

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)	◎	－	－	－
	○	百貨店（買付担当）	お客様の様子	・コロナ疲れのためか、来店客がショッピングを楽しんでいる様子がみられ、来客数も回復傾向である。気温が暖かくなってきた月後半はより購買意欲が高まってきているようで、厳しかった衣料品も回復傾向がみられる。
	○	百貨店（経営者）	来客数の動き	・食品関連の催物開催時は来客数も増え、店内も年末年始に比べれば、活気が出てきている。休日など近場で余暇を過ごす人が、百貨店の物産展に来場しているようである。ただ、13日の福島沖地震により、その後3日程度は影響が出て、来客数は減少した。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は若干回復傾向にある。販売単価が高めで推移しており、来客数の回復分が販売量の増加につながっている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・中旬から日中の気温の上昇に伴い来客数は増加してきた。高額ブランド商品のニーズが多く、購買につながっている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・各種学校での入学式開催が増えてきたことで、スーツ需要が回復してきている。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年比ペースで来客数が増加している。近隣のショッピングモールでも駐車場が土日満車に近い状況となっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新規来場者数は前年末と比較し3週目時点でちょうど2倍である。前年2月との比較では、最終週次第だが、月末が土日ということもあり前年よりも多くなる見込みである。
	○	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者が減少傾向になってきたため、来客数、売上共に例年に近い数字に戻ってきているが、商談に要する時間は以前よりずっと短縮されている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入ってから、1日当たりの営業回数が増加傾向にある。そして、基本料金の客よりも中距離の客が増えてきている。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・遊休地所有の法人が賃貸マンションを検討し、受注が増えている。
	○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・前年や前月と比較しても、来場者数は安定している。アンケート内容からは、住宅購入を1年以内に検討するという客が目立っている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年から新型コロナウイルスの影響が続いており、集客に苦労している。今年はこちらにきて大雪になり、通行量や来客数の減少が著しくなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・積雪量が多いことに加え、寒波及び新型コロナウイルスの影響で客足が伸びず、景気は3か月前の悪い状況と変わらない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているが、慢性化してきており急激な変化はみえない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は回復傾向にある。景気ももっと沈滞していた時期は本当に店頭が静かだったが、今の状態は明らかにそれとは違う。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月と比べると来客数の伸びがみられるが、まだまだ購買行動は慎重な客が多く、回復基調にあるとまでは言い切れない。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・緊急事態宣言が再度発せられ地方でも自粛要請があり、食品等一部を除き消費状況は芳しくない。13日の福島沖地震による揺れは大きかったが、10年前ほどの被災はなく一部を除き復旧は早く進んだ。即食系、簡便品、被災時商材が瞬間的に動いたがすぐに収まり、通常の動きに戻った。平均1品単価の前年比は前月とほぼ同推移。来客数減、買上点数減は前月同様で、客単価は上がっており、消費の全体的傾向は前月とほぼ変わらない。	
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数増加で客単価は高い状況で推移している。	

□	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前月の前期比109%に続き、前期比111%と依然好調である。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で79%と相変わらず低調である。ここ数か月でみると悪いままで横ばい状態できており、落ち込みもなく上昇もみられない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月に続き、新型コロナウイルスの影響で土日は行楽客がほとんどいない。平日は横ばいだが土日が下がっているため、景気は下がり気味になっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で人が動いていない。
□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・大きな変化要因がなく、来客数低下トレンドが続いている状況である。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・季節トレンドや天候要素もあるが、来客数に変動がない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛が続いている状態で、夜間、ビジネス街、行楽地の売上が激減している。この状態はワクチンが一般の人に接種されるまで続き、今年一杯は好転することはないとみている。
□	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依然として冠婚葬祭や宴会の中止や延期が続いているため商品が動かない。ホテルの宿泊者も激減し、酒の提供を中止した所もある。
□	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の該当地域ではないので、来客数は比較的安定している。購入されるのも巣籠りに関する商品であり、そういった需要があるように見受けられる。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・自動車販売に関していえば、買い回り客は減ってきている。既存客の滞在時間は一時期より伸びてはきているものの、本格的な商談に至るまでは時間が掛かっているようである。受注はあるが、いろいろな事情により収益は伸び悩んでいる。
□	乗用車販売店（本部）	単価の動き	・扱い車両拡大の影響で、新車販売は現状ある程度の数字はまとめている。しかし、中古車購入客の動きが鈍く、新車、中古車販売全体では90%台の進捗である。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産なので、前受注の生産のみで、販売量はここ数か月変わっていない。
□	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・2～3か月前から、とりわけ好材料も見当たらないまま推移している。
□	その他専門店 〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・当県の新型コロナウイルス感染者数は落ち着いているが、首都圏等の緊急事態宣言が延長されたことで冬の誘客ができなかった。市内での雪祭りも中止となり、悪い状況に変わりはない。
□	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず景気が良いという実感は全くなく、ただただ売上のために苦心している。また、企業もこの状況で新入社員を採らないところも多く、新年度の制服の追加も厳しい。医療と介護はほぼ例年どおりで余り変化はみられない。
□	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出後、客の動きは今一つ低迷している。その傾向は今月も余り変わっていない。
□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夜の営業は予約制としているが、営業は週に1回か2回しかしていない。営業しても1組か2組の予約しかない。
□	観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・1月後半から休業状態が続いている。来客数の見込みがなければ3月後半まで休業が続きそうである。
□	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がまだまだ続いており、居酒屋、小売業、観光業の売上が20%減少していることから、消費動向も下がっているとみている。また、若年層の失業が増えており、就職難であるという話も聞いている。
□	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・客の設備投資意欲に変化は見られない。

□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍が長引いている影響で再び巣籠り需要が出てきている。スマートフォンの利用時間が増え、動画配信を利用する人も増えている。このため、自宅でのWi-Fi環境が必須となり、自宅のインターネット設備を準備する家庭が再び増えてきている。また、CS等のテレビサービス利用者も高齢者を中心に若干増えている。
□	観光名所（職員）	それ以外	・1月下旬から2月上旬に掛けて冬のイベント等で誘客を図ったが、大雪や低温、さらには新型コロナウイルスの影響で効果はみられなかった。周辺の温泉施設等をもてまてガラガラな状態で、休業又は週末のみの営業に切り替えているところが増えている状況である。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客は固定客で、寒い時期は客足が伸びない。しかし、ある程度、髪の手入れには訪れている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・リフォームは増改築や塗装などの金額の大きい工事が減っている。住宅設備器具はエアコン、温水ルームヒーター、FF暖房など暖房器具の販売並びに工事が増えている。
▲	一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・全体的には新型コロナウイルスの影響で消費マインドは低下しているが、こちらからSNSなどで個別の商品の情報を発信すると客は動いてくれる。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・東京の業務店からの注文がない。
▲	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影響で来客数が減っており、前月比でも15%ほど落ち込んでいる。来客数が減っていることで売上も減っている。前年の売上は良かったので、前年の75%ほどである。
▲	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状況は落ち着きをみせているものの、緊急事態宣言下の都市でなくとも自粛の動きがみられる。来街への影響が出ており、来客回復の鈍さが続いている。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍で来店頻度が減少し、買上点数は増加しているが、来客数は前年比95.1%まで減少している。来客数の減少幅が大きく、買上点数の伸びが悪化した場合は売上が厳しくなる。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・客単価は106%、買上点数は104%と、まとめ買いの傾向は続いているが、低価格志向が高まっているようである。競合店の価格帯も下がってきている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比91%まで落ち込んでいる。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・時短要請は終わったが、飲み歩いたり、歓送迎会をしたりしている様子もなく、学生も外を歩いていない。特に深夜の来客数が減っている。
▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・年明け以降、成人式、入学、卒業、旅行、出張用途といったモチベーション需要が減少している。また、ふだん着需要においても値ごろでお買い得な商品が中心となり、厳しい状態が続いている。
▲	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・販売量は、前月は前年比で戻りつつあったが、今月は再び減少してしまっている。また、客単価も低い。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・2月の売上が前年を下回っている。暖房商品などの季節要因もあるが、巣籠り需要もなくなり、通常商品の客単価が下がっている。先行き不安もあり客の購買意欲が下がってきているようである。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体の不足により納期の掛かる車が多くなってきている。
▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・来客数の減少が続いている。ショッピングセンターでゆっくり買物する客は少ない。
▲	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防止のための緊急事態宣言等による外出自粛の影響が販売数量に出ている。さらに、2月中旬の福島沖地震により後半から日ごとの販売数量が減少傾向にあり、車両の移動が少なくなっている。

▲	旅行代理店（従業員）	単価の動き	・旅行需要はGo To Travelキャンペーンの一時停止により、個人も団体も新規申込みはほぼない状況である。緊急事態宣言が解除されつつあるがGo To Travelキャンペーンの再開に至らない限り厳しい状況に変化はなく、観光業界の落ち込みはより深刻さを増している。
▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍により、特に飲食業、宿泊業、またそれらに関連する業種において売上がかなり落ち込み、廃業を余儀なくされる状況が継続している。全体的に見てかなり景気が悪くなっている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスで客との接点が減ってきている。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年同月と比較し、販売数量が1～2割程度減少している。
▲	遊園地（経営者）	それ以外	・現在冬季休園中で、学校団体等の問合せ、予約が入っているものの、前年と比べると低調である。
▲	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出されてからは、人の往来も街のにぎわいもなくなって、ひっそりしている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・時間短縮営業要請を受けていることに加え、13日の福島沖地震の影響で新幹線も止まり、その後は全く人が来なくなってしまう。売上、来客数共に前年比50%以下の最悪の状態になっている。
×	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・やっと少しずつ回復傾向にあったところでの首都圏や主要都市での緊急事態宣言や、当地域での新型コロナウイルス感染者数の増加により、前年の一番ひどい時期と同じくらい売上、販売量共に落ち込んでいる。客の中では、閉店を決めた店や今月一度も納品がない店もあり、本当に切迫した状況に追い込まれている。
×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・商品の動きがほとんどない。仕立てもなく底状態である。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・巣籠り需要は続くが、低価格志向が高まり、安い店に客が集まる傾向が強くなってきている。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2月は1年で一番つらい月である。大雪、新型コロナウイルスの影響で売上は大幅減。さらに、除雪代に加えて営業日数が少ないので利益は出ない。毎年厳しいが今年は新型コロナウイルスの影響で経営状態が最悪である。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・雪の日や寒い日も多く、来客数が少ない。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・1月からの緊急事態宣言とその延長、これがスーツを着るとか、ビジネスで何かをするという動きへの大きな障害になっていて、需要が盛り上がり苦戦している。
×	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・1月に引き続き、飲食店は緊急事態宣言の影響を受け悪い状況が続いており、限定流通・高付加価値商品の動きは鈍い。店頭は単価の安い商材の動きはそこそこだが、薄利であるために非常に厳しい状況が続いている。
×	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の影響で全ての数字が悪い。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京を中心とした緊急事態宣言発出後、明らかにそれが原因で来客数の更なる減少が起きている。ランチタイム、ディナータイム含めて、これまでの2割程度の客しか来ない厳しい状況が続いている。
×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・当地では2月7日まで時間短縮要請があり、客がゼロに近い状態も何回か続いている。解除以降も戻ってきていない。日本全国同じだろうが、夜の街が元に戻るのには時間が掛かる。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・歓楽街の自粛要請以降、隣接する当地でも客がほとんど来なくなった。解除後も回復することはなく、客が来ない状況が続いている。
×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月一杯休業措置を講じ、来月から営業再開予定ではあるが、予約状況は芳しくない。緊急事態宣言が全国で解除となり、Go To Travelキャンペーンが再開するまで厳しい状況は続く。

	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・自粛状態が続いており、前年比で半分程度の動きである。
	×	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍において休業中である。客の問合せも前年同時期と比べて半分ほどである。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者が減少している状況だが、来客数もWebでの申込みも全く増えていない。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言により、既予約もほぼ全面的にキャンセルとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・当社においても同様だが、乗客の話からも景気の悪さがうかがえる。
	×	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスと地震のダブルパンチで客足が遠のいている。また、購入するものもセール品ばかりで定価品になかなか手が伸びない。
	×	観光名所（職員）	それ以外	・休業日が増えて営業日自体が減っているため、景気を判断するところまでいかない。3か月前よりは落ち込んでいるが、ここ1週間の短期では少し持ち直しの変化がみられる。
	×	競艇場（職員）	来客数の動き	・今月はここ最近で一番売上が悪い。来場者数は前月、前々月と比べると70%くらいに落ち込んでいる。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・当地は該当していないが、年が明けて11都府県に緊急事態宣言が発出された後から、来客数が急激に減っている。店舗にもよるが前年比15～20%減少し始め、今月も15%程度減少している。緊急事態宣言による警戒感と結び付いているとみている。
	×	設計事務所（経営者）	それ以外	・ゼネコンからの問合せが非常に増えている。これまでは各社、独自の営業努力で受注を確保していたとみられるが、官民間問わず、発注案件数の減少、規模の縮小傾向にあり、目玉案件の受注を目指す動きが加速し、ダンピングに拍車がかかり悪化することを懸念している。
企業 動向 関連  (東北)	◎	—	—	—
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の警戒感は強く、大きく変動する可能性もあるが、受注状況は改善の方向にある。
	○	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	・半導体部品の供給不足が続いており、半導体価格が上昇を続けている。それが業績に好影響を与えており、我々の景気としても上向いている。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・客の企業業績が上向きになりつつあること、ワクチン接種が始まり感染拡大が終息に向かいつつあることが、全体の景況感を押し上げている。
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年比105%くらい伸びているが、売れている商品が前年と異なる。高価格帯の商品は鈍く、低価格品というか、インスタントラーメン、缶詰といったすぐに食べられる商品の売上の伸びが良い。
	□	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・前年の農家の所得は前年並みであったが、コロナ禍のなかでは農機具店からの購入は例年からすると控え目で、農機具店も動きが鈍いと言っていた。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず販売量の前年割れが続いており、状況は厳しい。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言は解除になるが、今のところ人の動きはほとんど変わっておらず、売上も同様に回復の兆しがみられない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末で仕事が増えているが、前年と比較すると減少している。
	□	建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・同業他社との競争が増しているのは確かだが、3か月前と比較すると変化はない。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず客の反応は鈍いが、業種によっては少しずつ明るい兆しが見え始めてきたところもある。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・コロナ禍のなか、Go Toキャンペーンも停止しており、観光宿泊業は引き続き厳しい。個人消費も年末年始商戦が一服して以降は特段の動きはない。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、広告市場もやや上向き傾向に転じている。しかし、まだまだ先行きに不安感があり、ここ数か月と同様、売上は前年を大きく下回っている状況である。

	□	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の影響でイベントは中止になり、地元名産品の包装紙の発注が激減している。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルスによる自粛の期間が1年を超え、景気停滞の状況が定常化している印象を受ける。
	□	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。飲食店関係、対面サービス業、小売業は相変わらず低空飛行であるが、売上は落ち着いてきている。建設業は例年ベースに戻ってきており、売上が増加している企業も出てきている。全体としては3か月前と変わらない。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年どおりの実績を上げており、特に新型コロナウイルスの影響を受けて苦戦している感じはしない。かといってコロナ関連の対策商品の販売が特段増えているわけでもない。
	□	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	・市内飲食店への時短要請は解除になったが、首都圏の緊急事態宣言が継続しており、外出に出ようという雰囲気は形成されづらい。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・近くの名の知れた温泉街への客の戻りが芳しくない。コロナ禍前なら冬の湯治客でそこそこのにぎわいがあったが、現在はかなり少ない。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・大雪の影響により、融雪剤の購入費や破損した施設の改修費などの出費が発生している。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きが悪いので土産の動きが悪い。主要販売店の売上ダウンが大きい。バレンタインや桃の節句の企画商品は動きが良い。通販も相変わらず動きが良い。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上高は3か月前は前年同月比10%の落ち込みであったが、今月は20%弱の落ち込みとなっている。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・景気の低迷と新型コロナウイルス感染拡大により、地域経済は停滞している。民間の設備投資も手控え傾向がみられる。当業界でも出荷が低調である。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客の発注が鈍化している。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・競争案件の主だった受注がない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・世界的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、海上コンテナ不足が発生し、輸出・輸入関連貨物がスムーズに動いていない。また、国内貨物の動きも良くない。2月の売上は前年比で10%減少、一昨年比でも12%の減少見込みである。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・首都圏での緊急事態宣言の発出により自粛ムードが続いている。地域全体で新型コロナウイルス感染の収束を待っている感じである。飲食店、温泉施設などは引き続き苦しい状況にある。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・登記所の登記申請件数が前年比で1割以上減少している。
	×	*	*	*
雇用関連	◎	—	—	—
(東北)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・13日の福島沖地震の被災対応派遣業務について、大手3社から約100名規模の短期とやや中期の混在した依頼が入っている。特需ではあるが、やや活況となっている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・来期に向けての採用計画が、前年よりも前向きになってきている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者が減少傾向になってきたことを受け、地方都市でも飲食店の客足が増加傾向になっている。まだ店側は営業時間の短縮など慎重さを維持しているが、今後首都圏での緊急事態宣言が解除になれば、春先に掛けて小規模の宴会なども増えてきそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・飲食業や旅行、イベント企画会社などは3か月前と比べてもやはり厳しい状況である。一方、靴の小売や建築会社は先々の需要は厳しいが、引き続きそこそこの仕事がある。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年比90%ラインとなり、それほど厳しい数字ではない。しかし、コロナ禍であおりを食っている飲食、流通、サービス等の主要業種の件数が激減しており、上向き状態とはいえない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年同月比増減の割合は3か月前と変化がみられない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人について、前年同月比では減少しているものの、減少幅が縮小してきている。
□	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か月前と比較すると大きな動きはみられない。
□	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。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・地域を下支えしていた大型工事が終わりつつあり、今後の宿泊、飲食業への影響が懸念される。
×	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・飲食系、販売系のオーダー等が全く伸びてきておらず、景気回復は見込めない状況である。
×	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響か、コンサルタントからの仕事が減っている。