

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)	◎	乗用車販売店（従業員）	・年末年始で販売量が増えることを見込んでいる。
	◎	高級レストラン（支配人）	・来客数の増加が著しい。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況に収束感がある。インバウンドも増加するとみている。
	○	商店街（代表者）	・全国旅行支援が予想以上に利用されている。
	○	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・インバウンド関連業界などは円安により景気は良くなるとみている。しかし、当業界では厳しい状況が続くとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・市の施策であるスタンプラリーが10月20日から始まっており、来年の2月末まで続くため、来客数が多くなることを期待している。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているが、終息する感じはないため、関連商品は動くともみている。また、通常のヘルスケア商品やビューティーケア商品も動いている。年末に向かってより良くなっていくとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始にかけて人が動くようになれば状況も好転してくるのではないかと期待している。個人単位ではなく企業単位で、今まで自粛していた忘年会や新年会を開催するような風潮が出てくれば、一番苦しい飲食店に活気が出てくるとみている。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・寒くなるにつれて仕立ての注文が多くなっているため、売上につながっている。冬物受注も増えることが予想される。
	○	百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第なのは今までと変わらないが、人々の動きが活発になってきており、購買意欲は高まっている。しばらく衣料品の購入を控える傾向が続いていたため、反動が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・これまでも客単価や購入点数が安定して継続しているところに、新型コロナウイルス感染防止対策の緩和でより人の動きが良くなってきており、売上は若干伸びるとみている。また、全国旅行支援のおかげで観光客が増加しており、引き続き近隣のホテルの客が来店するとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・年末に向けて更なる人流回復が見込める。
	○	コンビニ（エリア担当）	・物価がどこまで上がるのかが不透明である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・気温低下に伴い、防寒アウターニーズが一気に高まると予測する。
	○	衣料品専門店（総務担当）	・地方ではまだ影響が出ていないが、都心部ではインバウンドによる売上が少しずつ出てきている。イベント、旅行等の規制が解除され人流が活発化すれば期待できる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしている。今後、受注量が増加する見込みがあり生産量も増えるため、やや良くなるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・これまで動けなかった人たちが一気に動き出すとみている。観光地はもちろん、地元の人々もようやく宴会などができるようになってくる。年末年始にかけて人の動きも消費も良くなることを期待している。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今年は秋が短く冬期間が長い予報もあり、配達灯油の需要増加があると期待している。
	○	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感染症の第8波の懸念はあるが、今の来客数増加の状況が続くことで、今後、衣料品を中心とした冬物需要の増加も見込める。
	○	一般レストラン（経営者）	・12月は少しずつ忘年会の予約が入ってきている。状況はこれまでよりは幾らか良くなってきたようである。
○	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、今まで自粛していた客も動き出すとみている。	
○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の終了まではやや良くなるとみているが、その先は不透明である。海外は円安基調が悪影響を及ぼしており、伸びることはないともみている。	

○	旅行代理店（従業員）	・円安によりインバウンド関係は今後更に伸びるとみているが、コロナ禍が続いている現在、インバウンドへの依存には不安がある。国内旅行に関しては宿泊施設の物価高負担が大きくなっており、料金値上げによる販売の落ち込みを懸念している。
○	観光名所（職員）	・募集型の団体客や団体客、個人客のいずれも予約状況は大変好調である。この好調さはしばらく続くとみている。
○	競艇場（職員）	・年末年始は来場者が増えるため、売上は良くなる。それに合わせてイベント等で来場を促せば大きな効果があると期待している。
○	美容室（経営者）	・年末に向かってクリスマスなど季節的な催事によって景気も若干持ち直し、来客数も増えてくるとみている。ただし、底流部分は変わらない。
□	商店街（代表者）	・全国旅行支援等により旅行者や帰省客の増加が見込まれる。新型コロナウイルス感染症の第8波により海外からの入国に影響が出たとしても、外国人観光客の少ない当地においては変化が少ないとみている。
□	百貨店（催事担当）	・外出、旅行に伴う需要が拡大している一方、物価上昇により生活防衛感も高まっている。消費が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復するには時間が掛かるとみている。
□	百貨店（計画担当）	・景気回復の起爆剤的なものがない。さらに、新型コロナウイルス感染症の第8波が来ることも予想もされている。
□	スーパー（経営者）	・仕入価格や原材料価格の高騰などにより、販売価格を上げざるを得なくなっている。最近は客も価格訴求型になってきている。
□	スーパー（店長）	・商品の値上げが続いており、客の財布のひもは相変わらず固い。冬になり暖房費を節約する家庭が増えている。この状況は続きそうである。
□	スーパー（店長）	・コロナ禍の行動制限がなくなり、外出への来客数流動や食生活の変化が新型コロナウイルス感染症発生前へ戻りつつある。よって、食品スーパーマーケットへの来店頻度が減少していくものと予測している。
□	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き始め、客の気は外に向いている。食品小売スーパーに関しては、新型コロナウイルス特需がなくなり、相次ぐ値上げで販売量が減ってきている。この先2～3か月はかなり厳しい状況が続くとみている。
□	コンビニ（経営者）	・電気代の上昇と最低賃金の引上げによって店舗運営コストが上がり、売上総利益が上昇しても純利益は前年同等若しくは少し減少するとみている。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響が大きいとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・人の動きが活発になり来客数は増加傾向にある。しかし、燃料費や原材料費の値上がりが進み、物価高により客の購買意欲が低下することが懸念される。経費の増加を考えると新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで景気が回復することは難しいとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・人の移動は制限されていないが、新型コロナウイルスの感染が収束していないため、買物客は慎重になっている。
□	衣料品専門店（店長）	・前年のブラックフライデー辺りからは景気が良くなってきた認識がある。物販としては1年を通して購入品が一巡した感じがある。
□	衣料品専門店（店長）	・物価上昇が続くなか、主婦を中心に財布のひもが固くなり、買物が慎重になることが予想される。
□	家電量販店（店長）	・全国旅行支援などにより旅行や観光には金が流れているようだが、食品や家電製品、日用品といった家庭の消費は増えていない印象を受ける。ガソリン価格の高止まりや、電気料金の値上げも懸念されている。客の財布のひもは固いとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・上半期の市場環境は前年から変わらず、新車売上も想定どおりで推移している。年内入庫もある程度予定していたとおりであり、減少傾向は変わらないとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・納期が不安定であるため、別の収益確保を考えなくてはならないが、中古車、サービス共に苦戦している。

□	乗用車販売店（店長）	・冬支度が始まるため在庫増が見込まれるシーズンだが、冬タイヤの値上げなど物価高の影響を声に出す客が増えており、タイヤを新調する客は少ない。
□	自動車備品販売店（経営者）	・観光に関しては人の流れが以前よりは良くなっている。しかし、電子デバイスの供給不足が様々な産業、業種に大きな影響を与えており、解消しない限り景気の底上げにはならない。
□	住関連専門店（経営者）	・行動制限が解除され、社会が新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻り始めている。それが売上につながっているところもあるが、まだまだそこまで至っていないところもある。しばらくは現状維持が続くとみている。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ウィズコロナへの移行により販売量の増加が期待できるものの、物価高による節約志向の強まりもあるため、今後も大きな変化は期待できない。
□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が大分落ち着いてきていることは好材料だが、物価高により客の財布のひもが固くなっているため、今月と変わらないと予想している。
□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が来るのではないかという話が出ている。企業のなかでも大人数での会食は禁止しているところはまだあるようである。よって、景気が良くなることはないとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊業への支援がいつまで続くか次第である。
□	観光型旅館（スタッフ）	・全国旅行支援が終了することと、物価高や円安のことを考えれば、良くなることはない。
□	旅行代理店（従業員）	・国内旅行は全国旅行支援の割引予算額が底を突いている。海外旅行は新型コロナウイルスの規制緩和により復活したものの、物価高、燃油サーチャージの高騰、円安などの影響により回復できない状況が継続している。また、新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念もあり、業界全体の景気は横ばいで推移するとみている。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているが、それ以外の様々な問題がまだまだ解決されていない状況のため、心理的に上向くことは難しいとみている。
□	通信会社（経営者）	・有料テレビは娯楽であり必需品ではないため、解約数の微増が続いている。インターネットは現在の生活においては優先順位が高くなっており、不景気のなかにあっても契約者数は微増で推移している。
□	通信会社（営業担当）	・全国旅行支援も予算上限に達した自治体が多く、政府の景気対策の効果は一時的である。賃上げ対策も中小企業にとっては逆効果であり、人件費を更に圧迫することになるため、厳しい局面に向かうとみている。景気の悪い状況は変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・景気好転に向けた材料に乏しい。
□	遊園地（経営者）	・シーズンオフで営業日数も少なくなるため、極端な影響はないとみているが、新型コロナウイルス感染症の第8波や物価上昇が懸念される。
□	美容室（経営者）	・新規客が来ない。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安によって原材料の価格高騰に拍車が掛かってきている。光熱費、油脂製品などの上昇が特にひどく、損益に及ぼす悪影響は大きい。
□	住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅の受注は落ちているが一般建築が一定量あるため、前年並みで推移するとみている。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場組数は10月までは増加傾向にあるが、11月から3月は現在と同数で推移すると予測している。
▲	商店街（代表者）	・これから年末にかけて、普通は消費が増えてくるため予約も増えてくるはずだが、全く変化がない状態である。このまま低迷した状況が続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・生活様式が変わり、年末年始の需要が見込めない。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化と円安により、エネルギーや食料を始めあらゆるモノの価格が上昇し、客の生活が厳しくなるとみている。
▲	百貨店（経営者）	・ここまでけん引してきた高額商品の動きも鈍くなってきている。年末商戦では多少上向くが、モノ消費からコト消費への移行もあり、インバウンドが期待できないエリアでは、今後、苦戦を強いられるとみている。

▲	スーパー（店長）	・全国旅行支援の影響を大変懸念している。
▲	スーパー（営業担当）	・値上げラッシュが続く。特に東北地域は冬に向かい燃料費の高騰などで厳しい状況が続くとみている。
▲	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しておらず、むしろ増えているため、買物の回数は増えない。まとめ買いは継続しているが、価格に対しては今まで以上に厳しくなってくるのではないかとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・近くにバスターミナルができて来客数が増えている。しかし、これから寒くなり天候が崩れると、客の動きが読めなくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・冬に入ることによって来客数の減少がより顕著になる。現状は販売量と単価でカバーしているが、それが厳しくなるとみている。
▲	コンビニ（店長）	・中小企業においては最低賃金の引上げと電気代の高騰が経営をかなり圧迫している。客は思ったよりも価格を気にする様子もなく、それほどひどい感じはない。しかし、暖房を使う時期に灯油価格が上がると家計の支出を抑えるのではないかと心配している。
▲	衣料品専門店（経営者）	・季節的に寒さや積雪により客が来店しなくなることが予想される。また、連日の円安や物価上昇などの報道により、客の行動に影響が出てくることが予想される。
▲	家電量販店（従業員）	・円安や物価高騰が改善されない限り、客の消費行動は変わらず、景気の停滞が続くとみている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・販売できる車の減少や納期遅延のため、なかなか売上につながらなくなっている。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年明けに今回値上げしなかったメーカーが価格改定する可能性がある。3月頃まで様々な業種が五月雨式に値上げをし、景況に影響を与えるとみている。
▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	・冬季の灯油、電気代の値上げでし好品への支出が減ると予想する。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・これから原材料の価格高騰による値上げがあり、消費の落ち込みが予想される。全国旅行支援などはあるが、安くなっているから来客数が伸びているわけで、それが終われば買い控えをする人が多くなるとみている。中小企業にとっては一層厳しくなる。
▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の延長があれば良い状態は続くが、なければ今より動きは悪くなる。
▲	タクシー運転手	・秋の紅葉は観光客が局地的に訪れるが、12月から1月は人の行動範囲が全国に広がるため、落とされる金も全国に散らばる。
▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行が懸念される。また、限定的ににぎわっている観光業界も、補助事業の予算が頭打ちになることが考えられ、全体的に消費が縮小傾向になることは避けられないとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・当面は物価の上昇が続くとみているため、景気はやや悪くなる。
▲	テーマパーク（職員）	・冬休み期間を除き、12月から2月は閑散期に入る。
▲	設計事務所（経営者）	・先行して設計作業をしているものの、価格高騰や工期が間に合わないなどの理由で決定に至らないため業務が完了せず、多くのケースで費用も取れないまま設計変更に応じる状態が続くと予想している。官庁案件についても同様である。年度末で納品した設計業務の工事発注は、議会承認を受け6月頃からはなるが、設計変更となる案件の発生が予想される。その際の費用負担はこれまでの慣例から無償対応が基本であり、価格転嫁はできないとみている。
▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・物価高の影響に伴い工事を先送りにすることが増えることとみている。また、部品の供給不足により工事遅れも続くとみている。
×	スーパー（経営者）	・11月の消費環境は食品、電気料金、物流単価等の価格上昇が続く。さらに、今年度は厳冬の予報が出ており、暖房費の負担が増加し、電気使用量が増え、家計の支出負担が増えることが予想される。商品等の販売価格は右肩上がりが続くとみられるが、可処分所得が増える話はないため、しばらくは消費支出が更に減少するとみている。家計に還元される超大型補正予算の早急な執行を期待したい。

	×	スーパー（経営者）	・冬に入るが、灯油代が前年より値上がりしており、更に電力料金も上がる。国の補填があるとはいえ、食品を含めた物価高騰に歯止めが掛からないため、客の財布のひもが固くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・ほとんどのモノが値上がりしているため、客の財布のひもが固まっている。給料自体がそれほど上がっていないことが問題である。光熱費や食費、全てが上がっているため、この先もかなり厳しくなることが予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・最低賃金の引上げ、冬は光熱費の高騰、除雪代の負担で地獄しかない。冬を越せるか心配している。
	×	衣料品専門店（店長）	・物価高の影響で消費に慎重になり、紳士服に対しても買い控えが進むことが予想される。
	×	一般レストラン（経営者）	・各エリアで新型コロナウイルス感染症に対する意識は異なる。規制をなくして経済が活性化するエリアもあるが、核家族が多いエリアでは新型コロナウイルスの新規感染者数が増加する。これでは新型コロナウイルス感染症に対する過度な警戒心はなくなる。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高騰に対して各種経済対策が実施されているが、一時的かつ特定の人にもみ恩恵があるだけで景気向上効果は期待できない。消費税率を下げる等の全体的な施策を行わないと景気は上向かず、ますます悪化する。
企業 動向 関連	◎	食料品製造業（製造担当）	・店舗では予約キャンセルも発生しなくなっている。ギフト用品への採用もみえてきていることから、売上は今後も伸びる見通しである。スタッフの確保が急務である。
(東北)	◎	建設業（企画担当）	・取引先との交渉経緯や取引結果からみると、景気は良くなっている。
	○	食料品製造業（経営者）	・売上面では明るさがみえてきているが、コスト面ではエネルギー価格の上昇や円安による原材料価格の高騰の影響が大きい。利益面でこのままやっていけるのかという不安がある。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて需要が見込める。
	○	建設業（従業員）	・民間案件が事業中止や延期になる一方、公共工事は一定量コンスタントに出件する見通しのため、若干受注増加になるとみている。
	○	司法書士	・以前より住宅建築業者による土地の仕入量が増加しているようである。
	○	公認会計士	・全国旅行支援が12月まで実施されるため、円安による物価高を考慮してもサービス、小売関係は業績の回復傾向が続くとみている。また、部材不足等により建設、製造業で原価高騰が生じているが、一定の業績を確保するとみられるため、全体としては景気がやや良くなる。
	○	その他非製造業〔飲食物品卸売業〕（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簡略化が、行動を自粛するような人々の心理面にも影響を与えており、新型コロナウイルスの感染を許容する世の中の風潮が形成されつつある。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響もさることながら、地方経済の疲弊、人口減少、高齢化の急激な進展など県特有の課題が多い。地方経済の回復がみえる形で実感できない現状では、中央との格差は拡大する一方である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・電機部品関係はいまだに入手が困難で装置を受注しても納入できない状況が続いている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・設備投資の話が少しずつ出てきてはいるものの、材料価格の高騰や半導体不足による部品入手難は今後も続くため、劇的な変化は見込めない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先からの情報でも良い内容は入ってこない。若干の動きはあるものの、全体の動きは鈍化傾向にある。
	□	建設業（従業員）	・原油価格はひと頃比べて落ち着いており、現状は影響が少ないが、今後も価格動向を注視していく必要がある。
	□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきた。円安等の影響もあり物価の上昇も収まらない。さらに、今後インフルエンザの流行も予想される。これらの要因が景気の上向き傾向に水を差すことになるのではないかと懸念している。
	□	通信業（営業担当）	・客と厳しい現状を乗り越えるための相互理解を深めていく。

	□	金融業（広報担当）	・円安水準が現状程度を維持し、かつ新型コロナウイルス感染症の第8波がなければ、引き続き観光需要取り込みの拡大は期待できる。一方で当地においても、これまでコロナ禍のなか企業体力を削りながら耐えてきた製造業や小売業から、いよいよ再編や廃業、業態転換などの変化が出てきてもおかしくない。
	□	広告業協会（役員）	・ウィズコロナが浸透し、冬場に新型コロナウイルスの新規感染者数が増えても、経済活動は新型コロナウイルス感染症発生前に戻ることを期待している。しかし、各種値上げが消費活動を抑制にむかわせる懸念があり、先行きは不透明である。
	□	経営コンサルタント	・販売価格への転嫁の状況次第である。
	□	コピーサービス業（従業員）	・主力商品のIT機器の大幅な値上げの通知がきている。駆け込み受注があれば多少は改善が見込めるため期待している。
	□	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続くため、変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・秋の行楽シーズンに続き、冬のスキー客にも期待したいが隣接県のスキー場と比べて宿泊客収容数などの競争力が今一つである。しかし、日帰りも含めれば一定の来客数は確保できるとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・業種によって温度差がみられるようになってきた。電気料金、原材料価格等の高騰が続いており、これらを多く使う企業は、収益面で厳しくなっている。
	▲	農林水産業（従業者）	・生産資材が軒並み値上がりしている。特に肥料の値上がりは3～4割程度と大きく、経済的に厳しくなっている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・今年6月に続いて来年3月にも商品の値上げを予定しており、販売量の前年割れは継続するとみている。円安による原材料価格やエネルギー価格の上昇が続いており、利益面でも苦戦している。状況は厳しい方向に向かっていくとみている。
	▲	窯業・土石製品製造業 （役員）	・急速な円安や国際情勢の動向により、国内経済回復の兆しが全くみえてこない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・客先との交渉により経費増加分の一部を負担してもらえそうだが、全てを負担してもらうことは難しそうである。経費の増加分は更に増える可能性もある。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・景気は悪くなると予想している。ただし、世界的な納期遅延が落ち着き、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着けば、景気が上向くことが期待できる。
	▲	通信業（営業担当）	・物価上昇の影響でスマートフォンなど通信デバイスの値段も上がっており、購入をためらう客が増えている。
	▲	広告代理店（経営者）	・原材料高、物価高、円安などの社会不安によって需要が減るとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・燃料や農業資材の価格高騰は当分続くとみている。
雇用 関連 （東北）	◎	*	*
	○	人材派遣会社（経営者）	・消費活動がかなり戻ってきており、各企業とも仕事は大幅増えてきている。しかし、人材を採用しにくくなっており、時給など待遇面を見直す必要が出てきているため、人件費が高騰している。よって、やや上向くもののそれ以上にはならないとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・現在、東北の地場企業だけではなく、他エリア本社の東北求人も増加傾向にあり、少なくとも今期中は続くとみている。仮に円安により景気が悪化した場合も、人手が不足している業種や高スキル人材に関しては募集を継続するとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・全国旅行支援などによりサービス業に動きが出てきている。製造業も円安により拠点を国内に回帰させる動きがある。金融緩和は継続される公算が高く、直近の景気は押し上げられるとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きと感染防止対策の緩和、旅行喚起策により、多くの企業が前向きに動き出している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・人手が足りないと相談を受けている企業が増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	・円安及び政権の不安定な状況により、景気が悪化する可能性もあるとみている。

□	新聞社 [求人広告] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響は弱まるが、円安傾向がいつまで続くのかに左右されるとみている。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・物価上昇と円安が続き、消費の悪化による新聞広告への影響が懸念される。
□	職業安定所 (職員)	・受注が順調で労働力不足を訴える求人事業所は多い。しかし、一部の産業では、資材価格や燃料・電力価格の高騰や円安が収益を圧迫する等の理由から求人を絞り込んだり、様子見をしたりする動きもあり、それらが相殺されて変わらないとみている。
□	職業安定所 (職員)	・物価高による生活への影響は大きいですが、人手不足により求人数は増えており、政府の経済対策にもある程度期待が持てることから、景気は大きく変わらないとみている。
□	職業安定所 (職員)	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、燃料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、状況を注視する必要がある。
▲	学校 [専門学校]	・インフレの改善は余り期待できない。また、コロナ禍においてインバウンドの入国規制を緩和できるかも不透明である。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	・原材料や燃料価格の高騰を懸念する企業が多い。
×	アウトソーシング企業 (経営者)	・値上がりが続く限り、来年度の客との年間契約金額を上げることができなければ相当なダメージになる。