

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)	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・例年1月の花の売上は落ち込むが、当店では開店祝いの進物用需要が多く、悪くはない状況である。
	○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス慣れしていた3か月前よりも、多少消費行動に変化がある。現在緊急事態宣言が発出され、前回の緊急事態宣言時よりも事態は大幅に悪化しているが、買い占めや買いだめによる影響は大きくない。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍であるが、家電の売上は落ちず、むしろ前年と比較しても若干上昇している。
	○	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、空気清浄器関連や映像商品が売上をけん引し、寒波の到来で暖房商品も順調に推移している。血中酸素濃度計等の新しい需要も生まれている。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の提供エリア拡大により、販売量が増えている。
	○	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・マンション分譲で、前年暮れに当市近郊2か所で分譲を開始したが、販売が計画以上に好調で推移していることから、3か月前と比較すると良くなっている。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・初売りでは、3密防止のため集客抑制を行ったことで、開店前の行列がなく、例年にはない初商いとなった。上旬は周辺商店街や当店への来客数は回復せず、購買来客数が落ち込んだ。中旬以降も新型コロナウイルスの警戒で高齢者を中心に集客力が低下し、来客数減少や滞留時間短縮が続いている。催事の季節イベントであるバレンタインも午前中に集中し、全店で午後の買物客減少傾向が一段と強まっている。一方、店頭での自家需要商品の紳士・婦人衣料雑貨や寝具、家電製品、また、し好性の高い舶来雑貨や時計、美術工芸品等は堅調である。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策としての生活スタイルは、家中中心が続いており、これにより、食を中心とした消費上昇で食品関連も好調に推移している。一方、旅行や出張等の外出減少により、アパレルを中心とした関連消費の減少が拡大している。
	□	スーパー（総務担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス禍の新しい生活様式がある程度根付いているなかで、2度目の緊急事態宣言が発出され、消費者は買物の回数を減らしたり、1回当たりの購入額を増やす傾向が依然として続いている。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・夜8時以降は、外食できないこともあり、弁当やおにぎり、サンドイッチ等の食料を購入する客が増加しているが、一方、早朝の出勤前の客が減少している。全体的には前年と変わらない来客数と売上に落ち着いている。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止のために、不要不急の外出を控え、来街者、来店客共にほとんどいない。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電業界は、引き続き新型コロナウイルス特需で好調を維持している。
	□	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機等の主要商品が好調で、特に、新型コロナウイルスの影響で調理家電や暖房器具等は、巣籠り需要により好調に推移している。加えて、パソコン需要は、前年のOSサポート終了による駆け込み需要もあり、落ち込んでいるものの、プリンター等のパソコン関連商品は、テレワーク需要もあり好調に推移している。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が順調に伸びている。メーカーの新型車攻勢が寄与している。
	□	住関連専門店（経営者）	それ以外	・巣籠り需要も一段落し、都市部でのキャンペーンは外出自粛により厳しくなっている。
	□	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・前月との比較では、来客数は若干少なくなっているが、巣籠り需要の影響で、コーヒーの消費量が増加し、客の購入単価が上昇している。

□	その他専門店 [書籍] (副店 長)	販売量の動き	・12月以前は若干上向き傾向だったが、悪天候と緊急事態宣言により客足が鈍り、3か月前と同じ状況である。
□	その他専門店 [ガソリンスタ ンド] (統括)	販売量の動き	・燃料油の小売価格はやや上げの状況である。年始からの来客数及び1月連休時の来客数共に前年並みであり、販売数量は若干減少しているが、1月全体では前年並みを予想している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・客が増加しても、どこで新型コロナウイルスに感染するかが分からないため不安である。
□	設計事務所 (所 長)	それ以外	・3か月前から悪くなっており、上向きの要素がなく、変わらない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売は、ほぼ横ばい状態である。今後もグリーン住宅ポイントと住宅ローン減税の延長で現在の状況は続く。
▲	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・前月は、来客数及び売上共に前年度並みまで回復する兆しが見えていたが、今月に入り緊急事態宣言が発出したことで状況が一変している。特に、高齢者が多い地方の商店街では、近隣で新型コロナウイルス感染の情報が報道されると、外出を家族から止められ生鮮食料品以外の購入には関心がなくなっている。
▲	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスのまん延で、客は外出を自粛し、来街者数や来客数が減少し、売上も落ち込んでいる。
▲	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・商店街では、飲食店への納品が多いため、当地でも時短営業の要請が出たことで納品が大幅に減少し、また、一般の客も近隣のスーパーマーケットやコンビニエンスストアで買物を済ませるために、最悪な状態が続いている。
▲	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、通行量も前年比70%前後になり、また、来客数は前年比50%ほどに減少しており、客が本当に少ない。
▲	一般小売店 [茶] (販売・ 事務)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者は、今月に入り更に増え、売上は減少し続けており、商店街を歩く人の姿も日々減少している。自宅用のお茶の購入はみられるが、贈答用の注文はほとんどない。
▲	百貨店 (総務担 当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が強く、来店者も減少し、飲食テナントは壊滅状態である。
▲	百貨店 (企画担 当)	来客数の動き	・2020年10月は、前年が消費税引上げの反動で落ち込んでいたこともあり、前年を上回る実績であった。それとの比較では、2021年1月は2回目の緊急事態宣言発出の影響もあり、客足が大きく鈍り苦戦している。
▲	百貨店 (業務担 当)	お客様の様子	・全国的に緊急事態宣言の発出を受け、客は基本的に外出を控えており買物に慎重である。この状況が、更に継続していくことが考えられる。
▲	スーパー (経営 者)	それ以外	・新型コロナウイルスによる社会影響が大きい
▲	スーパー (統括 者)	来客数の動き	・既存の来店客の買上点数増加による客単価増は続いており、年末年始の繁忙期に強みも目立つ営業実績であった。今後は、新しい客の取り込みが課題である。
▲	コンビニ (経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が大幅に減少している。客単価は、前年より100円以上アップし、売上也前年の伸びを確保している。ただ、天候等で来客数が下がった場合は、売上大幅減の原因になっている。
▲	コンビニ (エリ ア担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言発出により、20時以降の集客が減少している。ただ、17～19時の帰宅時需要は増加している。
▲	乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・販売促進イベントが、中止になっている。
▲	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・商品の単価も上がり、来客数も減少している。

▲	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)	来客数の動き	・前回の緊急事態宣言以降、徐々に売上も回復し、10～12月は、Go To Travelキャンペーンと人気漫画の映画効果で前年実績を超過する水準まで回復していたが、12月末のGo To Travelキャンペーン停止と東京感染者1300人超の報道から一気に状況が悪化している。1月は特に隣県でも緊急事態宣言が発出され、一気に売上状況は厳しくなっている。
▲	観光型ホテル (総務)	来客数の動き	・シティホテルを運営しているが、客室稼働率は20%以下に低迷し、観光目的の客は皆無に近い。出張がやむを得ないビジネス客がほとんどである。
▲	ゴルフ場 (従業員)	来客数の動き	・緊急事態宣言やGo To Travelキャンペーン停止の影響に加え、積雪や天候不順が続き、結果的に来場者が少なくなっている。
▲	競馬場 (職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出に伴い、閉鎖になっている。
▲	美容室 (経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響もあり、年末と比較すると景気が悪くなっている。緊急事態宣言が解除されると徐々に回復すると予想している。
▲	美容室 (店長)	来客数の動き	・高齢客が多いため、新型コロナウイルス対策として、来店回数が減少している。
▲	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	・派遣先から週休3日を含め臨時休業や派遣契約の打ち切り等の検討を求められるようになっている。
▲	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	・前年末から今月に掛けての新型コロナウイルス第3波の感染拡大により、サービスのキャンセルが徐々に増加しつつあり、売上減少の要因となっている。
▲	その他サービスの動向を把握できる者 [フィットネスクラブ] (営業)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大のおおを受け、サービス業関係及び観光業界は深刻な打撃を受け続けている。回復の見通しがみえない状況である。
▲	設計事務所 (代表)	来客数の動き	・緊急事態宣言を受け、テレワークを導入している。集客のイベントが開催できず、危惧している。
×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、客足が一気に遠のいている。街には活気がなく、全体の経済も冷え込んでおり、飲食店だけがクローズアップされているが、飲食店だけでなく幅広い業界の助成金や給付金を望んでいる。
×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・年が明けてから、商店街だけでなく、近隣のショッピングセンターでも極端に人の流れが悪くなっている。
×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・2度目の緊急事態宣言が発出され、来街来客数が大幅に減少している。街のなかには、人がいない状況になり、そのため、販売量も少なくなり、全体として飲食業以外でも厳しい状態である。
×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・来街者、来客数が激減して、景気はどん底である。
×	一般小売店 [青果] (店長)	競争相手の様子	・近隣の居酒屋や食堂に納品しているが、前年の30～50%で低迷しており、厳しい状況になっている。
×	一般小売店 [精肉] (店員)	販売量の動き	・前回の緊急事態宣言時では、個人の販売量が大幅に増えていたが、今回の状況は、飲食店向けや個人向け共に販売量が大幅に落ちている。
×	一般小売店 [鮮魚] (店員)	お客様の様子	・緊急事態宣言発出後、注文が極端に減っている。特に、居酒屋の注文が激減し、小売の魚屋は非常に苦勞している。仲卸としても魚屋からの注文が減り、売上が全然上がらない。
×	一般小売店 [食料雑貨] (店員)	販売量の動き	・当県独自の緊急事態宣言により、飲食店が時短営業になり、調味料や食材の売上が激減し、当社の事業に直接影響している。いずれ宣言が解除され通常の状態に戻っても、影響は長期間に及ぶことが予想される。
×	百貨店 (企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス第3波が影響し、緊急事態宣言による行動制限もあり、来客数が減少傾向にある。

×	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月は、前年からの感染拡大の影響で、緊急事態宣言が発出されたため、入店が大幅にマイナスになり、このことがダイレクトに売上に響いている。特に初商は、百貨店の売上では大きいですが、例年の半分程度に終わっている。加えて、大雪により非常に厳しい状況が続いた後の緊急事態宣言となり、深刻な状況である。
×	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店の売上合計は、10月97.8%であるが、1月は大雪の影響での全店休業があったり、また、一部の店舗ではクラスターが発生、加えて当市では緊急事態宣言の発出を受けたため、1月の見通しは62%となっており、落ち込んでいる。
×	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の再拡大が、来客数減少に大きく影響している。食品部門は、家中需要の継続で堅調であるが、それでも以前ほどの伸び率ではない。衣料品部門では、特に外出自粛によるファッション系の不振で、更に厳しい状況である。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され自粛となっているが、その影響で来客数が減少しており、前年比マイナス20%になっている。飲食店では時短営業になり、夜帯20時前後の売上は上昇するが、深夜と昼帯の来客数減により1日のトータルではマイナスである。
×	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言で多大な影響を受けている。新型コロナウイルス禍になる前から来客数減少の傾向はあったが、ますます拡大が止まらない。客単価は、上昇しているが、来客数減少を補えるほどの売上を確保できていない。中でも、オフィス立地では壊滅的で、存続も危ぶまれている。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出及び近隣からの新型コロナウイルス感染者発生により、在宅ワークの増加及び飲食店の時短営業等の影響で、大幅に来客数が減少している。
×	コンビニ（店長）	それ以外	・新型コロナウイルス禍の影響で、営業時間短縮に対応できない。
×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの話題の影響で、外出回数も減少し、おしゃれをすることも少なくなり、客の動きが悪い。
×	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・初売りから来客数はかなり少なかった上に、緊急事態宣言が出てからは、更に激減している。
×	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・当地では、独自の緊急事態宣言が発出されたため、来街者数が極端に減少し、その結果、当店への来客数が激減している状況である。
×	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・10月は、新型コロナウイルス禍に少し慣れた傾向もあり、客の回遊があったが、1月は、正月明けから来店がなく、行動も慎重になっている状態で、非常に厳しい月である。
×	家電量販店（店長）	お客様の様子	・県独自の緊急事態宣言や近隣のクラスター発生の影響で来客数が激減し、来客数は70%程度となっている。
×	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悪くなっている。
×	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・Webに掲載しているセール情報のレビュー数も急激に落ち込んでおり、当店に足を運ぼうとする客が減少していることが分かる。また、近隣の商店街でも人通りは減っており、かっ歩する人も日用品を買って、足早に帰路についている状態で、緊急事態宣言の影響が明らかに出ている。
×	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	・緊急事態宣言が発出されてから、来客数が激減している。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染が徐々に拡大したため、Go To Travel キャンペーン停止になり、また来店客がさっぱりなく、店を閉める状況になっている。

	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・1月は2度目の緊急事態宣言が発出され、県内の客が全く来店しなくなっている。また、感染者も多く出ているため、動きも全くない。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの一時停止に加え、緊急事態宣言の発出及びキャンペーン再開延期により、全く正常な運営ができていない。支援金や給付金についても、小規模店舗とそうでない店舗が同額であり、違和感を抱いている。
	×	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、年末から年明けに掛け来客数が激減し、さらに、緊急事態宣言が発出され、飲食業は壊滅状態である。
	×	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	・飲食店と取引をしているが、緊急事態宣言後、業績が悪化している。また、ボーナスも減少しており、個人の景気も悪化している。
	×	観光旅館組合 (職員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止と緊急事態宣言を受けて、客の動きがかなり悪くなっている。
	×	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・緊急事態宣言発出後、Go Toキャンペーンが停止になり予約が激減し、閉館状態が続いている。キャンセルの理由として、新型コロナウイルス感染対策としてではなく、Go To Travelキャンペーンが停止になったことが上げられている。現在、当地区では感染者数がゼロであり安全だという認識ではあるが、非常に影響を受けている。
	×	都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーン停止の影響で、稼働率が上がらない。
	×	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、施設は時短営業を余儀なくされた上に、新規の予約も極めて低調で、まともに影響を受けている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・再度の緊急事態宣言の影響で、特に夜の人出がないためタクシー利用がなく、当社では夜間の営業を中止している。昼間は通勤に利用する程度で、例年の半分ほどである。
	×	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、客の来店が全くない。
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	・2月以降に主要取引先からの受注が増えるため、良くなっていく。
	○	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・通常の受注関係も若干上昇しており、また、特にふるさと納税が前年と比較して3割上がっており、内容的には良くなっている。
	○	金属製品製造業(事業統括)	取引先の様子	・新たな案件の引き合い数は、増加している。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月になり、引き合いや見積案件が少し増え受注につながっている。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	受注価格や販売価格の動き	・前年比では、依然売上が減少しているが、1～3月は見込みどおりで、4月以降は見込み案件が増加傾向にある。
	○	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・健康食品やプロテインの受注量が伸びている。飲料に機能性成分を付加した健康食品や本格的な成分構成の高価なプロテインの受注量が伸びている。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を懸念していたが、現在のところは比較的安定した受注がある。
	□	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・下期の農業需要が低調である。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先の機構が変わったために経営陣も入れ替わり、そのため、新しい経営陣とのコンタクトが薄くなり、従来のような状況を取り戻せず苦労している。
	□	輸送用機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・下期に入っているが、継続して高い生産台数を維持している。
	□	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、将来の見通しが不透明である。

□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大で、飲食業界は時短営業や休業を余儀なくされており、消費者の外出自粛の動きもあいまって、売上は激減している。食材や関連商材を扱う周辺業界にも深刻な影響が出ており、また、成人式の中止や延期で美容院や写真店も苦戦状態である。
□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・前月までは、新型コロナウイルス禍への対応が落ち着き、ビジネス環境も上向き始めると考えていたが、第3波によってその勢いも失速している。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の動きに、大きな変化が見られない。
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の新年の集まりで情報交換をしたが、特に新しい動きは見当たらない。
▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年1月は、厳しい月であるが、今年は、例年に増して一層厳しくなっている。特に、都心の緊急事態宣言発出後の外食、居酒屋等の注文のキャンセルが多く、1月の売上は、相場対10%が達成できない微妙なところである。前年も新型コロナウイルスの影響で厳しい1年であったが、今月の不振は、始めて味わう厳しい状態である。鳥インフルエンザの影響で、原料となる鶏の入荷のバランスが崩れ、一番の需要期に売れない鶏を入荷したことで、多くの在庫を強いられているところである。加えて、輸出も止まり経営的に深刻な状態である。
▲	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・飲食業界への支給金額6万円の算定基準は分からないが、十分な金額ではないにしても、支援金や給付金があるようだが、工場にはない。取引先からの発注がより慎重になるため、受注が少なくなり、今後が懸念される状態である。
▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・公共発注者の平準化の取組が強化されており、発注の予定はあるが、まだ入札時期が発表されずに困っている。
▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・海上コンテナ不足で海上運賃の値上がり等が発生している。コンテナ不足は、当面続くと思われる。海外からの輸入品が日本に届かず、商品が流通しない結果になっている。
▲	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言発令の影響により、外食向け商品の動きが鈍っている。その他の貨物も少なからず影響を受けている。
▲	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等の売上は、緩やかながら持ち直しの動きが見られるが、住宅販売は伸び悩んでいる。また、新型コロナウイルス感染症の影響で、企業の求人減少し、労働需給・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	・中小企業や飲食業では、緊急事態宣言発出により休業若しくは時短営業を実施しており、収入がほぼない状態が続いている。また、人の動向も制限され、業種全体的に停滞感が見受けられ、やや悪くなっている。
▲	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、来期以降の投資動向がみえない企業が多い。
×	鉄鋼業（役員）	それ以外	・電炉製品の原料となる鉄スクラップ価格が、急騰している。
×	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響と年末の前倒し受注により、今月の受注は減少している。
×	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・価格相場はやや好調にみえるが、新型コロナウイルスの影響で、生産ライン縮小の動きも止まらず、生産状況は低迷している。

	×	金融業（調査担当）	取引先の様子	・前年12月から新型コロナウイルス第3波の影響で、個人消費や企業生産活動に影を差している。半導体や脱炭素や医療関連産業等一部では回復の兆候が見られるものの、サービス業を中心として、新型コロナウイルス収束を見越していた企業の資金繰りにも悪影響が出始めていることから、3か月前と比較すると景気は悪化している。
	×	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で新聞広告や販売共に厳しい。
	×	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・飲食店の売上悪化で、関係取引先の売上前期比が50%ダウンしている。
	×	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・年末から正月に掛けて、どうにか成り立っているが、G o T oキャンペーンが停止になり、特に今月は緊急事態宣言も発出されたこともあり、当地区では人の姿が一気に消えている状態で、地方によっては情報にとっても敏感な状況である。全ての業種ではないが、周りを見渡すと厳しい状況である。
	×	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	・新型コロナウイルス感染対策に、市町村の補正予算が充てられているため、建設や調査等コンサルタント業務の予算がかなり減少している。また、当県が緊急事態宣言区域に指定されているため、近隣の県や市町村からの指名がストップされ、移動制限もあり県内の業務会議等が中止され、今後の受注が難しい状況である。
雇用 関連  (九州)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍が直接的な要因と考えられるが、当市ではサービス業が中心のため、人の動きが少なくなり売上が低迷しており、求人意欲も低下している。現在は、新型コロナウイルス禍でも比較的影響を受けていないビルメンテナンス業界などに支えられている状況である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は夏以降徐々に増加傾向にあるが、業種に偏りがあり、一部の小売業では解雇も出ており、業種間で景気の濃淡がある。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・今月は、2021年卒業への求人も余り届いておらず、今年度中の就職活動を諦めた学生が出てきている。2022年卒業のインターンシップ案内もあるが、例年と比較し実施件数が減少している。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・直近3か月は、求人数は連月上昇していたが、緊急事態宣言を受け、求人数が停滞している。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣登録の希望者が約6割ほど減少しており、求人に対する問合せも減っている。以前は人気のあった扶養内の事務等も希望者がなく、苦戦している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・当県にも独自の緊急事態宣言が発出されており、人出も消費活動も抑えられていると感じる。秋から年末に掛けての状況と比較しても、景気の活発さは鈍い。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・前年末までは、G o T oキャンペーン等の恩恵もあり、飲食店含め経済活動も活発になり、ホテルや飲食関係者から安どの声が聞かれていた。一方で、非正規雇用の解雇は多く、求人の募集は増えていない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年比の減少幅は小さくなっているものの、依然として下回っている。さらに、新型コロナウイルスが感染拡大しており、事業所から雇用調整助成金の相談が増加している。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍で求人数は減っており、その状態が続いている。さらに、新型コロナウイルス第3波により緊急事態宣言が発出されたこともあり、対面式のセミナーは減少し、Webセミナーが増えている。全体では景気が悪い印象だが、IT系企業はしっかり採用をしている。
×	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・緊急事態宣言発出により披露宴の延期や中止が増加している。前年11月には若干盛り返していただけに大変痛い状況である。

×	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業からの派遣の新規問合せ数が減少しており、紹介予定派遣の案件等は、全く動きがない状態が続いている。求職や登録者の数も伸び悩んでおり、企業、就業中スタッフ共に様子をうかがっている。</li> </ul>
×	新聞社〔求人広告〕 (社員)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・緊急事態宣言後、Go To Travelキャンペーンの年末年始の停止等により、低調であった旅行やホテル関係の広告が完全にストップしている。流通関係の企業でも、キャンセルが出たケースもある。広告の総量をみても、10～11月と比較して明らかに減少傾向である。</li> </ul>