

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)	◎	一般レストラン（スタッフ）	・新しい生活様式にも慣れ、今までの我慢の反動により、これから消費が増大する。
	◎	観光型ホテル（総務）	・新年度の宿泊、宴会、レストランの予約状況から、5月以降の回復傾向がはっきりみえる。学校や福祉施設での感染が多発しており、新規感染者数は微減ではあるが、3回目の新型コロナウイルスのワクチン接種が徐々に進んでいることも好要因である。
	◎	観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルス治療薬の発表があり、これから平常の状態に戻ることを期待している。
	○	商店街（代表者）	・人の動きは、新型コロナウイルスの感染に気を付けながら、活発になっていくと予想されるが、売上につながる材料は少ない。これから、気候が良くなるため期待をしている。
	○	商店街（代表者）	・売上の低下や来客数の減少がやや改善している。
	○	商店街（代表者）	・年度が替わるため、若干売上の上昇は見込めるが、前年と比較すると減少傾向になる。まん延防止等重点措置は解除されているが、新型コロナウイルスの新規感染者数は緩やかな減少であり、まだ外出を控えている人が多い。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの対策が見えつつあり、経済にとって明るい兆しである。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜の動きに変化はないが、県産物である果物の売上は、右肩上がりが増えていくと予想されるため、前年の実績を踏まえ、期待をしたい。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・コロナ禍による行動制限が少しずつ軽減される。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（店員）	・円安進行に歯止めが掛からなければ、輸入食材の値上がりが増えます。また、ウクライナ情勢が流動的であり、一定の需要の増加は見込める。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大も一定水準で推移すると予想されるが、旅行需要を含めて回復していくことを期待する。生産コストの上昇によるインフレや、ウクライナ情勢等の懸念もあるが、景気は段階的に改善すると見込んでいる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・政府の規制も緩和されつつあり、来客数が増加傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（経営企画担当）	・2月はまん延防止等重点措置により来客数が減少し、売上は下降したが、3月に入りまん延防止等重点措置が解除され、来客数や売上の回復がみられる。しかし、第7波の報道が出始めており、今後予断を許さない状況である。
	○	スーパー（店長）	・ウクライナ情勢と新型コロナウイルス感染症の終息次第で景気は良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は下降傾向であり、スポーツ観戦やイベントも通常どおり開催されている。人の活動は少しずつ活発になっていく。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の終息次第である。
	○	家電量販店（店員）	・来客数や購入者は、新型コロナウイルス発生前と変わらなくなっている。単価も高額商品を選ぶ客が増加し、食事や旅行に向いていた消費が、耐久消費財の需要に回っている。このまま順調に上昇していくことを期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・半導体関連企業が、一部の街に集約されるため、周りの状況はにぎわいを取り戻しつつある。このため、今後新規の客が増加傾向にあり、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）	・劇的な改善はみられないが、新型コロナウイルスについては明るい話題も多く、また、マスク生活にも慣れ、大きな第7波が来ない限り、少しずつ景気も回復していく。一方で、各種の物価高騰については、消費者心理にも悪影響を与えることが心配である。
○	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）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、来月から当面は来客数は回復していく。	
○	高級レストラン（経営者）	・マスク着用ではあるが、講演会や地域の集会等、様々な会合が始まっている。今後は、人の移動や歓送迎会が徐々に増え、景気が上がることに期待している。	

○	一般レストラン（経営者）	・まん延防止等重点措置の解除により、人出は回復傾向にあるため、地方自治体や国による補助事業の実施次第では、景気の回復が見込める。
○	観光旅館組合（職員）	・新型コロナウイルス次第ではあるが、ワクチン接種や薬の開発等が進めば、新規感染者数もある程度減少すると考えられるため、期待している。
○	旅行代理店（職員）	・Go To Travelキャンペーンの再開による旅行需要の増加に期待している。
○	タクシー運転手	・まん延防止等重点措置が解除されてからは、人の動向や景気は戻りつつあるが、懸念材料は多い。
○	通信会社（企画担当）	・既存客の予算感や見込み客の引き合いは、数や内容的にも積極的に受注・見込みがあり、今までより落ち込んでいない。
○	通信会社（営業担当）	・新しい生活様式が現状以上に浸透してくる。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・客先の受注状況では、2～3か月先は繁忙であり、今月より景気は良くなる。
○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少傾向が続けば、今後のイベント等の来場者数に期待が持て、景気も良くなっていく。
□	商店街（代表者）	・例年3～4月は売上が上がる時期だが、ここ2年は新型コロナウイルスの影響で、厳しい状況が続いている。今年も同様の状況であり、商店街へ多くの客が来街し、景気が上向く状況はほぼない。
□	商店街（代表者）	・まん延防止等重点措置が解除され、人の動きが増えてくるとやや景気は良くなっていくが、基本的には変わらない。
□	商店街（代表者）	・飲食店や生鮮食料品では新型コロナウイルス発生前の活気が戻りつつあるが、物販店では販売数も販売単価も厳しい状況が続いている。特に年配層向けの店舗では回復が遅い。
□	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢と新型コロナウイルスの感染状況から、この悪い状態がいつまで継続されるのか不安である。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・漁師によると、魚がおらず、不漁である。これでは商売にならず、考え方を変えなければ生き残れない。
□	百貨店（総務担当）	・今後のプラス要因が見当たらない。
□	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスオミクロン株の発生や、それに対する政府の対応、ウクライナ情勢の影響等、不透明な要素が多い。
□	百貨店（経理担当）	・春休みになりやや売上も回復傾向がみられるが、客の購買意欲が依然として感じられない。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大報道で、店舗への来店回復が遅れるが、県下のサテライトショップやギフトショップ、通信販売、ネット受注は堅調と予想される。新社会人や新学期等人の移動で来客数の増加は見込めるが、感染の抑え込みができず急回復は難しい。店頭では自家需要やし好性の高い舶来雑貨・和洋酒・時計・リビング用品等は引き続き堅調で、購買客単価、商品単価も好調に推移している。新型コロナウイルスの感染抑制までは、来客数や購買客数の回復は難しい。
□	百貨店（業務担当）	・コロナ禍での生活も3年目となり、消費低下したところで生活ベースが落ち着いており、先行きに対する不安はなくなる。しかし、Go To Travelキャンペーン等の施策が再開できれば、経済改善の兆しはある。
□	コンビニ（経営者）	・商品の値上げに加え、ウクライナ情勢も消費動向に影響を与える。早期の回復は期待できない。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大とエネルギーを含めた物価上昇が悪い要因だが、経済活動の再開ムードや日常生活への回帰志向も来店傾向としてみられるため、景気が良くなる動きと相殺し、横ばいの景気動向が見込まれる。
□	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらず、売上も変わらない。
□	衣料品専門店（取締役）	・4月以降、多くの商品が値上げし、外出が極端に増加することもないと考えられ、ここ2年の自粛生活から今後の行動を読むことができない。衣料品に対してどこまで需要があるか先行き不透明である。
□	家電量販店（店長）	・世界的な半導体不足の影響で一部家電の品薄状態が続いており、売上にも影響が出ている。しばらくは現状が続く。
□	家電量販店（店員）	・売上は前年を超えてきており、この状態が続いていく。

□	乗用車販売店（代表）	・景気が良くなる好材料がない。
□	住関連専門店（経営者）	・3回目のワクチン接種が進み、規制緩和も進んでいるが、ウクライナ情勢や材料の価格高騰により、大きな値上げが始まっている。そのため、消費者の買物が慎重になり、景気は低迷する。
□	住関連専門店（従業員）	・高額の冬物商材の需要が落ち着く一方、催事等を計画しているため、横ばいに推移する。
□	高級レストラン（経営者）	・深刻な状態が続く。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、新しい生活様式に慣れて人が外出するようになり、来店が増加することを期待している。
□	タクシー運転手	・月末になり、新型コロナウイルスの感染再拡大があり、先行きが不透明である。また、ウクライナ情勢により物価の上昇が予想され、不安要素が多い。
□	タクシー運転手	・まだタクシーを利用する客が、昼夜問わず少ない。
□	通信会社（統括者）	・乗客数を増やすために、スマートフォン教室等への参加の案内をしているが、苦戦している。店舗外でのイベント等を開催し、客を取り込もうとしているが、乗客数は減少傾向であり、店舗外でのイベントを工夫することによって、客との接点を増強させ、販売につなげていく。
□	通信会社（業務担当）	・新型コロナウイルスとの共存が定着しつつあるが、まだまだ新規感染者数によって景気が左右する。感染症対策をしながら経済を回すという意識が定着するには時間が掛かる。
□	観光名所（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、状況の見通しが立たない。
□	美容室（経営者）	・4～6月の景気は、今と変わらないのではないかと予想している。業界的には、通常3月が卒業や入学の時期になり動きが良いが、今年は売上が悪いため、今後、徐々に回復することを期待している。
□	理容室（経営者）	・当県は中高年が多く、来店を控えたり来店頻度の低下があり、全体的な乗客数が減少している。建設業では5月まで仕事があるが、サービス業界は非常に厳しい状態が続いていく。
□	美容室（店長）	・旅行を我慢している人が多く、景気が良くなるには半年掛かる。
□	学習塾（従業員）	・今より良くなるとは考えられない。
□	設計事務所（所長）	・3か月先の結果は、今のやや良くない状態が継続する。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はやや減少しており、街には以前より人出が増え、景気は少し回復する。しかし、ウクライナ情勢の影響で商品の価格が上昇すると、消費は減少し、一段と厳しい経済状況になる。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・卒業式や退任、離任等がある3月の受注件数は増加してくる。しかし、2～3か月先は母の日があるため、景気は悪くはないが、3月と比べると売上は減少する。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数は下がってきたが、今度はガソリン価格の高騰により、来月からほとんどの食品が値上がりになる。現状でも売上は伸び悩んでいるが、更に減少する。
▲	百貨店（企画担当）	・時期的にイベントが少なく、在庫一掃値引き前の買い控えを予想している。
▲	スーパー（店長）	・原油価格の高騰が及ぼす影響が5月以降に深刻化してくる。物価高騰による消費者の生活防衛意識の高まりから、消費支出金額が減少すると判断している。
▲	スーパー（総務担当）	・食品値上げの影響は、消費減退をもたらす。
▲	スーパー（企画担当）	・物価の急激な上昇が、収入の増加に追いついていない。
▲	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルス発生前の状態には戻らないとしても、一定の外食需要が増えていき、スーパーマーケットでの消費は減少傾向になる。
▲	スーパー（統括者）	・ウクライナ情勢の影響もあり、単価の上昇が余儀なくされており、ディスカウントストア等への買い回りや買い控えが増加することから売上の減少を懸念している。
▲	コンビニ（エリア担当）	・コンビニエンスストアにも値上げの波が押し寄せており、客の購買行動はディスカウントストアに流れる。
▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・第6波の新規感染者数が減少しないうちに第7波が発生すると予測しており、客の動きが若干昼から夜にかけて鈍っていく。

	▲	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスやウクライナ情勢が落ち着かなければ、景気は良い方向には向かわない。原材料費の高騰もあり、製品価格も上昇していくことが消費に影響を与える。
	▲	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて、家電の需要が増えている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ウクライナ情勢により、下取り価格が下落し、販売量が減ることが予想される。
	▲	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・新型コロナウイルス新規感染者数が、増加傾向にある。
	▲	通信会社（企画担当）	・販売量は好調であるが、原因は不明であり、先行きは不透明である。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・物価上昇が続けば、少しずつ来場者の消費マインドにも影響が出て、売上減少の要因になる可能性がある。経費面でも電気やガス、石油製品、食料品等の価格上昇により厳しさが増す。
	▲	ゴルフ場（営業）	・ロシアのウクライナへの軍事侵攻が終わらない限り、世界経済が不安定であり、化石燃料の価格上昇による経済の停滞が続く。
	▲	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）	・来客数やサービス提供量は戻りつつあるが、2月末から発生したウクライナ情勢により、ガソリンや食品の値段が高騰しており、今後、様々な方面からの値上げ要請が発生する可能性がある。
	▲	設計事務所（代表）	・物価の上昇が続いていく。
	×	コンビニ（経営者）	・ウクライナ情勢と新型コロナウイルスの影響に加え、商品価格の高騰もあり、客足は伸び悩んでおり、厳しい状態が続いていく。
	×	家電量販店（従業員）	・食品等の値上げやガソリン価格の高騰により景気は悪くなる。4月以降は取り扱っている商品の多くが値上げとなるため、景気が上がる材料が見当たらない。
	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス新規感染者数は少しずつ減少しているが、まだ油断ができない状況である。ウクライナ情勢による経済的影響への不安から、中高年層の動きが悪い。夜に出歩いているのは20代の若年層である。まん延防止等重点措置が解除された解放感で出歩く人は見受けられない。また、4月から食品類や酒類の値上げが相次ぎ、景気が良くなる要素が全く見当たらない。
	×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・新型コロナウイルスの感染状況に加え、ウクライナ情勢の悪影響もあり、物価は上昇している。
	×	通信会社（店員）	・オンラインでの販売や手続が増え、客との接点が減少している。
	×	競馬場（職員）	・ガソリン等の物価が急速に上昇している。
	×	美容室（経営者）	・6月は、ゴールデンウィークが終わり、梅雨に入り、再度新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していくと予想され状況は悪くなる。商売が成り立たず、死活問題である。国の対策を期待している。
	×	設計事務所（所長）	・建築における素材や製品等の材料単価が4月から3～4割上がる事が決定しており、更に生活必需品やエネルギーの単価も上昇しているため、見通しは明るくない。海外の状況も楽観視できず、不安がある。
	×	住宅販売会社（従業員）	・原油やガソリン等の燃料の値上げやウクライナ情勢の影響で、食品類の値上げがある。生活が苦しくなっており、他の消費に回らない可能性があり、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (九州)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・更なる増産の見込みがある。
	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルス次第ではあるが、恐らく収束していくのではないかと考えている。ウクライナ情勢は危惧しているが、今までの売上の減少を取り返す程度の景気の回復を期待している。
	○	農林水産業（経営者）	・3～4月は例年需要が多い時期であり、新型コロナウイルスの新規感染者数次第ではあるが、5～6月も売上に期待ができる。今まで人手不足だった工場や運輸業では、外国人労働者の入国や国内労働者の確保次第で生産力が大きく変わってくる。賃上げも積極的に実施し、可能な限り人手不足を解消していく。
	○	農林水産業（従業者）	・今後、飲食店の開店が増えるにつれ、需要と供給の均衡が取れるようになる。

○	一般機械器具製造業（経営者）	・今後1～2か月の間に取引先は落ち着き、半導体の動きも良くなっているため、2～3か月先は現況より景気は上昇する。
○	電気機械器具製造業（取締役）	・ウクライナ情勢や北朝鮮ミサイル問題等の不安定要因はあるものの、景気は少し良くなる。
○	電気機械器具製造業（総務担当）	・半導体関連客の予測では、来期も受注量は増産傾向にある。
○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・このまま少しずつ景気が良くなる予想をしているが、ウクライナ情勢や新型コロナウイルスの感染状況による不確定要素がかなりあるため、慎重に見極めていく。
○	金融業（営業）	・3か月先は、更に新型コロナウイルスの感染が落ち着いている。しかし、第7波も来ると予想され、一進一退である。
○	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの入居率が高く推移している。
○	広告代理店（役員）	・自治体からの業務発注が増加傾向にある。
○	経営コンサルタント（社員）	・夜の外出が増えることで売上は戻りつつある。
□	食料品製造業（経営者）	・原料不足で、商品在庫の不足が続く。
□	家具製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大に加え、世界情勢の著しい変化もあり、材料費や輸送費の高騰は避けられない。受注件数は上向き傾向になっても、十分な利益確保にはつながらない。
□	化学工業（総務担当）	・燃料価格高騰の影響は不透明であるが、現時点での業績等は本年度並で推移する。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置関連機械加工は、今後も客の発注状況に変わりはない。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・半導体不足の影響により、生産計画数は低い水準で推移しており、更に減産の可能性もある。
□	輸送業（従業員）	・ウクライナ情勢が落ち着かない限りは、回復は難しい。
□	通信業（経理担当）	・新型コロナウイルスの一時的な山場は超えたが、ウクライナ情勢を含めて先行きが不透明である。
□	金融業（営業担当）	・ロシアのウクライナへの軍事侵攻の終息次第であるが、物価高や円安、また、物と金の流通が滞っている状態であり、緩和されるまでには時間が掛かる。中小企業も含め、全業種で悪い状況は変わらず、仕入先からは値上げ交渉があり、販売先には値上げの交渉をするような状況がみられる。
□	金融業（調査担当）	・3回目のワクチン接種が進む一方で、新型コロナウイルスの新規感染者数は下げ止まっており、収束がみえない状況である。新年度や祝祭日で人の動きが活発化する4～5月の感染再拡大を懸念する声もあり、景気はしばらく現状程度での推移を見込んでいる。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・景気が良くなる好材料が見当たらない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の業況や人材投資に大きな変化がない。
□	経営コンサルタント（社員）	・最近の沈滞した雰囲気は急速に変わるとは思えないが、今までどおり活動は継続していく。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・国際情勢の変動により、物価の上昇や納期遅延が発生し、景気は上向きにならない。引き続き、景気に大幅な変動はない。
▲	繊維工業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、ウクライナ情勢の影響で、景気回復はまだないと予想している。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先の例年の発注状況から判断して、受注量は減少する。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今月が余り良い状態でないため、4～5月の売上は減少するのではないかと心配している。Web関係やふるさと納税は、上向きような状態ではなく、原材料や人件費、ガス等の高騰は、今後の業績に影響してくる。
▲	金属製品製造業（事業統括）	・ウクライナ情勢次第で、エネルギーの価格高騰による影響が出てくる。新規案件は、客の状況判断次第である。
▲	建設業（従業員）	・資材の高騰や入荷等により設備投資を控えたり、工期の延長が懸念され、景気が冷え込む。
▲	輸送業（従業員）	・受注販売は好調だが、資材や原料等の原価高騰が発生している。高騰幅がみえない部分もあり、全てを売価に反映できない。売上は増加するが、利益は減少となる見込みである。

	▲	輸送業（総務担当）	・原油の価格高騰や4月からの穀物類の物価上昇等の生活必需品の値上がりで、消費意欲の低下が懸念される。また、ウクライナ情勢が心理面で悪影響を与え、加えて福島県沖地震による震災の被害もあり、景気が良くなる材料が見当たらない。
	▲	通信業（職員）	・来年度の官庁が施主である営業案件数と受注予想額が伸びていない。新型コロナウイルスとウクライナ情勢の影響で機器の納期が遅延しており、工期遅延による価格上昇を懸念している。
	▲	金融業（従業員）	・公共投資が高水準で推移しており、住宅投資も持ち直しの動きがみられる。しかし、ウクライナ情勢が緊迫し、原材料費や食料品の値上がりもあるため、消費者心理は落ち込みが出ている。
	▲	金融業（調査担当）	・世界的にも新規感染者数は多く、経済活動抑制の動きに終わりがみえない。また、経済成長が期待できず、原油価格が上昇し、為替は円安である。そのため、地場事業者にとっては生産費用の負担の増加や、消費の落ち込みによる収益力の低下が懸念される。
	▲	広告代理店（従業員）	・まん延防止等重点措置が解除され受注増加を期待していたが、ロシアのウクライナへの軍事侵攻の影響により、エネルギー価格やその他物価の上昇があり、今後も厳しい状況が続く。
	×	建設業（社員）	・コロナ禍であるため、官公庁の予算も公共工事は後回しになっている。ゴールデンウィーク後までには発注があると予想されるため、それまでは雑工事や常用工事をつなげるが、早期の発注を期待している。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・3月の発注状況から市町村の調査や計画、設計の受注量が減少することが予想され、4月からの当初予算に計上が予定されていた業務については、発注の中止等の連絡もあり、景気が悪くなることが予想される。
雇用 関連 (九州)	◎	新聞社〔求人広告〕（社員）	・まん延防止等重点措置の解除後は、旅行や宿泊関連の広告も復活しつつあり、Go To Travelキャンペーンの再開となると、更に増加する。電車や地下鉄共に乗客数の増加を肌で感じており、人の動きが戻りつつある。新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増えれば、元の状態に戻る可能性はあるものの、景気としては上向きになっている。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人の動きは引き続き上昇傾向であるが、求職者の動きが非常に鈍い。長期就業者の転職意向が例年と比べ低下している。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・Go To Travelキャンペーンやゴールデンウィークを中心に人の動きが出てくる。特にサービス業はこの時期に収益を出さなければ、コロナ禍から立ち直られなくなる。人材ビジネスでは、人の動きが活発にならなければ経営は厳しい。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にある。また、駅周辺の再開発事業により、建設業や宿泊業、飲食業からの求人数が増加している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用意欲が高まっている。採用選考が例年以上に早まり、前年より早めに内定や内々定が出ており、採用状況は良くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣社員の求人受注は時期的には増えているが、求職者とのマッチングに時間が掛かる状況は続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業からの注文数や成約件数は増えていくが、人材募集にかなり苦勞をしている。思うようには登録者数も伸びず、成約件数も下降気味になっていく。実際3月下旬からは成約件数が伸びていない。
	□	人材派遣会社（社員）	・急激な変化は期待できない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・まん延防止等重点措置の反動で一時的に消費が活発になるものの、4月の諸商品の値上げや円安、海外動向等の影響もあり、景気が大きく上向くことは難しいと推測する。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業活動も再開しているが、新型コロナウイルスの不安はあり、インバウンドも当面は望めない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスオミクロン株も出現し、新規感染者数に落ち着きが見られず、事業活動を幅広くできない状態である。

□	職業安定所（職員）		・前年との比較では、新規求人数に余り変化がない。新型コロナウイルスによる休業相談や雇用調整助成金の申請件数は、令和4年1月以降高止まりしているが、相談件数に変化がない。
□	職業安定所（職員）		・新規求人の状況が回復し、現在は落ち着いている。今後、現状より増加する要因が見当たらない。
□	学校〔大学〕（就職支援業務）		・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大も山場は超えているが、まだ新規感染者数は高い水準で、直近では再拡大している状況である。ただし、企業の採用活動は活発であり、企業の採用意欲も高まっているため、多くの企業では2023年卒業の採用者数は今年と同程度、若しくは微増になるのではないかと推測している。
▲	—	—	—
×	—	—	—