

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)	◎	乗用車販売店（役員）	・新商品の発表が予定されており、多くの乗客数が見込めるため、販売へつながる。
	◎	観光名所（従業員）	・緊急事態宣言等が今後適用されなければ景気も良くなると予測されるが、現状では新型コロナウイルスの感染拡大の影響でキャンセル等が増えている。感染対策等を徹底し、来場者数増加していきたい。
	○	商店街（代表者）	・3か月先は新型コロナウイルスの新規感染者数が一段落すると思われる。食品関係の値上げで消費に多少の影響があると考えられ、また、ファッション関係ではメーカーの企業努力で値上げは限られる。一方、店頭販売及びWeb販売は少しずつ良くなる。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・9～10月になると葉物類など県産野菜が中心になってくる。単価も安くなり、また、涼しくなると客の移動も多くなるため、状況は良くなる。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるが、来客数は落ちていない。7月はギフト商品の売上がやや好調に推移しており、生鮮関連が良くない。また、婦人衣料は前年並みではあるが、化粧品、婦人雑貨の売上が伸びているため、3か月後の売上は、良くなる見込みである。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数が増加傾向にあり、今後については先行き不透明であるが、非対面販売では、客が増えると予測される。
	○	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しているが、来客数が増えているため期待したい。一方、客単価が増加している要因の1つが商品の値上げであり、このことで買い控えにならないか、気になるところである。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症と共存する動きは定着しているため、今後は、来店時間帯も深夜を含め24時間活発化し、消費は拡大していく。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・前年は天候が悪かったが、今年は天候に恵まれているため、景気回復傾向になると予想している。また、商品単価が上がっているため、若干来客数が減少しても、売上は伸びていく。
	○	衣料品専門店（店員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収まり、涼くなれば需要が増えると期待する。
	○	家電量販店（店長）	・商品供給が厳しかった商品が、安定供給化することで必然的に前年よりも上昇傾向になり、全体をけん引すると予想される。
	○	家電量販店（店員）	・非常に今月の売上は悪く、現在最低の状態である。ボーナス商戦の時期でもあったが、売上は増加していないため、貯蓄に回っていることも考えられ、3か月後には状況が良くなると判断している。
	○	乗用車販売店（役員）	・更なる新型車投入効果や供給量改善に期待する。
	○	住関連専門店（従業員）	・高価格の秋冬商材は、10月以降に需要が高まるが、今年は円安やウクライナ情勢に端を発したサプライチェーンへの影響で、例年と比べ価格が高騰する見込みがあるため、それを見越した客が既に下見に来ている。
	○	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〕（支配人）	・ショッピングセンターエリアの特性として、新型コロナウイルス感染症の報道があると影響が顕著に表れる。消費者動向は、現在が底の状態である。新型コロナウイルスの感染状況の良化や、政府や行政の方針次第で、感染状況の影響も薄まっており、今後には期待をしている。例年、これから2～3か月は大雨や台風による水害が懸念されるが、需要を見込める機会でもあり、前向きに捉えるようテナントには周知したい。
○	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拡大が抑制されていると想定し、景気改善を期待している。	
○	観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、7月後半から8月に掛けキャンセルが相次いでいる。2～3か月先であれば新型コロナウイルス感染症の第7波は緩やかに収束に向かう。ただし、個人の行動は活発でも法人では抑制が掛かるため、収束が一番の景気回復である。	

<input type="radio"/>	通信会社（企画担当）	・販売量も増え、引き合いも多い。前年予算の消化を控えた反動で、コロナ禍に応じた経済活動が行われている。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・コロナ禍でも行動制限がないことで、飲食店を中心に消費が動いている。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・省エネ設備等の充実に伴い、工事単価も引き続き続く。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・秋口になれば涼しくなっていくため、来客数が増加すると期待している。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・来客数の見込みが読めず、また、企業取引は横ばいであるため、納品製造に力を入れる必要がある。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・円安や物価高、加えて新型コロナウイルス感染症が続く限り、消費が好転する状況にはない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・今後、新型コロナウイルス感染症の第8波が襲ってくると今の状況が継続される可能性があり、全く予測が付かない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今月は土用の丑の日があり、売上が若干上がっている。8月は行事がないため厳しくなるが、例年9月頃になると青魚が多く入荷し売行きも良くなるが、漁獲量の状況が懸念され、先行きが不安である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染が拡大しているために外出意欲が減少し、感染状況も先行き不透明であるため景気回復が難しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況が見通せないことから、先行きが非常に不透明であり、劇的な回復は見込めない。物価の上昇もマイナス要因となることから、景気回復には時間が掛かると考えられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、景気は上昇しない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大で外出に慎重になっているが、サテライトショップやギフトショップ、Web受注、お中元通信販売は堅調である。加えて、夏の贈答品や官民一体のキャンペーンも継続しており、周辺地域を含めにぎわいを目指している。客の購買単価や商品単価は依然堅調で、し好性の高い舶来雑貨、時計、美術工芸や自家需要の高いリビング用品や家電、また和洋酒に加え、スポーツ関連も良好で新型コロナウイルス感染警戒中でも自家需要の回復が望める。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が頭打ちになったとしても、新型コロナウイルスオミクロン株の別系統の出現により来客数の減少が続くことも予想され、業績への影響は免れない。しかし、高額品の動きは依然堅調である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・現況より景気が悪くなることはないが、行動制限がなくても外出を自粛する人は多い。新型コロナウイルスの新規感染者数の下げ止まりで、安定すると予想している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・7月中旬以降、新型コロナウイルス新規感染者数が急増しているが、売上や客単価、買上点数等で数字が改善傾向にある。しかし、今後値上げの影響が強く作用し、また数字は悪くなると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・食料品だけでなく各種値上げの影響で可処分所得が制限され、消費に大きな影響を及ぼしたまま推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・3か月後も前年の来客数を取り戻すことが難しい。また、物価上昇も追い打ちを掛けており、客の買い控えが多い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・商品等の値上げにより、実質賃金への影響が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・10月になるとシーズンが全く変わるため、ファッション業界としては目新しい物があれば、客の購買意欲が増すことに期待をしているが、新型コロナウイルス感染症の影響で洋服に対する需要の優先順位など、特に高額品については非常に先が読めない状況になっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、売上は前年と変わらない。3か月後もこのままの状態推移すると予測している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・納期の長さの問題は営業方法の変更で解消しつつも、車体価格の上昇が新たな問題になりつつある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売店にとって、メーカーの新車減産が続き、新車登録台数が減少になると利益確保が難しくなるため、早い生産回復を願っている。

□	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	・店頭での客の購入状況は、コーヒー豆の消費額が前年と変わらなため変化はない。しかし、お盆前後は中元需要が見込めるため、若干売上が上がる予想をしている。
□	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)	・新型コロナウイルス感染症の第7波の影響と物価高の影響により、まだ回復には時間が掛かる。
□	一般レストラン (経営者)	・県民割が継続され景況も良くなっているが、地元対象だけでは限界がある。全国旅行支援の延期で観光客が見込めないことが痛手である。
□	観光型ホテル (専務)	・団体客が増えつつあるが、新型コロナウイルス新規感染者数の増加で、先が見えない状態が続くと予想される。
□	通信会社 (営業担当)	・物価上昇が継続するなら、景気の回復も期待できない。
□	通信会社 (統括者)	・例年、お盆や9月の携帯電話発売の時期に商戦が盛り上がるため、人の動きや新商品の発売に期待したい。
□	通信会社 (業務担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているものの、営業先の店が時短営業になることはないかと予測しているが、景気が良くなる兆しはみえない。
□	理容室 (経営者)	・当地でも新型コロナウイルスの新規感染者数は急増しており、当店の高齢客は外出に対し慎重になっているため、来客数が減少している。良くなっていくことを期待はしたいが、暑さと新型コロナウイルスの感染拡大で厳しくなっていく。
□	美容室 (経営者)	・秋口にはファッションも変わってくるが、自粛等で動きが悪くなると来客数にも大きく影響してくる。
□	美容室 (店長)	・物価は上がっているが、給料は上がらないため、不満を持っている人が多い。この状況では景気は変わらない。
□	その他サービスの動向を把握できる者 (所長)	・新型コロナウイルスオミクロン株B.A. 5が流行しているが、行動制限をしないため、3か月後にはその影響を受け、好転はしないと予想している。
□	設計事務所 (所長)	・今月も受注状況に大きな変化がないため、景気は変わらない。
▲	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの感染状況で、世の中の動きが大きく変わると予想される。現在新型コロナウイルスの感染の勢いが大きく新規感染者数が増加しているが、この状況が収束していけば、日常生活や観光で人混みを嫌う状態が、大きく変化していく。
▲	商店街 (代表者)	・地球温暖化により猛暑となり、また、新型コロナウイルス感染症が広がりを見せている。消費者の多くは郊外のショッピングセンターで涼を取りながら買物や食事してから帰宅しており、商店街への足が伸びず、景気の上昇は見込めないと予想される。
▲	商店街 (代表者)	・7月中旬までは景気が好調で推移していたが、新型コロナウイルスの感染拡大により、先行きを不安視する声が多くなっている。
▲	一般小売店 [茶] (販売・事務)	・新型コロナウイルスの感染拡大で売上が影響しているため、今後の見通しは予測できない。すぐに回復するとは考えられないため、数か月は厳しい。
▲	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、今後の景気が変わる。
▲	スーパー (店長)	・今後は更に悪化すると予測される。物価高などや円安の影響により消費支出は更に減少する。国行政の支援策が更に出ると一時的に回復する可能性はあるが、全国旅行支援や県民割では一部の業態しか潤はない。
▲	スーパー (企画担当)	・コロナ禍やウクライナ情勢等、内外共に好転する要素が全く見当たらず、今後も景気の縮小傾向は続く。
▲	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和されて以降、日常生活や仕事の形態が以前に戻りつつあったが、今度は、新型コロナウイルスオミクロン株B.A. 5の新規感染者数が急増している。そのため、個人や企業の自発的な行動自粛により経済活動が減速することを危惧している。
▲	コンビニ (店長)	・物価高などや新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、見通しは暗い。
▲	家電量販店 (従業員)	・新型コロナウイルスの急激な感染拡大以降も安定した来客数を維持しているが、一方で単価や買上点数の減少傾向が続いている。消費者における生活防衛意識の高まりが感じられる。

▲	乗用車販売店（従業員）	・部品供給の遅延などにより車の生産が見込めず、納車待ちのため売上がつながらない。客も早めに動いてはいるが、多くは状況確認で止まり、受注も遅れ気味である。
▲	乗用車販売店（代表）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、新車の納期が遅れ、中古車価格が高騰し販売が厳しくなっている。
▲	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が増加している。ワクチン効果もあり、重症化する人は少ないが、病院ではひっ迫している状態である。さらに、各種イベントなどの規制はまだないものの、外出への不安が高くなっているため、慎重な行動になっており、消費は減速すると予想される。
▲	高級レストラン（経営者）	・飲食業では新型コロナウイルスの感染状況次第で、すぐに来客数に影響が出やすい。今後経済を回していくために行動制限を取らないのならば、感染が拡大し、出口がみえない状態になっていく。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が終息する気配が全くないため、景気回復の見込みがない。
▲	旅行代理店（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、旅行での買い控えが続く。
▲	タクシー運転手	・今後の新型コロナウイルス感染症の状況で、経済活動がかなり変わってくる。良くはならず最悪な状況になる可能性もある。
▲	タクシー運転手	・夏休みで、家族連れで県外からの動きが多くなると予想していたが、近場で過ごすことが増え、キャンセルが増加している。
▲	タクシー運転手	・物価上昇に加え、新型コロナウイルスの爆発的な感染拡大で、今後も不安定な状況が継続する。
▲	通信会社（企画担当）	・光回線の提供エリア拡大が一段落し、販売件数の増加が見込めない。
▲	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症やロシアによるウクライナ侵攻、円安による物価上昇、資源価格の高騰等による不安要因が徐々に影響してくる。また、入場者についても大手ゴルフ場の影響を受けると予想される。
▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が発生しており、感染率が高いため、外出を控えるようになる。
▲	競馬場（職員）	・新型コロナウイルス新規感染者数が再び増加しており、消費者心理が再び悪化するおそれがある。
▲	学習塾（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が影響し、景気が悪くなる。
▲	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）	・行動制限をしない政府の方針と新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、更なる感染拡大が想定される。今後、事業所のサービス停止や濃厚接触に伴う自宅待機を理由とした社員稼働の減少で、損益悪化が予想される。
▲	設計事務所（代表）	・更に建材の価格が上がると予想される。
▲	住宅販売会社（従業員）	・政府は経済政策を採っているが、経済アナリストや日本銀行、政府関係者の発言がそれぞれ違うため、一般層の生活状況が把握できておらず、具体的な政策が採れないと考えている。景気が回復していくような政策を期待している。
×	一般小売店【精肉】（店員）	・客先である飲食店に対して、外食控えが発生しそうな状況で危惧される。
×	一般小売店【生花】（経営者）	・生花の贈物は、この猛暑のなかでは花が長持ちせず、買い控えが多くなることが懸念されるが、開店や就任祝いなどの法人関係の需要に僅かな期待をしている。
×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、収入の減少や物価上昇で財布のひもが固くなり、加えて、新型コロナウイルスの感染対策で慎重に生活しており、現在悪い環境にある。
×	コンビニ（店長）	・医療機関が崩壊すると、振出しに戻ると予測されるため、景気が懸念される。
×	衣料品専門店（店長）	・夏休みに入ったが、お盆の人の動きも鈍りそうである。
×	家電量販店（店長）	・全体的に商品が品薄となり、買い控えが発生している。また、8月から主力商品も値上がりするため、更に厳しい状況になる。
×	高級レストラン（経営者）	・7月は参議院選挙があり、大きな宴会も入ったため売上が良かったが、8月は新型コロナウイルス感染症の第7波が流行し、加えてお盆もあるため、企業の動きはない。少人数の宴会も減少しており、動きが鈍くなっていく。

	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス新規感染者数が日々増加しており、行動制限はないが夜の外出は激減している。企業も外食を差し控えるよう社員に呼び掛けており、外食産業に関しては景気向上の要素は皆無である。
	×	設計事務所（所長）	・今後も材料費や製品代の価格上昇が予定されているが、建築主の収入はほぼ変わらない。可処分所得の減少や生活必需品の価格上昇で、建築業界の先行きは不透明である。
企業 動向 関連 (九州)	◎	*	*
	○	農林水産業（従業者）	・景気は、北海道経済の動き次第であると考えられる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・現状から若干時間の余裕があれば、恐らく取引先の体制は整うと考えられる。そうなれば現在の動きに対して、前向きの姿勢が取れると期待している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・10月以降に更なる増産を要請されている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・客の生産計画の見込みを確認すると、景気は良くなっていく。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・当県に海外企業が進出するため、人件費の高騰発端になる可能性も考えられる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今後も海外部品の供給が遅れる懸念はあるが、当初の予算台数等の生産が内示数で計画されている。
	○	建設業（社員）	・公共工事の予算が減額され、新年度になり5か月が経過しているが、やっと発注が多くなっている。受注できるように努力している。
	□	農林水産業（経営者）	・消費はこの夏から秋にかけて、ある程度期待できると予想される。資材の流れや人件費の高騰などで商品の値上げを依頼しているところであるが、希望どおりにはいかず経営的に危惧している。加えて、新型コロナウイルス感染症の感染率の高さによる消費に与える影響も心配している。人手不足は慢性的で、対策を考えなければいけない。
	□	家具製造業（従業員）	・案件情報自体は増えつつあるが、円安の影響や材料の価格高騰が原因で受注件数は伸び悩んでいる。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・出版サイクルの見直しに伴い、出版予定地区が大幅削減され、購入控えも発生している。
	□	化学工業（総務担当）	・本年度は、前年度と同水準の損益が見込まれる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・商社の進捗状況がつかめず、値上げをどの段階的にできるか、また、今後の売上計画に支障をきたすのではないかと懸念をしている。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・材料の入手が困難で、価格高騰や建築現場の職人不足が絡み合い、今後現状維持が続く。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今まで好調であった半導体製造装置関連の需要が、落ち込み気味である。一方、エネルギー関連の引き合いが多くなっている。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・原料や部品等が、品薄状態で必要数調達できず製造できないため、何も変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・今後も物価高は続き、円安も改善するとは考えられない。企業活動を行う上で、物価高と円安の状況は関係してくるため、今年一杯は厳しい状況が続く。
	□	通信業（職員）	・携帯基地局工事が多数あり、年度末まで今と変わらないペースで受注が見込める。
	□	通信業（経理担当）	・原材料価格の上昇や円安の進行など外部環境の変化はあるが、業績に与える影響は軽微である。
	□	金融業（調査担当）	・景気の浮沈は、新型コロナウイルスの感染状況次第である。物価上昇基調の長期化は、消費マインド回復の足かせとなっていく。
□	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスオミクロン株B A. 5の感染拡大状況にもよるが、夏休みに入り観光や飲食を含め売上は増加するが、物価は高止まりが続くと考えられ、全業種で景気に変化はない。	
□	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの入居率が、横ばいに推移している。	
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため、旅行や観光系の動きが止まりつつあるが、新しい生活様式が浸透することで、以前ほどの大きな影響はない。	
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルス感染症の対策等、今後の先行きが不透明であるため予測が付かない。	
□	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況が厳しくなったため8月の例会がなくなり、当分は活発な動きは期待できない。	

	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス件数や問合せ件数に変化がない。
	□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの調査や計画、設計等の委託業務の予算が少ないため、今後、委託業務を受注できる件数が限られる。入札では不当廉売が激しいため、今後も受注の機会が少なくなることが予想され、悪い景気が続く。
	▲	輸送業（総務担当）	・物価高による買い控えが、徐々に景気に悪影響を及ぼしている。輸送量が新型コロナウイルス感染症の発生前より回復していないため、運送会社も苦慮している現状がある。円安の行方も気になることであり、何らかの経済対策が求められる。
	▲	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が回復傾向にあるほか、住宅販売も持ち直している。旅行会社や飲食店の売上も上昇傾向を示しているが、新型コロナウイルス新規感染者数の急増の影響で、一部にキャンセルが出ている。
	▲	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大しているが、行動制限は行われていないため、人流の大幅な減少は回避している。しかし、小売業やサービス業では買い控えの懸念もあり、停滞が予想される。製造業でも、資源価格の高騰や供給不足が解消するには、まだ時間が必要である。
	▲	金融業（営業）	・消費活動が新型コロナウイルス感染症の第7波の影響を受け、再び落ち込むと予想される。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症関連での融資返済が始まるため、景気はやや悪くなる。
	▲	広告代理店（従業員）	・今の状況が当面続くと予想され、厳しさが増す。
	▲	経営コンサルタント（社員）	・来客数の減少や物価上昇による節約生活、また、貯蓄等で消費が落ち込んでいる。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・今後も引き続き物価上昇は避けられず、買い控えなどが更に進行するのではないかと懸念する。
	×	繊維工業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響により、最低賃金上がることで工賃が上昇し、生産者まで影響を受けるのではないかと心配である。毎年この状況では経営の維持ができない。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・催事の開催が増え、単発派遣の注文や問合せもきている。また、正社員の人材紹介についても問合せが毎月増加傾向である。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在が感染のピークだとすると、新規感染者数が落ち着いてくれば、それに伴い景気は上向くと考えられる。さらに、新型コロナウイルス感染症の取扱の分類変更も検討されるようであれば、経済には好影響となる。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加やロシアのウクライナ侵攻、物価高の影響はあるが、新規求人数は大幅に増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談や雇用調整助成金の申請件数が減少している。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス新規感染者数が増加しているものの、行動制限等が緩和されており、経済活動の回復に伴い景気回復が見込まれる状況である。
	○	民間職業紹介機関（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況で、飲食関係は左右されているが、その他の企業では、採用活動を継続しているため、緩やかに景気は向上していく。
	□	人材派遣会社（社員）	・高齢者の活用を進めていくことが活路であると判断しているが、求職者の動きが弱く、なかなかうまく採用に結び付かない。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後の新型コロナウイルス感染症対策で、景気が左右される。
	□	人材派遣会社（社員）	・一時期求人数の問合せが増加した時期があったが、新型コロナウイルスの感染拡大もあり、求職者の動きが止まったため、大きな動きは期待できない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、夏休み需要から秋の行楽需要へと人材確保も活発になるが、コロナ禍のため経済活動も消極的になっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う規制次第で状況が変わるため予測しにくい。現状では大規模な行動制限等は予定されていないため、自粛疲れの反動もあり、景気が大きく悪くなることは想定しにくい。しかし、医療機関はひっ迫しており、復調してきた旅行広告についても、既に予約していた旅行をキャンセルするなどの影響もあり、先行きは不透明である。

□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されるが、新卒の採用は中長期で考えるため、影響は受けず悪くならないと予想している。一方で、企業が積極的に採用しようとする状況でもないため、2～3か月先では変わらない。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波により感染拡大しているが、経済活動は制限されていないため、自粛傾向が更に強まってくる。
▲	職業安定所（職員）	・物価高の影響と考えられる求職者数の増加傾向と新型コロナウイルスの感染拡大による観光客や人流減少が予想される。
▲	職業安定所（職員）	・求人数は堅調に推移しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加により、先行きが不透明である。
▲	学校〔大学〕（就職支援業務）	・ロシア、ウクライナ情勢に伴う資源価格の高騰や歴史的な円安による物価高などは、しばらく続くと予想される。
▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・ロシア、ウクライナ情勢や中国、台湾関係、また原材料の価格高騰で景気は悪くなる。
×	—	—