

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)	◎	スーパー（店長）	・当店にはさほど恩恵はないが、インバウンド需要効果は確実に戻ってくると判断できる。また、航空、トラベル、ホテル旅館、観光地等は、政府による全国旅行支援が大きく貢献すると予想され、円安も後押しし、景気は必ず回復してくる。
	◎	住関連専門店（従業員）	・少しずつ朝晩が冷え込んでおり、高単価羽毛布団の購入で来店客が増加している。また、気象庁の長期予報では、ラニーニャ現象により冬は例年より冷え込むと予想されており、加えて、エネルギー価格高騰の影響で、節電意識が高まり冬物寝具の需要が増加すると期待している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドも増えてくれば、更に景気は回復すると期待している。
	○	商店街（代表者）	・行動制限が緩和され、今までの不自由な生活の反動から外出が多くなり、様々な消費活動につながっていく。
	○	商店街（代表者）	・商況の停滞が続いていたが、3か月先は来客数と売上が現状より若干良くなると予想している。
	○	商店街（代表者）	・喪中や年賀状関連が増加すると予想されるため、製造や印刷業務が増加の見込みである。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は落ち着いてきているため、年末まで景気が回復してくると期待している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・涼しくなって客の購買意欲も上がり、更に寒くなると鍋物にたくさん野菜を利用する機会が増え、現状より良くなると想定している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・切り花メインの花屋であるため、猛暑で花が保たないため需要が少ない状況であった。これから涼しくなり、生花が保つようになれば、贈物等で花が選ばれることも多くなり、今後は需要が増加してくる。
	○	百貨店（企画担当）	・新しい生活様式が定着し、年末年始のモチベーションに対して積極的な購買が予想される。
	○	百貨店（企画担当）	・全国旅行支援等による旅行需要の回復で、景気に良い効果があると期待する。プレミアム付商品券の第2段もあることから、消費動向が改善に向かうと予想される。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きをみせており、外出を自粛していた客も少しずつ来店できる雰囲気になっている。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症もやや落ち着き、来客数も増加傾向にある。また、西九州新幹線の開業効果も今後見込まれる。
	○	百貨店（営業担当）	・大型台風による休業で、来客数の減少や慎重な外出姿勢は継続している。一方で新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きもあり、ターゲットを絞った催事や物産催事開催に客の関心も高く、来場者数が増加している。地域振興策の効果により、観光客が目立ち街にはにぎわいが出ている。また、県下のサテライトショップやギフトショップへの来客数も台風の影響を除くと依然堅調で、人混みを避けながらの慎重な外出姿勢は続いているが、非接触QR決済利用も増え、来客数の回復が望める。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息はまだ先であるが、高額品の動きの良さや来客数の増加から、徐々に客の購買意欲が高まっていることが予測される。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少により、人の流れや行動範囲の拡大が想定される。それに伴い消費動向も多くなり期待できるが、懸念材料として、円安による原材料の価格高騰を注視したい。
	○	コンビニ（経営者）	・政府の国内旅行等に対する支援や海外からの入国制限緩和などで、人の行動が更に活発になる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がこのまま収束に向かえば、この状況がしばらく継続される。しかし、様々な値上げが見込まれるため、消費マインドにブレーキが掛かってしまうことを懸念している。
○	家電量販店（店員）	・来客数や全体の数量が上がっていないため、9月は底になるのではないかと考えており、12月はその反動で、現況より若干良くなると予想している。	
○	家電量販店（従業員）	・寒くなり、暖房器具の需要が増えてくる。	

○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産が、徐々に上向いている。新車の配給さえあれば自動車販売店は、売上や収益を確保できる。
○	乗用車販売店（役員）	・半導体の供給不足による減産問題はあるが、今後予定されている新型車投入の効果により、販売台数の増加へつながっていく。
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年涼しいシーズンになると熱いコーヒーの需要が多くなる。そのため、家庭で消費するコーヒーが増えていく。来客数も増加しており、これから、年末にかけて売上が増加傾向となり、景気は上向きになる。
○	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）	・9月の大型連休に台風が直撃し、小売は厳しい月であった。しかし、商圏内でのイベントは中止やキャンセルもなく開催されており、地方では新型コロナウイルス感染症を過剰に気にしなくなっている。物価上昇は消費者心理に悪影響を及ぼしており、大型スーパーマーケット等の動向を見ても客単価は上昇しているものの来客数は減少気味であるが、新型コロナウイルス感染症収束後に向け、観光等は徐々に高まる見込みである。
○	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）	・10月からスタートする全国旅行支援や外国人観光客の活性化に期待している。
○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が8月にピークとなり新規感染者数が減少傾向である。また、10月には全国旅行支援が実施され、インバウンドの制限も緩和されると、徐々に世の中が動いていく。当店は会社関係の利用が多いため、今後の利用増加に期待をしている。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、国の補助事業である全国旅行支援が再開され、観光客の増加が見込まれる。また、海外からの規制緩和も進みインバウンドにもかなり期待している。
○	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感染症と共存していく方向性がみえてきている。12月にはマスクなしでの日常生活となり、観光による人流が増加することで、外食産業にも人が戻ってくれば景気は良くなる。一方、新型コロナウイルス感染症の支援策である融資制度などが2022年9月で終了になり、元金返済も開始されるため、飲食業及び関連する事業への支援の継続を望んでいる。
○	観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和や国や県の経済対策で、徐々に回復する。
○	観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と全国旅行支援の開始により、景気は良くなっていく。
○	旅行代理店（職員）	・全国旅行支援が10月より開始されるため、旅行需要が増加する。
○	タクシー運転手	・円安が続き、徐々にインバウンドの増加も予想され、加えて、全国旅行支援の実施により、一層の旅行者数の増加が期待できる。
○	通信会社（企画担当）	・販売は好調であるが、人手不足が発生しており、経営を維持していかなければいけないため、バランスを取る必要がある。景況感に大幅な変化はない見込みである。
○	ゴルフ場（従業員）	・前年は、ほとんどなかった年末にかけての企業コンペ予約も増えており、前年を上回る入場者数を予想している。また、来年1月から韓国からのチャーター便も増え、追加の入場者を期待している。
○	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症第7波が終息に向かっており、現状維持であれば、人流がより多くなり景気は上向きになる。一方、円安に伴う物価が上昇していくようであれば、景気は抑えられ、現在と同じか、若しくは悪くなる可能性もある。
○	美容室（経営者）	・3か月後の景気は、年末に向かいおしゃれ傾向となり、また、景気対策も実施され、この業界の景気は明るくなっていく。
○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症はまだ落ち着いていないが、ワクチン接種をしている人が多く、行動規制も緩和している。12月はクリスマスや正月前でもあるため、景気が良くなりぎやかになるように期待している。
○	美容室（店長）	・外出も多くなってきており、徐々に景気回復すると予想される。

○	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対応のワクチン接種も開始され、経済活動が復調してくると期待している。
○	設計事務所（代表）	・更に物価が高くなる。
○	住宅販売会社（従業員）	・ウクライナ情勢や円安に影響を受け、輸入は難航しているが、輸出が好調になると考えられるため、全体的な景気としては、かなり良くなっていく。今後は、世界情勢のなかで、燃料費の価格の動きが問題になってくる。
□	商店街（代表者）	・収入は上らず物価が上がると、買い控えは当然続く。特に、高齢者の多い地方の商店街では、消費行動が鈍い。
□	商店街（代表者）	・円安や物価高は、地方にも影響している。電気代や水道料金、食品価格の値上げなどで景気回復を感じられない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今年になって養殖物の価格が非常に上がっている。天然物が少ない上に養殖物まで価格が上昇すれば仕入れが難しくなる。そのため、利益が減少しており、この苦境を乗り越えられる魚屋がどの程度あるか危惧される。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・観光客の呼び戻し対策として、全国旅行支援が計画されているが、今以上に売上が伸びる好材料はない。物価高騰の影響はかなり大きく、今後も期待できないため、中小企業についても、売上が伸びるような対策が欲しい。
□	百貨店（経営企画担当）	・円安や物価高騰などの影響で、消費行動に対するマイナス要素は今後も拡大すると予想される。一方、行動制限の緩和で、旅行等の消費が増加することによる経済効果が発生すると考えられる。
□	百貨店（業務担当）	・前年までの新型コロナウイルス感染症による行動自粛の影響は薄くなっているが、先行き不安により売上が落ち込んでいる。景気の回復が期待できる状況になりつつあるものの、その回復に水を差された状況になっている。
□	スーパー（総務担当）	・年末商戦は長年の習慣もあり、ある程度の来客数や客単価の増加が期待できる。しかし、10～11月にかけては、旅行需要の高まりや全国旅行支援等もあり、かなり厳しい状況になる。
□	スーパー（経理担当）	・今後も値上げが続いていくと予想されるが、収入や可処分所得が上がらない限り、生活防衛のための節約が継続される。
□	コンビニ（経営者）	・当店でも商品の値上げが続いており、客が増えても買上点数は微減状態で、結果客単価は横ばいである。コンビニエンスストアでも買物は慎重であるため、品ぞろえの魅力が重要だと考えている。
□	コンビニ（エリア担当）	・物価高騰の動きは当分変わらない。
□	衣料品専門店（取締役）	・多くの品目の値上げがあるが、ウクライナ情勢など不安材料ばかりである。新型コロナウイルス感染症は収束しつつあるが、引き続き購買に関して、冷え込むような材料しかないことが懸念されるため、12月でも特に良くなる気配はなく、企業努力が必要である。
□	家電量販店（店長）	・毎月、商品の値上げが続いている。商品によっては1.5倍ほど価格上昇しているものもあり、客が価格に対して敏感になっている。来月も主要メーカーの値上げにより、リフォーム商材に大きな影響があり、しばらく厳しい状況が続く。
□	家電量販店（店員）	・売上の実績は、前年を達成しており、ほぼ100%である。来客数は減少しているが、確実に購入目的を持った客が来店している状況であるため、景気が極端に変化することはない。円安と材料の価格高騰で、ますます目的を明確にして来店すると予想される。
□	家電量販店（従業員）	・来客数、購入単価・買上点数のいずれも前年並みの数値で推移しており、この傾向が続くと予測される。
□	乗用車販売店（従業員）	・秋口は、販売量が落ち着く状態となる。
□	乗用車販売店（従業員）	・新車の納期が遅いため、客はゆっくり検討していることが多く、売上にならない。
□	乗用車販売店（代表）	・コロナ禍が継続し、加えてインフレの影響で、ますます景気は悪化する。
□	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和され、旅行などの消費は活発であるが、円安や原油高により資材価格は止まらない。10月からの値上げの報道で、消費者は耐久消費財や家具などの購入を控えると予想され、先行きは不透明である。

□	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が発生して以来、景気の落ち込みが長く継続するとは予想しなかった。先行き不透明で懸念されるが、早い景気の回復を望んでいる。
□	観光型ホテル（専務）	・10月から全国旅行支援が始まるため、一層来客数が増加すると見込んでいるが、団体が動き出すのはまだ先になると予想している。客は社会情勢を確認しながら予約するため、予約確定が旅行当日の間際になっており、社員のシフトが組みにくくなっている。
□	都市型ホテル（販売担当）	・全国旅行支援等の今後の施策がみえていない。
□	タクシー運転手	・イベントのタクシー利用は増加しているが、売上が余り上がっていない。前年より景気が良くなることに期待したい。
□	通信会社（社員）	・売上増加につながるトピックスが特にない。
□	通信会社（企画担当）	・新規利用の需要が望める好材料がない。
□	通信会社（統括者）	・今後の販売の見通しは、前年比及び計画値をやや下回る予想である。
□	通信会社（役員）	・当地ではほとんどの就労者が自宅から通勤しており、状況の変化に対応できている。今後大幅なインフレ等にならない限り、現状維持で推移する。
□	競馬場（職員）	・物価高騰などにより経済活動にマイナスの影響があるものの、新型コロナウイルス感染症の規制緩和によりインバウンドが増加すれば、景気の好調につながっていく。
□	理容室（経営者）	・8月後半から新型コロナウイルスの新規感染者数が一気に増加し、加えて、10月から様々な価格が上がり、財布のひもが更に固くなる。客の給与や小遣いは変わらないため、厳しい状況になる。
□	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）	・エネルギーを主とした各種の値上げは、しばらく継続することが想定され、経営面での悪化要因となる。
□	設計事務所（所長）	・今月の状況に変化がなく、仕事の結果は2～3か月後に分かるため、景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・分譲事業は好調に進んでいる。また、今後も土地なし注文住宅のニーズに対応できる土地の購入ができれば、景気状況も継続していく。
▲	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢などで国際情勢も不安定であり、加えて、円安も止まらない状態のため、将来に不安を抱いている。
▲	商店街（代表者）	・10月からの様々な商品の値上がりで、9月までは買いだめが多くないと報道されている。この景気の悪さでは、商況が厳しい商店街の小売業で、従業員のベースアップなどできない。廃業する店も出ているほどで、景気が良くなる要素が全くない。高圧電気を使用している店では、電気代が急騰しており、相談を受けることもある。景気対策を期待している。
▲	スーパー（企画担当）	・景気好転の要素が見当たらない。
▲	コンビニ（経営者）	・商品の値上げも続くため客離れが見通せず、今後の客足の変化が読めない厳しい状況である。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなどの動きにより状況が更に変化していくため、先行き不透明である。
▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・商品値上げの影響で単価は上がるが、買い控えが以前より増加し、売上は伸びないと予想される。
▲	家電量販店（店長）	・商品の販売価格上昇のため、購買意欲にブレーキが掛かる心配がある。
▲	乗用車販売店（役員）	・新車需給が相変わらずひっ迫しており、新車価格が上昇する懸念がある。納車待ちや購入予定の客にも混乱が予想される。販売形態の変革は進みつつあるが、物価上昇による節約心理が今後も続いてゆくのではないかと不安である。サービス部門についても、部品等の価格上昇が懸念される。
▲	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数減少は相変わらずで40歳以上の来店が少ない。さらに、物価上昇で家計の圧迫や円安による先行きの不安感などサラリーマン層の外食頻度も減っている。
▲	タクシー運転手	・業種により景気回復の程度に差が出ているが、国の的確な経済方針を示しておらず、商品の値上がりもあり、経済へ与える影響を判断しかねる状況である。
×	商店街（代表者）	・まだ商店再建のめどが立たないまま年末商戦を迎えることになるが、苦心しながら営業している。

	×	衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素がない。円安や商品価格、エネルギー価格等の値上がりで一層悪くなる。
	×	観光名所（従業員）	・有名観光スポットの1つが、台風の影響で大打撃を受け、復旧に時間が掛かるため、予定変更をする観光客が多くなる可能性がある。
	×	設計事務所（所長）	・材料や製品価格の上昇が落ち着かず、収入の伸びも期待できない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	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がまん延して3年がたつが、そろそろ収束に向かうのではないかと期待をしている。また新型コロナウイルス変異株が発生し、経済活動が停滞しなければ景気は良くなっていく状況である。
	○	農林水産業（経営者）	・少なくともこの2～3か月の景気は、上向いてくると予想され、不振であった外食部門も戻りつつあり、量販店も順調な引き合いである。加工メーカー向けの冷凍食品も安定しており、販売面でも期待している。しかし、資材の値上げや畜産関係では飼料代の値上げなどで、消費者の受け止め方がどのようになるか危惧される。冬に向かい、鳥インフルエンザの発生や新型コロナウイルス感染症の第8波が懸念される。
	○	化学工業（総務担当）	・当初の想定に比べ、業績が改善傾向にある。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客の状況は今までの勢いが無いが、2～3か月後には受注が見込めそうである。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後も半導体関連の受注が好調だと予測される。
	○	建設業（従業員）	・今月は、公共工事が2本取れて景気は良くなるが、下請不足などの課題が残り、その改善が課題である。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症第7波が峠を越え、新しい生活様式が浸透しており、旅行やイベント、飲食などの需要が更に増加する。今後、新型コロナウイルスの感染症の分類が5類へと変更されれば、人の流れが正常化していくと考える。
	○	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の収束や政府支援策、水際対策の緩和等を受け、非製造業は業況改善が期待される。一方、製造業については、供給不足の解消にまだ時間を要すると予想される。また、海外経済の減速で、企業による設備投資が下振れする可能性もあり、先行きは楽観できない。
	○	広告代理店（役員）	・12月頃に様々なキャンペーンが予定されているが、これを獲得すれば収益の増加が見込める。
	○	経営コンサルタント（社員）	・中国の新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、インバウンドの購入が戻りつつある。
	□	食料品製造業（経営者）	・比較的順調な受注が見込めている。
	□	家具製造業（従業員）	・業界全体として下半期は徐々に繁忙期を迎えていくが、例年ほどの案件情報はまだ集まっていない。また円安の影響もあり、利益確保が難しい状況が続いている。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・材料不足や材料費、エネルギーコストの高騰は当分続くと考えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・パソコンや携帯端末等の需要に一服感がみられ、今後は生産調整局面に入ると予想されるが、今までの受注残が大きく当面現状維持の状態が続くと考えている。
	□	電気機械器具製造業（取締役）	・世界の金利動向が、景気を左右する。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・半導体供給も安定せず、生産車種でばらつきがあり、この先も減少傾向である。
□	建設業（社員）	・受注も多くなり、良い状態が続いており、技術者や作業員不足が目立っている。また、新型コロナウイルス感染症の影響で資材の納期が遅くなり、原価に悪影響が出てくると予想される。下請の立場でも対処できるが、資材は必要であるため、今後の入札は資材の納期を確認して応札するように考えている。	
□	輸送業（従業員）	・円安や諸外国の景気停滞など景気が不安定となっており、この物価高騰が変わらない限り、国内の景気が良くなることは難しい。	

		輸送業（総務担当）	・社会保険の適用拡大と最低賃金上昇の影響は、扶養の範囲内で働く労働者層に大きな影響をもたらしている。その結果、会社側も影響を受け、ますます派遣労働者に頼ることになる。ただでさえ労働者不足であり、利益減少が避けられない現状では賃金を容易に上げられないため、消費は低迷すると予想している。また、扶養控除の仕組みを同時に変える必要があると考えている。
		通信業（職員）	・携帯基地局工事の受注が予想ほど伸びておらず、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）	・今後も販売は堅調に推移する見通しである。ただし、半導体不足の影響で、販売用や自社利用問わず、情報通信機器の調達にはやや苦勞している。
		金融業（従業員）	・百貨店の売上や住宅販売は持ち直しており、旅行業者や飲食店の売上も回復している。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるとはいえ、一部に警戒感も根強く残っている。
		金融業（営業担当）	・10月からかなりの品目で値上げが予定されており、消費者の購買意欲や消費動向は、しばらく停滞する。企業でも原材料の価格高騰や円安の悪影響が継続すると予想され、現状とは変わらない。
		金融業（調査担当）	・台風14号の襲来で農作物が甚大な被害を受けており、秋冬の野菜価格の高騰が懸念される。野菜以外にも全般的な物価上昇が強まっていることから、当面は消費マインドの下向きが持続する。
		不動産業（従業員）	・賃貸オフィス部門の売上が横ばいに推移しており、今後も継続すると予想される。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・旅行関連の広告は、少しずつ回復しているものの、不透明感が否めない。
		広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残っており、この3か月で従業員や家族に感染が拡大している。また、ロシアのウクライナ侵攻や米国との金利差による円安が続いており、景気が良くなる要因が見つからない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webへのアクセス数や問合せ件数に変化はない。
		経営コンサルタント（社員）	・今月までダイレクトメールの反応を注視しているが、現状からでは余り期待できない。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・半導体不足は若干解消されているものの、為替の問題等で価格が安定しないこともあり、状況を把握しようとする取引先が多く、余り期待できない。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策としての融資の返済が始まるため、中小企業等にとっては、良い状況ではない。
	▲	その他サービス業〔物リース〕（職員）	・円安による仕入高騰や納期遅延による納品遅れなどで、企業としては売上確保が難しくなっている。また、中小企業への新型コロナウイルス感染症対策である融資の返済が開始されており、今後は倒産動向にも注視する必要がある。
	×	農林水産業（従業者）	・農作物の植え替えがあるが、2月までは農作物不足となる傾向である。九州では、九州外から高値で調達することになると予想され、食品メーカーなどにも影響が及ぶ可能性がある。
	×	繊維工業（営業担当）	・工賃が十分に上がればよいが、上がらなければ手の打ちようがなく、経営は苦しくなる一方である。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	・値上げで、流通の状態がどのように変化していくのか見通しが立たない。商社間の売行きも影響があると考えている。値上げをすることで、通常の流通にできない商品が発生するため危惧している。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	・インバウンドの解禁により、観光業界にも動きが出始め、新卒の人材市場も新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると予想される。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いた状態で、全国旅行支援が再開すれば人の動きも出て、イベント等も増加すると予測される。
	○	人材派遣会社（社員）	・業種を問わず求人数が好調である。求職者数は横ばいであるが、給与の低い求人へのエントリーは著しく低下している。

○	新聞社 [求人広告] (社員)	・新型コロナウイルス感染症の第7波では経済活動と新型コロナウイルス感染症は、新しい生活様式で成り立っており、第8波での経済活動への影響は、第6波より小さいと予測する。10月スタートの全国旅行支援の開始も、新聞広告にとって明るい材料である。しかし、長期予報では今年の冬は寒いため、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザが流行する可能性があり、再び経済活動に水を差すことになる。
○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・まだ行動規制は多いが、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が減少して、密な人数でイベントが開催されることもあり、新型コロナウイルス感染症収束に期待する熱気を感じた。収束とともに景気の回復も早くなると予測している。
○	職業安定所 (職員)	・新規求人数の前月や前々月の前年比は、増加傾向である。また、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、今月は前月や前々月と比較すると増加しているが、ピーク時の半数程度で推移している状態である。
□	人材派遣会社 (社員)	・新型コロナウイルス感染症に関する業務が恐らく縮小傾向になり、瞬間的に求職者の流れができると考えられるが、継続案内できる業務案件数は全てを補充できないため、現状と変わらない。
□	求人情報誌制作会社 (編集者)	・インバウンドによる景気が戻ってこない限り、景気回復を実感できない。人の確保も困難な状況である。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いていけば、人出も多くなるが、一方で10月以降の多くの値上げがあるため、消費活動に抑制効果が働くことが懸念される。そのため、全体の景況感は余り変わらない。
□	職業安定所 (職員)	・管内では大型の公共工事が一段落したが、民間の設備投資が残っており、建設業の求人数は維持される見通しである。また、落ち込んでいた宿泊業や飲食業では、新型コロナウイルス感染症が落ち着きつつあり、新施設の開始から業務量が回復しており、求人募集が活発になっている。一方で、10月からの最低賃金の改定や原材料費値上げによる物価上昇の影響により、今後収益悪化が懸念され、当面は横ばいの状態になると予想される。
□	学校 [大学] (就職支援業務)	・新型コロナウイルス感染症第7波の新規感染者数も減少傾向となり、政府の水際対策緩和で、新型コロナウイルス感染症の防疫と経済活動の両立が進み、経済には明るい兆しもみえている。その一方で、依然ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後も物価高騰が続く見通しのため、経済への影響は大きくなっている。また、秋以降には多くの商品の値上げも控えており、この状況はしばらく続くと予想されるため、今後の景気の状態や企業の求人数に注視する必要がある。
▲	人材派遣会社 (社員)	・求職者の登録が減り続けており、注文がきても契約成立しないことが多い。また、直接雇用の求人数が増加しているため、派遣より直接雇用の求人応募が多くなっている。
▲	学校 [専門学校] (就職担当)	・円安や物価高騰の影響が懸念される。
×	—	—