

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 (東北)	◎	コンビニ（経営者）	・今月は台風や大雨にたたられたため、客足がかなり落ち込んだ。天候が平年並みであれば、今年よりはかなり良くなると期待している。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が間もなく始まるため、景気は良くなる。
	◎	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が予定されているため、新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的増加がなければ良くなるとみている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	・10月からの水際対策の緩和や全国旅行支援による良い影響が3か月先まで続くことを期待している。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・この先も新型コロナウイルス感染症関連商品は動くともっている。また、季節の変わり目なので、健康に関心がある客も増える可能性が大きい。化粧品も新製品が出ているため、良い動きになるのではないかとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・来月から施行されるアルコール飲料等の一斉値上げの影響を懸念している。しかし、祭り等のイベントも徐々に再開しているため、この流れで平日や週末に人が飲食店へ流れる状況ができればよい。数か月後には状況が変わってくることを期待したい。
	○	百貨店（催事担当）	・食料品、生活用品等の値上げが懸念されるものの、ウィズコロナの浸透によりイベント等の集客策が以前より仕掛けられるようになり、売上増加につながると期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・イベント等の制限が緩和されるにつれ、人の流れが良くなっている。また、値上げ商品が多いなかでも、商品の買上点数は落ちていないため、購買意欲はあるものとみられる。更なる制限緩和に期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・少しずつ良くなることを期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・人の動きは活発なまま推移すると推測され、来客数の減少を販売量、単価がカバーするとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・年末に向けて更なる人流回復が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に合わせて人の動きが活発化し、観光、イベント等への参加も積極的になってくることが予想される。また、リモートワークも減少傾向にあるとみられ、営業系での人の動きも活発化するとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていくとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・全国旅行支援がスタートするため、他県からの旅行者、購買客が増加すると期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今月は決算期のため販売量が増加しているが、2～3か月後もこのペースを維持できるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・景気が少しずつ回復している感じはあるが、制服まで金が回るのはもっと先になる。後はそのタイミングである。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・灯油の使用時期になり、販売量も増える見込みである。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向になり、今後はウィズコロナでのショッピングに対してはそれなりの期待が持てる。
	○	高級レストラン（支配人）	・徐々に来客数が増え、客単価も上がってきている。
○	一般レストラン（経営者）	・年末を迎えるがコロナ禍も落ち着いてきて、忘年会の予約も多少は入ってくるのではないかとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前のような状況にはなかなか戻らないとみている。	
○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が発表されたため、それが本当に実行されていけばやや良くなる。ただし、海外旅行、訪日旅行がほとんどないため、大きく持ち直すことはない。	

○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の開始により、販売が拡大するとみているが、コロナ禍における従業員不足の問題や燃料価格の高騰、仕入素材の値上がりなどの影響を懸念している。全国旅行支援が一時的な救済策であれば、終了後に業界全体に及ぼす影響が懸念される。
○	タクシー運転手	・紅葉や年末、人事異動の時期になることと全国旅行支援が開始されることなどから、人の移動が活発になり、タクシー利用者が増加することが見込まれる。
○	観光名所（職員）	・ウィズコロナが浸透しつつあり、団体客、振り客が増え、予約数も増えている。今後はそれが少しずつ売上の数字に表れてきて、伸びていくのではないかとみている。
○	競艇場（職員）	・今月より3か月間、秋のイベントを開催しているため来場客数は多くなることが予想され、売上も多少は上がる見込みである。
○	美容室（経営者）	・全国旅行支援などが予定されており、出掛けるために髪を切る人が多くなるとみている。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症がまた拡大するのではないかと不安や円安、原材料の価格高騰による値上げにより、景気回復の兆しがみられない。
□	商店街（代表者）	・ここ数か月様子から、大きくは変わらないとみている。
□	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・物流の状況に相変わらず厳しさが残っている。また、売行きが良好な商品群が少ないために、見通しは余り明るくない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当地で今月一杯行われているキャッシュレス決済によるポイント還元キャンペーンに客が全く乗ってきていない。また、近隣では東京から出店している店が2～3件潰れている。よって、今月の悪い状態と変わらないとみている。
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・客の買い控えにより、夏物商材の動きはほとんどなかった。秋物、冬物商材に移行しながら、客の志向を模索している。
□	百貨店（経営者）	・更に進む物価高騰を受け、客単価が上がり、買上客数が減少していく傾向は変わらないとみている。その対応施策として、年末年始までのお買い得感を打ち出した販促が大きなポイントになるとみている。
□	百貨店（計画担当）	・コロナ禍の状況は余り変わらないとみているため、外国人の入国も未知数である。
□	スーパー（経営者）	・買物動向は新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻っている。しかし、相次ぐ値上げにより、客単価は増加するものの、来客数と買上点数のマイナスが続いている。今秋以降も値上げが続けば、現状のマイナスが続くとみている。
□	スーパー（店長）	・商品の値上げが相次ぎ、景況感が悪化している。客の買い控えも続くとみている。
□	スーパー（店長）	・今現在、スーパーから客足が遠のいている状況にあるが、今以上悪くなるとは考えにくく、変わらない状況が続くとみている。
□	スーパー（企画担当）	・物価上昇に伴って消費者の購買意欲は弱まっているが、食品小売業としては、価格競争のなかチラシ攻勢で何とか売上と販売量を稼ぎ、前年並みを維持している。しかし、薄利多売で何とか売上を作っており、利益的に苦しい状況である。当分は同じような状況が続くとみている。
□	スーパー（営業担当）	・秋の値上げラッシュに加え、東北は冬の暖房費の家計負担も増加するため、食品に関しては財布のひもは更に固くなり、購買は慎重さを増すとみている。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響により客の動きに余り変化がないため、変わらないとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・今後更なる値上げにより客先への売り込みが難しくなることが懸念される。新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しつつあるが、インフルエンザの流行も心配である。
□	衣料品専門店（経営者）	・旅行の計画を立てれば、そのために洋服を購入しようという気分も出てくる。しかし、食料品や日用品の値上がりなどが家計を圧迫し、寒くなると更に暖房費も加わるため、洋服購入のブレーキになるのではないかとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・前年と比べて景況感が良く、11月くらいまではこの状況が続くとみている。11月以降は前年もそこそこ回復していたので、前年を超えるのは難しいとみている。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・円安による物価高など、消費マインドを引き上げる上でのマイナス要因もあるが、行動制限の解除に伴い少しずつ消費が戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・エアコンなどの暖房商品は今後の気温によって売上が変わってくる。冷蔵庫や洗濯機といった白物家電は買換え需要に期待している。単価が上がりつつあるが、新築需要などのプラス要素は見込めない。テレビなどは単価がやや下がっている。食品などの値上がりにより、客の財布のひもは固くなっているようである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の生産台数がばん回できる見込みもなく、新型車の発表はあるものの発売が延期になっており、しばらくはこのままの状況が続く見通しである。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・コロナ禍で営業活動が大分自由に動けるようになったが、なかなか受注に結び付けられない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・まだまだ景気回復の雰囲気は感じられない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・補助金の適用により価格上昇は抑えられているものの、その分当面は現行価格水準のまま推移するため、高値による節約志向が続く。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・良くなるとみているが、11月一杯くらいまでは現在の低迷した状況が続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症さえある程度落ち着いた状況であれば、それなりの来客数が見込めるのではないかと期待している。しかし、材料費等の値上がりで商品の値上げをしているため、客が減少してしまうのではないかとという危惧もあり、非常に判断が難しいところである。今月と同程度の来客数を期待したい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客も10月からの値上げラッシュを警戒し始めているようである。来客数が減らなければ販売量が減っても何とかかなりそうだが、来客数が減ると景気が悪化してしまう。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況次第のため、予測は難しい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援によるプラス要因と物価高によるマイナス要因で、旅行需要は現状維持を想定している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・燃料費の価格高騰などいろいろな問題はありますが、気持ち的にはコロナ禍が始まった頃と比べると随分と良くなってきているため期待したい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・年末にかけて市民生活に直結する物価高が続くため、客の財布のひもは一層固くなるのが予想される。基本的な生活費以外ではできるだけ節約する傾向が強くなるため、生活必需品ではないサービスに新たに加入契約する客が増えるとは考えにくい。今後年末キャンペーンなどのサービスを展開するが、現状維持程度しか期待できないとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・景気が良くなる材料に乏しく、余り良くない状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・来客数は伸びているが、買い控えにより買上点数は減っている。しかし、原価高騰により販売商品の価格が上がっているため売上は変わっていない。輸入に頼っているため、在庫確保もかなり厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・取引先から値上げの通知が続いており、円安・材料高の影響が出ている。家計にどう響くかによるが、現在好転した状況を継続させることは難しいとみている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・最近はいろいろなものが値上がりしているため、客の財布のひもが固くなっており、美容に掛ける金も少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・各種原材料の価格高騰による経費負担の増加、販売価格を上げると販売量が減少し粗利が激減する状況は、今後も変わらないとみている。また、採用難による人手不足が解消できず苦慮している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・鉄筋コンクリート造の賃貸マンションの受注予定が出てきた。投資客が戻ってきている感じがある。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・今月は来場組数がやや良くなっており、横ばいで推移すると見込んでいる。

▲	商店街（代表者）	・インフレ、物価高、資材価格の高騰などのこれからの成り行きが見通せない状態である。ロシアのウクライナ侵攻も長引きそうである。世の中の流れは良い方向にはっていないようである。
▲	商店街（代表者）	・円安によるインフレが進行する。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナ情勢の影響で、全般的な物価上昇が進むなか、冬場に向かい更に暖房費の負担感が大きくなる。それにつれ家計防衛意識が高まり、出費を抑えるようになってみている。
▲	百貨店（売場担当）	・購買意欲が高まっているのは確かだが、上客を含む限定的な動きとみている。全体的には物価上昇による生活防衛も確実に進んでおり、今後の展開は不透明である。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くにつれ、外食への流れが強くなってきているようである。その影響か内食需要が減少しているようにみえる。
▲	スーパー（営業担当）	・値上げの影響が大きくなるとみている。地場製品の消費や購買も前年比で減少している。青果物の高騰なども予測され、ますます価格競争が加速してくるのではないかと危惧している。
▲	コンビニ（店長）	・10月1日からの一斉値上げにより、消費が若干冷え込むのではないかとみている。経営側で言うと、最低賃金が上がり、少し前の夜勤の時給と同じ状況である。売上が厳しい上に電気代は上がったままなので、かなり厳しい。コンビニは特に厳しく、この状況を打破するためにどうすればよいか業界の大きな課題となっている。しばらく厳しい状況が続くとみている。
▲	衣料品専門店（店長）	・物価が上昇することで消費が冷え込む可能性が高く、衣料品に大きな影響が出る可能性が高い。
▲	衣料品専門店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着いたとしても、物価高に対応した生活が更に続くため、消費行動は改善されないとみている。
▲	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大や商品の値上げが続いており、買い控えが多くなるとみている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・販売中止の車種や納期が1年以上掛かる車種が出てきたため、今後販売が伸びないことが予想される。
▲	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからは9月より長納期を解消する旨の案内がきているが、二転三転するため余りあてにはできない。新車がこなければ中古車が生まれにくい。車両販売がなければ新規のサービス客が生まれにくい。楽観視はできない。
▲	乗用車販売店（店長）	・生産が安定するまでには程遠いものの、一部車種では回復の兆しがみえてきている。今後期待したい。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・10月からのいろいろな値上げで客の切詰めが予想される。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これまでも値上げの発表があったが、10月に値上げするメーカーも多いため、全体の売上が下がる可能性がある。今後しばらくこの傾向が続く見込みである。状況によっては値上げたメーカーが再値上げをする可能性もあり、見通しは非常に厳しい。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・物価高がより目立つようになり、外食、外出、観光などを一層控えるようになってみている。先行きは楽観できない状況にある。
▲	通信会社（営業担当）	・中小企業の倒産が年度末に増加するとみている。輸入に頼っている企業は厳しい局面を迎え、輸出産業は伸びるため、円安に対し体力のある企業の施策次第で景気動向は変わるとみている。観光産業、小売業に関しては売上が上がらず、やや悪くなるとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・10月1日からは値上げラッシュが始まる。
▲	通信会社（営業担当）	・生活必需品の値上げが頻繁に行われており、景気が上向きとは言い難い。
▲	設計事務所（経営者）	・物価の上昇や資材不足もあり、発注物件数が伸びる要素が少ない。
▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器を早めに交換する傾向が継続し、リフォームは物価高に伴い急ぎの工事以外は後回しになるとみている。

	×	スーパー（経営者）	・10月はメーカー等を含め再度一斉に値上げが行われるため、最低賃金が上がったくらいでは消費環境の改善は進まない。生活必需品の値上げが続くので、家計の支出、特に食品消費は生活防衛的に抑制が一層進み、消費環境、生活環境が更に悪化するのではないかとみている。
	×	スーパー（経営者）	・エネルギー価格、特に冬場を迎えるに当たって灯油の価格、電力料金も12月から値上げになる。可処分所得が伸びないなか、値上げが受け入れられる状況にはない。
	×	コンビニ（経営者）	・これから冬場を迎えることに加え、新型コロナウイルス感染症による来客数減少、最低賃金引上げ、電気代の高騰など良くなる要素は1つも無い。厳しいというよりも地獄しかない。小売は皆潰れるのではないかとみている。
	×	住関連専門店（経営者）	・相次ぐ値上げにより消費者の買い控えが発生している。生活のために買い求められる食料品等と違い、当店の商品は耐久消費財であるため、最初に買い控えが起こる。したがって、今後は一時的であれ落ち込むことが予想される。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価高が止まらない。毎月のように値上げせざるを得ない状況で、客足は減る一方である。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地では多世帯同居の世帯が多く、新型コロナウイルス感染症に対してはまだまだ厳しい見方をしている。イベントや県民割を使っでのレジャーに対しては動きが活性化しているが、日々の地元での消費活動、特に夜の部の飲食に関しては感染を気にして自主規制をしているようである。新型コロナウイルス感染症が2類相当のままでは何をやっても全体的な景気の回復にはつながらない。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高騰に伴う経済施策等の実施がされているが、値上げ分の相殺は一時的なものであり焼け石に水である。今後、消費者の生活は従来以上に悪化することが予想され、景気はますます悪くなる。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（企画担当）	・働き方改革で残業時間が厳格化したことにより、企業経営者や労働者に影響が出て、景気が落ち込むかとみていた。しかし、物流業界では長距離トラック運転手の残業対策として、中継点に物流倉庫を建設する工事が増加するなど、新たな需要が生まれてビジネスが広がっている。
	○	食料品製造業（経営者）	・全国旅行支援も実施され、土産需要は良くなってくるとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・これまでは新型コロナウイルスの感染状況により予約のキャンセルも発生したが、今はキャンセルがほとんどなく、予約が埋まっている。イベント等による人流の増加が売上に直結している。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・徐々にイベントが再開され始めているため、広告や印刷物にも期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格や電気代の上昇、人手不足などの不安要素は多々あるが、仕事量は増えつつある。チャンスを逃さないようにするしかない。
	○	建設業（従業員）	・一定の受注は予測しているが、物価高騰に起因した事業中止や延期が相次いでおり、期待値を下回る可能性がある。
	○	司法書士	・建売業者の土地仕入れや商業ビルの売買など、これまで案件として低迷していたものの引き合いがみられるようになってきている。
	○	公認会計士	・全国旅行支援が来月から導入されるため、サービス業関係は今よりも景気が良くなるとみている。円安による原料、小売物品の値上げ等により、小売関係はよくて現状維持とみる。建設関係は悪くなる要因がないため、全体としての景気はやや良くなるとみている。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握の見直しによって、消費心理に影響するネガティブな要素が薄らぐとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・肥料の注文書が届いたが、前年からすると3～4割値上がりしている。また、機械類の貸出料も燃料の関係で5～6割値上がりしている。ものの収入の分を引くと、前年と変わらないとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・行動制限もなく新型コロナウイルス感染症に左右されない経済活動の再開にあっても、地方経済そのものが疲弊している現状から回復には至らない。今後も、この景気動向は続いていくとみている。

	□	金属製品製造業（経営者）	・客先の状況に注意が必要だが、足元の受注は好調であり、3か月先で悪化するとは考えにくい。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・材料やエネルギーに関するコストが上がっており、設備投資を控える客の声がある。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・客からは投資抑制の話も聞くが、直近における影響は小さいとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の動きが見えてこない。引き合い数の減少もあり、良い状況にはない。
	□	建設業（従業員）	・相応にある受注を1件1件作業している。作業員が不足しており、現行と同じ進捗になる見込みである。
	□	輸送業（経営者）	・9月に入って新型コロナウイルス感染は大分落ち着いてきたが、冬場にかけてインフルエンザと新型コロナウイルス感染症の感染が同時拡大するとの予想もある。その影響と物価高騰が景気の足を引っ張るとみている。特に、輸送業に必須である燃料、車両、タイヤ、オイルの価格や修理費等が軒並み高騰しており、経営を圧迫している。
	□	通信業（営業担当）	・コロナ禍のなかで客と良好な関係を築くことが重要とみている。
	□	通信業（営業担当）	・物価高騰により、日常の必需品以外の優先度の低い商品は買い控える傾向にある。
	□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着く時期とみており、全国旅行支援が順調に実施されれば国内旅行が促進される。消費活動も活発になるため販売促進費が増大し、広告出稿に結び付く。
	□	経営コンサルタント	・消費者の生活防衛のための引締めが続く。
	□	コピーサービス業（従業員）	・インボイス制度、電子帳簿保存法など我々にとって追い風が吹いているが、まだまだ準備不足の会社が多く、現状は検討中若しくは勉強中の所が多い。今は商談の準備に徹している。
	□	その他企業 [企画業]（経営者）	・季節的に固定観光客は確保できても流動観光客は減少する。また、当地特産品の収穫も今期分は来月までなので、買物客の来訪も多くは望めない。ただし、毎年の傾向なので、特段景気がマイナス方向に向かうということではない。
	□	その他企業 [協同組合]（職員）	・受注量、受注案件に総じて特段の変化は見受けられない。ただし、製造原価等上昇分の価格転嫁により、客先の対応に変化が出始めており、これまでのリピート物が競業他社へ流れるなどしている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・製品価格の値上げによって取引がなくなってしまう事態も想定され、販売量の更なる悪化が見込まれる。売上減少や原材料価格等の高騰による利益減少も想定されるため、身の回りの景気は更に悪化するとみている。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・原材料価格の値上がりが続いており、製品価格の更なる値上げも検討しているが値上げ浸透に時間が掛かり、収益の悪化が懸念される。先行きに明るい見通しがなく、非常に厳しい状況である。
	▲	金融業（広報担当）	・大雨による農産物被害が顕在化しており、一部作物に品薄が発生すると見込んでいる。また、円安や地政学リスクの顕在化によって原料やエネルギーの価格が高騰し、その影響による物価高が消費の鈍化をもたらす可能性がある。
	▲	広告代理店（経営者）	・引き続きの円安、株安不安で取引先の先行き不透明感が増している。
	▲	その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経理担当）	・値上げ商品の更なる増加により、余り良くならない。
	×	農林水産業（従業者）	・肥料価格の高騰や米の価格の低迷は、短期的に解消されるような問題ではないとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・求人数は明らかに増加している。悪くなるイメージがない。
	◎	新聞社 [求人広告]（経営者）	・9月に入って広告やイベント実施についての問合せが増えてきており、企業活動を活性化させようとしている様子が見られる。ウィズコロナもなじんできている。さらに、全国旅行支援や海外客の入国制限撤廃なども続くため、消費の活性化は進むとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・職種や業種によるが、毎年年末にかけては採用数が増加する傾向にある。

□	人材派遣会社（経営者）	・人手不足の状況は続いており求人はある。しかし、会社の業績はエネルギー価格や原材料価格の高騰によって利益がひっ迫している。求人は継続してあるものの、景気が上向きだとはいえない状況である。
□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症や円安の動きが予測できないため、いまだ先が読めない。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・経営者の声を聞くとマイナス要因しかないが、求人等をみると若干持ち直しているようにもみえる。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全国旅行支援の開始により、観光・宿泊関連で動きが出るが見込まれる。
□	職業安定所（職員）	・雇用関係は改善しているものの、10月からの最低賃金改定や雇用保険制度改正により事業所負担が増加することから、求人数や設備投資に減速感が出てくる可能性があるため、変わらないとみている。
□	職業安定所（職員）	・物価高による影響がマイナス材料であるものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることや全国旅行支援が実施されることなどのプラス材料もあり、景気に大きな変動はないとみている。
□	職業安定所（職員）	・求人数が求職数を上回っている状況が続いているものの、燃料の価格高騰や物価高などが事業所や求職者に影響を与えることも想定されるため、状況を注視する必要がある。
▲	人材派遣会社（社員）	・原料の価格高騰による企業業績の悪化、米国の利上げによる株価低迷など、方向感が難しい局面にある。一部好業績を継続する企業がある一方、業績悪化に傾く企業が増えるとみている。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症による会議の効率化や見直しなどがあり、今後もこの流れは続くともみている。
▲	職業安定所（職員）	・固定費の上昇が続き、企業にとっては厳しい状況となっている。
▲	学校〔専門学校〕	・円安を食い止める決定的な対策が見いだせない。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるため、人手不足の業種を中心に求人数は変わらずあるが、燃料費や原材料費の値上がりの影響を懸念する声もある。
×	*	*