

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)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・円安が解消傾向にあることと、ウィズコロナの進展が予想されることから、景気はやや良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・帰省客が見込める。また、春に向かうにつれ気候も落ち着き、人出がみられるようになる。
	○	百貨店（催事担当）	・新生活の需要が高まる時期に向け、インフレによる消費の冷え込みが下げ止まって少しずつ上向いていくことを期待する。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱くなっており、夜間の人出が良くなり、イベントにも人がよく集まるようになってきている。客単価や購入点数の推移も依然堅調であり、これからも若干伸びるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・現在の単価増による売上の増加は当面続くと推測される。人流は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、来客数の減少は懸念材料である。
	○	衣料品専門店（店長）	・今までの行動制限で取りやめになっていた卒業式や入学式、入社式などが再開されれば、スーツや礼服の動きが良くなってくると期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・物価高騰などの影響は部品や用品にも少なからず出ているが、来客数の変化は余りない。活動や提案の見直し等が少しずつ成果につながってきている。
	○	乗用車販売店（店長）	・生産遅延が解消傾向にあり、このままのペースで車両生産が進めば、サービス部門に続き、新車部門、中古車部門共に収益が大きく改善することが見込まれる。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・今後、寒気が居座るとの予報どおりであれば、除排雪関連業者に良い結果が出るとみている。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、受注量が多いため3月にかけては今年よりはやや良くなる。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・個人消費については、これまでの自粛生活などで抑え込まれていた分、反動が大きく出てくるのではないかと期待している。企業関係はまだ個人消費のような動きはないとみているが、前年よりは間違いなく大きく動く。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の第8波による先行きの不透明感はあるものの、年末年始から冬のセールにかけてかなり期待をしている。
	○	一般レストラン（経営者）	・2月を中心に団体予約が前年と比べて大分増えている。同時に、イベントなどでレストランを利用する機会も増えている。物価高もあり判断は難しいものの、現状と同じレベルで推移するとみている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の延長が予定されている。また、新型コロナウイルスの新規感染者数も減少が予想されるため、客は増加するとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の収束と全国旅行支援による一時的な好転に期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の延長による販売拡大に期待している。しかし、物価高による生活への影響や宿泊費の値上げなどマイナス要素が多く、各家庭のレジャーに対する消費が減少する懸念がある。
	○	タクシー運転手	・年末年始の需要で客の動きが多くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・飲食店を中心に固定客が戻ってきているものの、新型コロナウイルス感染症対策で新年会の規模縮小等がみられる。現状では景気回復は望めない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・好調であった前年を超えられるかは今後の来客数や販売量次第だが、安定している業種なので、このまま好調に推移するとみている。	
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今後は降雪量も増えていくなかで、光熱費の値上がりなども大きく影響し、ますます消費者は苦しくなっていく。この状況下では見通しが立たず不安である。	

□	百貨店（経営者）	・春に向けてコロナ禍の影響は薄れ、観光も含め人の動きが活発化する。しかし、モノの消費については物価高の影響もあり消費者は慎重になるとみている。景気に大きな変化はない。
□	百貨店（売場担当）	・ウィズコロナは定着しており、物価上昇による影響の度合いによるとみている。
□	百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナ戦争、円安などに変化がみられそうにない。
□	スーパー（経営者）	・今後も商品価格の値上げが続くため、特売日以外の来店が減少する傾向は続くとみている。また、降雪と光熱費上昇の影響もあり、景気の回復は見込めない。
□	スーパー（店長）	・商品の値上げ等の影響で、客の財布のひもは相変わらず固く、必要最小限の買物で済ませている。新型コロナウイルス感染症による制限のない年末ということで高額品も動いているが、年末が過ぎれば元に戻るとみている。
□	スーパー（店長）	・商品の値上げによる客単価上昇の傾向は続くとみられるが、このまま加速するとは思えない状況である。
□	スーパー（企画担当）	・年末の帰省客増加により一時的に売上が上がっている。しかし、年が明ければ買い控えが発生することも予想され、食品小売業としては余り良い状態が続くとは思えない。今後も、現在のインフレの状況で余り良くない状態が続くとみている。
□	コンビニ（経営者）	・販売量が下がったままで横ばいが続いていることが気掛かりである。物価が上がっていることが一番のネックであり、特に田舎の場合は給料も上がっていないため、家計も苦しくなってくるとみている。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、人の動きが悪い。
□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。多少の人流回復はあるが来客数の増大とまではいかない見込みである。
□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続いており、来客数も減少したままが続くのではないかとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきている。
□	コンビニ（店長）	・商品価格が高騰している分、単価が上がっているが、それに対して客の消費行動はそれほど悪くなっていない。ウクライナ情勢が極端に悪くなるようなことがなければ、このまま変わらない状況が続くとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰や新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりで、高齢者は余り出歩く気分にはならず、買物も最低限で済ませている状況は変わらないとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・景気回復に期待できる要素がない。
□	衣料品専門店（店長）	・クリスマスや成人式、旅行用途などモチベーションと連動した需要が回復している。一方で、大部分の消費者は生活必需品以外の消費には慎重になっている。
□	衣料品専門店（店長）	・客は利上げや電力料金の高騰で生活に不安を抱えており、買物に慎重になってきている。
□	衣料品専門店（総務担当）	・生活必需品以外の購買を控える傾向は続くとみている。
□	家電量販店（店長）	・石油やガソリン、食品などと同様に、家電製品の市場価格も値上がり傾向にあり、客の購買は慎重になっている。
□	乗用車販売店（従業員）	・販売できる車種の納期がなかなか早くならないため、今後も販売が進まないとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・納期が不安定であるため収益が安定しない。海外向けを国内需要に一時的に変更するという話もあるが、実際に配車されなければ収益にならない。
□	乗用車販売店（従業員）	・決算時期で販売量が上向くとみている。
□	住関連専門店（経営者）	・今月は通常の前月よりやや売上が増加したが、3か月前は春のお彼岸があるため仕事のお彼岸用品の販売が見込まれる。

□	その他専門店 [酒] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症への警戒とここ数年で染み付いた習慣により、飲食店に客が戻ってこない状況が続いている。新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを引き下げるなど、抜本的な施策がない限り、この状態が長引くか常態化することが予想される。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・引き続き燃料油の売価は高値を維持し続け、販売量の回復は見込めない。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・様々なものが値上がりしていることに加え、節電傾向もあり、燃料費の節約で灯油も買い控えが出るとみている。
□	高級レストラン (スタッフ)	・3か月後くらいからは円高になり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、やや持ち直すのではないかと予測をしている。明るい兆しが見られれば、消費も活発化してくるとみている。
□	一般レストラン (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収束していくとは思えない。今後、海外からの渡航者数の増加に伴って、新型コロナウイルスの新たな変異株がまた出てくると予想される。よって、今までのように悪い状態が続くとみている。
□	観光型ホテル (スタッフ)	・燃料などの物価高が収まらないと景気は良くなる見込みはない。
□	観光型旅館 (スタッフ)	・新型コロナウイルス感染症の状況や世の中の値上げラッシュ、全国旅行支援の割引率が下がることを踏まえると、変化がない若しくは悪くなるとみている。
□	タクシー運転手	・世界的に新型コロナウイルス感染症、物価高、インフルエンザといった懸念材料があるため、景気の上昇は見込めない。
□	通信会社 (経営者)	・景気は変わらず良くないため、有料テレビへ金を掛ける客が増える要素はみられない。一方でインターネットサービスについては、自宅でのWi-Fi環境が生活必需品になりつつあり、優先順位が高くなってきている。このため、低価格で速度の速いケーブルインターネットへの加入が少しずつ増えてきている。ただし、インターネットは競合が多く、客の取り合いの連続であり、加入者数の大幅な増加は難しい。
□	通信会社 (営業担当)	・好転する材料に乏しく、悪い状況は変わらないとみている。
□	通信会社 (営業担当)	・ガソリン価格は落ち着いてきたが物価高は相変わらずである。当面はこの状況が続くとみている。
□	テーマパーク (職員)	・来客数の動きが微妙であるため、変わらないとみている。
□	観光名所 (職員)	・1月10日からは今までの紙クーポンから電子クーポンに変わるが、当店は客の年齢層が高いため、果たして客がうまく利用できるのか分からない。インバウンドは伸びているが、どこまで続くのか分からないため変わらないとみている。
□	遊園地 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況と、物価上昇の家計への影響がどの程度になるかによるが、好転は期待しにくい。
□	美容室 (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているなかでも人の動きがあることから来客数が増えている。この状況は継続するとみている。
□	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	・円安、材料高、原油高、諸物価の上昇など、景気が良くなる要素が見当たらない。このまま低空飛行が続くと予想している。
□	住宅販売会社 (経営者)	・建て替え物件での競合が多く、受注が伸びない。
□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	・給湯器の納品遅れは解消してくるとみている。リフォームは補助金制度を活用する問合せが増えるとみている。
▲	商店街 (代表者)	・幅の大きい値上げが増えている。
▲	一般小売店 [酒] (経営者)	・天候も悪く需要も減るため、暇になるとみている。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・あらゆる商品の値上げが始まっているため、消費活動は非常に鈍くなると予想している。よって、景気も悪くなるとみている。

▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・現状で価格を維持している輸入業者や製造業者も、今後、円安や燃料費・原材料価格の高騰に押されて値上げをすることが予想される。値上げにより、家計の生活防衛意識が強まるとみている。
▲	一般小売店 [寝具] (経営者)	・年末である12月が商品も動かず売上も低迷している状況では、年が明けて2～3か月は商品の動きはもっと鈍くなるとみている。
▲	スーパー (経営者)	・1月は引き続き、公共料金を含め食料品や燃料費の負担増が更に重くなり、実質可処分所得は減ってくる。よって、消費動向は生活防衛的な買物行動が更に強まるとみている。
▲	スーパー (店長)	・物価高で客が財布のひもを締めていくのではないかと心配している。
▲	スーパー (営業担当)	・東北地方では、灯油代や電気代といった冬の光熱費の上昇に伴い、特に食品の節約が顕著になり、売上が厳しくなると予測している。
▲	スーパー (営業担当)	・値上がりの影響は今後も強まる。また、人手不足によるサービスレベルの低下も懸念される。総菜の原料の価格高騰による利益の圧迫は大きくなるとみている。
▲	コンビニ (経営者)	・来客数の減少傾向はこのまま続くとみている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	・来年は更なる景気後退が予測されており、消費動向に不安がある。
▲	家電量販店 (従業員)	・新型コロナウイルスの感染拡大もあり、ここ数か月、来客数が明らかに減ってきている。
▲	高級レストラン (経営者)	・中国では新型コロナウイルスの新規感染者数が非常に増えている。それが我が国でもその影響が出るのではないかとという危惧があり、余り良くならないとみている。
▲	観光型旅館 (経営者)	・全国旅行支援の割引率の変更や新型コロナウイルスの新規感染者数の多さなどから、来客数はやや減少していくとみている。
▲	旅行代理店 (従業員)	・年末年始後、新型コロナウイルス感染症の拡大が懸念されることや全国旅行支援の割引額下げの影響などから、国内需要は現状よりも落ち込む見込みである。予約状況も芳しくない。また、海外需要は引き続き厳しい状況が続くものとみている。現状においても、個人、団体共に予約案件は極めて少数であり、売上増加には程遠い。
▲	タクシー運転手	・今月は忘年会の開催があり、タクシーの需要が多い特別な月である。まだまだ予断を許さない状況なので、この先については楽観できない。
▲	通信会社 (営業担当)	・3月末の決算時期が節目になる。燃料の価格高騰に加え、新型コロナウイルス感染に収束が見えないなかで、小売業界、観光業界で格差が生じ、倒産件数が増えるともみている。貧富の格差が広がり始めており、全体的には悪くなるとみている。
▲	競艇場 (職員)	・イベントや大きなレースの開催もほぼなくなるため、来客数は減少する。また、客足は天候にも大きく左右され、雪が積もれば非常に悪くなる。売上は下がるとみている。
▲	美容室 (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していることと、物価高騰により、客は金を最低限必要なところ以外なるべく出さない方向に進んでいるようである。
▲	設計事務所 (経営者)	・建物を必要としている客からの引き合いがあるため、低調ではあるが需要はある。しかし、業界全体が潤うような力強さは全くない。
▲	その他住宅 [住宅展示場運営会社] (従業員)	・物価上昇などの影響を受けて、商談が長引く傾向にあり、住宅購入を先送りにする人が多くなっている。低調な状況が続くと予想している。
×	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルス感染症の影響で消費が低迷している。それに加えて、来年は日本銀行の政策で不景気になるとみられる。インフレが進みマイナスの相乗効果で景気はかなり悪くなるとみている。
×	一般小売店 [書籍] (経営者)	・景気が良くなるというポジティブな要因が内的にも外的にも見当たらない。特に、政府の増税の動き等により、将来の不安定感は拭えない。
×	スーパー (経営者)	・電気代やあらゆる商品、サービスの価格が高騰している。年が明けてからも更に値上げが続くため、客の節約・儉約志向は更に強まるとみている。

	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数もなかなか減らず、天候も前年より大分悪い影響、景気回復は厳しい。
	×	コンビニ（経営者）	・電気代が下がらない限り良くなることは絶対にない。4月頃からまた値上げするようだが、そうしなければもはや24時間営業は無理である。本部からは何の指導も援助もない。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・光熱費などの費用が軒並み上がり、食費は抑えられる。ましてや高級食材といわれるものなどは、ますます厳しくなるとみている。
	×	その他専門店〔靴〕（従業員）	・プレミアム付商品券の期限が到来することで客足が落ちることに加え、様々な商品の値上げと新年度に向けた準備での支出で、し好みへ目が向かない状況になる。
	×	一般レストラン（経営者）	・暇といえども12月は忘年会の予約が入っていた。1月は新年会という形で宴会がなくなっており、ここ数年12月と比べると売上が落ちている。
	×	一般レストラン（経営者）	・値上がりに対して急には賃金アップが追いつかないのが現実なので、物価高騰が落ち着くまでは消費が減少するのは当たり前である。新型コロナウイルス感染症についても、5類感染症に変更にならない限り自粛の状況は変わらず、景気回復はみえてこない。ショッピングモールや郊外型のチェーン店は混雑しているが、人がおらず感染率が低い飲食店が多い繁華街には地元の人ほど足が向かないようである。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高に伴い、企業によっては賃金アップや一時金支給などの手当をしているところもあるが、ほんの一部に過ぎず効果は薄い。行政もプレミアム付商品券等の施策を行うが、一時的であり吸収し切れないため、景気は更に悪化するとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	電気機械器具製造業（企画担当）	・ウクライナ情勢や米中問題の影響により、各国で半導体に対する投資計画が進んでいる。また、技術的にも半導体の計算能力、メモリ能力は更に高まると考えられることから、長期的には景気が良くなると考えている。
	◎	建設業（従業員）	・年度末に向けて受注を見込める案件が確保できたため、景気は上向くものと予測している。
	◎	建設業（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する諸問題も国際問題もいずれ解決する。解決次第、経済成長していくとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・大きなイベント等もなく観光客が減少する時期になるが、コロナ禍でも大きな規制がないとすれば、前年、前々年と比較してある程度の人流が呼び込めるものとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収まり、良くなるとみている。また、年度末、年度初めの仕事が見込まれる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けた設置工事などの話題が出る頃なので2～3か月先はやや忙しくなるとみている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・先々の案件が徐々に増えてきている。客先での来期の設備投資の情報も一部入ってきているため、上向きになる見込みが出てきている。
	○	輸送業（従業員）	・国際線が復便し、人流の増加が見込まれる。
	□	農林水産業（従業者）	・最近になって米の価格の先高観が出てきたが、生産者価格への反映は期待できない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・依然コロナ禍を脱出できずにおり、酒類販売の低迷は続くともみている。販売量の減少が続く一方で利益確保のための値上げも行わなければならない、苦境は続く。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先は国内生産比率が高く、かつ海外出荷比率が高いため、円安で一時的に利益が増加し増産傾向であった。しかし、円安が落ちてきてきていることから、受注が落ちていくとみている。
	□	輸送業（経営者）	・中国ではゼロコロナ政策の緩和により新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えているが、当社の主要取引先の機械装置メーカーは中国への輸出が多く、今までも業務に新型コロナウイルス感染症による影響を受けた時期があった。今後、中国のゼロコロナ政策緩和が景気にどう影響してくるのか予想しづらい。
	□	通信業（営業担当）	・契約以外でも相談に乗るなど、客との関係性を強めていくことにより、ビジネスチャンスのきっかけを探していく。
□	通信業（営業担当）	・光熱費などが値上がりしている影響で、設備などに経費を掛ける企業が減っており、なかなか受注まで至らない。	

	□	金融業（広報担当）	・ウィズコロナの環境にも社会が慣れたため、新型コロナウイルスの感染状況が多少変わったくらいではマインドに変化は起きにくい。また、ウクライナ情勢や原料高、為替動向などの外的環境も、現状では変化を予想しづらい。
	□	広告業協会（役員）	・全国旅行支援の継続により、旅行関連企業の広告出稿は増加の見込みである。しかし、エネルギー等の仕入価格が高騰しているため、販促活動を控える企業も多く、広告業界は依然として上昇気運にはない。
	□	経営コンサルタント	・人の移動が活発になれば、景気刺激の一助となる。
	□	司法書士	・当地では前年とほぼ同様の不動産登記申請件数が受理されている。
	□	公認会計士	・円安による原材料等の価格高騰や、部品不足等による製造販売の遅滞が見受けられるため、それらが景気回復の足を引っ張る要因になる。小売、サービス、飲食関係は業績回復傾向にあるが、全体としての景気は今月とさほど変わらないとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	・働き方改革に関連する商材も多数扱っているが、メーカーが期待するほど受注が増えていない状況である。インボイス関連の準備もまだまだなので、しばらく様子をみてから活発化してくるのではないかとみている。来春には市場が活発化すると期待している。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・まだ数か月は新型コロナウイルスの新規感染者数は高い数字が続くとみている。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続くため、景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・各社の現在の受注動向からは減少は余りみられないが、増加も考えられない状況である。
	▲	農林水産業（従業者）	・農業機械の使用料や修理費が高い。また、肥料も4～5割値上がりしている。生産資材の全てが値上がりしている状況なので、生活が苦しくなる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・原価の上昇がかなり厳しく、売上が上がっても利益面はかなり厳しい。来年2月に値上げを実施する予定だが、その反動も怖い。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種的にもそうであるが、地方の中小企業では業界的にもデジタル化が遅れている。SDGs、サステナビリティの観点からも、次の事業の柱を見据えていかなければならない。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・需要減少に加え、物価の上昇等もあり、景気回復の時期が全く見通せない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の生産調整が尾を引き、部品加工案件も伸び悩むことが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先においては、修繕費用を今後も削減する傾向が強くなるとみている。
	▲	建設業（従業員）	・冬季は降雪の影響で工事の進捗が鈍る。
	▲	広告代理店（経営者）	・取引先の業績回復が見通せない状況が続けば、更なる発注減リスクがある。
	×	その他企業〔企画業〕（経営者）	・今後、値上げされる商品が増えれば、衣食に関わる不可欠な消費以外は控える人が多くなるとみている。電気料金値上げの影響は2、3か月先に大きく出てくる。せめて再生可能エネルギー発電促進賦課金が中止になってくれればと願っている。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・この時期は来期の採用計画を立てている会社が多いが、採用総数は維持若しくは増加傾向という話も多い。今期及び来期に向けての採用市場も良い状況は続くともみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・多少波はあっても全体的には回復傾向にある。多くの取引先企業で前向きな動きが出ており、大きなイベントを開催する準備も進んでいる。物価高、エネルギー高騰がなかったらもっと改善するとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業から採用人数拡大の情報が入っている。

□	人材派遣会社（経営者）	・12月の1か月間で求人数が増えている。建設業、食品小売業、飲食業、製造業はしばらくの間は求人意欲が衰えることがないとみている。新型コロナウイルス感染症の影響が危ぶまれた飲食業でも、徐々に客足が戻っており、ウィズコロナのなかで今までよりも良い状態が続くのではないかとみている。
□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの新規感染者数の急増により休職者数が増えている良くない状況は余り変わらず、この先も見通しが立たない。
□	人材派遣会社（社員）	・相変わらず不透明感が漂っている。サービス業はウィズコロナが浸透し、インバウンド需要などの戻りにも期待できる反面、円高傾向に振れる為替環境のなかで製造業に陰りが出る可能性がある。また、人材確保に課題がみられ、回復期の商機を逃す懸念がある。今後の景況感は上にも下にも揺れながら余り変わらずに推移すると予測している。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・全体的には上向き傾向にあるが、地方では実感がない状態がここ数年続いているため、結果的には変化がないとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・1月から再開する全国旅行支援で観光宿泊関連に動きが出ることが見込まれる。
□	職業安定所（職員）	・求人者の多くは一定の受注があり業況はまずまずである。しかし、資材、燃料、電気等の価格高騰により収益が低下し、今後徐々に求人数を抑制する動きが出ることも懸念されることから、雇用状況も踊り場に入る可能性がある。
□	職業安定所（職員）	・物価高の影響は大きいですが、新型コロナウイルス感染症による行動制限がないため、ある程度の消費活動は維持され、景気に大きな変化はないとみている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・現状、企業の採用意欲は高いが労働力人口の減少等で採用には至っていない。この状況は当面変わらないとみている。
▲	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ものの、燃料費や電気代など物価高騰が続いていることが事業所の経営状況等に影響を与えている。
▲	学校〔専門学校〕	・現在の経済状況を改善するためには国の支援が必要であるが、大きな支援策はない。企業努力では限界があり、中小零細企業が耐え抜くには厳しい現状がある。
×	アウトソーシング企業（経営者）	・法人税の値上げも検討されている。契約上、人件費は上げられない。どんどん悪くなる。