

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)	◎	一般レストラン（経営者）	・現在全く客がない。2～3か月先は季節も良くなるため、間違いなく客が増える。これ以上悪くなることはないため客は増える。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の終息感がみられる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・天候も良くなるため、少しずつ消費者が動くのではないかとみている。新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行するとなれば、状況が変わるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・客単価と買上点数は横ばいと、動きは以前より悪くなっているが、新型コロナウイルス感染症の規制緩和や政策や全国旅行支援の再スタートにより、人の動きは良くなってきている。
	○	コンビニ（経営者）	・降雪が平年並みであれば土建業が活発化するため、当面は来客数、販売量共に微増することが推測される。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響はあるが、春に向けて少しずつ人の動きが良くなるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・暖かくなり、新型コロナウイルス感染症対策も緩和されれば、購買意欲も少しずつ高まるとみている。
	○	家電量販店（従業員）	・電気代の値上げに伴い、来店客からは省エネ性能の高いエアコンや給湯器などに対する問合せが増えてきている。今後、高価格の家電商品の販売量が増えていくと予想している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・納期が不安定ではあるが、海外向けを調整して国内需要に変更するという話があるため、収益の上昇に期待が持てる。
	○	住関連専門店（経営者）	・お彼岸やお盆といった節目の前後に売上が伸びる傾向にある。春のお彼岸が仏具類の買物を後押しするとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・新年度に向けての動きが出てくるとともに、これまで購買意欲が抑制されてきたことへの反動が出てくると予想する。観光業が多少でも盛り返すことができれば少し弾みがつくと期待している。ただし、少子化、労働者数の減少等も含めて、先行きはそれほど明るくない。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行することで、人々の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に近づくともみている。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・寒い日が続き、配達灯油の販売が伸びている。しばらく続くのではないかとみている。
	○	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状況が落ち着いてきて、新型コロナウイルスの感染症の分類が2類相当から5類へ移行する。それに伴い、年度末に向けて消費マインドもかなり上がってくるとみている。
	○	高級レストラン（支配人）	・予約数が徐々に増えているため、やや良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・マスク着用が緩和されることになるため、段々と人が外に出て飲食するようになり、今よりは良くなるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の効果もあり見積り提出件数が増加している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行発表も旅行マインドにはプラスとなっている。
	○	通信会社（経営者）	・アパートなどの集合住宅へのインターネットサービス一括導入が増えてきている。また、3月に4年ぶりの加入促進イベントの実施を予定しており、通信サービスを中心に新たな客の加入が期待できる。特に、若年者を中心に低価格で高速なインターネットサービスへの加入増加が期待できる。
	○	テーマパーク（職員）	・3月からの予約数などは順調に推移している。
	○	競艇場（職員）	・天候が悪くなると客足が落ち込む傾向にあるため、来月の売上は余り期待できない。3月以降は客足が良くなるため、今よりは売上が良くなるとみている。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症については出口が見えつつある。ウクライナ戦争が終結すれば輸入状況も回復するとみられるため期待している。	
○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・住宅購入の後押しとなる要因はないが、新型コロナウイルス感染症の規制緩和の影響で、来場者数が増加するとみている。	
□	商店街（代表者）	・店舗の廃業が多くなっている。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響のほか、冬期間は雪による影響で外出を控える人が多くなる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数も販売量も3か月前とそれほど変わっていないため、この状況がしばらく続くとみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価が上がっており、客の買い控えが進むとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・各種行事やビジネス関連の買換え等で、今春は緩やかな上向き傾向が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（催事担当）	・来客数は増えてきているが、インフレにより生活防衛感が強まっており、景況感が改善する要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・値上げ、新型コロナウイルス感染症、ウクライナの問題が解決しそうにない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・物価や光熱費の高騰が原因で、客は特売日やポイント販促日に集中しており、来店回数が減少している。この原因が改善されない限り、現状は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、商品の値上げが続いており、客の購買意欲もかなり下がっている。また、寒さが厳しいこともあって光熱費が高騰しており、食品の節約傾向がみられる。この状況はまだまだ続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・客が購入に慎重になっており、当面現状のまま推移する可能性が大きい。来客数の伸長に期待が持てない状況下で、景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今月は真冬で寒く客の動きが鈍いが、3月、4月になれば人の動きも活発になる。そこまで何とか横ばいであってほしい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況と天候によって若干の変化はあるが、大きくは変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・公共料金や燃料代の異常な値上げが落ち着かないうちは、景気が良くなる見通しは立たない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・物価高はしばらく続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・子供を持つ家庭の主婦が意外と夕方に買物に来るようになってきている。一方で、サラリーマンは値上げに対する意識が少し高くなっており、買い控えがみられる。全体的にみるとそれほど悪くない状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・輸入原料の価格高騰で商品の値上げは続くが、新型コロナウイルス感染への緊張感が緩むことで外出の機会が増え、来客数が増加する。取りあえず売上のバランスが取れるのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・依然として新型コロナウイルス感染症の影響で客足が鈍い。観光客も寒波の影響で少なく、売上に結び付かない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰の影響により買い控えは継続するとみているが、富裕層による高額品購買は安定しているため、トータルでは変わらないと予測する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・前年は3月から需要が戻ってきたが1月2月はそこまでではなかった。よって、2月は前年よりも多少良く、3月は多少落ちるため、2～3か月先は横ばいとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・徐々に買物客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。一方で、物価高に対して賃金上昇が追いついていない現状下では、高単価商品の購入頻度が上がらない状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・物価は更に上昇し、必要な物しか買わない状況は今後ますますシビアになるとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響も段々と薄まってきて、客の購買意欲は上がってくるとみている。しかし、まだまだガソリン価格など生活必需品や食品などの価格が高止まりしているため、家電製品の消費は故障してからの買換えが多い。大きく需要が伸びるような要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足による納期の遅延で、客の購買意欲がなかなか高まらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・直近で新型車投入の予定があるが既に納期未定の状態である。収益改善に即効性がないのも痛いし、現場第一線のスタッフのモチベーション維持も当面の課題となっている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・オーダーメイドで製作しているため2～3か月先は受注残分の納品予定があるが、新規物件の受注については厳しい状況にある。

□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の適用により、販売価格の急激な上昇はないものの、依然として高い水準で推移しており、今後も現状価格のまま推移するとみている。全体的な節約志向のもとで、販売数量の回復は見込めない。
□	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍は落ち着いてきているが、飲み方や宴会のスタイルが変わってきており、来客数が減少している。また、物価の上昇がボディーブローのように効いてきており、我々の業種は全体的に厳しくなっている。
□	一般レストラン（経営者）	・物価高騰は落ち着かないとみている。今シーズンは季節的なイベントが制限なく開催されるとみられる。また、新型コロナウイルス感染症も5類感染症へ移行するとの発表があったので、多少は人の動きが活性化してくるとみている。プレミアム付商品券のようなものが出れば、田舎でも景気が良くなるのではないかと期待をしている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・国の経済対策次第である。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が予想されるが、物価高による客の旅行意識の低下も予想される。
□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の次に登場した値上げというワードが現在の悪い状況の全てを物語っている。先が見通せない以上、変わらないと判断するしかない。
□	旅行代理店（従業員）	・2～3か月先の先行予約状況は、国内、海外共に横ばいが続いていることから変わらないとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・現在は全国旅行支援が再開され、国内旅行も活発に動いている。今後は、東北においても国際便の復活によりインバウンドが徐々に増えてくるとみている。遅れているアウトバウンドの復活も待たれるが、まだ大きな動きは見られない。
□	通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しく、良くない状況が続くとみている。
□	通信会社（営業担当）	・電力料金の値上げが避けられない状況にあり、好転は期待できない。
□	観光名所（職員）	・予約状況は順調で、前年より良い状況が1～2か月続いている。しかし、今より良くなる要素は見つからないため、今後も変わらないとみている。
□	遊園地（経営者）	・2月まで冬季休園している。3月の電気料金や諸物価の動向が懸念され、家計への影響に不安が残る。
□	美容室（経営者）	・給料アップの方向に進んでいる大企業が多いようだが、中小企業はなかなか上げられない。給料アップによる景気回復への期待感はあるが、給料のアップ率よりも物価上昇率の方が高い可能性もあり、難しいのではないかとみている。
□	住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅の受注は芳しくないが、一般建築で大型倉庫、投資用鉄筋コンクリート賃貸マンション等の受注があり、今期の受注予定を満たしている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・リフォームは補助金制度を対象とする工事の問合せが増えるともみている。給湯器は納品遅れの改善により問合せが落ち着くとみている。
▲	商店街（代表者）	・来客数が減り続けており、高単価、低単価いずれの店も来客数は少なくなっている。ここ2か月の予約状況をみてもほとんど入ってきていないため、かなり悪くなるとみている。
▲	商店街（代表者）	・4月には電気代の更なる大幅値上げが決まっている。固定費の上昇で節約ムードが高まっており、景気は悪化傾向にある。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波がいつ終息するかが不透明である。また、あらゆる商品が値上げになっているが、中小企業の賃金は上がっていない状態なので、景気は悪くなる一方である。
▲	百貨店（経営者）	・物価高の影響により売上が少しずつ減少する傾向は、これといった消費喚起を促す動きがないだけに、しばらく続くものとみている。春闘終結をきっかけに、季節の変わり目における高額商品や贈答品が再び活発に動くことを期待している。
▲	スーパー（経営者）	・2月は前月からの寒気があり、暖房費、燃料費、電気料金、物流費等の負担が更に重くなる。食品類は企業の経費増の商品への転嫁がまだまだ続く。一方で消費者の賃上げが叫ばれているが、実質的に上げられる企業は限られている。消費者の財布のひもは一層固くなり、地方の消費環境は更に厳しさを増すとみている。

▲	スーパー（店長）	・2月には最大量の値上げが予定されており、販売量や売上が好転する可能性は低い。
▲	スーパー（店長）	・今後も物価高の影響を受けて客の買上点数は減少を続けるとみている。
▲	スーパー（店長）	・値上げはまだまだ続きそうであり、消費は更に落ち込むとみている。
▲	スーパー（営業担当）	・光熱費は更に高騰し、家計に影響する。寒波で青果物の高騰も予想されることから、食費が抑えられるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・人手不足なので賃金アップをせざるを得ない状況である。また、電気代が前年比180%にまで上がっている。経費が掛かり経営は厳しい。
▲	コンビニ（エリア担当）	・光熱費の高騰により、消費行動は明らかに鈍くなっている。その傾向は強くなり、長く続くとみている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・現状直接売上に影響は出ていないが、法人客、個人客のいずれからも光熱費、特に電気代が高くなり、今後、経費の見直しが必要になるという声を多く聞く。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・電気料金と原材料費の値上がりに拍車がかかるため、企業収益の圧迫が進む。日々の会話のなかに電気料金の話が必ず出る。個人支出も停滞するとみている。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今月は値上げ前の駆け込み需要があるが、その反動でこの先2～3か月は悪化する可能性が高い。また、ビン等の製造元で資材が不足しているとの情報もある。値上げや商品の調達、現在の景況を考えると、悪くなると予想している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げが良い方向になることを期待したい。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・物価高が続き、客の出控えもますます増えて、景気は今と変わらないか、より悪くなるとみている。しかし、新型コロナウイルス感染症対策が緩和されれば良くなる兆しが見えてくるかもしれない。
▲	観光型旅館（経営者）	・光熱費等、様々なものが値上がりし、出控える人が多くなるのではないかと心配している。
▲	タクシー運転手	・電気料金などの公共料金の上昇が家計に響いているという印象を受ける。今後の政府の施策に期待するしかない。
▲	通信会社（営業担当）	・インフレの進行に政治施策等が追い付いていない。地球温暖化やウクライナ情勢の問題もある。賃上げは実質目減りする。よって、消費動向はやや悪くなるとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・各企業は商品の再値上げや再々値上げを予定している。消費者にとってはかなりのダメージとなり、景気は徐々に悪くなるとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・物価高に伴い、経費が更に増えることが予想される。
▲	通信会社（営業担当）	・各種値上げによる買い控えが予想される。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・電力料金の大幅な値上げが予定されているため、家計に余力がなくなり、消費したくても消費できない状態になると予想している。
×	スーパー（経営者）	・今年の前半ももろもろの値上げが予定されている。ガソリン価格や電気料金も高騰している。可処分所得が伸びないなかで、生活するために支出をかなり抑えている。
×	スーパー（企画担当）	・光熱費の高止まりが続く限り、厳しい業況が続くとみている。また、給与水準も値上げに連動して上げる必要があるが、必要以上の引上げは現状難しい。
×	コンビニ（経営者）	・1月は天候不良もあって来客数がなかなか伸びなかった。2月以降もこのような天候が続けば厳しい状況が続くとみている。
×	コンビニ（経営者）	・4月から電気代が上がるともう経営が成り立たない、お手上げである。24時間営業も再度見直すべきではないだろうか。
×	衣料品専門店（店長）	・電気料金の値上げが予定されているため、状況は更に悪化するとみている。
×	高級レストラン（経営者）	・客の給料が上がらない限り、景気は良くならない。給料が上がってくるのに2～3か月掛かるとみている。
×	設計事務所（経営者）	・リーマンショック以来、新年度の発注状況が見えないのは初めての状況である。
◎	食料品製造業（製造担当）	・ツアー客やインバウンド等、旅行客が動き始めるため、活気付くとみている。
◎	建設業（企画担当）	・客先からの引き合いの量から、景気は良くなるとみている。

◎	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、行動を妨げる要因が無くなるとみている。
○	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第8波は落ち着き、なおかつ5類感染症への引下げも決まったため、経済に動きが出るとみている。
○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部客先から良い情報が入り始めている。見込みの情報だけではなく確定注文もあり、少し上向きとなる見込みである。
○	建設業（従業員）	・受注量は相応にあるため、雪がなくなり気温が上がると工事の進捗が良くなるため、売上増加が見込まれる。
○	建設業（従業員）	・年度末に向けて契約締結する案件が見込まれるため、景気としてはやや上昇傾向になるとみている。
○	通信業（営業担当）	・3月決算期の企業が多いため、来年度に向けた設備投資等で若干販売量が増える見込みである。
○	金融業（広報担当）	・県内において消費需要が活発化する時期を迎えることに加え、円安傾向や原料の価格高騰トレンドが落ち着きつつある。
○	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減による浮き沈みの幅が小さくなり、販促計画が立てやすくなっている。物価高騰による買い控えが心配の種ではあるが、今春は広告業界として新型コロナウイルス感染症発生前の実績に戻すチャンスとみている。
○	司法書士	・不動産業者の宅地分譲用仕入取引が増加している。
□	食料品製造業（経営者）	・人の動きが良くなり売上は良くなっているが、それ以上にコストアップが厳しい。更なる電気料金の値上げは何とかしてほしい。人件費も上げていかないと人が集まらないが上げられない。
□	食料品製造業（営業担当）	・新商品等の販売も不調で、好転する要素がない。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高に対応するための賃上げは大手、中央の企業に対する施策であって、地方の中小企業にとっては企業存続にも影響しかねない死活問題である。賃上げによって、中央と地方の更なる格差、地方の優秀な人材の中央への集中、地方経済の更なる疲弊といった負のスパイラルが加速することが懸念される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量や価格などはしばらく横ばいの状態が続くとみているが、新規案件の話題も徐々に増えてきているため、今後にも期待も持っている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で新規引き合い案件は増加しておらず、プラス要因もない。特に半導体は生産調整局面が続くとの情報がある。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先では厳しい経営状況が続いている。
□	輸送業（経営者）	・当社の製造業主要取引先では製品の需要が減り生産減となっており、今後増える見込みはない。また、輸出関連取引先の相手国は中国が多いが、中国の景気動向に左右され不安定である。このような状況だと2～3か月先の景気は余り良くないと予想せざるを得ない。
□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はいまだにあり、今後も客の反応が厳しい状況は続くとみている。リモートに特化した対応でつなぎ止めるしかない。
□	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症第8波のピークアウトがみえてきた。
□	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類変更されて規制が完全になくなれば、小売、サービス業の業績は更に改善することが予想される。建設業は現状維持としても、製造業で円安による原料高、部品調達不足等による売上減少等の影響がまだ続くとみられるため、全体としては今と変わらない。
□	コピーサービス業（従業員）	・世の中の動きが賃上げムードで、当社が取り扱うデジタルトランスフォーメーション商材が客の業務の効率化に役立てられそうだが、導入に対しては動きが慎重であるため、現状と変わらないとみている。
□	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、今よりも良くなることはないとみている。

	□	その他企業 [協同組合] (職員)	・半導体製造関連の受注量が短期的には減少しているが、案件はある程度ある。しかし、原材料費、電気料金、人件費などが上昇しており、それによる経費の上昇分をカバーしきれていない状況である。総じて変化はないとみている。
	▲	農林水産業 (従業者)	・今年は、果物の消毒剤は値上がりしないが、肥料は4～5割と増加が著しい。
	▲	窯業・土石製品製造業 (役員)	・令和5年度の需要想定は東北6県全てで前年比減少となっており、明るい兆しが全くみえない状況である。
	▲	電気機械器具製造業 (企画担当)	・半導体関係は新型コロナウイルス特需もあり盛り上がっていたが、最近は海外IT企業を中心に人員削減も進んでおり、市場がしばむ可能性がある。IT企業以外でも半導体以外の調達リスクが長期化していることから、半導体需要が余り伸びない可能性が高く、結果として景気はやや悪くなる方向にあるとみている。
	▲	広告代理店 (経営者)	・受注量の見通しが立たない。
	▲	その他企業 [企画業] (経営者)	・値上がりが予定されている商品のほかに、電気料金も値上がりも予定されている。取引先企業のみならず、規制料金契約をしている多くの一般消費者の契約動向が大いに気になるところである。
	×	農林水産業 (従業者)	・電気料金の約3割の値上げや、肥料価格の2倍近い値上げなど、大幅なコスト増が予想される。
	×	金属製品製造業 (経営者)	・ウクライナ情勢に起因したエネルギーインフレにより、主要取引先であるカメラ業界の輸出が減っており、受注量が減っている。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社 (社員)	・来期に向けた採用計画自体は今期継続が多く、このまま順調に推移していくことが予想される。
	○	人材派遣会社 (経営者)	・政府が新型コロナウイルス感染症を5類感染症に引き下げることを決定したため、特にここ数日、経営者のマインドが明るくなっており、今までストップしていた中途採用や新卒採用を本格的に実施しようかという声が多くなっている。雇用面も含めて上向きに推移するとみている。
	○	職業安定所 (職員)	・依然として物価高が懸念材料であるものの、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げにより経済社会活動が正常化することで、景気も上向きになるとみている。
	○	民間職業紹介機関 (職員)	・取引先企業から4月以降の人材供給の依頼が入っている。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・年度末に向けた出稿の動きは、例年よりも鈍いようである。
	□	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、今後も電気代や原材料価格などの更なる高騰が予想され、企業の経営状況に影響が出るとみている。
	□	学校 [専門学校]	・経済状況に様々な影響を与えている諸要因を改善する公的な支援体制が弱い弱であるため、変わらないとみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・労働力人口の減少に伴う人手不足から企業の採用意欲は高いが、求職者数が少なく採用に至っていない。
	▲	人材派遣会社 (社員)	・光熱費を含む物価の上昇に伴い、景気は悪くなっていくとみている。
	▲	人材派遣会社 (社員)	・求人数の動きにやや下振れの傾向がある。景気後退の懸念から長期の採用計画に弱気になっている企業が多い。全体的には景気回復に弱さがみられる。
	▲	人材派遣会社 (社員)	・人材派遣については、人手不足が続いており企業からのオーダーは増えている状況である。しかし、物価やエネルギー関連の値上げ等ネガティブな要因が多く、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	アウトソーシング企業 (経営者)	・客とは年度契約をしているが、経常経費や仕入価格上昇分の価格転嫁について、今後、客の理解が進むかが課題である。
	▲	新聞社 [求人広告] (経営者)	・物価高騰に伴う慎重姿勢が個人にも企業にも広がっており、求人広告も通常の広告も縮小傾向にある。
	▲	新聞社 [求人広告] (経営者)	・値上げが相次いでおり、電気料金の値上げもこれから本格化する。消費力が落ちるのは間違いない。
	▲	職業安定所 (職員)	・求人事業所からは、資材・燃料の価格高騰にあえいでいるところに、電気料金の更なる高騰を懸念する話を聞くことが多いことから、今後は設備投資や求人を抑制するのではないかと予想している。中小企業からは春のベースアップも厳しいという声が多く聞こえてくる。
	×		*