

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)	◎	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・2～3年ぶりに来店した客の購買が、日々の売上に貢献している。
	◎	その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・学校行事や祭り等が再開されており、外出する機会が増えたためか需要が増えている。しかし、ガソリン価格の高騰や各種値上げで、遠出よりは近場で済ませている感じがある。
	◎	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍で客がなかなか戻らなかったが、ゴールデンウィークを中心に客が多少回復している。2019年実績にはたどり着いておらずまだまだ少ないが、方向性としては徐々に客が戻ってきている状況である。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	単価の動き	・平日の売上の動きが大変良く、客単価も前年と比べて上向きになっている。2019年と比べれば少し落ちるが、元に戻りつつある。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・行動制限のないゴールデンウィークとなり、帰省客を含めた県外からの観光客が多く訪れた。祭りが3年ぶりに開催されたことも影響し、久しぶりに客先の宿泊施設も満室になった。客先への販売量も増加となっている。
	○	百貨店 (経営者)	販売量の動き	・特にゴールデンウィーク期間中は県外からの客が増え、久しぶりにファッション領域の商品も活発に動いた。また、資産価値の高い高額商品の動きは引き続き良く、全体的にリベンジ消費とも読み取れる動きがみられた。
	○	百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりしているが、しばらく不調だったビジネス関連が稼働したほか、カジュアル系のまとめ買いもみられる等、購買意欲が高まっている様子が見られる。
	○	百貨店 (催事担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス3回目のワクチン接種が進むとともに、ウィズコロナの生活様式が浸透し、高齢層の来客数も増えてきている。
	○	百貨店 (計画担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染が若干の落ち着きを見せるなかで来客数の上昇が見て取れる。また、依然旅行等の動きはみえないため、近隣での高付加価値消費が加速的に増している。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークもあり、県外からの来客を期待していたが、まだ動きは弱い状況であった。しかし、土日の人の動きは少しずつ増えてきており、夜間の人出も若干増加している。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・少しずつ来客数が戻ってきている。
	○	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は依然あるが、人は動き始めているようである。ゴールデンウィークも3年前には戻らないが、ある程度近い売上まで戻りつつある。特に週末の来客数が上がってきているので、やっとな後の経営に光が差してきた。
	○	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・来客数は横ばいだが販売量は増加傾向にある。結果として新型コロナウイルス発生前の販売額に戻りつつある。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向に伴い人の動きが良くなってきている。
	○	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・県民割により売上増加があったことに加え天候も良く、好転している。
○	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、行楽客、帰省客の動きが出てきており、来客数の増加につながっている。	
○	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・今月前半はゴールデンウィークもあって家族で過ごす日が多く、洋服を買う自分だけの時間は作れないようであった。コロナ禍にも少しずつ慣れ、気温も上昇して天候の良い日には来客数も増えてきている。	

○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・3月は卒業、入学、入社といったことがあり大変良かった。そのまま4月も一般のビジネスマンの動きが良かったが、ゴールデンウィーク以降は多少落ち着いてきた。婚礼やお悔やみ事に出席する人が多くみられ景気はそれほど悪くないが、一服状況にあるようである。景気が悪い方についているという実感はない。
○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・旅行、仕事、ふだん着と、用途やモチベーションに準じた需要が戻りつつあるが、物価高に準じた賃金の上昇がない企業が多いことから、消費に慎重な姿勢を見せている消費者が多いようである。
○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・ウィズコロナが定着し、冠婚葬祭の需要が活発になってきている。また、会議、出張が回復したことで、ビジネス衣料の需要も増えてきている。
○	衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後も大幅な感染拡大はなかったため、来客数も微増ではあるが上昇傾向にある。
○	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・車両生産にある程度の回復が感じられる。それに伴って登録台数も伸びてきたため、単月で新車部門は前年超えの実績になっている。
○	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注量が増加している。
○	住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの行動規制が解除され、人々の経済活動も新型コロナウイルス発生前にやや近づいてきている。そのため、我々も多少は安定した商売ができるようになっていく。
○	その他専門店 [食品] (経営者)	来客数の動き	・少しずつだが人が動き出している。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・感染症対策の緩和により、連休中の出荷は大幅に回復した。しかし、価格の高止まりにより販売数量は中旬以降伸びず、後半は従来の感染対策強化時と変わらない推移となっている。
○	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、新幹線を含む旅客流動がかなり順調に伸びてきている。それに伴い、来客数も上向きになっている。
○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数が倍増している。
○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策のための会食の人数制限が解除されたことと、マスクの規制がやや緩くなったことで、会社関係の4～5人か7～8人の団体が若干戻りつつある。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3年ぶりの規制のないゴールデンウィークで、来客数が非常に多かった。
○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・行動制限がなくなったこともあり、少しずつではあるが活動再開の兆しがみえてきている。
○	観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中の来館数は、新型コロナウイルス発生前の2019年並みであった。通常、ゴールデンウィーク後の平日は来館数が下がるが、今年に限っては40%を月末まで維持している。新型コロナウイルス発生前よりも高い水準を維持している。
○	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・個人旅行は国内近場よりも遠方を希望する客の方が増加傾向にある。海外は様子見の状況である。団体旅行は月に数件程度ではあるものの動き出している。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・県民割が6月30日まで延長となったことで、ややではあるが販売が伸びている。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク商戦終了後も県民割の好影響で5月までの休前日を中心に販売が進んだ。また、6月末まで延長となった県民割の受付と同時に6月の需要も活発化している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がいまだ多いなか、個人旅行やコンサート、学会、修学旅行が開催されており、1日当たりの乗車回数も増加している。ゴールデンウィークから人の移動が多くなり、中距離の利用者の割合がゴールデンウィーク前と比べ3割増しとなっている。

○	観光名所（職員）	販売量の動き	・来客数、乗船予約等はさほど増えていないが、来店客の買物頻度が増えている。レジの登録客数と乗船人数を比較すると、単価は高くないが、より多くの客が何かを購入しているという数字が出ている。回復に向かっているという感じがある。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・3月から新型コロナウイルスへの警戒心理が収まりつつあり、ゴールデンウィーク後半の好天にも恵まれて、新型コロナウイルス発生前に近い水準に戻ってきている。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・気候も良くなってきたので、2月頃と比べると景気は良くなっている。
○	その他サービス [自動車整備業]（経営者）	来客数の動き	・来店客を含めて人の動きが戻ってきているため、販売件数、販売額共に3か月前よりも増加している。
○	その他住宅 [リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はビルトインコンロ、給湯器の交換工事が増えている。リフォームは資材、商品の納品遅れにより工事が減っている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・夏に向けて祭りやイベントの開催等、日常生活が少しずつ戻りつつあるが、電気・ガスの料金値上げや、原材料の価格高騰による食料品の値上げ等により消費意欲が減退している。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・価格が上昇したが落ち着いてきている。
□	一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・連休が終わり来客数が減っている。
□	一般小売店 [寝具]（経営者）	販売量の動き	・もはや新型コロナウイルスとは関係ないが、相変わらず低迷している。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも一応の落ち着きを見せ始めて、購買意欲も高まってきた。しかし、価格競争が激しくなっており、安い値段を出せば売れるが、出さなければ売れないという厳しい状況になっている。
□	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・1品単価の上昇分で客単価が上がり、売上前年比は101.3%になっている。しかし、来客数はゴールデンウィークが不振で、その後も伸びがないことから前年比98.6%と不振である。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置も解除になり、行動制限はなくなったものの、余りにも天候が悪すぎてなかなか伸び悩んでいるところである。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・中学・高校の夏制服の売上で何とか予算が達成できそうである。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・故障のための買換え需要は顕著にあるが、新しいものや話題の商品は売れていない。エアコンなどの白物家電は前年並みである。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い来客数が減少している。さらに、商品の入荷状況まで悪化している。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足の影響で、受注に対し車の生産が追い付いていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注は例年どおりに推移しているものの、メーカーの生産状況は部品の供給不足により数か月変化がない。新車入庫台数が減少しており、売上は遅れている。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数は微増、受注はそれなりにある。将来の販売につながるものではあるが、現在の収益になるとは言い難い。3か月前とほぼ変わらない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新規来客数はほぼ変動がない。土日の展示会で0人のときもある。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・売上は変わらず低迷しているが、少し動きが出てきている感じはある。しかし、実際に大きな数字の動きに結びついてはならず、飲食店も売場店頭も厳しい状況には変わりが無い。

□	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の影響もなくなりつつあり、少し明るさがみえてきている。しかし、不安要因も多く、地震の影響等もあることから、まだ完全に明るさがみえたとはいえない。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当店は企業の客が多いが、大人数での会食を余り推奨していない会社も多く、1人では来店するが、5～6人だと止められているのが現状である。県知事も会食を呼び掛けているが、県庁内では会食は余り良くないとされているという話を聞いている。パフォーマンスばかりではなく、実際にきちんと行われるように促してもらいたい。
□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・地震で受けた被害が集客に影響している。
□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク後から新規契約者数の増加にブレーキが掛かっている。特にインターネット関連の通信契約が伸び悩んでいる。競合他社が進めている格安プランやキャッシュバックなどによるキャンペーンに押されて、解約や他社への移行も増えている。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・前月と同様に物価が上昇している。実質賃金は目減り傾向にあるため、景況感は悪い状況にある。消費税などの間接税の負担が徐々に増している。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・コロナ禍やウクライナ情勢などにより、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	・コロナ禍の警戒自粛意識が緩んできており、外食・旅行が増えつつあるものの、物価高の影響も出始めており、景気が上向きとはいえない。
□	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・様々な要因のなか、ほぼ全ての部材価格が高騰している。併せて火災保険等の諸費用も上がり、前年から計画していた客の受注にブレーキを掛けている。
□	その他住宅[住宅展示場運営会社] (従業員)	来客数の動き	・前年同月よりは来場組数が増加しているが、新型コロナウイルスの影響で混雑を招く大型イベントの実施が困難で、1日での大きな集客が見込めない状況である。
▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は旅行客も非常に多く繁華街も久々ににぎわったが、5月の第2週からは全く静かになってしまい、3か月前の悪い数値に戻っている。
▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	販売量の動き	・客層に高齢者が多い関係で、年金給付後の4月の後半から売上が良くなるのが普通である。しかし、前月後半から売上の悪化が顕著になり、5月もその流れのままになっている。
▲	スーパー(経営者)	単価の動き	・5月は平均1品単価が前年比3%を超えてきた。買上点数も悪く、前年比5%強落としている。来客数も前月より減少している。食品の需要にも悪い影響が広がってきた印象を受ける。全体として消費は予想以上に良くなかった。
▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・4月から原材料の価格高騰に伴う商品価格の値上げが続いている。客はより価格の安い商品への関心が強くなってきているためか、商品の買上点数が減少している。
▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は伸びているが、客単価が前年比97.7%まで落ちている状況である。
▲	スーパー(営業担当)	お客様の様子	・来客数は既存店ベースで前年を上回るようになってきたが、買上点数は減少し、客単価も下がっている。値上げ、品不足、供給数の減少も出始め、機会ロスが増加している。価格への意識も高くなり、節約志向は強くなっている。
▲	コンビニ(店長)	単価の動き	・原油価格の高騰に端を発した物価高だが、連日メディアが値上げを取り上げているため客も神経質になっている。価格を見て買物をするという意識が大変強くなっており、非常に厳しい状況になってきている。

	▲	その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（経 営者）	販売量の動き	・大分人の流れも戻ってきた感じがあるが、ウクライナ問題、原油値上がり、中国のロックダウンの影響は様々なところに出ている。中国のロックダウンにより縫製工場が軒並み操業を停止しており、しかも船便に至ってはいつ出るか分からない状況で、注文が入っても商品がない。また、ガソリン、重油の値上げで全てのものが値上がりしており、制服の業界も1年おきに値上げしているような状態で、客も困惑している。
	▲	タクシー運転手	競争相手の様子	・ゴールデンウィークが間に入ったこともあり、3月に起きた地震の被害調査の仕事が全部終わっていないため、仕事量は他社も含めて思ったほど悪くなっていない。
	▲	通信会社（営業 担当）	単価の動き	・原油や原材料の価格高騰、円安による輸入価格の上昇は、景気に悪影響を及ぼす。
	▲	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・値上げされるものが多くなっているため、経費削減要求が強くなってきている。
	▲	通信会社（営業 担当）	単価の動き	・最近は値上げのニュースを良く耳にする。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・利用者数に変化はみられないが、客単価が若干落ち気味になってきている。
	▲	美容室（経営 者）	来客数の動き	・前年の5月はまん延防止等重点措置の影響で売上がかなり落ち込んでいた。今年はそういった行動制限はないが、前年比約95%となっている。なかなか客の再来店の間隔が短くならないという状況である。
	▲	設計事務所（経 営者）	単価の動き	・ウクライナ情勢、物価上昇が短期的に改善される見込みがない。建設市場は縮小する。
	×	一般小売店〔書 籍〕（経営者）	競争相手の様子	・全体的に新型コロナウイルス感染症の影響が大きいとみているが、買い渋りの様子が見受けられる。
	×	スーパー（経営 者）	お客様の様子	・あらゆるものやサービスの値段が上がっているため、消費者は買い控え、節約志向に走っている。
	×	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークまでは県外客もみられ、人の動きに比例して来客数も上向きになった。その後は新規感染者数が一気に増えたためか客足が途絶えている。新型コロナウイルス対策店認証制度の認証店舗は席数を減らさなければならないため、客足が増えても売上を伸ばしづらいという課題がある。
企業 動向 関連 (東北)	◎	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	・行動制限がなくなったことで人の動きが活性化している。ゴールデンウィークだけでなく、その後の日常消費、特に外食の分野において顕著に回復がみられる。
	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・売上は前年比で約160%と伸びているが、新型コロナウイルス発生前と比較すると80%程度の回復である。明るさは出てきたが、原材料・資材費・エネルギーコストが上がり、利益では非常に厳しい。一部商品を2月に値上げしたが、年内に再度の値上げをしないと厳しい状況である。
	○	食料品製造業 （製造担当）	受注量や販売量 の動き	・ゴールデンウィークは県外客の人流に伴い荷動きが非常に良かったが、ゴールデンウィークが明けてからは落ち着いた感じになっている。
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・コロナ禍のなかでも経済を動かそうとする気配を感じる。
	○	輸送用機械器具 製造業（経営 者）	取引先の様子	・増産設備の見積案件の正式発注が出始めてきている。
	○	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・暖かくなり工事案件は増加しているが、前年比ではまだマイナスの状況が続いている。
	○	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を獲得している。
	○	金融業（広報担 当）	取引先の様子	・諸原料高・コスト高の影響で生産・製造業者の収益環境変化が懸念されるが、コロナ禍による心理的抑制が緩和されており、観光・宿泊も含め市中の消費動向は強めに推移している。
	○	経営コンサル タント	それ以外	・生活者を取り巻く悪環境は変わらないものの、閉塞感はやや薄れ始めている印象を受ける。

○	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・行動制限がなくなったゴールデンウィーク以降、当地の温泉街にややにぎわいが戻ってきた。週末から月曜日にかけて、以前ほどの数ではないが、地域外からの来訪者と思われる人たちの姿が目立ってきている。
□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、3か月前と比べて変化はない。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注単価の値上げ交渉真ただ中であるが、原材料の3度目の値上げが提示されるなど、利益率が縮小する一方である。交渉すればするほど受注量減少につながる等、ダブルパンチからトリプルパンチの影響がある。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は堅調に推移している。
□	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	・半導体の大口価格は従来どおりの推移から大きな変化はなく、半導体製品の開発スパンも当初予定のとおりであり、景気に大きな変化はない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先においては、従来と変わらず修繕費削減に取り組んでいる。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年同月よりは増えているが、前々年のところまでは届いていない。まして新型コロナウイルス発生前には程遠い。新型コロナウイルス感染とウクライナ情勢により、先行きが不透明であり、悲観的な見方をせざるを得ない。
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応は消極的ではあるが、多少の動きは出てきているようである。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新規感染者数は高止まり傾向であるが、繁華街や飲食店に人出が戻りつつある。イベントも一部人数制限はあるものの復活し、旅行マインドも高まっているようである。広告業界としては明るい話題が多くなってきている。
□	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。新型コロナウイルスの感染が落ち着いており、サービス、飲食、小売関係が回復基調で売上が少しずつ伸びてきている。建設関係は良い会社と悪い会社が出てきて、業績にばらつきが出ている。全体の景気としては、やや良い状態を維持している。
▲	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・生産資材が前年比で2割程度値上がりしている。また、農業用重機等の借入れも同様に値上がりしている。
▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業資材や燃料の価格高騰でコスト増となり、収益が圧迫されている。
▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調で出荷減少が続いている。原材料の価格高騰等により当業界も値上げを実施しているが、値上げが浸透するかどうかが今後の課題である。
▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格高騰の状況が見通せず、消費が冷え込んでいる。
▲	司法書士	取引先の様子	・取引先ハウスメーカーの営業から、材料等の品不足や値上がりによって販売が厳しい状況が続いていると聞いている。
▲	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主力のIT機器デバイスの入荷の遅れがまだ解消されておらず、例年の月販台数の3分の1の状態が続いている。近々解消される予定と聞いてはいるが、代わりになる商材でカバーできず苦戦を強いられている。
▲	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大手同士の価格競争が非常に激しく、中小企業は困っている状況が続いている。そのようななかでウクライナ情勢や円安、原油高、原料高により原価が一気に跳ね上がっており、毎日値上げ発表のオンパレードである。中小企業はこれに付いていけるか心配している。近辺でも経営難が続いているという話がちらほら聞かれる。
×	*	*	*
◎	—	—	—
雇用			

関連 (東北)	○	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・イベント会社やイベント関連グッズ、飲食業、アミューズメント、旅行といった新型コロナウイルスの影響を受けていた企業や業種が、この時期、前年に行わなかった大学3年生向けのインターンシップを再開している。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・オーダー数が前年20%以上の回復傾向にある。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・管内の求人受理件数は前月より増加傾向にある。主産業である製造業やサービス業では、人手不足から急ぎ紹介を希望する事業所が増えている印象を受ける。
	○	学校[専門学校]	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数が前週比で減少しており、経済活動も活性化しつつある。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・目先だけではなく、数年後を見据えた採用も一定ニーズあるなど、募集背景が多様化することで求人数は増え続けている。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は前年と比較して横ばいの状況である。
	□	アウトソーシング企業(経営者)	それ以外	・自治体からの受託では人件費分金額を若干上げることができているが、民間からの受託が減っているため、全体としては変わらない。
	□	新聞社[求人広告](経営者)	それ以外	・広告の取扱状況は低迷したままである。ワクチン接種が進み、行動規制の緩和が進めば景気が上向くと考えていたが、そのテンポが余りに遅く、人の動きも大きく変わっていない。
	□	新聞社[求人広告](経営者)	周辺企業の様子	・新聞広告の売上が伸び悩んでいる。
	□	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・宿泊施設関連の出稿が徐々に増えてきているが、業種全体として上向いてきた実感はまだない。
	▲	職業安定所(職員)	それ以外	・求人数は前年と同等数となっているが、あらゆる物資が高騰しており、今後更に厳しさを増すという声が多い。
	▲	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・コロナ禍による売上減少、資源価格の高騰等の影響で経営環境が厳しくなり、事業所の閉鎖、事業規模縮小による離職者が増えてきている。
	×	—	—	—