

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)	来客数の動き	・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いるが、地元客が多くみられ、買上客数は前年よりもアップしている。
	◎	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で前年まで全く動いていなかった出張や会社の行事等が4月から動いてきている。また、入学式といった行事も開催されるなど、スーツのニーズが戻ってきている。結婚式等のニーズで礼服を準備する人も多くなってきている。
	○	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	販売量の動き	・売上は前年比116.8%、来客数は100.5%になっており、良い状態である。
	○	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・来客数は前年と比べて改善している。新型コロナウイルス感染ははまだ収束していないものの、生活者が適応していることと、新しいシーズンの立ち上がりということもあり好調さがみられる。
	○	百貨店(経営者)	来客数の動き	・新規感染者数は変わらないが、来客数は確実に増えてきており、短時間のショッピングで目的買いが多くみられた。物産展期間の土日は県外からも多くの客が来店し、一時的に入場制限もかけるほどのにぎわいもみせた。
	○	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は高止まりしているものの、各種規制が緩やかになり、人の動きが活発化している。特に土日に顕著に表れている。商品でいえばたばこの動きが20%増加している。明らかに振りの客が売上に貢献している。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・売上は前年を超えている。新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりの状況であるが、近隣のショッピングセンターも混雑しているようである。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・冬が終わり来客数も増えるかと思っただが、新型コロナウイルス発生前には到底及ばない。地獄の冬に比べれば売上は多少上がっているものの、経営を維持できるだけの数値ではない。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・販売量、単価は上向いており、来客数も前年並みに回復しつつある。結果、販売金額は新型コロナウイルス発生前までの水準に回復しつつある。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・暖かくなってきているため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	・天候要因ではやや回復基調ながら、新型コロナウイルスの感染収束がみえない状況は変わらないため、若干のアップトレンドの状況になっている。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・4月以降、新型コロナウイルスに関する規制もなくなり、人の動きが活発化している。今後、観光・行楽等の人の動きも活発化することが予想され、少しずつ景気回復が見込めるのではないかと期待している。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・少しずつ暖かい日も増え、コロナ禍での行動規制も緩和されたため、気持ちも明るくなってきているようである。おしゃれをして外出したい気分も戻りつつある。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・前年まで余りみられなかった旅行用途の需要や、県外客からの需要がみられるようになってきている。
	○	住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・今月は来客数が多少多かったので売上にもつながっており、景気は上向きになっている。
○	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕 (経営者)	販売量の動き	・少しずつではあるが飲食店や観光業からの注文が入り出した。新型コロナウイルスの新規感染者数などによる変動はあるが、大分人の流れが出てきている。特に県外からの観光客は南の方から人が動き出しているようである。ゴールデンウィーク後の新規感染者数によっては、かなり影響が出るかとみているが、できればニュースでの新規感染者数の報告はもうやめてもらいたいと思っている。	
○	その他小売 〔ショッピングセンター〕 (統括)	来客数の動き	・不安要素はあるものの、感染状況が比較的落ち着いてきたため、客の来店頻度が高くなってきているように見受けられる。	

○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数が140%増加している。5月の予約も4月と同等以上の数を確保している。
○	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緩和されたので、予約が幾らか入るようになってきている。しかし、大人数の宴会はまだない。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新規感染者数は下げ止まりが続いているが、慣れのせいか気にしない人が増えてきている印象を受ける。県民割のエリア拡大の影響もあり、来客数は増加傾向にある。
○	観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・県民割に反応があり、平日も新型コロナウイルス発生前と同等の割合に戻っている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が一定数で下げ止まっている状況にもかかわらず、県民割はゴールデンウィークに向けて大きな伸びを示しており、ゴールデンウィーク期間に絞れば7割以上も戻っている。世界情勢は不安定で物価上昇も続いているが、国内宿泊マーケットは底を脱した印象が強い。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・当地域には3月16日に発生した地震の損害調査のために、全国から約3000人の保険会社社員が訪れ、滞在している。レンタカーは事故など有事の際の責任問題があるため、タクシーを出退社・調査・買物・飲食などの移動の際に頻繁に利用しており特需となっている。飲食店もコロナ禍ではあるが、売上が増加していることは間違いない。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・旅行業者の募集団体はそれほど増えていないが、2～3人、多くても4～5人までの個人での予約の数が日々増えている。ゴールデンウィークも期待が持てる。
○	遊園地(経営者)	来客数の動き	・屋外施設ということもあり、新型コロナウイルスに対する客の意識が変わり、来客数が増えてきている。新型コロナウイルス発生前には及ばないものの戻ってきてつつある。
○	美容室(経営者)	単価の動き	・出掛けたり人と会う機会が増えたのか、カットだけではなくパーマやカラーをする客も出てきて、客単価が上がっている。
□	一般小売店〔書籍〕(経営者)	販売量の動き	・出版社が新刊点数を抑制していることに加え、雑誌の休廃刊が続いているため、店頭販売は非常に厳しい状況が続いている。
□	一般小売店〔医薬品〕(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者が多く出ており、まん延防止等重点措置の適用はなかったが、それでも客は感染を恐れて繁華街に出てこなくなっている。また、3月16日の地震の調査で保険会社が市内にたくさん入っており、タクシーを貸し切って調査場所へ行っているの、日中の予約が難しいと多くの客が話している。
□	一般小売店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・中旬に新型コロナウイルス発生以降中止が続いていた大規模な祭りの開催が発表されている。それ以降、飲食店や旅館関係の客先への販売量は徐々に増加傾向にあるが、前半がほとんど動かなかったことから、トータルでは横ばいとなっている。
□	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・衣料品に対するの購買意欲が下がったままとなっている。気温上昇や桜の開花等、モチベーションの上がるタイミングでも改善はみられなかった。新型コロナウイルスの感染状況の高止まりが要因なのか、まだ外出には消極的である。
□	百貨店(催事担当)	来客数の動き	・一部衣料品の動きが良くなっているが、新型コロナウイルスの影響で開催中止となった催事もあり、全体的に来客数が回復していない。
□	スーパー(経営者)	単価の動き	・食品はコストプッシュ値上げの影響で、平均1品単価が前年よりやや上がっている。そのためか買上点数の前年比の減少幅がやや拡大している。しかし、来客数は横ばいなので、消費の落ち込みはまだ現れず、全体として変わっていない。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・人の動きは出ているが、物価上昇に伴い財布のひもは固くなっている。
□	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が依然多いため人出が少なく、売上減少の要因になっている。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・ウィズコロナになってから、前年まで買い控えをしていた客の買物意欲が少しずつ高まっているように感じられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・来客数及び買上点数が減少している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (従業員)	販売量の動き	・高単価商品の販売量が3か月前と比べて劇的に増えているということはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・タイヤの交換時期でもあり来店客は微増しているが、売上単価的に伸び悩んでいる。車両販売も配車遅れが解消されず、直近の売上が伸びない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・新車登録は前年比80%と、半導体不足を含む新車の生産遅延が収益にも大きく影を落としている状態である。幸い受注自体は前年とほぼ同水準で推移している。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・オーダーメイドなので物件の修正というものがあるが、量的に多くなっており、金額も上がってきている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は最悪というわけではないが、依然観光客は増加していない。前年よりは少しプラスになっていても、まだまだ安心できる状況には至っていない。ゴールデンウィーク控えもあるのかもしれないが、景気は良くない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・前年の4月よりは来客数は増えているものの、新型コロナウイルス発生前の8割程度である。春の行事も再開されているが、外出に慎重な人は多いため、靴の需要はそれほど増えていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・販売量が年々減少傾向にある。販売価格の高騰により、1回当たりの給油数量が少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・悪いなりには、新型コロナウイルスオミクロン株も少し収束し安定しているようにみられる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくるとともに、少しずつ客は戻ってきていた。しかし、最近ガソリン代等、もろもろの値上がりの影響か、買い控えや入店控えが出てきており、予断を許さない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・地震で設備など損壊したため4月も3週間ほど休業した。その影響もありゴールデンウィークの予約は他の施設に後れをとったかもしれない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・暖かくなり多少人の動きは増えてきている気もするが、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・個人旅行は先行予約を中心に前月比でも増加傾向にある。また、一般団体も3月の取扱案件数ゼロから、4月は国内20~30人2泊3日の案件を3件取り扱うなど、先行きを含めて微増ではあるが回復の兆しがみられる。ただし、今後の新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況や物価指数の上昇が与える影響を見極めていく必要があり、油断できない状況であることに変わりはない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・県民割の延長で個人旅行は多少上向いている。一方で、4~5月実施予定であった修学旅行が延期や方面変更となっており、前年と同じように推移している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	競争相手の様子	・タクシー会社は3月の震度6の地震による家屋調査及び損害調査でどこも非常に忙しく、タクシー業界は活況を呈している。タクシーが郊外に出払っていて街中でタクシーを捕まえられないほどである。しかし、厳しい状況にあることに変わりはない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・新年度に入り、新生活応援キャンペーンなど展開して加入促進を図ってきたが、新規加入者は伸びないままである。新型コロナウイルス新規感染者数がここ3か月高止まりのまま推移しているため、法人、個人客共に動きが鈍いままである。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・ガソリン価格高騰など不安定な要素が多く、客の動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	競艇場 (職員)	単価の動き	・来客数は若干増えているが、客単価が低いため売上増加には結び付いていない。

□	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は子供を中心に感染が拡大傾向にあり、客足は全く伸びない。
□	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・価格が確定している建売住宅や売建住宅は動きがよいが、注文住宅だと完成予定が確定できない。
□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器はコンロ、給湯器の交換工事が増えている。リフォームは、エアコンを早めに交換する動きが鈍く、増改築工事は減っている。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・県内では新型コロナウイルス新規感染者数が減少していないことに加え、原材料や原油の価格高騰、円安による商品の値上げ等により、消費意欲が低下している。
▲	商店街 (代表者)	販売量の動き	・地震、新型コロナウイルス、円安といった要因があり、いつまでたっても景気が改善されない。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	単価の動き	・通常、年金給付月の後半は売上が改善するが、たまたまかもしれないが今は著しく悪化している。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・商品単価が上がる傾向と反比例して買上個数が減少している。結果、客単価は下落傾向になりつつある。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・当店の近隣においても祭りなどの開催が決定しており、外出する機会が増えているため、スーパーへの足が遠のいている。新型コロナウイルスへの脅威が薄れているようである。
▲	スーパー (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数の高止まりから来客数の前年割れが続く、買上点数も前年から割り込んでいる。週末は特売、クーポンによる販売促進で売上確保はできているが、平日は買い控え、購入に慎重になっている。
▲	スーパー (営業担当)	お客様の様子	・値上げ、円安、光熱費の高騰と、新生活への支出により、内食需要は上がっているようだが、実際には買上点数の減少が大きくなっており、節約志向が強くなっていると考えられる。来店頻度も下がり、特売日への集中が顕著になって価格競争が強くなるのではないと不安である。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が多すぎて、皆、今までよりも出歩くことに慎重になっているようにみえる。それにより来客数が減少しているとみている。
▲	コンビニ (店長)	単価の動き	・ウクライナ情勢による原油高とそれに伴う原料高、人件費の高騰により物価が上がっており、一般消費者の財布のひもはがっちり固まっているという実感がある。
▲	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・白物家電、黒物家電共に買換え需要の購入単価は伸びている。しかし、買換え以外の商品を購入する客が減っている。来客数、買上点数共に減少している。
▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・半導体不足の影響で新車の納期がかなり延びてきており、新車の購入を諦める人が増えてきている。
▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・中国のロックダウンにより新車納期予定に長期的な遅れが発生しており、新車の売上見通しが立たない。それが影響し中古車の入庫もなく、新車中古車販売での収益見込みが減少していく見通しである。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・業界的には繁忙期に入るはずだが、コロナ禍で乗用車、物流トラックも含む車の走行距離が少なくなっており、その影響で摩擦材ブレーキ関係の交換が大幅に減っている。
▲	その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・地元の飲食店は、限界を超えかなりの数が廃業・閉店している。年明けから一般店頭関連も落ちてきており、非常に深刻な状況が続いている。
▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・上旬は新年度の始まりに伴う小規模な歓送迎会や家族内での進学祝い、法事等の来店予約があった。中旬は依然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、近隣でクラスターが多発した影響か、閑散とした繁華街に戻った。下旬はゴールデンウィークも控えてか、県外からの観光客を昼の街中でチラホラ見掛けただけで、地元の人達ではないため一時的な人の流れで終わっている。コロナ禍でみえてきた課題はバブル期から変わりなく、当県に滞在する観光客が戻らないとエリアのサービス業は厳しい。

	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・目に見えて物価が高騰している。石油精製関連製品の洗剤、油等、生活必需品の値上げが徐々に店頭価格に反映されており、生活を圧迫している。医療関係備品にも影響があるため、今後医療費の値上げも考えられる。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・今年に入り物価の上昇が相次いでいる。政府が掲げる賃上げには及ばず、支出だけが増加している。今後、ますます景気は悪くなる方向へ推移するとみられる。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲について、より消極的になっているような感じがある。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・前年の4月もかなり落ち込んだ数値であったが、今年も再来率は前年比約93%で、なかなか客が戻ってきておらず、来店サイクルが延び延びになっている状況は現在も続いている。
	▲	設計事務所（経営者）	単価の動き	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルスの影響で、4月に単価や納期の変更が提示されている。物価高、品薄状況を理由にした工期の見直しや、工事費高騰に伴う受注量の減少が予想される。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・4月に入ってから、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もあり、客の動きが鈍化している。大型連休に関しても、現状が続くことを予想しているため、来場者数は少ない見込みである。
	×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・まだまだコロナ禍のなかで客の反応は鈍く、販売にはつながっていない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・客は原油や原材料の価格高騰による物価の上昇に敏感に反応しており、節約志向が顕著に表れている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当店は企業の上層部の客が多く、下の人たちに言っている手前、自分たちが新型コロナウイルスに感染するわけにはいかないということで来店を控えている。政府が幾ら大丈夫と言っても、企業内では決してそうではないということである。
企業動向関連	◎	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きが出てきたため、売上は前年比115%と回復している。しかし、新型コロナウイルス発生前との比較では80%である。
(東北)	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・各社新年度を迎え、予算取りで動いていた案件が正式発注となり、受注増加となってきている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・保育園で感染が広がっており、子供の自宅待機で仕事を休む人が増え、人繰りに苦労している。また、他業種では上海のロックダウンで材料が入らないとの話もあるが、当社では材料は今までどおり入荷している。
	○	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。小売、サービス、飲食関係は以前と比べ、売上や利益等の業績が少しずつ改善している。建設業等は一定の利益を計上している企業が多く、全体としてはやや景気が回復しているとみられる。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置の解除により活動制限がなくなったことで、県外の飲食需要が回復している。県内でも新幹線が3月の地震から復旧したことで交流人口が増えつつある。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年比3～5%減少が続いており、3か月前と比べて変わらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・第6波の影響で受注が増えなかった。また、本来であればイベント関係の印刷物が入る時期だが、3年連続で入っていない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の話から増産の雰囲気はある。しかし、ウクライナ情勢や円安の問題で先行きが不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・各設備の予防保全案件において、修繕時期延伸や事後保全での修繕対応になっている。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上自体は少しずつ伸びてきているが、燃油価格の高騰等により、利益は新型コロナウイルス発生前ほど残らない。やはり売上も利益も伸びるようであれば景況感の好転は感じられない。

	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で客の消極性が増しており反応が冷たい。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・イベントや催事も復活して日常が戻りつつある。しかし、原油価格の高騰、物価の上昇などによる先行き不安から、当初の販促予算を削減する傾向が見受けられる。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・相変わらず商品の納期が見通せない状況が続いているものが多々あり、状況は変わらない。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・地元の大工は今まで以上に新築やリフォームの依頼が少なく仕事がない状況で、これもコロナ禍の影響だと嘆いている。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業資材価格や燃料価格の高騰で、コスト増となっている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入れや原材料価格の値上げ、エネルギーコストの高騰はあるが、販売価格への転嫁が進んでいない。加えて、業務そのものやイベントの取下げ、開催取りやめなどから、受注量自体が減少している。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・出荷数量の減少に加え、原材料や燃料の値上げが続いており、経営的に非常に厳しい。
	▲	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材や設備機器など資機材の急騰と納期遅延に伴って、契約交渉が難航するケースが散見されている。
	▲	金融業（広報担当）	取引先の様子	・折からの原材料・資材の調達難しさに加え、地政学リスク顕在化に起因するエネルギー価格や農産物価格の上昇により、ほとんどの業種で影響を受けている。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・原料価格の高騰によって客先の経営が厳しくなっており、販管費を抑制する傾向がみられる。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス対策の効果がみられないうちに、ウクライナ情勢等の新たな要因が消費活動を阻害している。
	▲	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・ゴールデンウィーク目前にもかかわらず、町内の温泉街宿泊施設では予約数に伸びがみえない。当地でも新規感染者数が増加しており、そのことが来客数に影響しているのではないかとみている。
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先のスーパーのバイヤーからは、客の購買力が非常に弱くなっており、特売しても前年より反響が薄いとの話を聞く。購買客数が下がっていて、購買点数も1割くらい低くなっており、売上も5～10%下がっているという状況とのことである。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は一時期の伸びとの比較では落ち着いた印象を受けるが、引き続き堅調な推移になっている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・人材を求める相談が増えている。
	○	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・各種イベント等が、感染症対策を考慮しながら実施できている。それに応じて関連業種の参加もみられ、徐々に活性化しつつある。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・まん延防止等重点措置が解除になって景気が戻りつつあった。しかし、ウクライナ情勢により仕入価格が悪化して、飲食店や卸売業、工場がダメージを受けている。また、3月16日の地震では倉庫や工場の屋根が崩れるなどその影響も大きく、景気については3か月前から変わらない状況が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前年比で100%以下の状況が続いている。首都圏に比べ回復が鈍化傾向である。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・新年度になって、もう少し会議が多くなるかと思ったが変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染収束を期待していたが、一進一退で先行き判断に迷う声が多く聞かれる。さらに、ウクライナ情勢も長引き、前向きな声が聞こえてこない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が依然高止まり傾向にあるなか、ロシアのウクライナ侵攻と円安の影響がじわじわ地方にも及び始めている。

□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・人手不足を背景に従業員を募集する動きは継続している。また、その確保のために正社員を募集する動きも継続している。
▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化の影響でインフレ圧力が強くなっており、消費抑制からの景気悪化の兆候が出てきている。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年明け以降、県内の新型コロナウイルス新規感染者数の更新が続いている影響もあり、広告活動を控える業種が多くみられる。
▲	職業安定所（職員）	それ以外	・物価高の影響で消費・購買意欲が低下している。
×	—	—	—