

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（店長）	・新車の納車ラッシュの影響で、部用品の売上増加や自動車保険の加入増加など様々な副次効果が現れてきている。当社のみならず、業界では3月決算に向けて大きな期待感を持っている。
	◎	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・アフターコロナで人が動くと予想している。観光地はもちろん、その他の業界でも動きがあるとみており期待している。ただし、制服の業界は値上げラッシュがあったため、それがどう響くかという不安もある。
	○	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みられる。また、インバウンドの回復にも期待が持てる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、新生活商戦があるため、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3月になれば暖かくなり、マスクの着用も個人の判断にゆだねられるようになるため、人が街に出てくるとみている。旅行客もかなり来店し始めており、売上が良くなることを期待している。
	○	百貨店（経営者）	・食料品は価格上昇の影響を受けるが、今までは高額商品に限定されていた好調さが、春のセレモニー対応のファッション領域にも広がっており、良くなるとみている。春闘における賃金アップのニュースは消費マインドを後押しすると期待している。
	○	百貨店（売場担当）	・年明け以降、購買意欲が高まっている。気候が変わるにつれ、全体的な人の動きも今まで以上に活発になるとみている。厳しかったトラベル関連の回復も期待できる。
	○	百貨店（催事担当）	・2か月連続で売上が回復基調にあり、消費の戻りが感じられる。また、新聞報道などで当地が注目されており、観光客や広域からの集客も期待でき、売上も上向くとみている。
	○	百貨店（計画担当）	・5月の新型コロナウイルス5類感染症への移行により制限が解除され、人や金の流れが良くなるとみている。
	○	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況もかなり落ち着いてきた。各メーカーの値上げもあったが、客は値上げに慣れて買い控えも以前ほどではなく、購買は順調である。今後も値上げは仕方ないという諦めにより、これまでと変わらない購買状況が続くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と、行動制限の撤廃により、今年は行事が例年どおり開催されることから、人の動きがより活発になるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数が増加傾向にあることから、人流の活発化は当面続くとみており、販売量は微増すると推測している。
	○	コンビニ（経営者）	・気候も良くなっていくため、人の動きが良くなることを期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新学期や新生活による変動での伸長が期待される。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻っている。特に人流が戻っていることを実感している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・暖かくなれば出掛ける機会も増え、購買意欲の向上につながるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行による景気回復に期待したい。
	○	衣料品専門店（店長）	・今のところ、卒業式、入学式、入社式といった行事が中止になるとの情報はない。実施されれば、スーツや礼服の需要は維持できるとみている。
	○	家電量販店（店長）	・物価高が続きそうであるが、消費者はそれに慣れ、抵抗感や警戒心がやや薄くなっている。また、ウクライナ情勢等の世界情勢も変化は期待できない。よって、今後は景気刺激策に期待する客が増えて、消費マインドがやや明るくなるとみている。
○	家電量販店（従業員）	・電気代の高騰が続いている状況のなかで、省エネの製品、冷蔵庫、エアコン、洗濯機などの高単価商品が動き始めている。	
○	乗用車販売店（従業員）	・長納期対策として海外向けを調整し、国内需要に振り当てる話も出ている。収益の上昇に期待している。	
○	住関連専門店（経営者）	・受注生産なのでその分の生産、納品を行うが、年度末は受注が多いため、やや良くなるとみている。	

○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行に向けて、様々な規制が緩和されつつある。飲食店等も含めて、現在よりは回復してくるのではないかと期待している。一方で再値上げも予想されるため、予断を許さない状況は続くとみている。
○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により、様々な行事や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っている。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・新年度を迎え、新しい生活スタイルに移行するとみており、販売量の増加を見込んでいる。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・年度末ということで様々な形で人の動きが出てきている。気温の上昇とともに購買意欲も上がってくるとみている。
○	一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもが固く、利益を出すのが難しい状況は、今後も続く懸念がある。しかし、新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着けば、景気は良くなり観光客が増え、飲食業にもぎわってくるのではないかとみている。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行もあり、人々の意識も変わって外に出てくると予想されるため、やや良くなるとみている。
○	一般レストラン（経営者）	・価格高騰で個人客の動きが鈍い状況はまだ続くとみている。しかし、新型コロナウイルス5類感染症への移行決定の影響は大きく、法人関係は小規模ではあるが会食の予約が入ってきている。当エリアは工業団地に囲まれており、ビジネス関係の人たちで繁華街が成り立っているため、回復が見込まれる。
○	観光型ホテル（スタッフ）	・マスク着用義務の撤廃、新型コロナウイルス5類感染症への移行により、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻るとみている。
○	旅行代理店（従業員）	・4月以降、国内団体旅行の申込みが増加傾向にある。これまでは小グループが中心であったが、30人以上の団体も増加している。また、海外団体旅行も国内ほどではないものの、4月以降の申込みが発生しており、これまで冷え込んでいた旅行需要の回復の兆しが見える形で現れている。
○	通信会社（経営者）	・この先一気に暖かくなれば、大きな負担になっていた暖房費が大幅に減少し、新生活必需品となる通信サービスを中心に加入者数が増加するとみている。また、マンションなどの大型集合住宅の完成も続くため、放送、インターネットの加入者数増加が期待できる。4月からは加入者獲得キャンペーンも展開していくため、放送、インターネット、電話サービスのセットによるトリプル加入獲得増加も期待できる。
○	通信会社（営業担当）	・今後、中小企業においても賃金アップが期待され、徐々に景気が上向くとみている。
○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により規制が緩和されることで、外出する人が多くなるとみている。
○	遊園地（経営者）	・原材料価格や物価の上昇が懸念されるが、新型コロナウイルス5類感染症への移行による一定の効果が期待される。
○	美容室（経営者）	・国の施策である賃金アップの呼び掛けに対し、アンケート調査では中小企業の85%が応じている。また、大企業は1万5000円くらいのベースアップを組合交渉で決めているということで、それが波及しないはずがない。物価上昇もあり一気に良くなる方向にはないが、やや持ち直すとみている。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料価格の高騰が収まることを期待している。景気回復の兆しが見えた今こそ、原材料高や新型コロナウイルス感染症に対する支援及び経済対策のもう一押しが望まれる。
○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、補助金対象となる省エネ型給湯器の問合せが増えるとみている。リフォームも、補助金制度を対象とする工事の問合せ増が続くとみている。
□	商店街（代表者）	・今年に入って新型コロナウイルスの新規感染者数が減っているが、1～2月の流れからすると消費は止まっている。新型コロナウイルス5類感染症への移行後も、景気は余り変化しないと予想している。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒〕（経営者）	・4月にも多くの酒蔵が値上げをする予定となっているが、資材高騰などの影響で今までにない値上げ幅となっている。新型コロナウイルスの規制緩和が次々と政府より発表されてこれからというときの商品価格の値上げ、光熱費の高騰であり、今以上に消費者、経営者を苦しめていくのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品に動きがない厳しい状況は、まだまだ続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・光熱費や食料品の値上がりがかつての家計を圧迫している。客の来店回数も週3回の方は2回、2回の方は1回になるなど減っており、来客数の減少が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・物価の上昇に賃金の上昇が伴うかが、今後の営業成果の指標となる数値に大きく影響する。しかし、現状の厳しい状況に変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・しばらくは値上げが続くとみえており、平均買上点数がどこまで減少するかという懸念がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・余りにも物価が上がりがすぎている。田舎の場合、客の給料が上がっていないため、かなり厳しくなるとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・仕入価格の上昇がいつまで続くのか極めたい。食品の価格高騰もあり、買い控えが増加している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価高が続き、今後もお買い得商品を求める消費者が増えてくるとみている。そのなかで、いかに正価でも欲しいと思わせる商品を提供し続けられるかがポイントになる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・物価上昇により、値下げ品等お買い得品を購入する客がより目立つようになっている。定価品の購入につながらない。今後も同じ流れが続くとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売停止になっている車の注文再開のめどが立っておらず、2～3か月後も状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車納期の早期化は依然見込めないため、現状のまま変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・気候も良くなり高齢者の外出回数も多くなるため、購買意欲が高まる季節だが、消費者は物価高に敏感になっているため、今と変わらない状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油の販売量が伸びていない。春に向けて更に減少するとみている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・景気が上向いてくるのは4月以降になるとみている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3月は会社の異動の時期だが、現在のような状態では歓送迎会は余り期待できないため、変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・原材料の価格高騰の影響はしばらく続くとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	・前月同様、値上げラッシュが続くため、そもそも観光などに金を使ってくれるかは疑問である。インバウンドが徐々に戻ってきておりそこに期待したいが、影響は限定的とみている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が終了すれば、手控え感が出るおそれがあるとみている。ウクライナ情勢の終息が見通せないことから値上げはあらゆる分野で続き、消費マインドに水を差す。良くなる要素は少ない。とはいえ、新型コロナウイルス5類感染症への移行後は良くなるのではないかと期待している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援は3月31日までとなっているが、その後の延長有無により状況が変化するとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる条件に乏しく、余り良くない状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる要素がない。当面変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社会貢献担当）	・来客数が増え、販売量が伸びている状況は落ち着く。客単価は横ばいになるとみている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・客は固定客のみで新規客が増えないため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・来期に向け、受注が落ち込んでいる戸建て住宅用に建築条件付きの分譲地開発を進めることで、受注拡大を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・物価や光熱費の高騰などの影響で、景気は厳しい状況が続くとみている。

▲	商店街（代表者）	・4月以降、電気料金の更なる値上げが予定されており、家計や企業の固定費がますます圧迫される。賃上げについても業況好調な企業のみで中小企業や零細企業については大幅なアップは見込まれないため、消費意欲は減少傾向にある。
▲	商店街（代表者）	・物価上昇が利益につながらない。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・販売価格は値上がりしている。また、商品によっては入ってこないものもたくさんあり、来店があっても販売につなげられないことがある。買い控えもみられ、販売価格の上昇が続けば、更に厳しくなるとみている。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店でも、物価高騰を見越して在庫をぎりぎりまで積み増しし、極力値上げを先送りしてきた。しかし、現在の仕入先の状況を見れば、店頭価格は将来確実に上げることになる。他の業種でも同様と思われる。この先、本格的な物価高騰がくるとみている。
▲	スーパー（経営者）	・3月は物価高や経費の増加により、家計も事業者も更に支出がかさむ。コスト上昇分を販売価格に転嫁しなければならないが、買い控えが更に進むことがないようにしなければならない。消費環境は引き続き厳しい状況が続くとみている。
▲	スーパー（店長）	・3月には更に大量の商品の値上げが予定されており、客の財布のひもはますます固くなるとみている。
▲	スーパー（店長）	・食品は値上がりしており、光熱費も上がっている。消費が抑えられる状況は続くとみている。
▲	スーパー（営業担当）	・原料価格の高騰が進むことや、商品調達の不安定、低価格志向の高まりが、利益を更に圧迫するとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・人手不足により、人件費をアップして募集したが、人が集まらない。また、24時間営業のため、電気代の高騰で利益が出ない。死活問題である。
▲	コンビニ（エリア担当）	・今後ますます公共料金が値上げされるという報道もあり、景気は悪くなるとみている。
▲	コンビニ（店長）	・電気料金の値上げは間違いなく景気に影を落とす。景気はやや悪くなるとみている。
▲	コンビニ（店長）	・物価上昇や光熱費上昇により、家計はますます圧迫される。さらに、国際情勢の不安も続く。
▲	衣料品専門店（店長）	・4月以降、電気料金の更なる値上げにより、節約傾向が強まるとみている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・納期が再び延び始めている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により、人の流れは出てくるとみているが、それよりも物価高の影響の方が色濃く出てくると予想している。
▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援策の終了や光熱費の高騰、物価上昇により、動きがやや悪くなるとみている。
▲	タクシー運転手	・他社のタクシーでも同様だが、客のニーズに節約傾向がみられ、先行きは不安である。
▲	通信会社（営業担当）	・消費者の節約の努力は更に続き、値引き商品を購入し、無駄な買物は控えられる。期末であり引越し需要があるため消費は伸びるが、小売業の競争が激しくなるため企業は利益が出ず、増収減益が予想される。よって、賃金上昇がないまま実質賃金は目減りし、やや悪くなるとみている。
▲	観光名所（職員）	・売上は、冬景色を見たいという東南アジア系の海外客に支えられていた。3月4月は予約数が大変減っているため、やや悪くなるとみている。
▲	競艇場（職員）	・新規客を増やさないことには安定した売上はキープできない。今後は来場促進イベントに力を入れていき、再来客を獲得することが必要になってくる。
×	スーパー（経営者）	・ウクライナ情勢が長期化し、円安が続くことで、エネルギー価格や物価の上昇が更に続くとみている。
×	コンビニ（経営者）	・とにかく電気代の高騰が痛すぎる。更に上がれば廃業しなければならない。24時間営業も限界がきている。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・4月以降の電気代高騰がますます客の財布のひもを固くするとみている。
×	設計事務所（経営者）	・年度明けに公共事業は新案件が発注されるが、働き方改革に伴う時間外労働の割増賃金率の引上げが中小企業にも適用されるため、より一層の効率化が求められる。人件費が大きな割合を占める建築設計業界においては、より厳しい状況になると予想される。

企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（企画担当）	・景気の下振れ原因としては世界的な物価高、新型コロナウイルス感染症のまん延などがあるが、一時的なものであり、改善される兆しがみえつつある。
	○	食料品製造業（営業担当）	・商品の値上げ交渉が順調に進んでおり、売上増加と利益改善が期待できる。
	○	食料品製造業（製造担当）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行と全国旅行支援は人流を活性化させる。レストランの予約状況をみても右肩上がり基調である。ただし、資材価格や光熱費の高騰、販売量の増加に伴う従業員増員による人件費の増加等、経費バランスを見定めなくてはならない。
	○	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規制緩和で景気に勢いが出ることを期待している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備事業の引き合いが多く、受注が伸びる見込みがある。
	○	建設業（従業員）	・受注量は相応にある。春以降は現場が増えるため、作業員の確保が課題となる。
	○	経営コンサルタント	・新年度や春という季節のポジティブな気分が消費を活性化させると期待している。
	○	司法書士	・住宅ローン金利の上昇も懸念されるなか、早めの住宅取得を検討する人が増加しているようである。
	○	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5類感染症への移行決定、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少、外国人旅行者数の増加など、行動を抑制する要因が減少するため、良くなるとみている。
	□	食料品製造業（経営者）	・売上は回復しているが、それ以上にコストアップ要因が大きいいため利益が出ない。電気料金や人件費のアップがかなり厳しい。前年に2回値上げを実施したが追いついていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で新規の引き合い案件は少ない。いまだに半導体や電子部品などの供給不足があり、装置の製作案件の話があっても受けられない状況である。今後の見通しが全く立たない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・2023年度の半導体の動きは2022年度後半同様に停滞するとの見方が大勢を占める。劇的な改善は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体不足の解消に関しては、各社ある程度盛り込まれた状況になっていることから、この先数か月では大きな変動は生じないとみている。
	□	建設業（従業員）	・内定している民間案件などの受注契約が引き続き見込まれる。
	□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきたところであるが、全体的に荷動きが良くない。2～3か月先も余りいい情報がない。大手企業では大幅な賃上げの話もあるが、賃上げ分は物価高騰の補填だけに終わり、期待するほど消費が伸びないのではないかとみている。中小企業にとっては、賃上げによる人件費増を上回る景気の回復を期待したい。
	□	通信業（営業担当）	・客の冷え込んだ対応はまだしばらく続くとみている。新たな施策を講じていく必要がある。
	□	通信業（営業担当）	・物価高のため買い控えている客が多く、受注が少ない。
	□	金融業（広報担当）	・季節要因や賃上げの期待という消費動向が上向き要素はあるものの、物価高、エネルギー高が家計とマインド面に与えるマイナスの影響で相殺される可能性が高い。
	□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行を契機に、発生前の日常に戻ることを期待している。物価高は続くとみており、それを乗り越えるマインドを醸成できるかが、広告業界としては重要な課題となる。
	□	広告代理店（経営者）	・来期以降の客先の業績がまだまだ不透明である。
□	公認会計士	・現状のまま、新型コロナウイルス5類感染症に移行し規制が緩くなれば、小売、サービス業はもう少し業績が改善するとみている。ただし、製造業関係が部品不足、人材不足で生産が上がらず、売上計上できないため、全体としては現状のまま推移するとみている。	
□	コピーサービス業（従業員）	・仕入商品の値上げや在庫不足等、明るい材料が少ないなか、仕入価格の上昇分を何とか販売価格に転嫁できるよう努力している。徐々に客の了承を得て受注できるようになっているが、現状から大きく変化する兆しはまだみられない。	

	□	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、景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・様々な商品の値上げが続くなかで、商品選びがシビアになっている様子がうかがえる。生鮮品や総菜等では18時以降の値下げ商品目当ての来客数が増えてきているようであり、しばらく続くともっている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方では景気回復の実感もなく、環境も何一つ変わっていない。企業業績は目に見える改善もなく、収益悪化の影響が日増しに現れてきている。エネルギーコストの上昇は待たなしの状態である。地方、中小企業への早急な政府の対策を強く願っている。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・令和5年度の需要見通しも、前年比でマイナスとなっている。9年連続で前年実績を下回る厳しい状況である。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・ウクライナ情勢が原因で海外、特にユーロ圏の販売が伸び悩んでおり、先が見えない状況にある。これまでの動きから、更なる減速を予測せざるを得ない。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件を含む、半導体関連の受注減少が顕著になっている。この先、秋頃までは減速が続き、厳しくなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・家庭用電気料金、ガス料金、果物を生産するための燃料費や肥料価格などの高騰により、農家にとっては今までになく大きな支出となるため悪くなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・政府は水田転作地への5年に1回の水張りルールを打ち出した。それにより、湿気を嫌う転作物の収量が激減する。水張りをしない水田は転作助成金の交付を打ち切られる。水張りをする水田が増えることによる米の供給量の増加で、米価の更なる下落も予想される。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加は欠員補充などの突発的な理由というよりも、事業方針や人員計画に基づいた理由が多い。当面はこの局面が変わらないとみている。
	○	人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和によって人の動きが非常に活発化しているため、飲食、小売を中心とした業態において業績が上向いている。また、それに伴って卸売業も人材のニーズが高まっており、問合せが増えている状況である。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	・客と値上げ交渉をしているが、理解してくれるところが多いため、良くなるのではないかとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症との共存が定着して、イベント開催や集客に制約がなくなりつつあり活動が活発化しているため、良くなるとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新聞広告の掲載状況が好転しつつある。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により、経済社会活動が正常化し、旅行や外出機会等もほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るとみている。物価高の影響はあるものの、消費活動は回復に向かい、景気はやや良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業からの人材採用に関しての相談が増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	・円安、ウクライナ情勢、金利等、余り良い傾向がみられない。
	□	人材派遣会社（社員）	・サービス業を中心に求人数は増加傾向にあるが、それ以外の製造業などは鈍化傾向にある。景気が上向くところとそうでないところが混在している状況であるため、結果として景況感是不変わらないとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エネルギー価格の高騰や物価高が続き、広告の動きに影響が出ている。新型コロナウイルス5類感染症への移行により、観光宿泊業が回復することを期待したい。
	□	職業安定所（職員）	・資材価格やエネルギーコストの高騰は、企業において改善につながる材料が見当たらないことから、当面厳しい状況は続くともっている。
	□	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、今後も電気代や原材料など更なる物価高騰が予想され、事業所の経営状態に影響が出るとみている。
	□	学校〔専門学校〕	・物価高騰が改善される要因が少ないため、経済活動の停滞が考えられる。

	□	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の採用意欲は高いが、労働力人口の減少が進む限り、人手不足により充足ができていない状態は変わらないとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・ロシアによるウクライナ侵攻から1年が過ぎ、水産関連の原料確保がより困難になっていると聞いている。
	×	—	—