

10.九州（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)	良くなる やや良くなる	商店街（代表者）	・衆議院と参議院のねじれが解消し政策が素早く打てるようになれば、将来への国民の期待もふくらみ景気が上向く。しかし、消費税増税となると景気が冷え込むという逆の動きになる。
		商店街（代表者）	・夏場を過ぎて客の出足も多くなる。
		商店街（代表者）	・物品販売業は下降線だが、加工業が上向きである。新たな加工を増やしたため遠方からの来店もある。ホームページや口コミで増えていく。
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・9～10月になればギフト用の切花・生花の需要が増えるので良くなる。しかし、楽観はできず、いろいろな努力をして販売チャネルを増やしていかないとかなり厳しい状態が続く。
		百貨店（営業担当）	・原子力発電所の停止による電気料金値上げや、為替、企業業績など様々な問題があるが、マーケット全体では明るさがみえてきており、今後、消費は少し回復していく。
		百貨店（営業統括）	・衆議院と参議院のねじれの解消で政治が安定するとともに、新たな景気向上の動きが出てくると期待値も高まる。
		百貨店（営業政策担当）	・積極的な景気対策を掲げる安定的な政局となったことは好材料となっている。来店客数は維持しているので消費マインドが冷めていない。顧客の求める付加価値はより高度化かつ多種多様化しており、顧客の関心に沿った品ぞろえやサービスの提供ができれば、売上高が拡大する余地は十分にある。
		百貨店（企画）	・秋より県内顧客の消費を促す新サービスを開始する。
		スーパー（統括者）	・参議院選挙の結果、今後更なるアベノミクス効果が期待できる。
		コンビニ（販売促進担当）	・販売量は土日が多く、平日は落ち込むというパターンの繰り返しである。全体的にみるとなだらかな上昇傾向にある。
		衣料品専門店（チーフ）	・夏のセールは落ち着きをみせるが、秋物の新作の要望もあり、トレンドを意識する客の購買意欲が強く、価格等関係なく人気商品を買っている。そのために売上のほうも伸びていく。
		家電量販店（総務担当）	・消費マインドが上向いていることに期待できるし、消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		その他専門店〔書籍〕 （地区支配人）	・今年の夏は非常に暑いので、アウトドアもしくはインドアのどちらかに分かれる。インドア派は買物にいく傾向が強いため売上が安定する。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕 （従業員）	・この夏の消費の活発さが秋の旅行シーズンまで持続する。商品の販売量が増えそうだ。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 （広報担当）	・耐久消費財を中心に消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。猛暑による関連商品の動きにも期待できる。不安材料は、円安による商品価格の値上げである。
		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）	・消費トレンドが回復している実感がある。猛暑も消費の後押しをしている感がある。
		一般レストラン（経営者）	・予約の問い合わせが大変多くなっており、これまでにないペースで数か月先の予約問い合わせもある。
		都市型ホテル（総支配人）	・政治的にも安定している状態のなか、経済も良い方向に向いている。
		都市型ホテル（副支配人）	・10月以降、11、12月と大きな団体の予約が堅調に入っている。
		旅行代理店（従業員）	・国内を中心に予約が順調である。月を追うごとに好転している。苦戦していた海外もやや改善されてきた。
通信会社（販売部）	・昨年の実績から、お盆の週を境に販売数が増加傾向になると予想される。		
ゴルフ場（従業員）	・2、3か月先の予約状況は昨年と比べると良くなっている。今夏の状況をみると予約数字が改善しているので、前年を1割程度伸びると期待している。		
美容室（店長）	・暑さを乗り切り少し涼くなれば、客の動きも少しは良くなる。		
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）	・8月ごろまでは横ばいであるが、9～10月は暑さも次第に落ち着き顧客増に転じると考えている。		
設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。		

	住宅販売会社（代表）	・地元工務店は好調で、さらに不動産や建売など土地を絡めた住宅販売も好調であると不動産関係者から聞いた。過去最高の受注を取っているところもあるようで、今後2、3か月先は更に上向いていく。
変わらない	商店街（代表者）	・町内の店舗でも売上は伸びないということである。厳しい状態は変わらない。
	商店街（代表者）	・商店街で夏祭り等イベントを計画し、集客増加を目指しているが、努力しても現状を維持するのに精一杯である。
	商店街（代表者）	・人口10万人前後の町では、雇用や景気の安定がまだ遠い。小売業者が生き残れるか不安だが、若手は頑張っている。
	商店街（代表者）	・個人消費が上向く要素が全くないので、この状態が当分続く。
	商店街（代表者）	・2、3か月先はいくらか涼しくなって食欲もでてくるが、夏場に離れた客は商店街になかなか帰ってこないだろう。
	商店街（代表者）	・先行き不安定な経済状況により、特に高齢者への負担が増えると売上への悪影響は避けられない。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気が上下する要因が見当たらない。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・全くと言っていいほど売れず利益も出ない。今がどん底状態なので何とか乗り切らなければならない。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・涼しくなれば売上は徐々に上がるが期待できない。景気が良くなったとも感じられず、物価が上昇すると不安である。
	百貨店（営業担当）	・お中元ギフトは、外商部や通信販売等の店頭外で客数・数量・客単価が上昇している。特に1品単価はギフト全部門で上昇しており、下期への期待が持てる。しかしギフトセンターでの店頭注文や持ち帰りは回復がみられない。
	百貨店（販売促進担当）	・高額品の動きは少しずつ良くなってきているが、衣料品の動きが悪い。
	百貨店（業務担当）	・夏物処分期に入っているが、客は必要のないものは価格が落ちて買わない。今後、客の消費に対する行動が盛り上がるというよりも、沈静化していく時期である。
	百貨店（店舗事業計画部）	・夏が長く秋が短くなる傾向が続くと見込まれるため、必要に迫られない商品は苦戦する予想である。昨年は冷え込みが早く防寒商品が売れたが、今年は、防寒商品への反応もかなり遅くなる見込で、10～11月の実需商品は動きが鈍い。
	百貨店（売場担当）	・6～7月の傾向から客数についてはほぼ前年並みでいくと考えられる。客単価・一品単価は前年をクリアし、購買率が若干上がっているのて売上は前年を超える。しかし、大幅な増加は見込めないため、前年比101～102%で推移する可能性高く、現状維持と判断した。
	スーパー（店長）	・このままの状況が継続する。
	スーパー（店長）	・客数、買上点数、単価に大きな変化がみられない。
	スーパー（店長）	・現状では雇用や年金、消費税増税、物価上昇の問題があり、収入が増え将来の生活不安がなくなる限り、我々小売業にとって良い状態にならない。
	スーパー（店長）	・小麦粉類、油、麺類の値上げが控え、さらにコンビニエンスの出店が非常に増えているので、それらの影響が多分出てくると予想している。
	スーパー（店長）	・競合店が10月に新しくオープンするが、8～9月はこのままの流れでいく。衣料品の売上が現状厳しく、7月と変わらない状況で推移する。
	スーパー（総務担当）	・生活必需品の売行きは安定しているが、衣料品などの購買意欲が鈍い。
スーパー（総務担当）	・価格が維持されている間は、販売努力により売上に大きく影響はしないと考える。しかし、円安によるガソリン等燃料の高騰が、商品の買い控えや消費マインド低下を招く懸念がある。一般の人たちの生活は、株高を背景とした景気回復基調とは大きくかい離しているため、小売商売では低価格維持が重要である。	
スーパー（業務担当）	・持ち直したと思われた青果部門は、天候不順などの悪影響で出荷量不足が発生している。衣料品や住居用品は、夏物販売がピークを超えてから横ばい状態が続いており、季節変わりの新商品が店頭にはびままで、売上増加に繋がる要素がない。	
コンビニ（経営者）	・少なくとも私のビジネスにおいては、景気回復の動きは感じない。客からも景気回復の話は聞かない。	
コンビニ（エリア担当）	・地方では景気が持ち直す兆しが全くみえない。競合店出店も収まらず厳しい状況は続く。	
コンビニ（店長）	・コンビニエンスストアは猛暑が影響する。	
コンビニ（エリア担当・店長）	・天候や気温にもよるが、近くに新しく競合店ができるので客数が減り、売上も少し落ちる。	

衣料品専門店（経営者）	・大分市は活性化しようとしているが、末端の小売店まで効果が届かない。
衣料品専門店（店長）	・近くに大型店や全国チェーンの飲食店ができ、たくさんの人が街に来ているようだが、客は店から店へ移動しているだけで消費そのものは増えていない。
衣料品専門店（店長）	・アベノミクス効果はまだ当地方へ浸透していない。7月から毎週、売上促進イベント「金曜日」を開催しているが売上増には繋がっていない。地域振興券もまだ効果を発揮していない。
衣料品専門店（店員）	・必要最低限しか買わない状態が続いている。結婚式の服でも普段着のようなものを選ぶ傾向にある。衣料品購入を渋っている客の様子をみていると、景気が良くなるとは思えない。
衣料品専門店（総務担当）	・現段階で、株高、円安等で企業の収益は向上しているが、一般消費者まで浸透してきているとは考えられない。末端の消費者に届くまでまだ時間が掛かる。
家電量販店（店員）	・家電品の核となる商品が復活していないのが景気低迷の大きな原因である。悪い状況が変わらず続いていく。
家電量販店（店員）	・政権が自由民主党と公明党に戻ってかなり回復基調にあるが、当店としては3km圏内に競合店ができ売上が落ち込んできている。この先、良い材料が見当たらないというのが現状である。
家電量販店（広報・IR担当）	・直近の景気に影響を与えるような材料がない。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の8%が確定すれば、駆け込み購入が増える。
乗用車販売店（代表）	・良くなるような気がしない。
乗用車販売店（総務担当）	・他社では軽自動車や新型ハイブリット車などが次々と発売されているが、当社では新型車の投入が年末までない。販売競争は大変激しい。2～3か月先も今月同様、新車販売は低調に推移する。
住関連専門店（経営者）	・地方では必要に迫られて買う客が主流で、置き家具を買換えようとする動きはまだ少ない。物価上昇が続くなか収入増加が見込めないの、置き家具消費の動きは不透明だ。
住関連専門店（店長）	・景気が上向き報道や情報は多いが、末端の消費者はまだ景気の回復を肌で感じていない。円安による原価売価の上昇に加え、消費税増税も目前となると、給料やボーナスを積極的に消費に回す気持ちにはなれない。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・熊本は進物のお中元が8月の中旬まで続く。進物ギフトもじわじわと売れている状態なので、今年の売上と同水準を見込んでいる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客より夏季賞与は昨年並みとの声が多く聞かれた。8月以降、燃料油及びカーケア商品の販売は昨年並みを見込んでいる。9月は3連休が2回あるので、観光シーズンの販売に期待したい。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・例年にない7月の猛暑で客足が最悪となっている。景気回復は地方に全く波及している感がなく、節約ムードが漂っている。
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）	・近隣競合店の影響、及び今後の消費税増税や物価上昇に対する節約傾向など消費者意識を懸念する。
高級レストラン（専務）	・参議院選挙も終わったばかりで先も見通せない状態である。今年中良くなるかどうか分からないので安心できない状態である。
高級レストラン（支配人）	・数か月変化がない。
一般レストラン（スタッフ）	・今までと変わらない。
観光ホテル（総務）	・今後3か月間の収入予測は現在と変わらない。
観光型ホテル（専務）	・景気回復が地に着いたものだと確信できない。
都市型ホテル（販売担当）	・選挙後すぐに情勢は変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門はやや上向き傾向ではあるが、他部門の予約状況は例年並みかやや下降傾向にある。
旅行代理店（企画）	・国内旅行については、前年並みの見込みである。海外旅行については、領土問題が尾を引いており、前年まで需要の多かった韓国方面の旅行が回復に至っていない。2～3か月後も回復の目途は立っていないため、現状と大きく変わらないと判断する。

	タクシー運転手	・為替、株価ともに不安定な動きをしているので、顧客の心理状態がどう変わっていくの不安定な様相になっている。それが2、3か月先の業績にどの程度影響するのか判断が難しい。	
	タクシー運転手	・今年は夜も暑すぎて、週末の夜だけが少し忙しい程度である。	
	タクシー運転手	・年金受給者の病院通いや買物等でのタクシー利用の頻度が減っている。	
	タクシー運転手	・夏枯れという言葉があるように、夏は割と暇になるが、今のところ8月初めの予約状況や客の動きが大変良く、期待できそうだ。	
	通信会社（企画担当）	・販売量に影響を与えるイベントが見当たらない。	
	通信会社（総務局）	・新規契約の伸びは期待できないが、光伝送路の完成により解約は減少する。	
	通信会社（業務担当）	・8月は、お盆の繁忙期に向けて料金サービス等で来店を誘導する計画だが、商品に魅力がなく、あまり売上が伸びないと予想される。	
	ゴルフ場（支配人）	・7月同様、8、9月も猛暑が続く見込みで来場者数の減少は避けられない。プレー料金の低価格化は、ゴルフ場の質の低下を招いている。加えて猛暑によるコースのダメージも予想され、秋のゴルフシーズンに向けて準備していかなければならない。	
	競輪場（職員）	・景気自体は上向いているが、それが顧客の購買意欲に浸透するまでにはまだまだ時間を要する。	
	美容室（経営者）	・2、3か月先は夏枯れで化粧品業界は下り坂になる。もう少し末端の景気対策を考えてほしい。	
	設計事務所（所長）	・今の手持ちの仕事が3か月先に大体完結する。仕事量としてはやや少なくなるが変わらない。	
	住宅販売会社（従業員）	・不動産関係は、宅地分譲やマンション分譲について計画通り実績が上がっている。一方で、一般のサービス関係は単価の引き下げや物品販売の利益率を下げなければ対抗できないような現象がみられる。安さを求める風潮があるなか、高級なものは売れるという相反する現象が社会情勢としてあるようだ。	
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・先月、鹿児島から大手のスーパーが進出したためその分はプラスになるが、老舗スーパーの倒産による沈滞ムードがなかなか打破できない。客もその空気を感じているので購買に結びつかず、年内は厳しい状況が続く。
		家電量販店（従業員）	・過ごしやすい季節になり、季節商材の売上が減る。
		高級レストラン（経営者）	・当店は社用の客が多いが、お盆は会社も魚市場も休みとなるので当店も休む。8月は暑くて人が動かないので、売上は厳しい状況になりそうだ。
		競馬場（職員）	・昨年と比べて来客数が少ない状況が続いている。
		美容室（経営者）	・7月はお盆や暑さで美容室に来る客が増えるが、10月は気候もよくなり行事もないので、やや悪くなる。
		理容室（経営者）	・来月までは、夏日で暑く客の来店間隔が短くなるため少し良いが、2、3か月先になると暑さが落ち着き通常の来店ペースに戻るため、やや悪くなる。
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので、教室をやめる生徒が増えると考えられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・原子力発電所停止による電気料金の値上げが進む。
	悪くなる	-	-
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（事業統括）	・客の具体的な案件が受注増となっている。
(九州)	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・8、9月は暑さに比例し商品が売れる。特に炭火焼等の動きが良くなる。秋口は加工メーカー筋も年末使用の製品作りに入るため、原料肉の引き合いが強くなる。
		食料品製造業（経営者）	・通年に比べれば、秋からの繁忙期まで順調に推移すると見込まれる。
		繊維工業（営業担当）	・仕事量も工賃も徐々に上がりつつある。
		家具製造業（従業員）	・景気の浮遊感と現実のギャップがあるが、直近の2～3か月の受注見込みは確実に増えている。特にやや高額な商品の受注が増えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・平成25年度予算における自治体関係の受注が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新商品の動きがやや良くなってきている。新しい製品の販売が良いことが売上上昇に必須なので期待している。また、毎年秋口に向かって良くなるので受注は増えると期待している。

	電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量が増加しているのが良くなる。この先につなげるには問題もあるが、何とかして赤字を克服することに意欲的なので、最終的にはやや良くなる。
	建設業（従業員）	・公共工事の発注がそろそろ始め、見積案件も増えてきている。消費税増税前の駆け込みが少しずつ増えてきている。庁舎の立替や駅前の再開発など大型物件も増えてくるので、景気はやや良くなる。
	建設業（社員）	・下半期も入札が同じように発注されることを望む。労務単価の増額で社内でも全員の人件費が増額された。今後も期待する。
	通信業（職員）	・節電システム補助金の締切が間近となり、駆け込み需要が多少見込める。
	通信業（経理担当）	・24年度好決算をベースに政治も安定し、もうしばらくはアベノミクス効果が持続する。様々な企業において事業展開が広がりをみせるものと予想される。
	金融業（従業員）	・中国等海外景気にやや陰りが出てきているため、一部に慎重な見方をする取引先がある。一方、足元では公共工事や住宅建設などの需要が増加してきており、雇用状況も好転してきている。
	金融業（営業）	・様々な産業で需要は増加もしくは横ばいの状態である。全体の需要が増加しゆるやかに景気は良くなっている。
	不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居率が好調で、今後も継続する。
	経営コンサルタント（社員）	・店舗を改装し、綺麗にしている店が増えてきている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の業況及び我が社への問い合わせ状況から、景気は良い方向に向かう。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税前の駆け込みが動いているので、今年中は結構良いのではないかと思います。
変わらない	農林水産業（営業）	・福岡県内でディスカウント店の新店展開が進んでいる。
	農林水産業（従業員）	・畜産物商品は高いものが売れないので、非常に厳しい状況が続いている。
	食料品製造業（経営者）	・多少の変動はあるものの景気が悪いことに変わりなく、一向に改善する気配が感じられない。好材料が見いだせない現状では、地方における景気回復の道のりは長いものとなりそうで、当分動向は変わらない。
	鉄鋼業（経営者）	・新築のマンションや物流倉庫、病院の移転・改築など建築物が多数動いており、鉄筋の販売量は回復傾向にある。しかし、鉄筋工・型枠工などの人手不足が解消されず、この先、販売量が持続するか不安である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・悪くなる状況にはないが、良くなる要素が見当たらないというのがユーザー担当者の見方である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・これからも引き合いは続くことが予想されるが、常にコスト競争にさらされている。いつ低コストのコンペチターが現れるかが心配で先が読めない状況にある。
	電気機械器具製造業（取締役）	・円高の是正は我々にはあまり影響はない。先が見えないことが不安である。
	精密機械器具製造業（従業員）	・9月までの受注計画は上向きになっているが、9月以降については、受注先からはっきりとした回答が出ていないため、何とも言えない。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産計画では現状の生産量を維持することになっている。
	金融業（営業担当）	・参議院選挙が終わり、消費税増税を不安視する中小企業事業者が大半である。2、3か月先の景気が良くなる様相は感じられない。
	金融業（調査担当）	・景況感が改善するなかでも、消費税増税や為替の影響など、リスク要因を懸念した慎重な対応がみられる。
	不動産業	・一部だけ良くなり全体的に良くはならないという傾向が続く。
	新聞社（広告）（担当者）	・売上をけん引している通信販売、化粧品関連の出稿量が落ちてきたことから、広告全体の景況感は変わらない。
	広告代理店（従業員）	・新聞折込チラシの受注金額は、前年同月比95%と振るわなかった。アベノミクスの影響や来年度の消費税増税に伴う不動産等の駆け込み需要も期待ほどではない。依然、消費購買力は低く、販促経費を増額させて売上を増加させる方向にはない。個人所得が向上しない限りチラシの増加は見込めない状況である。
	広告代理店（従業員）	・各社間で売上の上下があるだけで、全体のパイは縮んだままである。
	経営コンサルタント	・ダイレクトメールで反応はなく、今のところ変化はない。具体的に客を回って販売に努めたい。その結果がこれからに繋がる。

		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・リース契約で2、3か月先の仕事はみえているが、変わらない。
	やや悪くなる	その他製造業（産業廃物処理業） 輸送業（総務担当）	・取引先担当者の話によると、製造用の原料入荷が減っているとのことで、売行きが思わしくない様子である。 ・円安でコスト高が続いており、荷主からは値下げの要請が続いている。一方、運送業者からは値上げの要請がある。物価高の要因が多く、しばらくは悪い方向に向かう。
	悪くなる	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村は、これまで計画づくりや調査・設計などの委託業務を減らしてきた。さらに、今年度は土木工事などに予算を多く配分しているところが多く、委託業務への発注は減少する見込みで、コンサルタントの先行きは悪くなると予想される。
雇用 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	- 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（支店長）	- ・企業が雇用の確保に先駆けて動くことで雇用の流動化を促進する。新規雇用は一度充足感がなくなると売手市場となり、募集のための経費をかけ始める。しかし、誰でも雇用すると言うわけでなく、意識の低い労働者の引き合いは依然少ない。 ・福岡への企業進出もあり、求人数増加が見込める。 ・新聞の求人欄、その他の求人誌欄も増えており、欠員補充だけでなく、新規雇用が多くなっている。年末に向けての採用も始まる時期なので、さらに増える。 ・中小企業へのヒアリングでは、設備投資を計画しているところもでてきていることから、雇用への好影響も期待される。 ・政権が安定したため、市場が好反応する。 ・新規求人は、ほとんどの産業で大幅に増加しており、引き続き堅調に推移する。 ・企業訪問により、建設業界や福祉・介護施設等と意見交換したが、先行きに若干の明るさを感じているようである。 ・顧客の必要とする人材の職種、スキルには多少ばらつきはあるが、総じて需要増大、採用数増加傾向がはっきりしてきた。
	変わらない	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（営業） 求人情報誌製作会社（編集者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） 職業安定所（職業相談） 民間職業紹介機関（職員） 学校〔大学〕（就職支援業務）	・依頼が増えている一方で、予算縮小の企業もあるのが現状である。総体としては変わらない。 ・顧客のヒアリングから、景気が良くなってほしいとの願望は感じるが、実態としての動きがみられない。 ・当社では、ガソリン代の値上げで、パートタイムの移動費が上がった。コストの増大で、求人を見合わせる企業が増える。 ・求人募集は、増加しているとは言えず、どちらかといえば人員を減らす傾向にある。年内はこうした状況が続く。 ・企業の業況が良くなっても、賃金の上昇までには至っていない。消費の拡大がなければ景気は回復しない。 ・輸出型製造業や建設業では景況感が回復しているが、円安による輸入原材料の高騰の影響を受ける業種もみられる。また建設業は人手不足感がさらにひっ迫している。 求人数の動きは先月とほぼ同水準となり、環境の変化は感じられない。 ・求人依頼で来訪するいくつかの企業は、前年度より求人増の意向を示しているが、景気の動向に結びつくような顕著な動きにはなっていない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今後、大きく人員を要する事業もなく、求人数が少ない状況が続く。
	悪くなる	-	-