

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：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 (九州)	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	・新型コロナウイルス感染症による規制等が解除されつつあるため、景気は回復してくる。
	◎	乗用車販売店（役員）	・半導体不足等の不安要素はあるが、6月までのメーカーからの車両出荷量が安定傾向にあるため、売上増加が見込める。また、新型車発表も控えており、受注増加も期待できる。
	◎	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、花見や歓送迎会の動きで今後の状況は分からないが、マスク着用による感染症対策も考えながら、景気は戻っていく。
	◎	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・売上が戻ってきており、原材料・光熱費の高騰への対応として、給与所得への還元をすることで、更に好景気の循環となることに期待している。
	◎	観光名所（従業員）	・非常に多くの客が来場しており、加えてゴールデンウィークの間合せ等が増えている。天候に恵まれれば、新型コロナウイルス感染症発生前に戻る可能性がある。
	○	商店街（代表者）	・賃金上昇や新型コロナウイルス感染症が沈静化してきたことで、人の動きが良くなりつつある。今後、人の動きが出ると経済が活発化し、季節商材を扱う当店の景気は良くなっていく。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているため、来街者と来客数が徐々に増加している。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症のマスク着用が個人の判断となり、5月からは新型コロナウイルス感染症法上の分類が2類相当から5類へ引き下げられる。それに伴い、規制が緩和され、人の動きが多くなるため、現況より良くなると期待している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜関係の流れは3か月前とは変わらないと考えられるが、当地産のマンゴーは市場で販売しており、前年や前々年と比べると注文が多くなっている。将来に期待をしており徐々に良くなっていく。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の収束で状況が良くなっていく。
	○	百貨店（企画担当）	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されても、すぐに効果はでないと考えられるが、消費者マインドの変化には期待できる。新型コロナウイルス感染症が終息するわけではないが、今後も消費者の購買行動を注視していきたい。
	○	百貨店（経理担当）	・マスク着用も夏場にかけて更に緩やかになり、人の動きも活発になると予想されるため、今後も化粧品や衣料品の売上が堅調に推移する。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症再拡大への懸念もあるが、新型コロナウイルス感染症の鎮静化や新社会人・新学期での人の動きが見られ、加えて、観光振興によるクルーズ船やチャーター機増便も予想され、国内外からの大きな人の移動が見込まれる。自家需要やし好性の高いブランド品・舶来雑貨の客単価や商品単価は堅調であり、今後、新生活や自家需要、県内外からの観光需要増加で回復が望める。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の行動範囲が拡大しており、生活スタイルの変化が景気回復につながっていくと判断している。しかし、懸念材料として新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が2類相当から5類へ引き下げられるため、今後も注視していきたい。
	○	スーパー（店長）	・ゴールデンウィーク後に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になるため、更に経済は活性化していくと考えている。各イベントは既に行っているが、ゴールデンウィークは新型コロナウイルス感染症発生前のイベント並みに計画している。物価上昇指数は高止まりしているが、全体で見ると景気は好転すると判断している。
○	コンビニ（経営者）	・国内需要では大きな増加は見込めないが、国内観光やインバウンドの増加で、更に景気が良くなる。	
○	コンビニ（経営者）	・マスクを着用していない客を見受けられるようになり、大きな山を乗り越え、今後の明るい見通しを感じている。	

○	コンビニ（経営者）	・インパウンドの影響で、来客数は伸びると見込んでいる。今後、行楽での人の流れは活発になり、主力のデイリー商品やドリンク、ファストフードの拡販が期待できる。
○	コンビニ（エリア担当）	・社会の賃上げ気運が、景気に影響することに期待している。
○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルス感染症の行動規制が緩和されてから、客の動きは活発になっている。今から夏に向け、買上点数やソフトドリンク、ビール、アルコールなどの販売が伸びると考えられ、売上が増加していく。
○	家電量販店（従業員）	・新生活に向け、家電の需要が増えていく。
○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産が順調に進んでいる。自動車販売店の収益の柱は新車販売であるため、新年度も新車の売上が前年を上回り、売上や利益は大きく改善する。
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年、3、4月の移動時期は、ギフトの購入が大幅に増加する。既存の客以外の増加もあり、今年は外的要因が多いため、今後の売上増加につながっていく。
○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・テナントや消費者の声を聞く限り、新型コロナウイルス感染症が5類感染症になることに対する期待感が高く、特に飲食や旅行関連については、新しい生活様式による売上を見込んでいる。一方で、物価高騰には、依然として慎重な反応であり、嗜好品に関しては鈍化する可能性も否定できない。しかし、6月から予定しているバーゲンセールは、2011年の震災後初のバーゲンセールが好調だった記憶もあり、期待をしている。
○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・韓国人観光客が増えている。今後は、中国人観光客の増加に期待したい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・今までは新型コロナウイルス感染症次第で景気が左右されていたが、今後は影響もなくなり、加えて、全国旅行支援が2、3か月継続されるため、更に上向きになると考えられる。
○	旅行代理店（職員）	・海外旅行商品の販売量が、徐々に増加すると予想している。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響が完全になくなるとは考えられないが、地下鉄の延長や国際線空港も活発に流れ、また、夜の繁華街も活気を取り戻し、景気回復が続くと予想される。
○	通信会社（企画担当）	・コロナ禍ではあるものの、新型コロナウイルス感染症による規制がほぼなくなりつつある。それに伴い、今後の新しいニーズに対応する業務割合が既に増えており、見込みや引き合いが増加している。
○	通信会社（営業担当）	・現状が好調であるため、それ以上の加速度で景気が上がるとは考えられない。
○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられるため、人流もより活発になることが予測される。街中の各飲食店の景気が上向きつつあり、この傾向が続いていく。
○	ゴルフ場（営業）	・今まで個人の客が中心であったが、企業のコンペが多数予約に入っている。企業も活発に動き出し、接待もできるようになり始めたため、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていくと考えられる。
○	美容室（経営者）	・3か月先は気候も良く、またゴールデンウィークもあるため、業界は潤ってくる時期になる。また、マスク着用も個人の判断となり、おしゃれがしやすくなる。徐々に新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなっており、景気も回復していく。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・派遣社員の減員等マイナス要因もあるが、委託費の若干の増額と受注も増える時期でもあるため、景気は回復傾向になる。
○	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・観光業部門や健康サービス業部門は、若干利用者数が増え始めており、今後に期待できる。
○	設計事務所（所長）	・仕事の資料が少し増え気味であるため、やや良くなっていく。

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・景気回復に向かっている実感はあるが、物価が上昇しているため、買い控えを懸念している。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・商店街の都市計画や後継者問題などが残っており、今後も課題が多い。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・中小企業は、今後も節減など対策を講じていく。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・所得が上がる現役世代は良いが、地方の高齢者の多い商店街では、物価が上がっても年金の受取額が変わらないため、消費は上向かない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・商品価格や電気代の高騰が原因で、飲食業はやや良くなるが、物販店は悪くなると予想される。電気代は、店舗によって倍になっていることから、一般家庭も負担が重く申し掛かり、必需品以外の物販は買い控える。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・電気などのエネルギーの値上げや物価高騰は、地方に影響が大きく、落ち着くにはもう少し時間が必要である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・徐々に良くなると考えられるが、魚が少ないために魚価が高くなり、利益が余り出ていない。また、魚を購入する消費者が少なく売上が悪い上に、高価格な魚を仕入れざるを得ない。様々なものが値上がりしているため、厳しい状況である。加えて、総菜や弁当、外食等選択肢がたくさんあるため、材料を購入して料理することが少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・物産催事は盛況である反面、長く好調であった特選ブランドの売上が、ここに来て少し伸び悩みを見せ始めている。プレミアム付商品券の販売等があったにもかかわらず、累計では前年を下回る実績となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症は収束しつつあるが、物価高騰や卵不足など客の生活不安は続いている。人の動きが出る旅行需要等に期待をしているが、全国旅行支援など補助金による利用は、限られた時間に余裕のある高齢者が多く、全世代に波及しているわけではない。しばらくはコロナ禍での生活習慣が継続される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・値上げが止まらないため、ディスカウント店と競合していかざるを得ない。グロサリー分野を中心にますます価格競争が厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・賃金上昇は、一部の大手企業に限られているため、中小企業など多くの労働者には物価上昇が大きな負担となっている。人流の回復があるとはいえ、節約志向は継続し、景気が好転する要素は乏しいと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・商品の値上げが一段落しているが、今後も値上げが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商品の値上げが続けば、店の運営は厳しくなる。単価は値上げで増加するが、来客数は今後も減少すると考えている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが、金融不安が高まっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・入学や卒業、就職など世の中の動きはあるが、消費面では婦人服には特段の変化はない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・いろいろな物の値上げが予定されており、高額な洋服は今後どの程度需要があるか不透明であり、先行きは厳しいと予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・持続化給付金や巣籠り需要で先食いした感が強く、また物価高も重なり、この状況がしばらく続くのではないかと予想している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・特別定額給付金のような対策を実施しない限り、すぐに景気は良くなる見込みはない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いたが、来客数は増えていない。しかし、客は高額な商品を購入しているため、販売単価は上昇している。結果的に来客数は減少しているが、高額な商品の購入により、客単価は上がっており、今後もこの状況で推移していく。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・売上は、悪い状況から徐々に伸びているが、今月はシングル需要がなく、エアコンディショナーの盛り上がりも今一つであるため、現状のままで推移すると予想している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・行動制限が解除され、様々な行事が再開されるが、4月以降も値上げが続くため、需要全体は相殺されてしまい、景気は横ばいが予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・決算月を終えると、市場は少し落ち着くと考えられる。今後、話題性の高い商品が、景気を支え続けると予想している。

□	乗用車販売店（代表）	・景気回復する要因がない。
□	住関連専門店（経営者）	・食料品など生活必需品は値上がりしても購入すると考えられ、また、新型コロナウイルス感染症の規制も緩和され、旅行やレジャーへの消費は拡大している。その面では、景気は良くなるが、置き家具など耐久消費財の購入には慎重になる。
□	住関連専門店（従業員）	・アスリートを起用したキャンペーンが終了することや新生活需要のシーズンが落ち着いたため、カンフル剤となるイベントが特にない。また、物価高騰による節約志向の影響が継続していく。
□	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、マスク着用も個人の判断となったため、自由に外出がしやすくなり、しばらくは人流が多くなる。
□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も一段落し、個人利用客は戻りつつあるが、歓送迎会などの団体利用がなく、売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準には及ばない。
□	観光型ホテル（支配人）	・今月の景況は大変良いが、人材不足による予約制限や物価高騰による販売価格改定等もあり、高水準を保つことが難しい状態である。
□	観光型ホテル（専務）	・先行き不透明であるが、旅行志向が続くことに期待している。
□	タクシー運転手	・統一地方選挙があるため、人の動きが若干少なくなる。
□	ゴルフ場（従業員）	・1月からの韓国の来場者は減少傾向にあるが、全国旅行支援等を利用した国内需要は今後も良い傾向が続くと予想され、天候に左右されてはいるが、地元客の予約状況も順調に推移している。
□	競馬場（職員）	・現状では良くなる見通しはないが、底堅さはみられる。
□	美容室（店長）	・徐々に経済の動きが出ているが、新型コロナウイルス感染症に気を付けながら行動しているため、急には良くならない。
□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症が、5月8日から5類感染症に引き下げられ期待はしているが、終息してしまうわけではない。客の多くが高齢者であるため、客の増加は限定的で、新型コロナウイルスの感染症対策に対する消耗品購入やエネルギーなどのコスト増加もあり、厳しい経営状況が想定される。
□	設計事務所（所長）	・材料や製品値上げのアナウンスが既に行われている。地方の個人事業主や中小企業の仕事への対価上昇といった波及効果があるかは疑問である。また、国内外の情勢が不透明で、今後も期待が持てない。
□	住宅販売会社（従業員）	・年度末であるため、人の動きがあり、また、新型コロナウイルス感染症の規制も緩和、人の移動が自由になっている。3年間我慢している分、旅行などに消費する人も多く、景気は若干良くなっている。
□	住宅販売会社（従業員）	・少子化対策として子育て世代に対する住宅関連の優遇策が実現されれば、対象の世代の需要は増える可能性があるが、全体の景気が上向きになるかは判断が難しい。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・4月からの更なる食品等の値上げもあり、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しているが、売上につながる要素がないため期待できない。
▲	百貨店（企画担当）	・大きなモチベーションがなく、ファッションの実需期とも異なるため売上が若干落ちる。
▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰による客単価の低下や原材料不足による商品供給不足で、大きな影響を受けるおそれがある。
▲	乗用車販売店（従業員）	・例年4月から6月は、販売量が落ち着く傾向にある。
▲	観光型ホテル（総務）	・歓送迎会シーズンであるが動きが悪く、宴会の売上が伸びない。
▲	通信会社（社員）	・業界自体が今月と比較すると悪くなる傾向にある。
▲	通信会社（役員）	・4月から値上げされる品数が更に増える。
▲	理容室（経営者）	・当地では人口減少が深刻で、4月から卒業や進学、就職、転勤等があるため、新規の客を獲得することは、非常に厳しい。
▲	美容室（経営者）	・6月は雨が多く気持ちも落ち込むため、売上は良くない。政府に景気対策を期待している。
▲	設計事務所（代表）	・物価高騰や金利上昇で消費が冷え込むことが危惧される。

	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・6、7月になると気温も上がり、花の保ちが悪くなる。特に大きなイベントもないため、売上は悪くなる。
	×	高級レストラン（経営者）	・来月は、統一地方選挙があるため、企業関係の動きが少なくなり、企業の客が多い当店では、かなり厳しい状況になっていく。4月の予約状況は少ないため、先行きが危惧される。
	×	通信会社（企画担当）	・今後も販売量が伸びる気配がない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	農林水産業（経営者）	・原料不足が今年から来年に掛け継続するため、工場稼働にも影響が出てくる。新型コロナウイルス感染症も鳥インフルエンザも落ち着きつつあるため、受注は増加すると予想される。貴重な商材であるため、付加価値を見だして販売転換をし、売上が伸びなくても利益を上げられるような対策を打ち出し、この難局を乗り切りたい。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・新型コロナウイルス感染症対策としての移動規制もなく、新型コロナウイルス感染症の対応も更に緩和されることで、消費行動が活発になっていく。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客を含めて協力工場の追加や変更がある。現在の体制から大幅な変更になる。その状況が落ち着けば半導体の需要や供給にもつながり、若干現状より良くなる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・内外物流の復活の兆しがあり、売上は増加傾向である。半導体セクションにおける当社担当は後工程であるため、すぐに落ち込む状況ではない。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・半導体供給の問題は払拭できていないが、来期の予算は、一定水準の生産量は見込めるため、景気は悪くない。
	○	建設業（従業員）	・今月も公共工事の受注があり、若干良くなっていく。今後は、繰越し工事の確保を中心に積み増しに取り組みたい。
	○	金融業（従業員）	・住宅販売はほぼ横ばいで推移しているが、自動車販売は持ち直している。また、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向を示しており、旅行業の取扱額や飲食店の売上も増加している。
	○	金融業（調査担当）	・世界的な景気後退への懸念はあるものの、行動制限が解除されたことで非製造業を中心に下支えし、一定期間は回復基調が続くと予想する。
	○	金融業（営業担当）	・中小企業には給与の引上げなどのハードルはあるものの、マスク着用も個人の判断となり、3月以降の消費者の動きは、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しない限り、活発になると予想される。飲食業や観光業は売上が増加しており、春先の受注や予約は伸びており、景気は上昇してくる。
	○	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いてきたことで、企業マインドには改善の兆しが見れている。しかし、仕入れや光熱費、燃料費の高騰に対する不安は依然として大きい。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	・前年と比べると広告出稿の好材料が多い。
	○	広告代理店（従業員）	・5月から新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類され、規制が緩和されることで、景気は上向いてくると予想している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが増え、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻ることが予想される。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数が増加している。
	□	食料品製造業（経営者）	・農産物原料が春野菜になる端境期ではあるが、比較的受注が見込まれている。
	□	食料品製造業（経営者）	・原材料の価格高騰やエネルギーコストの増加がまだ続いており、経営を圧迫している。景気回復はまだ先である。
	□	家具製造業（従業員）	・前年と比較すると、景気回復の兆しはみられる。しかし、材料費や燃料費などの原価高騰は引き続き予想されるため、利益確保は変わらず厳しい状況が続くと考えられる。
	□	化学工業（総務担当）	・来年度の販売数量や売上等は、今年度並みを見込んでいる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・この先、客からの引き合い等は今までと大きく変わりはない。
□	輸送業（従業員）	・まだ回復は見込めない。	
□	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、来年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。	

	□	通信業（経理担当）	・物価高の影響が少なく、受注も堅調であるため、当期は好決算が見込まれる。来期もこの状態を維持するのではないかと予測している。
	□	広告代理店（役員）	・3か月先も景気に変化はない状態である。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・3月が非常に良い状況であるため、これ以上の期待はできない。現況が続くか、若しくは若干伸びる程度である。
	□	経営コンサルタント（社員）	・現状が急速に変化しようにはない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・物価上昇を価格転嫁できていない企業が大多数である。現状維持をするために自社のコスト削減を行っている企業が多く、景気に大きな変化はない。
	▲	繊維工業（営業担当）	・再び不景気の波が懸念され、不安定な状態が続き景気が良くなることはない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・引き続き受注増加が見込めない。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・2023年上期目標の見込みによるが、景気はやや悪くなる。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・原料調達ができるようになったところであるが、生産を控える状況となり、流れが整わず危惧している。
	▲	建設業（社員）	・繰越し工事やゼロ債工事が、どの程度発注されるのか未定のため危惧している。地方の業者にとっては、民間工事に多くの期待はできず、官公庁に依存してしまうため、民間工事や下請工事の営業拡大を講じている。
	▲	輸送業（総務担当）	・4月以降には、賃上げによる物価上昇が、景気に悪い影響を与えると予測する。2024年問題もあり、運送業に携わる中小企業にとっては厳しい状況となり、変化を余儀なくされる。景気は消費マインドに左右されるため、経済が維持されていくか注視したい。
	▲	金融業（営業）	・商品値上げが隔々まで影響を及ぼしているため、個人消費に関しては賃上げが必要である。しかし、中小零細企業の対応は難しい。値上げの根源は供給不足であるが、単純に戦争の影響とは考えにくく、複合的な要因と考えられ、早急な対応や改善は困難であると推測する。
	▲	不動産業（経営者）	・今後も良くなる要素がない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの発注件数が少ないと受託できる件数が限られるため、今後、売上が減少することが予想される。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症関係の仕事がそろそろ終わる時期となるため、次の仕事を探す時期となる。求職者の動向次第では、契約成立に至る案件の増加が考えられる。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き規制も緩和されているため、人の動きが多くなりイベント等が増えていく。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されることで動いていた業務の終了とゴールデンウィークで一旦落ち着くが、5月後半から求職者も動き出し、企業の募集状況にも期待できる。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・これからゴールデンウィークに向けて、サービス業を中心に動きが活発になる。街に人が多くなり、インバウンドも増加しているため、期待できる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類になり、制限のない活動やイベントは今後ますます増えていく。物価上昇に加え、リベンジ消費などもあり、景気は上向くのではないかと考えている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・3月13日以降、マスクの着用は個人の判断が基本となり、新型コロナウイルス感染症発生前の生活習慣に近い状況になっている。インバウンドや国内旅行客も増え、日本経済は、内需を中心に今後回復する傾向にある。企業の新卒採用意欲は底堅く、しばらくはこの状況が続くと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・観光客や卒業旅行などにより繁忙対応が増加している。街中では、タクシーもなかなか捕まえない状況である。4月以降落ち着くと考えられるが、充足しない求人が多く残っており、転職市場は動き続ける。

□	新聞社 [求人広告] (社員)	<ul style="list-style-type: none"> ・行動規制も緩和され、街もにぎわいを取り戻しつつあり、マスク着用も個人の判断となることから、心理的には明るくなり、人の動きも出てくる。しかし、既にコロナ禍で失った広告は、かなり回復はしているものの、広告出稿については大きな動きがなく、今後の景気に大きな回復は見込めない。次の新型コロナウイルス感染症の感染拡大の波が来れば、再び景気に悪影響を与えることも、十分に考えられる。
□	職業安定所 (職員)	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は、増加傾向で景気が良くなるようにも考えられるが、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談が若干増えており、全体的には景気は変わらない。
□	民間職業紹介機関 (職員)	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症発生前の人手不足の状況が、再び顕著になっているため、この良い状況が当面続くと考えられる。
□	学校 [専門学校] (就職担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・しばらくは物価高がこのまま続くと予測される。
▲	職業安定所 (職員)	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業や運輸業、宿泊業の事業所では、新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出しつつある。一方、原材料費や燃料費の高騰で、販売価格などへ料金転嫁ができず、厳しい状況となっている。
×	—	—