

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)	◎	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・経済対策を実施し、感染抑制が進めば、外食や旅行、インバウンド需要も戻り、更に景気は良くなる。また、原材料の価格高騰で仕入価格が上がるため、売価の転嫁により給与の引上げができれば、景気回復のポイントになる。
	◎	観光名所（従業員）	・外出自粛等の規制が適用されなければ、景気が戻る兆しがある。
	○	商店街（代表者）	・ファッション業界では、ファッション性がある低価格帯に人気があり、まとめ買いが増加し、客単価が上がっている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が心理的に影響を持たなくなりつつあり、マスクの緩和とともに次第に不況は薄れていく。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がこのまま減少し、更に規制の適用もなければ、2～3か月先の状況は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスに関する規制が緩和され、安心感から外出が多くなっている。そのことは、消費活動に反映されており、外出用婦人服の売上が上がっている。
	○	百貨店（企画担当）	・原材料やウクライナ情勢等、不安要素による下振れリスクはあるものの、例年より気温が高い夏になるとの予測もあり、衣料品関連を中心に追い風が吹くと予想する。物産催事も強化し、数多くの来客を期待している。
	○	百貨店（経理担当）	・5月に入り、来客数が戻っている。美術品等の高額品の売上も若干ではあるが良くなっており、今後に期待が持てる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・行動制限が緩和され、来客数は格段に増加しており、今後も売上増加が見込まれる。
	○	百貨店（業務担当）	・徐々にではあるが、新型コロナウイルス発生前の生活に戻りつつある。これまで抑えていた需要が活発になることを期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が薄まりつつある。ただし、ウクライナ情勢による商品の値上がりが続いた場合は、客の消費意欲が減衰するおそれがある。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスとの共存にも慣れ、人の動きが出始めている。
	○	コンビニ（経営者）	・夏の行楽やイベントが3年ぶりに開催されることで、人の動きは更に活発になると期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・インバウンド規制の緩和により、国内でも開放的な意識が高まり、人流増加が予測される。
	○	コンビニ（店長）	・景気回復に期待をしているが、新型コロナウイルスの感染再拡大が懸念され、先行きが見えない。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・暖かくなるにつれ、飲料水や冷たい食べ物が売れていく。長雨になると売れ方も変わるが、この天候が続くと売上が伸びると予想される。
	○	家電量販店（店員）	・家電では季節要因により、3～4月の売上が大変良かった反動から、5月は大きく落ち込んでいる。6～7月の気温が平年並みであれば、若干上向くと考えている。
	○	家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増える。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・6月は梅雨に入り、若干客足が遠のく傾向にある。2～3か月先には梅雨が明け、来客数も回復してくる。新型コロナウイルスの関連性もあるため一概にはいえないが、夏休み時期でもあり、景気は良くなっていく。
	○	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〕（統括者）	・新型コロナウイルスの規制緩和がプラスに働くが、物価高の影響もあり、楽観視できない。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス新規感染者数は減少していないが、少しずつ慣れ、気にしなくなり客足が増えている。6月からは、海外からの渡航客も緩和され、景気が良くなることを期待している。	
○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の収束で、消費者が活発に動き出すことを期待する。	

○	観光型ホテル（総務）	・コロナ禍による延期や中止が相次いだ大型宴会の予約が、着実に増えている。これまでは開催日直前まで仮予約するケースが多かったが、現在ではこれまでより早い段階で決定するケースが増加している。
○	旅行代理店（職員）	・県民割以降に始まる予定のGo To Travelに期待している。
○	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響はあるものの、関連業務の受注が定着しつつある。
○	通信会社（営業担当）	・飲食店への来客も増え、全体的に経済が動いている。その効果が目に見えてくる。
○	ゴルフ場（従業員）	・海外からの外的要因がない限り、昨今の景況感やゴルフブームはしばらく続くと考えられ、やや良くなってくる。
○	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス対策や薬の開発も進み、制限が少しずつ解除されている。今後は、ウクライナ戦争の状況次第で、景気の方向性が変わってくる。
○	競馬場（職員）	・新型コロナウイルス対策による規制が緩和されると、人の動きが更に活発化され、良くなると期待している。
○	理容室（経営者）	・夏場に向かい暑くなると来店回数が多くなるため期待している。業種によっては、材料搬入や高騰で苦勞しており、飲食業では持ち直している。
○	美容室（経営者）	・今年の夏は猛暑で、秋も暑さが残ると予想されるため、来客数が増加する。
○	美容室（経営者）	・春先から初夏に掛け、服装に変化が出てくる。また、新型コロナウイルスも収束していくと2～3か月先の景気は、向上すると予想される。
○	美容室（店長）	・旅行等外出の機会が増えているため、おしゃれマインドが美容院利用につながっており、徐々に上向いていく。
○	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）	・3回目のワクチン接種が進んでいることで、今後の新規感染者数が大きく減少し、サービスキャンセル等の影響により減収となる頻度は減少する。
○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、客の動きも活発になり、景気も良くなる。
□	商店街（代表者）	・原油高が少し落ち着いているが、材料や食料品が高騰し、値上げ情報を頻繁に受けている。買物控えの兆しがみえている。
□	商店街（代表者）	・夏物の最盛期に入るが、新型コロナウイルス発生前の売上回復には程遠く、生活必需品の値上げで買回品の購買力は期待できない。
□	商店街（代表者）	・火災で客が商店街から離れたため、商店街一丸となりイベントを考え、客を取り戻すよう努力している。
□	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢により今後の景気は悪化すると考えられるものの、現時点では新型コロナウイルス対策が緩和され、商店街には活気が出ている。しかし、物価の上昇は日々報道されており、低所得者には大変厳しい状況となっている。中小企業の賃金アップは難しく、貧富の差が拡大することが予想される。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・新型コロナウイルス発生前の売上には程遠い。マスクや行動規制などが緩和され、明るい兆しがみえてくることに期待している。このところ魚の水揚げが少ないため、一気に景気回復した場合が心配である。
□	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの対応については、新しい生活様式が進みつつあるが、ウクライナ情勢や世界的なエネルギー価格上昇、円安等、不透明な要素が多い。
□	百貨店（企画担当）	・夏休み期間は、ゴールデンウィークとほぼ同様の動きを予想している。来客数は増加すると予想されるが、秋の商材に対する反応はまだ鈍い。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・物産催事や全店催事で客の外出意欲を感じている。店頭や周辺では観光客への土産品紹介も目立ち、催事やお中元展開で店舗・地域への来店が期待できる。加えて、サテライトショップやギフトショップ、お中元通信販売、ネット受注における販売額の堅調な推移が見込まれる。外出意欲が高くなっており、来客数増加で徐々ににぎわいをみせ、景気の急回復に期待している。自家需要やし好性の高い舶来雑貨・和洋酒・時計・リビング用品等は堅調である。また、購買客単価や商品単価も堅調で、来客数や購入客数の増加が期待できる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの規制による反動で、購買意欲の高まりが継続しているが、今後は値上げが購買意欲を減衰させる懸念がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・原油価格の高騰や世界情勢の緊迫感及び円安等もあり、食料品を始め生活必需品の値上げが相次いでおり、小売業では買上点数の減少や買い控え等が危惧される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・景気回復する好材料が見当たらない。今後数年は、この状態が継続する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・新しい生活様式に慣れ、ある程度落ち着いていくと予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・物価高の影響で、外出用衣服の需要の戻り方が心配である。また、買物を抑えていた時期も長かったため、消費意欲を刺激するセールも多くなり、収益が伸びづらいのではないかと懸念される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大を受けたロックダウンの影響により、出荷遅延となり、納品遅れで売上が下降する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・新車受注は堅調に推移しているが、メーカーからの新車配給が大幅に減少している。改善する明るい兆しが全くなく、新年度第1四半期の決算は赤字の見込みで、大変厳しい状況にある。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、横ばいか減少傾向にあり、規制緩和も進んでいる。経済活動で、観光など活発に始まっているが、ウクライナ侵攻の長期戦や大幅な物価上昇により、家具などの消費は鈍くなる。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（従業員）	・夏日が少なければ、夏物商材の買い控えが懸念され、景気は気候次第で左右される。
<input type="checkbox"/>	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）	・5月は、まん延防止等重点措置の解除により良好な結果が見込まれており、特に映画のヒット作によるシネマは好調である。夏休みには、更なる新型コロナウイルスの規制緩和がない限り、今月と同程度の景気が期待される。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・6月の予約状況は、まだまだ動きは鈍い。当月は総会時期で食事の利用が多かったが、新型コロナウイルスの影響でオンライン総会が進み、会食は見込めない。今後先行き不透明であるため動きが読めないが、客が戻ってくることを期待している。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス対策の規制が緩和されているが、大人数での宴会など禁止している企業が多く、団体利用はない。人数制限がなくなれば団体利用が見込まれ売上も上がるが、現状は自粛状態が続いており、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・個人客の予約は休日に多いが、団体客の予約は早くても秋以降になる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売担当）	・先行き不透明であるため、全く予想ができない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・物価上昇やウクライナ情勢の影響による消費マインドの悪化で、旅行や外食を控える傾向が今後もしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・県外からの人の動きは戻りつつあるが、県内の夜の動きは僅かである。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・ロシアによるウクライナ侵攻の影響だと考えられるが、原材料の価格高騰により、様々な商品が値上げしている。その結果、今後の消費者行動は、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているものの、消費行動が活発化するとは考えにくい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・今後、インバウンドの復活等に期待しているが、一方でウクライナ情勢による物価高が国民生活を圧迫し始めており、景気回復への不安要素も多い。

□	通信会社（統括者）	・携帯電話等の売上は、前年並みに推移するが、事業者から獲得する手数料収入は厳しい状況が継続すると予想している。
□	通信会社（企画担当）	・販売方法の見直しを行うが、販売量増減への効果や影響は、先行き不透明である。
□	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）	・健康サービス産業のため、感染を心配する客の利用は、まだ改善傾向には遠い状況である。
□	設計事務所（所長）	・受注を目指す案件の状況について、足下では大きな変化はないため、景気は変わらない。
□	設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの感染が収束すれば、景気も良くなる。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いている状況が継続すると、旅行や買物が増加し、景気は良くなっていく。ただし、新型コロナウイルスの第7波が課題である。
□	住宅販売会社（代表）	・ここ半年の景気は、横ばいである。この状況が長引くことにより、会社の財務が悪化していくため、根本的なところから改善していく必要がある。加えて、融資による改善対策も考えなければいけない。
▲	商店街（代表者）	・企業の売上は現状より良くなるが、一般消費は現状のままだと予想される。
▲	一般小売店〔青果〕（店長）	・今後は当地の野菜が少なくなり、県外産が中心になる。暑くなり、需要の低下と単価の上昇により、かなり厳しくなる。中でも完熟マンゴーは、県外からの引き合いが多く需要が伸びていることから、前年より高くなっている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ロシアのウクライナ侵攻により、物価高などは小売店にかなり影響している。コロナ禍で売上が半減しており、原材料の価格高騰で、販売価格を上げなければ生活も厳しくなる。これから暑い季節になり、売上は期待できない。
▲	スーパー（店長）	・原油価格の高騰問題が落ち着かず、物価上昇に歯止めが利かないと予測している。消費の冷え込みはますます厳しくなる。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染の規制緩和に伴い、客の流れが小型・中型店から大型店へ移行しているため、減少傾向である。食品中心の店舗は、物価上昇も含め、今後厳しい状況になると予想される。
▲	スーパー（総務担当）	・6～7月に各メーカーの食品価格の値上げが実施される予定となっており、今後は消費者の節約志向と小売業界の価格競争等が更に強まり、当面は厳しい状況が続く。
▲	スーパー（企画担当）	・今後の社会情勢に左右されるが、国際情勢不安が長引けば消費者が買い控えに向かうことも想定される。一方、新型コロナウイルスについては、新しい生活様式が浸透しており、今後の景気に特に大きな影響はないと予想している。
▲	スーパー（経理担当）	・値上げに対する所得増加の見込みがなく、生活防衛に回るのはないかと危惧している。
▲	コンビニ（経営者）	・商品の値上げにより、一部客離れ傾向にあり、来客数の減少が心配される。必需品のみの購入となっており、客単価も落ちているため、この厳しい状況が、今後も継続されると考えられる。
▲	家電量販店（店長）	・商品供給が安定しないと、夏の商戦にも大きく影響する。
▲	乗用車販売店（従業員）	・6月は農繁期となり、農業が盛んな当県では販売量に影響が出る。
▲	乗用車販売店（代表）	・これから先もコロナ禍の影響が出てくる。
▲	高級レストラン（経営者）	・やっと新型コロナウイルスの感染が収まりかけ、国はインバウンドの入国を決定しているが、梅雨で人の動きが減少するなど、全く先が読めない状況である。
▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・取引先の操業状況は、行き過ぎた円安や原油高が原因で、各種製品の値上げや納期遅延など影響を受け、悲観的になっている。
×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・気温が上がると通常でもギフトとして花を贈ることを控えることが多い。加えて物価の上昇や、生産者によるコスト削減を目的とした生産停止のため、花屋で販売するときには金額が上がる。今後様々な要素から景気が悪くなると懸念している。

	×	家電量販店（店長）	・今よりも更に商品供給が厳しくなると予想され、供給が安定するまでは様子を見ている客が増加する。
	×	家電量販店（店員）	・休日の観光地は多くなっているが、物価高の影響もあり、家電量販店への来客数が非常に減少している。この傾向はしばらく続き、改善がみえてこないと予測している。
	×	家電量販店（従業員）	・製品原価の高騰で、店頭陳列品のほぼ全てが値上げとなっている。しかも、現在の在庫完売後の次の入荷が未定の状況である。ウクライナ情勢や中国のロックダウン及び半導体不足等が影響し、供給が圧倒的に不足している。
	×	設計事務所（所長）	・世界情勢が不安定、不透明であるため、材料・製品・生活必需品等の価格上昇について先が見えない。収入がそのままならば、自由に使える金が少なくなるため、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）	・主要取引先より、8月以降の増産依頼を受けている。
	◎	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先では、来月から生産ラインを増やし、フル稼働することで増産体制となっている。
	○	農林水産業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染率が高い状況であるが、新しい生活様式を取り入れ、外食部門の販売では、Web販売で補うなどしてうまく状況をわたっている。また、店舗でも安全を重視しながら営業しており、利用者も安全マナーを守っている。新型コロナウイルス発生前のようにはいかないが、梅雨明けの7～8月は野外活動を中心に消費が伸びてくると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・この業界では、半導体の受注量や生産量、販売量等の動きによって左右されるが、悪い状況が改善されれば、これから先の景気は、徐々に良くなると予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・業種を問わず、AI関連や生産性向上に伴う業務の引き合いは、今後強くなる傾向がある。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・予想では、半導体関連は増産傾向である。
	○	建設業（社員）	・官公庁の4年度発注予定が今月末にそろそろため、期待している。例年発注されるまでに時間が掛かっているが、民間工事や雑工事、少額工事等、何でも受注していきたい。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルスの規制が徐々に緩和され、景気も正常化すると考えている。
	○	広告代理店（役員）	・3か月予想の数字が上向きである。また、競合プレゼンテーション案件が増える見通しである。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・2年以上続いている新型コロナウイルスの感染状況もやっと出口が見え始めている。完全に元に戻るわけではないが、経済も徐々に動き出していく。
	○	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。
	○	その他サービス業〔物リース〕（職員）	・一時期の大幅な円安傾向から落ち着きを見せており、将来を見据えた設備投資等もやや活性化すると予測している。
	□	食料品製造業（経営者）	・原料の価格高騰と品薄が続き、状況の改善は厳しい。
	□	家具製造業（従業員）	・少しずつではあるが、案件情報は増えつつある。ただし、材料費や運送費の高騰により利益確保はまだまだ厳しい状況が続く。また、大型案件と小規模案件の2極化が、より一層進んでいると実感している。
	□	化学工業（総務担当）	・本年度は、売上や損益が前年度と同様を見込んでいる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスなどの影響で通常営業の売上が落ちるのではないかと心配しているが、通信販売やネット販売等でどうにか補えると考えている。しかし、原材料等や人件費の値上げはどのようにもできないため、この状態が続くと予想している。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・設備投資の意欲は感じるが、ここに来て建築現場の職人不足が深刻で、建築設備機器の納期延期に影響している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・客先の反応は、今までと変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・海外部品の供給が不透明のため、再度非稼働日が設定され、内示計画数に対して減少が予測される。
□	建設業（従業員）	・大型物件の受注がすぐに結び付かないため、公共工事の受注活動を強化していきたい。	

	□	輸送業（従業員）	・海外からの輸入に頼る我が国は、海外の状況が元に戻らないと景気の回復は難しい。
	□	輸送業（従業員）	・原料の輸入状況が変わらないと、生産量が変わらず景気も変わらない。幸い原料費高騰は報道の影響もあり、価格に転嫁できている。
	□	輸送業（総務担当）	・物価上昇の影響はそこまで大きくないが、今後運送会社が一斉に値上げすると、価格転嫁せざるを得ず、景気に水を差すことになる。一方、来月からの入国緩和で海外の観光客が増える見通しである。これにより、観光業界や飲食店等に以前の活気が戻ると予測する。
	□	通信業（職員）	・官庁の施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、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）	・売上の見通しは、現時点では大きな変化がみられない。
	□	金融業（従業員）	・公共投資が高水準で推移しているほか、住宅投資も持ち直しの動きがみられるが、原材料費や食料品などの値上がりの影響が多くの業種に及んでいる。一方、新型コロナウイルス感染拡大に伴う各種制約が緩和されるなか、飲食店、ホテル・旅館、旅行業では需要が回復している。
	□	金融業（営業担当）	・一般消費者を対象とする小売業やサービス業は、新型コロナウイルスの規制緩和で活発になり、売上が増加していくことが考えられる。物価上昇は、中小企業や仕入れ販売共に苦勞している状況で、政府が景気対策の手を打たない限り、景気は上昇傾向にならない。
	□	金融業（調査担当）	・インバウンドの入国緩和などによる人流の増加に伴い、サービス業の回復が期待される。ただし製造業における材料不足が解消されるには、まだ時間を要すると考えられ、景気全体としては、それほど変化しない。
	□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息とウクライナ情勢に連動して、企業動向や消費マインドが左右される状況は続く。
	□	不動産業（従業員）	・オフィス物件の収益が横ばいに推移している。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・Webの広告やテレビCMの売上は好調なもの、新聞は厳しい。
	□	経営コンサルタント（社員）	・現在の閉塞感が薄れなければ、新しい動きはみられず、明るい気配が感じられない。
	▲	不動産業（経営者）	・世界の情勢や円安等の影響で、景気はやや悪くなる。
	▲	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの重症化リスクが抑えられ、若干の景気回復が予想される。しかし、ロシアのウクライナ侵攻が世界経済の下振れリスクとしてあり、このまま回復基調に戻っていくとは考えられない。
	▲	経営コンサルタント（社員）	・国内商品の値上がりにつき、輸入商品も値上げが始まり、消費が落ち込んでいる。
	×	繊維工業（営業担当）	・多くの工場では工賃が上がらず、人手不足や後継者不足、高齢化等で10年以内に閉鎖していくと予想される。当社でも機械を含め、難しい時期に差し掛かっており、良くなっていく状況ではない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の4年度の当初予算を閲覧すると、今年度は、まちづくりや福祉等の調査・計画を予算化している市町村が少ないため、市町村からの発注が減少する見込みである。入札ではなく、Webによる公募型のプロポーザルによる発注が前年より多くなっているが、実績が要件になっている場合が多く、新規業務の受注の機会を得ることが少ない状況である。以上から、景気が悪くなると予想する。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィーク以降も求人数は増加しており、求職者からの問合せも増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	・今後も新型コロナウイルスの対応が継続される見込みで、長期雇用を検討する求職者数の相談もこのタイミングで増えており、全体的な稼働数も増加傾向にある。
	○	人材派遣会社（社員）	・大きな波がなければ回復していく。

○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、ゴールデンウィークにかなりの人が動いたにもかかわらず、新規感染者数が増加する懸念は払拭され、安定している。また、新聞広告の大きな客である旅行業や宿泊業の回復傾向は続く予想される。加えて、夏祭りも3年ぶりの開催が数多く報じられており、夏休みの旅行増加につながり、人流の活発化が期待できる。
○	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が減少傾向で、規制緩和の影響もあり、飲食店や人の集まる会合など増えている。企業の業績も回復傾向にあり、新卒の求人も前年より増加すると予想している。
○	職業安定所（職員）	・新規求人数は、前年を上回り増加傾向にある。また、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が、ここ4か月は70件台で推移していたが、今月は50件弱と減少傾向にある。
□	人材派遣会社（社員）	・契約終了後、再就職せずにしばらく失業手当をもらうスタッフが多いため、注文を受けた求人数が決まらず残っている。企業も自力では採用できていない状態である。
□	人材派遣会社（社員）	・原材料の価格高騰や株価下落など経済的な不安要素が多い。
□	求人情報誌製作会社（編集者）	・良くなる兆しがみえない。
□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、新型コロナウイルスの感染状況やウクライナ情勢により、先行きは不透明である。
□	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は横ばいを維持しているが、新型コロナウイルスの感染状況やウクライナ情勢の影響もあり、景気が好転する材料に乏しい状況である。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、管内では新しい施設のオープンにより、観光客の増加が見込まれている。一方で、現在価格の上昇と供給不足による影響も危惧されており、良くて現状維持と予想される。
□	民間職業紹介機関（職員）	・今後2～3か月で、採用数が大幅に増加されるとは考えられない。新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた外国人観光客の受入れが本格化し、インバウンド関係の業界で人材不足になれば、増加要因となるが、それにはもう少し時間が掛かる。
▲	学校〔大学〕（就職支援業務）	・心配されたゴールデンウィーク後の新型コロナウイルスの感染拡大は、予想よりも抑えられた。しかし依然として、ウクライナ情勢の収束がみられず、エネルギー価格や原材料価格の高騰で日本経済への影響も大きくなっている。この状況が続けば日本経済に大きな打撃を受けることになり、今後の企業の求人数にも影響が出てくると考えられる。
×	—	—