

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスに関する規制がなくなってきたことに加え、Go Toキャンペーン再開も取り沙汰されている。
	◎	旅行代理店（従業員）	・発地・着地制限のないGo To Travelのような旅行支援策が見込まれていることから、次月以降も引き続き上昇傾向が続き、夏季需要期の宿泊申込みが拡大するとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス新規感染者数が減らないことに加えて地震の影響もあり、かなり悪い状態であるが、先行きについては、予約状況からみて多少の動きはあるので、今月よりは多少景気は上向きになるとみている。
	○	商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク、花見などのイベント開催である程度の人出が予想される。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は戻りつつあり、健康関連商品の売行きも順調に推移している。さらに、今後暑くなってくれば、それに関連する商品が動いてくる。また、それにプラスして新型コロナウイルス関連の商品も順調に動いているため、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・まだまだ都市部に比べると新型コロナウイルスに対する捉え方は厳しいが、それでもこのゴールデンウィークに数年ぶりに実施される祭りが無事に終われば、人の動きは良くなっていくのではないかと期待している。
	○	百貨店（営業担当）	・移動の制限がなく、イベント開催も予定されていることが、来街にはポジティブに影響するとみている。さらに、ウィズコロナの定着が進むと想定している。
	○	百貨店（売場担当）	・3回目のワクチン接種が進みつつあり、そろそろ2回目終了時と同様の状況まで改善するのではないかと考える。
	○	百貨店（催事担当）	・行政主導のイベントも再開している。まだ予断を許さないものの、人の動きが増え、需要が活発になると考える。
	○	コンビニ（経営者）	・以前から客単価や買上点数は堅調に推移していたので、それに新型コロナウイルスの規制緩和が加われば、夜間や休日の人出の増加が見込め、当店の立地条件からして景気は更に上向くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍ではあるが人の動きは活発になっており、当面は販売微増の状況が続くと推測される。
	○	コンビニ（経営者）	・3回目のワクチン接種が進んでいることと季節の変化により、人の動きが良くなることが予想される。
	○	コンビニ（エリア担当）	・盛夏に向けて人流増加が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今年は祭りも通常どおり開催される方向で動いている。観光関係の人の移動が本格化すれば、飲食店や小売店の売上に直結するため、売上の伸びが期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ウィズコロナが進む中で、イベント等は従来どおり行われるケースが多くなり、少しずつ景気回復していくと予測する。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス対策の自粛モードから、経済を回していこうという動きに変わってきている。スーツを着る機会やビジネスシーンにおける出張などが増えてくると、我々の業界へのニーズも増えてくると予測している。
	○	衣料品専門店（店長）	・徐々にではあるが足元商圏の客の需要が戻ってきている反面、物価高による消費の節約が今後の懸念材料になっている。
	○	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルスに関する規制が少しずつ緩和されてきているため、来客数の増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・この先、新型コロナウイルスの緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出なければ現状維持、若しくはやや持ち直す動きになると予想している。欧米のように新型コロナウイルスの警戒レベルの判断基準が下がることを切望している。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・コンサートやスポーツ観戦などは大分復活しているので、それらがきっかけとなり人々が大きく動き出す日も近いのではないかと予想している。人が動けば当然経済も回り出すので期待している。
○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・少しずつ前進していかなければこの先不安しかない。客も感染防止対策をしながら動き出すため、良くなるとみている。	

○	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・感染状況にもよるが、ゴールデンウィークに向けて、来客数の動き、人の動きが活発化してくるとみている。
○	観光型ホテル (スタッフ)	・既存の県民割の延長と、Go Toキャンペーンのようなキャンペーンが再開される予定がある。
○	観光型旅館 (経営者)	・自粛ストレスもあるため、気候も良くなり新型コロナウイルスの感染対策を気にしながら動き出す人が増えてくるとみている。
○	観光型旅館 (スタッフ)	・世界的にウィズコロナが進み、マスクを外すことやイベントが開催されることが多くなっていくとみている。
○	テーマパーク (職員)	・夏に向かって新型コロナウイルスの感染が収束に向かい、外に出る人も多くなると考える。物価が上がっているなか海外にはまだまだ足が伸びないので、国内旅行需要、近県への旅行が多くなるのではないかとみている。
○	観光名所 (職員)	・新型コロナウイルスの感染状況に関係なく個人客が増えている。また、客が増えるに従って商品も動くようになり、メーカー側でも作ってくれるものが増え、良い方向に向かっている。これまではあるもの売るという売場であったが、これからはやっと売れるものを売るという売場ができていく。
□	一般小売店 [書籍] (経営者)	・出版社の新刊点数抑制は続いており、何もしなければ店頭の販売量は変わらないため、現在、付加価値感を意識した売場作りを行っている。
□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・ゴールデンウィーク中は人の流れが非常に多くなるので、2週間後に新規感染者数の増加がどの程度になるのか、その影響がどう出てくるのか分からず、先行きが見通せない。
□	一般小売店 [寝具] (経営者)	・新型コロナウイルスの感染が落ち着かない限り、売上の増加は見込めない。
□	百貨店 (経営者)	・大きな変化はないとみるが、この先、国内外の様々な環境変化が予測され、物価高によるモノ消費の減少と、新規感染者数の減少などによるコト消費の増加が顕著になり、百貨店の来客数にはマイナスにはたらくことが懸念される。
□	スーパー (経営者)	・5月は値上げの商品が更に増え、電気、水道、ガソリン等、インフラコスト単価の高騰が続く。それにより可処分所得は減り、消費環境には逆風だが、食品消費はもう少しばかり同じ推移が続くとみている。
□	スーパー (経営者)	・ほとんど全ての商品について、価格が上がっているか、今後上がる予定がある。1品単価は上がっているが、買上点数が伸び悩んでいる。
□	スーパー (店長)	・商品の相次ぐ値上がりや円安の影響で買い控えが続いている。大型連休で金を使うことが想定されるので、節約傾向に拍車が掛かりそうである。
□	スーパー (営業担当)	・先行きが見えないロシアのウクライナ侵攻絡みの原油高による物価上昇や、相次ぐ商品の値上げ等で、客の購買は更に慎重になるとみている。
□	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルスオミクロン株のこれまでの主流とは別系統が増えてきて、今度はまた別系統が出始めてきているので、その影響がこれからどの程度出てくるかが問題である。ワクチン接種が100%近くまでいくかが鍵とみている。
□	コンビニ (経営者)	・イベント等が開催されて、これまで自粛していた人も外出の機会が増えてきそうである。
□	コンビニ (経営者)	・全ては新型コロナウイルス次第である。リモートワークや自炊回帰が進んでいるなかで、新型コロナウイルス発生前の売上に戻ることはないかとみている。
□	コンビニ (エリア担当)	・ウクライナ情勢による物価高騰が止まらなるとみている。
□	衣料品専門店 (経営者)	・地元の祭りも徐々に復活しているが、新型コロナウイルスを気にしながら楽しむことになるため、売上増加には結び付かない。
□	衣料品専門店 (経営者)	・ウィズコロナという点では良い方向に向かっているとみている。しかし、ウクライナ情勢により物価が上昇し、店頭で扱っている商品も販売価格が上がるため、購買意欲に影響する懸念がある。
□	衣料品専門店 (店長)	・これからも新型コロナウイルス感染症は終息しないため、今後も感染を予防しながらの生活には変わらず、大きく市場が活性化されることはないかと予想している。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・景気回復の兆しがみえない。他業種の人の話でも同様である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足の影響による車の納期遅延が1～2か月で解決するとは思えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・慢性的な半導体不足が解消しなければ変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・コロナ禍の生活に慣れてしまっているところがあるので、ヒト・モノの往来がもう少し活性化しないと状況は変わらない。連休後の新規感染者数と国の対応による。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・当店では口コミや紹介による売上が多いので、人の動きは大分出てきているが、商品の値上がりの方が気になっている。景気の上昇にはもう少し時間が掛かるとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・県内の新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりしており、終息がみえない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・夏に向けて配達灯油の販売量は減る。また、店頭ガソリン価格の高騰により、販売量が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・気候も良くなってきており、新型コロナウイルスも少しずつ落ち着きを見せているので、少し良くなってくのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・4～5月の来客数や予約数が増加している。今年度は4月若しくは5月の数字がベースとなって推移していくとみている。新型コロナウイルス騒動が終わり、また別の問題が出てくるとみている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	・Go To Eatキャンペーンの食事券のようなものが出れば集客は上がるが、それがなければ変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・いろいろな面で不安定な状況が続いており、景気全体が良くなっていくという雰囲気がない。当面は来客数の大幅な増加が見通せない厳しい状況が続くと考えざるを得ない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・政府や行政が幾ら大丈夫といっても、やはり新型コロナウイルスに感染してはいけないという気持ちが強く、外に出ることを控えているのが現状である。これは行政と民間で意識の相違が多少なりともあるということだとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・光熱費などの値上がりが収益を圧迫している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況とウクライナとロシアによる戦争が終息に向かわない限り、景気は上昇と下降を繰り返すとみている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・3月16日の地震の損害調査は6月まで見込まれているが、調査件数が少なくなっていくことを考えると、特需は5月末までと予想している。それ以降、景気は下降するとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・新たなサービスメニューとして格安の無線インターネットの提供を始めるため、マンション、アパート居住者の新規獲得を見込んでいる。それにより若干のプラスを期待している。同業他社との競争も厳しくなっているため、大きな加入者の純増はないが、契約者数のトータルでは、現状維持が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しい。新型コロナウイルスやウクライナ情勢、円安により更に悪くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・ガソリン価格高騰と新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くまでは先がみえない。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスやウクライナ情勢、ガソリン・原材料の価格上昇が家計にどう影響するか分からず、楽観できない。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・イベントによる販売促進に力を入れているため来客数は増えているが、客単価が減っているため売上増加には至っていない。今後も売上は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・ゴールデンウィークで人が動き、新型コロナウイルス新規感染者数が増える可能性もあるので、まだ一気に良くなる状況ではない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・固定客が決まっており、新規客はなかなか訪れない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・公共工事については3月までに設計納品した案件の工事入札が控えているが、物価高や人件費高による不調や設計見直しが想定される。見直ししている間にも更に高騰が続けることが予想される。

□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	・エアコンの早めの交換についての問合せが増えてくると予想している。屋外の塗装、外溝工事も増えてくるとみている。
□	その他住宅 [住宅展示場運営会社] (従業員)	・景気が上向きになる要因が見当たらないため、悪い状況が続くことを予想している。
▲	商店街 (代表者)	・前年まで中止が続いていたイベント等が再開する見込みであるが、新型コロナウイルス感染の収束のめどが立っていない状況であり、景気回復には時間を要する。
▲	商店街 (代表者)	・遠い場所の社会情勢が身近な景気に悪影響を及ぼす。
▲	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスとウクライナ情勢次第である。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・ウクライナ情勢の影響によるエネルギー価格及び物価の上昇が家計を直撃し、不要不急の消費を控えるようになる。
▲	スーパー (店長)	・値上げラッシュの影響が販売商品だけでなく、資材・原材料などにも大きく出始めている。ゆえに利益が出しにくい環境に変わりつつある。
▲	スーパー (店長)	・人は新型コロナウイルス発生前のような日常を取り戻したいと思っているのではないかとみている。外出する機会が増え、スーパーへの足が遠のくという傾向は続くかとみている。
▲	スーパー (企画担当)	・いまだ新型コロナウイルス感染症は収束していないが、食品小売業としては、外食の需要も高まっているし食品の値上げもあって、2～3か月後には販売量も下がるのではないかとみている。
▲	スーパー (営業担当)	・円安の進行、ウクライナ情勢の不安から、緊縮傾向は強くなるのではないかとみている。
▲	コンビニ (経営者)	・土日の客は前年よりも戻ってきているが、新型コロナウイルス発生前の5割程度なので、この先もどうなるか分からない状況である。
▲	コンビニ (店長)	・ウクライナ情勢の先行きが不透明だが、ひどくなっていく一方なのではないかとみている。円安も進み、インフレの方向に針が振れているので、先行きに対する消費者の不安はかなり大きくなっている。景気は冷え込み、この先2～3か月はかなり厳しくなるのではないかとみている。
▲	家電量販店 (店長)	・夏用の商品は気温の変化に影響される。それ以外の商品については、ガソリンや食品の価格高騰、円安を客は警戒しており、消費動向はやや慎重になってきているようである。
▲	乗用車販売店 (従業員)	・中国のロックダウンが解除され部品供給が正常化するとよいが、現状のまま推移していくと確実に売上が減少する。
▲	乗用車販売店 (従業員)	・ウクライナ情勢や円安、原油価格の高騰など懸念材料がそろっている。まだまだ半導体不足も解消されない。悪くなる条件がそろっている。
▲	乗用車販売店 (店長)	・ここ最近では、下取りが入ってこないことによる中古車の商品不足がかなり深刻である。オークション相場も不自然な値上がりをしており、先行き不透明な状態である。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・販売価格が高騰したまま推移し、販売量は今以上に落ち込むとみている。
▲	一般レストラン (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況による。当地域での新規感染者数は高止まりが続いているので、それが収まらなると新型コロナウイルス発生前の状況には戻らない。
▲	タクシー運転手	・現在、3月の地震によりタクシー業界は活況を呈しているが、新型コロナウイルスによるマインドの冷え込みは日常生活に定着しつつあるため、それがどの程度影響してくるのか、今の地震の損害調査の仕事量が減ったときにどうなるのかを危惧している。
▲	通信会社 (営業担当)	・物価上昇や、石油製品関連の間接税負担等、目に見えないところの負担が徐々に発生するとみている。輸入品の品薄も想定されるため、やや悪くなるとみている。
▲	通信会社 (営業担当)	・原油価格の高騰に伴う物価の上昇が尾を引き、今後、景気は悪くなる方向へ向かうとみている。
▲	美容室 (経営者)	・ウクライナ情勢の絡みでもろもろの物価が上がっており、それに対応するため、美容院についても回数を減らしたり期間を延ばしたりすることが予想される。先行きはウクライナ情勢と新型コロナウイルスの感染状況で変わってくる。

	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は子供を中心に拡大傾向にあるが、それでも大型連休を前にして、若干ではあるが行動規制の意識が緩和されつつあるようにみえる。前年や前々年と同様に、大型連休明けに急激な感染拡大が起こり、再び、誰もいない、何も売れない状況になることが懸念される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・材料供給に時間を要し、照明器具すら納期が不明である。受注できてから完成時期及び引渡価格の確定が難しく、資金の回転が遅い。
	×	スーパー（経営者）	・小麦粉を始めとした原材料価格の高騰やガソリンを始めとしたインフラ支出の増加により、節約志向がますます高まることが予想される。
	×	スーパー（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻によって更にインフレが進み、可処分所得が伸びない状況では、購買意欲が上がってこない。
	×	住関連専門店（経営者）	・客先とはウィズコロナでの対応になってきているが、オーダーメイド関係の仕事は新規物件が増えていないため、なかなか厳しくなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・インバウンドが滞るような政策を根本から見直していかなければならないのではないか。感染するのを気にしなくなった人たちが平気で旅行をしたり、派手に周遊したりしており、田舎に新型コロナウイルスを持ち込んでいるため、エリア内では地雷を埋め込まれた気になり、仕事以外では外に出歩かなくなってしまっている。これは相当に深刻な問題で、都会と田舎の感覚の違いも含めて、一時しのぎではない中身のあるウィズコロナを国が指定していかないと、経済の復興は無理である。
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	・ゴールデンウィークの新幹線の予約状況は前年比約200%になっており、土産需要の拡大に期待している。しかし、ゴールデンウィーク後の感染再拡大の不安はある。再拡大となればまた土産需要は大きく減退する。
	○	食料品製造業（製造担当）	・交通網も滞っていた部分が解消され、イベント開催も新型コロナウイルス発生前に戻ってきているため、人流や来客数が増えるとみている。ただし、それによって新型コロナウイルスに関する各種規制を繰り返す懸念もある。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今まで止まっていた案件にプラスして、新規の引き合いも増えてきており、2～3か月先までの引き合いも出始めてきている。
	○	建設業（従業員）	・春以降、工事が増加する。今年も例年同様の工事量が見込まれ、冬場の落ち込みから改善している。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルスの極端な感染拡大等がなければ、小売、サービス、飲食業関係は売上や利益等の業績が今後多少しづつ改善していくとみている。建設業等は悪くなる要素が今のところないので、全体としての景気はやや良くなると判断している。
	○	コピーサービス業（従業員）	・納期遅延の商品が前倒しで早まる知らせが届いているものが出てきている。若干だがその知らせに期待をしている。また、コロナ禍だから出てきた商材及びニーズでこれから期待できるものもあり、現在その仕込みをしている。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の推移次第だが、このままでいけば外食需要も回復し、県内の交流人口も増えるとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・前年の米価の下落に対し、ナラン対策が発動され、損失がある程度補填される可能性がある。
	□	食料品製造業（営業担当）	・原材料等コストアップによる価格改定など、良くなる要素がない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・イベント開催に対する慎重さがみられる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・客の話から増産の雰囲気はあるものの、ウクライナ情勢や円安の問題で先行きは不透明である。
	□	建設業（従業員）	・ウクライナ情勢等の要因により2～3か月先は全く予測できないが、現時点において直ちに回復基調に向かう要因は見当たらない。
	□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響を踏まえつつ、客のつなぎ止めに奔走するしかない。

	□	広告業協会（役員）	・原油高、物価上昇、円安など経済不安が高まっているなか、アフターコロナを見据えた戦略を下方修正せざるを得ず、広告宣伝費が縮小傾向になるのではないかと心配している。
	□	司法書士	・不動産取引件数は例年並みで推移しており、コロナ禍でも現状維持が期待できる。
	□	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・この先の景気が良くなるような要因が見当たらない。また、中小企業では給料が下がらなければよいという状況が続いていて、政府が言うような賃上げなどは難しいため、今後も現状と変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・ガソリン価格の高値が続いており、車による遠出をちゅうちよする声が開こえてきている。エネルギー価格のみならず食料品などの値上げなどから、できるだけ家計出費を抑えようとの意識が根底にあるようにみえる。電気料金の価格上昇も極めて迷惑な話である。愚策たる再生可能エネルギーの固定価格買取制度をやめることはできないのであろうか。
	□	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・受注案件・見積りはそれなりにあるが、依然として原材料等の価格の上昇及び部品等供給抑制が続いており、生産管理、納期管理に苦慮している。
	▲	農林水産業（従業者）	・果物の開花がそれまでになく早かった前年と比べて約10日遅いため、特にももの最盛期が遅れ、販売単価が安くなるのではないかと心配している。
	▲	出版・印刷・同関連産業 （経営者）	・業種柄、既存の業務のみでは生き残りのサバイバルには勝てず、新たな業務への取り組み、人員削減を含むコスト削減に取り組まざるを得ない状況にある。
	▲	窯業・土石製品製造業 （役員）	・原材料の価格高騰に伴う製品価格の値上げが浸透するかどうかポイントとなる。出荷数量の落ち込みは依然続いており、国内外とも景気が上向き要素が全く見当たらない。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・エネルギー関連の客は全般的に、2021年度決算の業績が2020年度より悪化している。
	▲	輸送業（経営者）	・4月に入ったら荷動き自体が余り良くない。ウクライナ情勢、新型コロナウイルス、円安などの影響で、生活必需品等の値上がりも拡大していることも要因の1つとみる。業界においては燃料価格はもろろんのこと、タイヤや車両価格が軒並み高騰し、景況感の足を引っ張っている。
	▲	通信業（営業担当）	・例年、年度初めは受注量が減る傾向がある。
	▲	金融業（広報担当）	・コスト高の状況は当面続くものと見込まれる。また、新型コロナウイルス第7波の到来で経済が止まることはないと思うが、各業種とも少なからず影響を受けてしまうのは確実とみている。
	▲	広告代理店（経営者）	・このままウクライナ問題が解決しなければ、インフレが進み景気がより悪くなるおそれがある。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス、ウクライナ情勢、円安の3重苦が経済活動、消費活動に大きく影響する。
	×	*	*
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	アウトソーシング企業 （経営者）	・新型コロナウイルスも落ち着いてきたので、景気も上向きになるとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で2年連続中止となっていた祭りが開催されるほか、マラソン等のイベントも復活し始めている。
	○	職業安定所（職員）	・物価高は続くものの、新型コロナウイルスの影響で中止となっていた行事の開催と旅行や観光の増加により、消費・購買意欲は上向くとみている。
	○	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・ゴールデンウィーク明けからも人材を必要としているという企業からの問合せもきている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・ウクライナ情勢の影響で原油価格や仕入価格が高騰している。また、中国でのロックダウンにより部品などが届かなくなっていることもあり、回復基調にあった県内中小企業の景気は先行き不透明になっている。
	□	人材派遣会社（社員）	・円安や原料高の影響が、製造業を中心に採用予定数や採用要件の引上げなどに影響する可能性がある。
	□	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークで一次的に回復へと向かうが、新型コロナウイルス新規感染者数が再び増え、鈍化傾向に戻ると想定している。

□	人材派遣会社（社員）	・ウクライナ情勢を注視しつつ、新型コロナウイルスの感染が常態化しているなかでの経済正常化が進むとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・ゴールデンウィーク明けには、再び新型コロナウイルスの感染状況が悪化することが予想される上、ウクライナ情勢の長期化による不安に様々な物価上昇も伴い、消費マインドは高まりようがない。しばらく様子見で停滞感が続くとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はなかなか減少に向かわないが、3年ぶりに開催されるイベントも出てきており、広告活動も少しずつ回復傾向になることを期待している。ロシアのウクライナ侵攻が広告に影響しないか注視している。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・労働力人口が減少しているため、この傾向は継続するとみている。
▲	職業安定所（職員）	・コロナ禍に加え、ウクライナ情勢による燃料や資材、食料等の価格高騰や円安等、不安要素が大きくなるばかりで、景気回復の好材料が見当たらない。
▲	学校〔専門学校〕	・新型コロナウイルス感染症は各分野で経験を積み対策が講じられるようになり、対応力が付いてきている。今後はウクライナ情勢の影響が各分野で見られるとみている。
×	—	—