

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）	・経済は新型コロナウイルス感染症発生前まで回復できるのではないかと判断している。行政支援策や様々なイベント催事も開催され、当店でも2023年度の集客イベントは、活性化していく計画である。
	◎	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の需要が増える。
	◎	乗用車販売店（役員）	・増加を重ねてきた国内受注残台数の解消に向けて、メーカーも本腰を入れ改善に取り組んでおり、販売量の増加が見込める。
	◎	乗用車販売店（役員）	・1月からメーカーの生産が、更に改善される見通しとなり、販売台数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ると考えられる。
	◎	ゴルフ場（従業員）	・韓国からのチャーター便が期間限定で運航されたが、一部がその後も継続されるため、前年よりも入場者が増加することが予想される。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩んできたため、人の動きが良くなっており、衣料品の需要が増加すると予想している。
	○	商店街（代表者）	・マスクの着用義務の緩和や新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ引き下げられるなど、規制緩和の施策により景気が回復してくる。
	○	商店街（代表者）	・今後も近隣の商店街や商工会議所、関係各団体に協力を得て、元の市場へと復興を目指していくため、商店街の組合では、各店主が売上向上に一致団結している。
	○	商店街（代表者）	・年度末商戦が始まり、繁忙期に入る。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・2～3か月先は卒業式や春の移動シーズン、退任式等があり一番忙しい時期となり、売上は上がると予想されるが、燃料が高騰して仕入単価が高くなる。前年は花の博覧会に多くの花が使われたため、販売用の花の需要が多かったにもかかわらず不足した。今年も忙しい状況であるが、売上につながらないため厳しい状況である。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症分類が5類へ引き下げられ、消費者心理としては改善に向かうと期待している。卒入学に向けた商材等は今後活発に動く予想され、また、観光客の動きも活性化するため、来客数は増加していくと見込んでいる。
	○	百貨店（経理担当）	・来客数も増加傾向にあり、食料品や衣料品全般に売上の改善がみられる。インバウンドの需要も若干ではあるが回復しており、宝飾・美術品等の高額品が売れるようになっている。
	○	スーパー（店長）	・客の生活スタイルが新型コロナウイルス感染症発生前へ戻ることにより、現状の来客数が伸長し、客単価や売上増加へつながっていくと想定している。
	○	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に分類され、行動制限のない新型コロナウイルス感染症発生前の生活様式に戻っていけば、これまで食品スーパーマーケットに向けられていた消費の一部が、レジャーや旅行、外食、趣向品等へと向けられていく。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の点数は増加しないが、商品値上げによる売上増加が続く。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍の行動規制が緩和されたことでイベントが増加し、インバウンドの需要も復活する見込みである。一方、自粛派の巣籠り需要も継続しており、コンビニエンスストアは行楽と巣籠りの両面で需要拡大すると判断している。
○	コンビニ（経営者）	・社会風潮としては、物価高騰に対する購買意欲の低下が懸念されているが、現段階においては買い控え等のネガティブな状況はみられない。外食や外出などに対する意欲はみられるようになり、今後更に人の行動が活発になると景気は良くなる。	
○	コンビニ（エリア担当）	・賃金上昇傾向が、消費行動に影響することに期待している。	
○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症が収束気味になっているため、今後に期待したい。	

○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は余り減少していないが、行動規制が緩和されているため、来客数の回復が期待できる。
○	家電量販店（店員）	・今月の売上は悪く、2月もこの状況が続くと予想している。今が底の状態であるため、3か月後はやや良くなっていく。
○	乗用車販売店（従業員）	・年度末商戦に期待が持てる。
○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの発表では、3月まで新車配給を前年比150%程度増やす計画である。新車販売台数が増えると、会社の売上や利益が確実に増える。
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・この地域では、半導体工場の建設に関わる作業員や台湾からの訪日客など新規の来店もある。このため、売上が増加していく。
○	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）	・中国からのインバウンドが見込めるため、徐々に良くなる。
○	高級レストラン（経営者）	・食事や宴会、観光、インバウンドなどで年末から人の動きが出ており、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加や減少を繰り返している。しかし、新型コロナウイルスが5類感染症になると、新しい生活様式が普通になり、人の移動が新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると予想される。
○	一般レストラン（経営者）	・寒波も弱まり次第に暖かくなると、当県ではキャンプシーズンに入るため、来店客の増加を期待している。
○	通信会社（企画担当）	・年度の切替え時期になり、継続して引き合いが増えており、受注量も好調である。
○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に引き下げられることで、もっと行動が活発になる。
○	通信会社（役員）	・政府の電気料金の負担軽減策が始まり、春を迎えることで光熱費の負担が軽くなるため若干の景気は良くなる。
○	観光名所（従業員）	・春休みに入るため、3月、4月に来町予定の客から問合せが多くなっている。行動制限緩和もあり、コロナ禍で旅行自粛していた人にとっては、今後の旅行の起爆剤になると予想している。
○	観光名所（職員）	・国内の客に加え、インバウンドも増加傾向が続き、市内での需要が上向いてくる。
○	ゴルフ場（営業）	・中国の新型コロナウイルス問題やウクライナ情勢などの外的要因が不安定であるが、外国人受入れや全国旅行支援等により、人の流れが2018年以前のように戻りつつある。
○	美容室（経営者）	・経営がなかなか上向かない状態で、支援もないため、今後を懸念している。
○	理容室（経営者）	・3月になると卒業や入学シーズンに入り、業種によって忙しくなる時期であるため、徐々に景気が良くなっていく。
□	商店街（代表者）	・やや良くなっている商況が続く。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がやや減少傾向にあるため、3か月先には期待が持てるが、一方、物価高騰や電気・ガス料金等の値上げで、消費が厳しい状況になることも予想される。特に、商店街は生活防衛をしている高齢者客が多いため、景気が良くなるとは考えられない。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	・物価高騰の影響で、購買心が起こる状況にならず、野菜や果物の価格はこの状態が続く。春先に出荷されるかんきつ系果物は予約が少ないため、期待ができない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・節分の恵方巻きや、ひな祭りのハマグリなど幾らか売れるイベントがあるが、近年は思ったほどの購買にはつながらず、期待薄である。海水温の影響で魚が少なくなっており、漁獲量の増加は期待できない。養殖物に頼る比率が上がってくると予想される。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・外販での売上は、ほとんどない状態である。企業では、客へのお茶出しはなくなり、事務員も自分で準備するため、お茶の葉を購入して飲まなくなっている。このため、売上にかなり響いており、今後の売上が元に戻ることは厳しいと危惧している。
□	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークに向けた人の動きは、年末年始並みと予測しており、土産やギフト需要も同様の規模だと予測している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、行動規制緩和で客の戸惑いはあるが、店頭来店の回復が見込める。県内のサテライトショップやギフトショップへの来店やWeb受注も落ち着いている。来客数の回復がみられ、商品価格の上昇はあるもののキャッシュレス決済利用の増加や自家需要、嗜好性の高いブランド品・舶来雑貨・必需の季節商材は堅調で、客単価や商品単価は高く維持しており、ギフトや自家需要目的の来店と購買で徐々に回復が望める。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・依然として社会情勢が不安定であり、値上げも度重なっているため、消費が慎重になっている。一方で、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることにより、今以上に行動範囲が広がり、外出する機会が増えることが想定されるため、衣料品や雑貨類が伸長する可能性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・大手企業がベースアップなど賃上げを相次いで表明しており、すぐに購買につながれば景気にプラス効果があると考えられる。しかし、大多数の中小企業が賃上げできるかは疑問であり、大きく景気が上向きになるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・今後も商品の値上げが続き、エネルギー支出が減らず、可処分所得も変動しない状況であれば、この傾向は続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価上昇により売上増加が見込めず、光熱費を始め経費のみ増加しており、個人事業主は厳しい状況を強いられて、先行きが全くみえない状況である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・良くなる条件が見当たらない。ニュースでは景気が上向いているような報道があるが、零細企業にとっては、まだまだ景気回復には程遠い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・4月は年度替わりで、多少の需要があると予想されるが、光熱費を始めとする値上げや増税などの報道もあり、高額商品を販売している当社にとっては、客が消費に充てる割合を考えると先行きが良いとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が落ち着くまでは、現況が続くのではないかと考えられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・現在の物価高が標準になるまで、まだ時間が掛かりそうである。以前の価格が定着しているため、しばらくは上向き状況ではない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・来客数が減少しているが、必ず商品を購入しており、買い回りの客はいなくなっている。そのため、売上に変化はない。賃上げがあれば景気が良くなる可能性があるが、なければ耐久消費財等の買い控えがあると考えられる。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・円が一時150円まで安くなり心配されたが、現在130円程度で落ち着いている。一方、資材の値上がりは続いており、商品の仕入価格は高騰しており、経営に影響するのではないかと、先の見通しがしづらい状況である。
<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）	・物価高騰は、悲観的に捉えている人や企業が多いため、経済活動にも悪影響を及ぼしており、何か新しい取組やコンテンツが必要である。また、新型コロナウイルスが5類感染症になることで、行動規制のない社会を期待している状況でもある。特に旅行業界や酒を提供している飲食業には、当ショッピングセンターとしても期待しており、何らかの協力をする予定である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・今月は個人の客が多かったが、企業関係は多くはない状態である。3か月後企業関係の客が増加すると景気は上向きになると考えられる。4月は選挙等があり不安材料が出てくる。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・来客数は減少しているものの、今月は客単価が若干増加し、来客数の減少を補っている。しかし、これ以上の客単価増加は望めず、この先も現状のままで推移する。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が実施され、宿泊利用は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る売上を見込んでいたが、宴会・婚礼の動きが悪いため、全体ではどうにか新型コロナウイルス感染症発生前ほどの売上となる予想である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響は続いており、景気が良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（総務）	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられるまで、状況を判断していく。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・予約は多くなっているが、その状態に対応できる人や車がないため、先行きに懸念をしている。

□	タクシー運転手	・不安要素が多いものの、タクシー業界では順調に回復軌道にのっている。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染法上の分類が5類に引き下げられるが、新型コロナウイルス感染症に対する恐怖心は高いため、このことが今後の景気に与える影響が危惧される。また、様々な商品の値上げがあるため不安材料となっている。
□	通信会社（企画担当）	・引き続き低迷が想定される。
□	美容室（経営者）	・3か月先は徐々に景気が良くなると予想されるが、天候不順や新型コロナウイルス感染症の影響もあり、景気回復にならず横ばいが継続している。売上に大きな変化が現れないため、キャンペーン等の支援を期待している。
□	美容室（店長）	・年末に来店してから、3か月先に来店すれば卒業や入学と重なるため、少し景気が良くなっているようにみえるが、現実的には余り状況は変わらない。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・3か月後は少し気候も良くなり、電気やガス等の使用量も下がると期待しているが、商品の値上げが予想され、好転するとは考えられない。
□	住宅販売会社（従業員）	・原油等の物価高や食料品の値上げ等生活用品の高騰で費用が増えている割には、購買意欲があり、旅行する動きがあるため、総合的には景気は現状維持で推移する。
□	住宅販売会社（従業員）	・受注全体的に大きな変動はないが、注文住宅の受注がやや減少し、賃貸住宅の受注がやや増加傾向にある。
▲	商店街（代表者）	・食料品や電気、ガス等の値上げは生活費に重くのし掛かり、景気上昇に悪影響を及ぼしている。
▲	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢の影響で、全ての商品が値上がりしている。値上がり分、生活必需品や食料品の売上が上がるが、嗜好品等は買い控えにより売上が落ちることが予想される。商店街のスイーツ店などから、電気代高騰による相談があり、県や市に実態を知ってもらうべく補助金の陳情を行っている。大手企業のように、商品価格の値上げを簡単にはできないため、小規模小売業は対策を考えなくてはいけない状態である。賃金値上げは、時給10円上げることも苦しい状態であることを政府に理解してほしい。
▲	商店街（代表者）	・全体的に値上げの情報が多く、地方では寒波も重なり、消費につながる好要因が考えられない。
▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・人件費や原材料、光熱費等の上昇により利益幅が落ちると予想される。
▲	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症対策による行動規制が緩和されたことで意識も薄れつつあることから、モノからコトにシフトしていくと予測している。
▲	百貨店（業務担当）	・客の買物に対する姿勢は、これまでにないほど慎重になっている。生活必需品の購入はするが、当面は旅行や外出を控える人は多い。人の動きがコロナ禍から物価高に止められている状態である。
▲	家電量販店（従業員）	・生活必需品や食料品、電気料金等の更なる値上げが、今後の営業に悪影響を及ぼす。
▲	乗用車販売店（代表）	・物価の上昇等で悪くなる。
▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価上昇以上に、給与所得が上回ることがない限り個人景気は良くならないため、3か月で景気が良くなるとは考えられない。
▲	旅行代理店（職員）	・全国旅行支援が終了する4月以降の販売量は、低下する可能性がある。
▲	通信会社（社員）	・客の購入マインドが悪くなっており、ケータイ業界が減少傾向にあるため、景気が若干悪くなる。
▲	競馬場（職員）	・インフレが、販売量に影響を与える可能性がある。
▲	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）	・新型コロナウイルスが感染症法上の5類へ引き下げられるが、新型コロナウイルスの感染による影響は少なからず避けられず、また公的な介護報酬が売上の中心であるため、物価高騰分を価格転嫁できず、損益の前年比悪化は継続することが想定される。
▲	設計事務所（所長）	・新規の業務が少ないため、3か月先の景気はやや悪くなる。
▲	設計事務所（代表）	・物価の高止まりと金利の上昇により、景気は悪くなる。

	×	住関連専門店（従業員）	・日用品を扱うため、物価の高止まりのため、多くの客が買い控えや予算を抑えて来店している。この物価高が続くと考えられ、為替や原料価格高騰により、多くの取引先が今春にも価格改定を予定している。身の回りの景気が好転する兆しがない。
	×	一般レストラン（スタッフ）	・原材料値上がりによる価格転嫁で、販売量が減少している。
	×	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の値上がりが継続しそうである。また、業務の対価についても上昇することがない限り、景況感は改善しない。地方の個人事業主に支払う対価が上昇するかは大いに疑問である。
企業 動向 関連 (九州)	◎	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末納品を控えている案件が多い。
	○	農林水産業（経営者）	・2月は例年期待できないが、3月4月は移動や行楽シーズンでもあるため、需要が増えてくる。春先には鳥インフルエンザも落ち着き、原料不足の影響が2年間続いたため、輸入原料を含め対策が必要である。供給不足で取引先に迷惑を掛けているが、資材の値上げ等の負担も大きく、自社商品の値上げも春先以降大きな課題となっている。
	○	家具製造業（従業員）	・例年どおり、年度末に向けて一定数の案件は増えてきている。円安の動きも落ち着きを取り戻しつつあり、今後は徐々に利益も回復すると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合いや見積りの状況が良くなりつつある。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・電気代高騰などが懸念材料である。今後、ソーラー設置で自社消費を回すなど対応が必要である。
	○	通信業（経理担当）	・業種の特性上、物価高の影響が限定的であるため、年度末に向けて売上が増加し、それに連動して利益を確保できる見込みである。
	○	金融業（従業員）	・住宅販売は横ばいで推移しており、自動車販売は持ち直しの動きが見られる。また、百貨店やスーパーマーケットでも売上が上向き始め、旅行業の取扱額や飲食業の売上も回復している。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へ引き下げられれば、新しい生活様式の動きは更に加速する。サービス業においても、一段と回復していくと考えている。
	○	金融業（調査担当）	・為替の安定化や行動制限の緩和等、景気に対してネガティブな材料が着実に解消されている。
	○	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、今後落ち着きが見られると予想される。新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類へ引下げになり、規制緩和や行動緩和等への期待感もある。また、前年より円高傾向になっており、中小企業の原材料輸入の安値感が出ているため、今月と比べ2月、3月は景気が良くなってくる。
	○	広告代理店（従業員）	・受注量は、前年と比較すると若干持ち直しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の7割程度にとどまっており、やや良くなると予想している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・値上げにも慣れ、新型コロナウイルス感染症の規制緩和により外出が増加する。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・国の政策として、新型コロナウイルスの規制は緩めてきている。社会の動きが出ているため、プラスになっていく。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・Web経由での問合せが増えてきている。
	□	食料品製造業（経営者）	・農産物原料の伝染病による生産性低下が予想されるが、受注は安定して見込めている。
	□	化学工業（総務担当）	・来年度以降の受注量や価格等は横ばい、又は若干減少の見通しである。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の段階では、人手不足と原材料の価格高騰で難しい状況であり、値上げによる受注関係への影響が、今後の課題である。	
□	一般機械器具製造業（経営者）	・新年度の計画は、社内の動きや状況外の動きを把握した上で、来年度は動き始めるが、今年度中の状況は現況と変わらず、恐らく来年度もこの状況が続く。	
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数は当初計画台数レベルでの生産を見込んでいたが、半導体供給問題が継続しているため、今月も休出計画の取りやめ等が発生しており、下方修正される可能性が非常に高い。	

	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・半導体関連は部品調達ができず、ほとんど生産が進んでおらず、パワーデバイス系はある程度、上向きの傾向がみられる。しかし、好調とまではいえない状況である。
	□	建設業 (従業員)	・大型物件の入札があるため、何としても受注したいと考えている。
	□	輸送業 (従業員)	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等もあり、今後の先行き不透明感は拭えない。
	□	輸送業 (総務担当)	・これまでも値上げや増税によるマイナス情報があつたが、大きく景気が悪くなることはなかった。九州の景気が東京など都心部に比べて遅れて反映される可能性があるが、情報では出荷量が下がり、取引量が制限されることはない。
	□	通信業 (職員)	・材料不足で携帯基地局工事の完工が予想ほど伸びておらず、売上目標に対して厳しい状況となっている。
	□	金融業 (調査担当)	・ガソリンや光熱費の急騰など、様々な物価の上昇が家計を圧迫しており、消費マインドの向上は期待が薄い。
	□	新聞社 [広告] (担当者)	・好材料はありつつも、通販関連の出稿が停滞気味であるため、景気は横ばいである。
	□	経営コンサルタント (社員)	・余りにも新型コロナウイルス感染症の影響が大きいため、積極的に今できることを模索する意欲に欠けている状態である。
	▲	農林水産業 (従業者)	・資材や肥料の価格高騰が販売金額に転換できる仕組みが構築できなければ、農業の持続化は難しい。
	▲	繊維工業 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症で休む人が多く、この状態が続きそうであるため、生産性が非常に悪くなっている。その上、悪天候の影響で工場も休みになり、更に生産予定が遅れてしまう。
	▲	金属製品製造業 (事業統括)	・再開発は多数あるにもかかわらず、大手取引先が受注を控えている情報が散見される。
	▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・今後の受注は減る見込みであるため、危惧している。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・円安や半導体供給不足により、半導体関連の客状況の先行きが不透明であるため、若干景気は悪くなる。
	▲	不動産業 (経営者)	・他の業種の企業でも、景気の良い話はない。
	▲	広告代理店 (役員)	・3か月予想が当初の推定よりも低く、身の回り景気は後退する可能性が高い。
	▲	その他サービス業 [物リース] (職員)	・今後も継続して悪化の傾向は変わらないと予想している。
	×	建設業 (社員)	・公共工事への予算が減少している現状では期待ができない。民間工事への営業を広く実施しているが、大きな成果は期待できず、また、繰越し工事やゼロ国債、ゼロ県債等の発注が分からないため不安である。公共工事に依存している地方の零細企業は、非常に懸念している。
	×	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・市町村の今年度の補正予算では、調査や計画、設計等の委託業務の予算が少ないことから、入札やプロポーザルの回数が減少することが予想される。入札があっても低価格競争になるため、受注の機会が減り、売上の増加が難しいため、景気が悪くなることが予想される。
雇用 関連 (九州)	◎	求人情報誌制作会社 (編集者)	・当地は元々インバウンド需要が高かったが、コロナ禍で旅行者が減少していた。しかし、最近では、街を歩いていても外国人が増えており、インバウンド需要も伸びている。これまで低迷をしてきた景気を、一気に取り戻す動きになっていく。
	◎	民間職業紹介機関 (職員)	・年度が替わる3か月後には、新型コロナウイルス感染症も落ち着き、また、インバウンド需要は回復し、加えて人手不足もあり、人材業界の景気は更に上向く。
	○	人材派遣会社 (社員)	・年度末の注文は順調に受注しており、人数も前年より増加している企業もある。また、4月からの派遣料金改定に前向きな企業も多い。
	○	人材派遣会社 (社員)	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、集客案件が増加する。
	○	人材派遣会社 (社員)	・物価上昇に伴い、求職者のエントリーが高時給の求人へシフトしている。売手市場は加速すると考えている。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・卒業や入学、異動などの時期に入るため、関連消費が生まれ、また、当地では空港のリニューアルオープンも控えている。新型コロナウイルスの感染症法上の分類が引き下げられ、人の動きや消費活動が活発になってくる。

○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・新型コロナウイルス感染症の減速傾向と春先の観光やイベントシーズンを迎えるため、消費は徐々に良くなっていく。
○	学校 [大学] (就職支援業務)	・春には新型コロナウイルスの感染症法上の分類を5類へ引き下げることが決定し、今後は新型コロナウイルス感染症発生前の生活水準に戻そうとする動きが強まる。インバウンドの増加に加え、国内旅行者数の増加も予想されるなど、日本経済には明るい兆しもみえ始めている。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、今後も物価高が続く見通しであることから、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はしばらく続くため、企業の新卒採用意欲の底堅さを感じている。今後も経過を注視したい。
□	人材派遣会社 (社員)	・企業の求人数は伸びつつあるが、求職者の条件が整わず就業開始までに時間が掛かるケースが多く、全体的に余り景気が上向きの状況にはない。
□	新聞社 [求人広告] (社員)	・行動制限が緩んだ状況は続くため、旅行や宿泊関連の広告は引き続き好調となり、ある程度回復が考えられる。燃料費高騰などの物価上昇は気になるが、円安も落ち着きつつあり、電気料金値上げの予定も現状ではなく、ある程度は通販の支出に向かう余裕も出ると期待している。
□	職業安定所 (職員)	・新規求人数の増加傾向はなく横ばいであり、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談も横ばいであるため、状況は変わらない。
▲	人材派遣会社 (社員)	・求職者確保の兆しがみえず、引き続き募集費が増加すると予想される。
▲	職業安定所 (職員)	・全国旅行支援や行動規制緩和により、宿泊業や飲食業の事業所は業務が繁忙になっており、求人申込みは前年比を増強して推移している。一方、他の業種からは、新型コロナウイルス感染症の支援策の縮小や廃止、貸付けの返済開始により、従業員の雇用維持や事業継続が厳しくなっている。
▲	学校 [専門学校] (就職担当)	・賃金が上がらず、このまま物価上昇が続けば購買意欲の低下につながる。
×	-	-