。
	○	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	・前年と比較すると売上は3%くらい、利益も5%くらい良い状況である。取引先の状況をもみても、新型コロナウイルスの影響はやや薄れているという話がちらほら出ている。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の 動き	・お歳暮の発送件数は若干前年よりプラスである。土産は11月後半からの新型コロナウイルス感染の再拡大により低迷している。売上トータルでは前年の90%くらいである。
	□	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%となっており、3か月前と比べても変わりはない。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の 動き	・お歳暮市場は順調に伸びているが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、観光関連の土産物店からの注文が減ってきている。

□	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	・電子部品の市場価格が維持を続けており業績がキープできている状況で、景気としても大きな変化がない。	
□	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染者の増加に伴い、G o T o キャンペーンの停止等、消費促進キャンペーンがなくなっている。	
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応は冷え込んでいる。そのようななか、これからの受注を左右する新規設備投資があり、明るい状況にない。	
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新しい日常に沿った広告戦略の見直しは手探り状態で、これといった解決策が見いだせない。広告市場は前年比70～80%で推移している。	
□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末のチラシや広告等が激減している。	
□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けての需要の伸びが見越せない。	
□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・助成金を活用した商談が増えてきている。ただし、成約まで至らないケースが多く、景況感は横ばいが実感である。	
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・相変わらず住宅会社への新規相談数が少なく、内覧会を開催しても以前ほどの見学数はない。また、成約してから着工期の延期やプラン見直しなど、予算案見直しにつながる要請案件が多いという苦勞の声が多く聞かれる。	
▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・お歳暮用の贈答りんごの注文数は例年並みであったが、一箱の個数が少なめの商品の注文数が前年より3割程度増えている。	
▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・燃料価格の上昇が収支を圧迫している。	
▲	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の売上は前年同月比約10%の落ち込みだった。今月の売上は、新型コロナウイルスの再拡大により年末年始の新聞折込チラシの印刷キャンセルがあり、同10%以上の落ち込みとなっている。	
▲	建設業（企画担当）	取引先の様子	・設備投資計画を延期や規模を縮小せずに再開した客先も一定数存在する。しかし、全体としては計画延期、規模を見直す案件の占める割合が増加しており、3か月前と比べて景気がやや悪くなっている。	
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第3波が拡大しており、その影響が出てきている。9～11月と少しずつではあるが回復傾向にあったが、12月の売上予想は前年比で15%減少しており、再度悪化に向かっているようである。	
▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・ホテル、宴会関連は厳しい状況が続いている。また、他の業種も総じて影響を受けている。	
▲	金融業（広報担当）	取引先の様子	・G o T o キャンペーン停止が消費者心理に影響したのか、飲食のみならず個人消費は総じて低調である。住宅需要自体は大きな変化はないが地域の新型コロナウイルス感染症の発生状況からか、契約に至るまでが長期化しているケースが散見される。	
▲	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第3波が経済活動に急ブレーキを掛けている。	
▲	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。小売、飲食、サービス業は売上、利益が前年より減少し業績悪化が続いている客が多い。建設関係も売上、利益が前年より減少している客が多い。全体的に業績悪化傾向の会社が多くなっている。	
×	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・公共工事や民間工事は低調な水準で推移している。新型コロナウイルスの感染拡大が止まらず、多くの業界で停滞感が増している。	
×	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	・会食の人数制限、忘年会の開催控え、G o T o T r a v e l キャンペーンの停止、飲食店の時短営業などが大きく影響している。	
雇用 関連	◎	—	—	
(市北)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は継続的に上昇している。求職者が選べる選択肢が増えている分、良くなっていると考えている。

(果北)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数をみる限りでは前年より10%近く伸びている。ただ、前年は消費税増税後の反動で求人数が大きく減少していた。その点を踏まえると、景気が戻ってきて先行投資が始まったとまではいえない。厳しい状況は続いている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年同月比で減少が続いているが、減少幅が縮小してきている。有効求人倍率も3か月連続で上昇している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣の受注はコロナ禍以前と比較しておおよそ7割まで回復している。ただし、その内容はコールセンター系で占められ、やや偏重傾向である。3か月前と比べ状況が好転しているわけではない。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・市内の企業を中心に、大学3年生向けのインターンシップをこの時期開催している企業の数は前年とそれほど変わらない。企業がインターンシップを企画しているので、大卒の採用意欲はあるということである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数は前年同月と比較して、ここ1年ほど連続して下回っている。同様に有効求人倍率もここ1年ほど連続して前年同月を下回っているが、ここ数か月については横ばいの数値を保っている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前、前月より求人数が増えている状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べても、新規求人数、月間有効求人数に大きな増減はない。
	□	学校〔専門学校〕	それ以外	・コロナ禍において、景況感は悪いままである。
	▲	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・コロナ禍の影響が議会にも出ており、それに関連した仕事が確実に減っている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・地方でもクラスターが相次ぎ発生していることから、飲食店の利用者が大きく減少している。繁華街は人通りがまばらで静まりかえっている。外出自粛の呼び掛けにより、年末のこの時期にかつて見たこともない光景が広がっている。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前年比でマイナス20～23%前後の求人数で推移しており、まだまだ回復傾向がみられる状況ではない。