

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)	◎	－	－	－
	○	一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・人気のある商品を取り扱えるようになった。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず消毒剤などはよく出ている。暴風雪の日及び月の後半は新型コロナウイルスの影響で少し落ち込んだが、平日の売上は前年比110%を超えている。
	○	百貨店（買付担当）	お客様の様子	・初売りや店舗セールでは来客数が増加し、買物を楽しむ家族連れ等にぎわった。新型コロナウイルス感染に十分気を付けながらもコロナ疲れによるストレス解消に来ている感じが伝わった。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・コロナ禍で1人当たりの買上金額も上がり、客単価の伸びが著しくなっている。
	○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発表されたことから、1月の客の動きは鈍化することを予想していたが、前年比8割での推移となっている。例年よりも積雪などで天候不良が多かったことを考慮すると良い状況である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末年始の休みがそのまま売上の減少につながっている。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・平均1品単価の前年比の伸びが落ちてきている。買上点数の推移は変わらないが、来客数の前年割れがやや拡大している。反面、緊急事態宣言を受け、外出を控える傾向が強くなっていることから、まとめ買いとなってきて客単価が前年比1割以上伸びてきている。ただ、全体的な消費の推移、傾向は変わらない。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染者増加に伴い来客数は減少しつつあるが、買上点数の増加による客単価増加の傾向が出てきている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・年末年始の客の流れが悪く心配したが、年始明けから売上は回復し、前月程度の売上推移に戻っている。
	□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・来客数96%、客単価110%、買上点数108%、1日単価が101%となっている。来店頻度が下がっているが、まとめ買い傾向は更に高まっている。天候気温に左右されている要因もあるが、夜間の来客数の減少が著しい。外出自粛傾向は内食需要には好影響だが、経済的には不安材料となっている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・相変わらず売上は低調である。客足も増えず、横ばい状態が続いている。夕方から深夜帯の客足も落ち込んだままである。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・クリスマス関連やおせちなど年末年始の催事関連商品の販売が好調で客単価が上がった一方、来客数は前年比で10%以上マイナスの状態が続いている。日販全体も前年比マイナス5%と厳しい状態が続いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・大雪の影響で来客数が著しく減少している。新型コロナウイルスによる緊急事態宣言や病院のクラスター発生等もあり、店舗の売上が3割減少している。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・寒さのお陰で暖房商品の売行きが好調である。白物家電を中心に単価が高くなっていて、黒物家電も前年並みである。よって、前年よりも少し好調である。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策で加湿器や空気清浄機が売れた。次は一人暮らしなど春の新生活需要が新型コロナウイルスの絡みでどうなってくるのかという部分でうまく見通せないところもあるが、物量の動きを見ていると、極端には変動していないという印象を受ける。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の投入があったにもかかわらず、販売量が余り伸びていない。	
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・積雪量で客足は減少した。販売量は初売りの分を翌週以降でカバーし、例年と変わらない実績となっている。	

□	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスを警戒しながらの初売りで集客を心配していたが、例年並みの集客となっている。しかし、集客と受注は別物であり、3か月前に比べると受注量は若干落ちている。
□	乗用車販売店 (本部)	お客様の様子	・新車販売はおおむね前年並みである。しかし、例年年明けに活発になるはずの中古車商談が少なく、2～3月にかなり不安を残す状況である。ディーラーに余り在庫のない、現状渡し、保証なし、訳アリ等のごく低価格帯の車を要望する客からの声がいつも以上に強い。家庭によって車に掛ける金額の差がかなり拡大していることがうかがえる。
□	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・オーダーメイド生産なので、受注量が多ければ売上も多くなる。
□	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、年明けは動きが良くないが、今年はやはり新型コロナウイルスの影響なのかいつもより動きが良くない。特に観光業、飲食店からの注文は皆無でかなり響いている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・コロナ禍の影響で乗客が激減している。
□	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はみられない。
□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・寒波による気温低下により、住宅設備機器は給湯機の交換が増えている。リフォームは屋外工事が減っている。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は依然大きい。時短営業などの状況が響いている。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者増加及び積雪や寒波の影響で、商店街への客足が減少している。
▲	一般小売店 [書籍] (経営者)	来客数の動き	・正月過ぎからの大寒波と大雪で来店客が低迷したことが売上の悪化に結び付いている。必要なものに関してはそこそこ動いているので余り心配はしていないが、全般的に消費マインドが冷え込んでいる。
▲	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・首都圏に緊急事態宣言が発令されて以降、飲食店、旅館、観光施設などへの販売量が更に減少している。それぞれ生き残っていくために定休日を設けたり、当面休業に踏み切るなどの対策を講じている。今月中旬以降、販売量の減少に拍車が掛かっている。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・中旬までは平年並みだったが、下旬になるにつれ来客数が明らかに少なくなってきた。
▲	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスの感染拡大に加え、天候面でも低温や降雪の影響があり、来客数が平年より非常に少なくなっている。
▲	百貨店 (営業担当)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染拡大により、来客数は3か月前と比べても落ち込んでおり、客単価も減少傾向にある。
▲	スーパー (経営者)	来客数の動き	・豪雪のため道路状況が悪く、買物の頻度が減っている。
▲	スーパー (営業担当)	来客数の動き	・コロナ禍で外出や買物頻度が下がり、来客数が前年比90%と苦戦している。一方、巣籠りで買上点数、客単価は上昇している。また、料理を家で作るが多くなり、野菜や食肉の売上も伸長している。
▲	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客の動きが鈍くなっている。緊急事態宣言が発せられてからは特に鈍くなっている。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・客単価は前年比100%を維持できたものの、来客数が前年を大きく下回っている。特に夜中の客が減っている。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大と積雪により、来客数及び販売量の減少に歯止めが掛からない状況にある。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大で週末の外出を控える人が多くなっており、来客数が減少している。
▲	コンビニ (店長)	来客数の動き	・飲食店の時短要請が始まって人が夜出歩かなくなっており、来客数が減っている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・年明け1週間の売上高は安定していたが、その後は来客数、購買数共に減少した。セール商品の売上減少はある程度予測していたがそれ以上であった。

▲	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・何かの行事に合わせて必要なものや、子供服のように成長に合わせて必要なものへのニーズはある。しかし、一般消費者のおしゃれを楽しむためといった理由のニーズは目に見えて減少してきている。
▲	衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響で営業時間の短縮ばかりではなく、客の買上点数が減少している。
▲	家電量販店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者発生や天候不順も原因としてあると思うが、来客数が前年よりも明らかに少ない。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・12月中旬からのまとまった降雪や真冬日の連続などで、除雪業者やスタンド、水道修理業者などが忙しく動いている。一方で、新年会や総会などは軒並み中止になっており、二次会に流れる人もいないため、スナック等は相当厳しいと聞いている。また、新型コロナウイルスの影響による大手製造会社の生産調整の影響を受けている製造業者も多くみられる。
▲	住関連専門店 (経営者)	お客様の様子	・客の話を聞くと、新型コロナウイルスの関連で食料品や一部家電を買い求めている人は多いようだが、その他の商品は低迷しているようである。当店が扱う商品も関連商品でないために低迷している。
▲	住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・雪で天候が悪かったこともあって来客数が減少しており、悪戦苦闘が続いている。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・以前から落ち込んでいた販売量が更に前年比3~5%落ち込んだ。年末年始の移動需要減と外出自粛が影響しているとみている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	来客数の動き	・初売り、冬のバーゲンセールが今一つのスタートで、その後、首都圏の緊急事態宣言もあり、客足がかなり減ってきている。
▲	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの停止により休業を余儀なくされている。新型コロナウイルス感染が収束するまで宿泊業は先の見通しが立たない。
▲	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・旅行業界においては緊急事態宣言発令によるGo To Travelキャンペーンの全国一時停止や飲食店時短営業などが影響し、大打撃に直面している。Go To Travelキャンペーンによって緩やかではあったが需要回復がみられていた矢先に急転直下してしまった状況である。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、前月よりも経費削減の声が多くなってきている。医療従事者の給料減額、飲食店の雇止め、倒産があり、生産者への影響も大きくなっている。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・コロナ禍による首都圏を中心とした再度の緊急事態宣言の影響で、特に飲食業、宿泊施設の客足が激減しており、景気は悪い方向へ向かっている。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言発令に伴い、主に運転代行業のサービス解約が始めている。
▲	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伴い増加していた新規の加入者は一休みの状態である。特に、飲食店など感染拡大の影響を受けている業種においては、映像サービスへの加入をストップしたり、解約している。このため、通信サービスも含め加入総数が半減している。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言後、ますます客対応ができなくなった。
▲	観光名所 (職員)	お客様の様子	・例年よりも積雪が多く低温のため客足が鈍いことに加え、新型コロナウイルス感染者増による自粛傾向がみられる。路面状況も悪いので遠出をする人たちはほとんど見られない。
▲	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・例年以上の寒さと雪と新型コロナウイルスの影響で低調に推移している。特に単価が下がっている。
▲	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により、当県においてもクラスターの発生など深刻な状況になっている。ほとんどの会合や商談が自粛や中止になっており、客の来店も極めて少ない状況である。

▲	住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・展示場が古いため集客に乏しく、受注が減っている。
×	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	来客数の動き	・年末より始まった時短要請の終了が2度延期され、街は真っ暗になっている。時々来店するタクシー運転手も6時間に1人くらいしか乗客がいないと話していた。店も同様に、営業はしているが最悪の状態である。
×	百貨店(経営者)	販売量の動き	・初売りは安全第一に客の分散化を図り、想定内の売上結果となったが、新型コロナウイルス感染症の第3波による他県での緊急事態宣言発令の影響か、来客数も減少し、販売量も大きく減少している。
×	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3波により、11都府県で緊急事態宣言が発せられてから、地方においても、当地域においても、マインドが急速にしぼんできている。
×	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・大雪と新型コロナウイルスの影響で、売上は大幅に減少し、除雪代、光熱費は高騰している。そして、相変わらずの人手不足である。国の補助の対象になっていないので厳しいというレベルではない。冬を越えられないオーナーも出てくるのではないだろうか。
×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・首都圏及び大阪圏の緊急事態宣言により、最低限の外出となっているため、少量買いの客は減少している。また、夜間の売上、来客数も大幅に減少しており、今後も改善傾向が見込めない状態である。
×	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で近隣に出掛けることも控えているため、洋服を新調する気分ではない。
×	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・年末からの新型コロナウイルス感染者の増加により、初売り前後に帰省して買物を楽しむ家族連れが激減した。例年当地では初売りが盛り上がるのだが今年は非常に苦戦した。その後も成人式などでも景気が低迷しており、新型コロナウイルスのまん延でなかなか来客数が伸びない。スーツやフォーマルの販売に大きく影響している。
×	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言後、フレッシュアズの来店が減少している。さらに、ビジネスマンの夕方の来店がほとんどなくなっている。
×	その他専門店 〔酒〕(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍、そして緊急事態宣言の影響が大きく、都市部の飲食店は壊滅状態となっており、売上が前年比10%というところも出ている。
×	その他専門店 〔食品〕(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の地域でもなく、また地域内の新型コロナウイルス感染者数は1けた台で落ち着いているにもかかわらず、報道等で騒がれると、この時期に外出するのは悪者という扱いになるのだろう。特に地方は一旦感染者となると村八分である。こういった状況では買物に外出するのにも控えるし、ましてや観光客など皆無に近い状態である。
×	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の影響で初売りが前年比60%と大きく落ち込んでいる。
×	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の影響で客が全く来ない。
×	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ディナーの来客数が激減している。新年会のグループ客がほとんどない。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・全くもって1月はひどい状態である。予約もほとんど入らず、今まではある程度入っていたランチタイムの客も極端に減っており、経営がかなり困難な状態になってきている。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・当地区は時間短縮営業の要請があり営業時間は22時までだが、実際は21時頃に営業を終えているので、来客数は通常よりも激減している。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・全く客が来ない状況である。今回、当地で時短要請が出たことにより、客が出てこなくなっているのではないかとみている。
×	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言により休館を余儀なくされている。

	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの停止と感染者数の増加による自粛呼び掛けにより、行動が停止している。
	×	観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者の増加に伴いGo To Travelキャンペーンが停止したため、キャンセルが多くなっており、運営ができない状況が続いている。2月末までは休業する予定である。
	×	旅行代理店（従業員）	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。さらに、Go To Travelキャンペーンの適用除外期間が延長されたため旅行需要が激減し、この1か月間、新規の申込者数よりも取消し者数が上回り続けている。極めて厳しい状況が続いている。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンの停止に続き、緊急事態宣言の発令により、法人団体旅行のキャンセルのみならず、延期、再延期だった3月までの修学旅行も全面的にキャンセルとなっている。個人旅行も動きが止まったままで、最悪の状況に陥っている。
	×	タクシー運転手	競争相手の様子	・同業他社の3社が廃業した。買い取る会社もなかったことから景気が悪くなっていることが分かる。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・商品の購入場所が店舗からネットに流れており、来客数が前年の8割程度になっている。
	×	テーマパーク（職員）	販売量の動き	・緊急事態宣言以降、来客数、販売数共に激減している。賞味期限の関係で処分などの経費もかさむ。購入率も悪くなっている。
	×	観光名所（職員）	それ以外	・会社自体が休業している。景気うんぬんの数字を語る前に、どのように会社を存続させていくかという話になっている。客が来る来ないにかかわらず、出るものを抑えるための休業ということで、客を呼び込むこともできない非常に厳しい状況である。
	×	競艇場（職員）	来客数の動き	・何が原因なのかはまだ分かっていないが、最近リピーターが少なくなっている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新規客は前年比70%くらい、既存客の再来店率はこのところずっと90%であったのが80%くらいに落ちてきている。新型コロナウイルスを警戒する客がまた増えてきているのではないかとみている。
	×	設計事務所（経営者）	単価の動き	・契約の先延ばしや単価率の低下が始めてきた。復興期を過ぎ、ただでさえ業務量が縮小しているなかで、大きな痛手となりかねない状況である。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型公共工事の受注により、3か月前と比べて上向いている。
	○	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	・半導体部品の需要が徐々に上がってきたことに伴い、受注価格、販売価格も徐々に上がっており、景気は上向き傾向である。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・巣籠りというのは景気が良いとか悪いとかではなく、外食できないという理由で内需型に変わっている。そういうことで売上がまあまあいっているのではないかとみている。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年比約5%減の状態が続いている。構成比は少ないが、業務用商品の落ち込みが激しい。
	□	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前も今月も売上は前年比で約10%落ち込んでおり、景気は悪いままの状態である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響はいまだに継続しており、客の反応は厳しいものがある。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・年末年始商戦が終わり小売業を中心に一服感はあるものの、観光、ホテル業界においては他地域での緊急事態宣言の発令などにより、引き続き新型コロナウイルスのマイナスの影響を受けている。消費マインドの面でも同様にネガティブな影響を受けている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・住宅内覧会への来客が相変わらず少ない。常設展示場と異なり1日だけの開催なので、密を用心していると考えられる。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・前年秋のりんご販売単価が前年比で2割ほど安かった。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・大雪により果樹の枝折れやパイプハウスの破損が発生しており、減収や新たな出費の発生につながる。

	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・令和2年度の出荷は、4月以降前年比で毎月10%程度減少し続けている。回復の兆しが見えない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・カメラの業界は季節的にこの時期に大きく落ち込むが、その季節変動分を除いても若干悪い。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で発注に影響が出ている。
	▲	建設業（企画担当）	競争相手の様子	・競争が増しており、各社が目標を達成するために受注を確保しにきている状況から、全体の案件量が減少傾向にあると推察している。
	▲	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、年が明けてから緊急事態宣言が発令された県が11都府県に及んだ。この影響を主要製造業取引先も受けており、売上は前年比で15%の減少見込みである。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が増加しており、飲食、ホテル、観光業は依然厳しい状況が続いている。
	▲	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーンの一時停止の影響で、旅行会社、ホテル、旅館、飲食業等の広告出稿が完全にストップしている状態である。イベントの復活もままならず、主要都市に発出された緊急事態宣言が広告市場を更に落ち込ませている。
	▲	広告代理店（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波の影響を受け、パンフレットやDMなどが地味に影響を受けている。全てにおいて量が減っている。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・緊急事態宣言は業種を問わず、経済活動、消費行動を委縮させている。
	▲	司法書士	それ以外	・当地登記所における不動産登記申請件数が前年比1割減になっている。
	▲	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。飲食業は時短要請の影響で収益悪化が続いており、小売業も同様に売上が前年より落ち込んでいる状況が続いている。またここに来て建設業の客も業績が落ちつつある。全体としての景気はやや悪化傾向にある。
	▲	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・テレワーク及びオンライン授業の影響で、オフィスや学校で印刷出力する機会が減り、メンテナンス関係の収益の前年割れが続いている。それを補う販売活動はここに来て小休止している。
	×	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感染拡大により12月29日頃から急激に売上がダウンしている。初売りの売上も大幅ダウンし、その傾向は初売り以降も続いている。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大、緊急事態宣言、Go Toキャンペーンの一時停止により、年明けから人の動きが停滞している。取引先である観光関連施設は休業する店舗も出てきており、受注もほとんどないため、工場の稼働も縮小している。
	×	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月はまだ、Go To Travelキャンペーンによって人の移動に伴う経済効果が上がっていた。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人材派遣のオーダー数は北東北3県が前年比約70%、南東北3県が約90%と回復傾向である。年末調整専門のアウトソーサー会社の派遣は前年比を上回る実績で今月末終了する。3か月前と比べて好転の兆しが見える。
	○	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・飲食店業界は非常に厳しい状況が続いているが、一方で、電子商取引のシステムや提案をしている企業は非常に堅調である。あるいは、スーパーの企業も求人活動を開始したり、大卒の採用の準備を始めたりしている。そういう意味では、業界、業種によって差はあるが、やや持ち直しているという印象を受ける。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の伸びが一段落してきた印象を受けるが、依然事業運営に必要な人材の確保のニーズがあるので、余り変わらないと考える。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人依頼数に変化が見られない。3月に向けて増えてくる時期であるが増えてくる様子がない。

□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・首都圏や大手企業では採用のチャンスと捉えた行動があるようだが、地方ではまだそのような傾向がみられない。
□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・求人数だけみれば前年を上回り110%近くになっている。ただ、テイクアウトスタッフや介護関係、在宅バイト等、コロナ禍での需要がある業種に限られており、通常募集の主流である飲食、流通、サービス等は少なく、景気は上向きとはいえない状況である。
□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大の影響がある。
□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・大型建設工事により宿泊や飲食は堅調だが、新型コロナウイルス感染症の影響で製造業において雇用調整の動きが出ている。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・直近3か月の有効求人倍率は、0.96倍、0.99倍、0.99倍で、足踏み状態となっている。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・コロナ禍における求人手控え感が根強く、なかなか回復が見込めない状況となっている。
□	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3か月前と比較して大きな増減はない。
□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・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	・首都圏の緊急事態宣言のため当地での会議も減っている。
▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・一部都府県の緊急事態宣言の影響からか、地方でも職場等での新年会は皆無に近く、飲食店を中心に街中の景気がすっかり冷え込んでいる。企業広告も鈍化しており、上向ききっかけを見いだせない状況である。どこまで下がり続けるのか予想が付かない。
▲	職業安定所(職員)	それ以外	・雇用調整助成金の申請数が増加している。
×	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響は一向に改善されず、失業者が増大している。