

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）	・車両生産は順調に推移する見通しのため、今後の新車売上はかなり期待できる。プラス要素として、中古車の在庫確保も進む見込みのため、現状で前年割れの中古車販売も収益回復が期待できる。
	◎	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・将来の不安要素はあるものの、来客数は増加が続き、景気は上向きを維持できるとみている。
	◎	高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に上昇しているため、景気は良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・外国人観光客が増え始め、飲食店も人気店は活況を取り戻しているため、景気は良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、人出が良くなるとみている。
	○	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、緊張感を持つ人が少なくなるとみている。現在はマスク着用の人が非常に多いものの、街には活気が出てきている。今後ますます人が出てくるとみている。
	○	一般小売店 [酒]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより状況は更に好転するとみている。ゴールデンウィークに予定されている祭りも今年は久しぶりに規制のない開催になるため、国内外から多くの観光客が訪れることを期待している。
	○	一般小売店 [寝具]（経営者）	・現在が景気の底にいるため、さすがに商品は動き始めるとみている。ただし、一気に良くなるとは思えない。
	○	百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人々の動きが良くなるとみている。マスク着用も緩和されており、旅行関連需要や旅行者による買物も見込まれる。
	○	百貨店（催事担当）	・人流が増えることにより、旅行やレジャー需要等で服飾衣料品関連を中心にニーズが高まるとみている。
	○	百貨店（計画担当）	・マスク着用の見直しや新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、人やモノが動くこと予想している。ただし、海外情勢や物価の上昇といった要素もあり、大幅に良くなることはないかとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・来月も値上げが予定されている商品があるなかで、客の買上点数の減少は僅か1%にとどまっており、客単価も堅調に推移している。人の動きが良くなっているため、景気は引き続き堅調に推移するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、人流も更に活発化するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・気候が良くなると人の動きも良くなることから、景気は徐々に良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・盛夏に向けて、更なる来客数の増加が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなりつつあり、景気は良くなるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・夏物の本番を迎えるため、来客数の増加を見込んでいる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、イベント等も通常どおり開催され、景気は回復していくとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・会社のイベントごとが増えて、前年はなかった会合や出張などが増えてくれば、スーツや礼装を購入する人が増えてくると期待している。現在、そういった動きが出てきている。
	○	家電量販店（従業員）	・ウクライナ情勢等に対する関心が薄れていることから、景気回復に期待が持てる。家電製品は省エネ性能の高い商品が売れているため、景気は良くなるとみている。
○	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、客の動きが活発化するとみている。	
○	乗用車販売店（従業員）	・4月からメーカーで停止していたオーダーを再開する新車が幾つか出てくるため、少し良くなるとみている。	
○	その他専門店 [靴]（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に移行することで、行事や人の動きが新型コロナウイルス感染症発生前の状態に近づくとみている。	

○	一般レストラン（経営者）	・旅行者が増え、春闘で賃上げする企業が多くなれば、来客数の増加につながるかと期待している。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、陽気も良くなり、人々の気持ちは和らぐので、人が少しずつ出てくるようになる。まだ予断を許さない状況ではあるものの、やや良くなるとみている。
○	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、来客数は間違いなく増えるとみている。
○	観光型旅館（経営者）	・気候も良くなり、新型コロナウイルス感染症の規制も緩和され、徐々に人の流れも回復傾向に向かい、景気はやや良い方向に向かうとみている。
○	旅行代理店（従業員）	・国内旅行先行予約状況は、極端な増加はないものの緩やかな右肩上がりが継続している。海外旅行は微増であり、今後、業務渡航、グループ、団体の各申込みが増加すれば、旅行全体での景気はやや良くなるとみている。
○	旅行代理店（従業員）	・団体旅行の見積依頼件数が増加している。社員研修やイベント開催といった新しい業務も出始めており、景気は良くなるとみている。
○	通信会社（経営者）	・家電量販店や大型ショッピングセンターの当社の窓口に来る人が増えている。インターネットサービスを中心に、放送サービスの問合せや申込みが日に日に増加している。さらに、今後、戸建て住宅や大型集合住宅の物件完成が見込まれているため、新規加入申込みの増加が期待できる。
○	テーマパーク（職員）	・マスク着用の緩和により、今までほとんど旅行に行かなかった未就学児を含む家族連れや年配の客の増加が期待できる。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料の価格高騰、資材や人材の不足もあり、すぐに好転することはないが、景気は上向くとみている。
○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、補助金対象の問合せが増えるかとみている。リフォームも、補助金制度を利用した工事の受注増加が続くとみている。
□	商店街（代表者）	・消費者は価格の高騰に慣れてきている。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・健康に関する商品を販売しているため、客足が急激に減ることは考えにくいだが、物価高の影響が少しずつ出てくるとみている。
□	百貨店（経営者）	・今まで売上をけん引してきた高額商品の好調さはモノ消費から海外旅行などのコト消費へ移行することで落ち着くとみているが、アフターコロナで人が動くことから、化粧品や雑貨、旅行者の土産需要が期待できる。
□	スーパー（店長）	・商品の値上がりが続いており、商品が動くのは特売の期間だけに限られている。通常売価に戻ると商品は全く動かず、値引きでの販売が多くなっている。この状況は続くとみている。
□	スーパー（店長）	・今後も値上がりは続き、来客数の動向も大きく変わりそうにないため、変わらないとみている。
□	スーパー（総務担当）	・光熱費の高止まりが大きく影響し、来店回数や買上点数が減少している。少しでも安い店で買おうとする動きが顕著である。今後も価格上昇が続くなか、厳しい状況は変わらないとみている。
□	スーパー（企画担当）	・値上がりが続いており、客の節約志向も続いている。当店の場合、広告やポイントサービス等で集客し何とか前年をキープしているが、それが無くなると来客数は減少する。今後も集客に向けたサービスを行わない限り、前年をキープするのは難しいとみている。
□	スーパー（営業担当）	・集客が厳しく、販促強化をしても来客数増加の期待は薄い。現状からの変化はないとみている。
□	スーパー（商品担当）	・より安いディスカウント系の店へ客が流れていくとみている。
□	コンビニ（経営者）	・物価が上昇しすぎている。当地のような田舎町では会社の給料が上がっていないため、余分なものはなかなか買ってもらえない。売上は3か月後も厳しいまま変わらないとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・今後も公共料金の値上げが続くとみている。公共料金が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻ってこなければ、景気の回復はないとみている。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・今のコンビニ業界は、電気代の上昇と最低賃金の上げが経営を圧迫している。しばらくはこの状況が続くが、ウクライナ情勢が落ち着いて電気代が下がれば、一気に景気は回復するとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・年度末の売上と中学・高校の制服販売に期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・様々なイベントのモチベーション需要と連動して、衣料品の需要が回復している一方で、物価高により消費に慎重な消費者も多くなっている。本格的な需要回復は賃金上昇が実施されてからとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価上昇により生活に係る出費が見通せないため、節約に対する意識が高まるとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・多種多様な商品の値上がりが続いているため、お買い得商品が買われ、新商品や高単価商品が買われない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）	・来客数が少なく、根本的な解決策も見当たらない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・夏以降は人の移動や物流が活発化し、部品の摩耗や故障などの修理交換が増えると予想しているが、この先2～3か月はまだ変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注残をみると、2～3か月先の販売量も今月と変わらない見込みである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・春先に更なる値上げがあるが、新型コロナウイルス感染症の5類への引下げにより、経済が回復基調に向かうという期待もある。消費者は様子見で慎重になっており、全体としては大きく変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・コロナ禍によって生活スタイル等が変化しているため、以前のような販売量には戻らないとみている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・物価高が広がりを見せ、ぜいたくなものに対して金を支出しない状況は続くとみている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・天ぷら油や電気料金等、全ての価格が2～3割上昇しており、2.5倍くらいになっているものもある。物価高騰がかなり大きな負担になっている。やや忙しくなったくらいでは厳しい状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・今のところ景気を良くする材料が見つからない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	・景気自体は良くならないが、世間はその良くない状況に慣れるとみている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援による割引枠が枯渇しており、ここしばらく割引とセットで需要回復してきた旅行業界においては、割引がない状態でのマーケットの動きが見通せない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）優勝で景況感が良くなっており、その流れに乗れるかどうかで景気回復に差が出るかとみている。どこにフォーカスするかが、今後の景気回復につながるとみている。前例に捕らわれないチャンスをいかすことが重要である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価上昇は続いており、今後景気にどのような影響を及ぼすか見通せない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良い材料に乏しく、状況が改善するのはまだ先になるとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・一部の人々や外国人観光客に動きがあるものの、景気は現状維持が精一杯とみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良い要素が1つもない。当面は支出を抑える状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社会貢献担当）	・新生活準備による需要が一段落した後は、落ち着いた状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・ここ半年ほど状況は変わっておらず、この先も特に催事や起爆剤になるようなこともないため、変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・物価上昇や賃上げの動向によるが、変わらずに推移するとみている。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・来客数に変化はなく、景気は大口客の来場に左右されるとみている。大口客の来場がなければ変わらない。

□	美容室（経営者）	・来月以降、全国的に賃上げをする企業が多くなる。賃上げ分で食料品等の支出の部分をフォローできることから、美容室の利用客が減ることはないかとみている。美容業界も価格転嫁ができればよいが、見通しは立たない。
□	住宅販売会社（経営者）	・自社所有の戸建て住宅用不動産があり、現状と同程度で戸建て住宅受注を確保できるとみている。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・光熱費や物価上昇の影響もあり、住宅購入への興味関心が高くなることはなく、現在と同等で推移するとみている。
▲	商店街（代表者）	・3月は新型コロナウイルス感染症の規制がかなり緩和されイベント等も多かったため、例年と比べて売上が上がっている。しかし、イベント等が無くなる4月以降は、予約状況からみて景気はかなり落ち込んでくるとみている。
▲	商店街（代表者）	・物価高騰、材料費等仕入コストの上昇、人件費の増加が心配である。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・4月からの大手運送会社の運賃値上げは、あらゆる商品の値上げに波及するとみている。これまでは企業の負担で抑えていたが、こらえきれず値上げに踏み切る企業が増えるかとみている。
▲	スーパー（経営者）	・4月も食品の値上がりが続くため、買い控えが一層進むことを懸念している。一部企業では賃上げ等もあるが、1品単価上昇率を補填できるほどではなく、賃上げ自体ができない中小企業も多い。消費環境はこれまで以上に厳しくなるとみている。
▲	スーパー（店長）	・市場の値上げの動きが変わらなければ、一番大打撃を受けるのは食品であり、景気は少しずつ悪くなっていくとみている。
▲	スーパー（店長）	・コロナ禍も一段落し、人の流れも活発化することから、食事への支出は外食へ流れ、内食は節約されるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・気温が上がってきたことにより平日は来客数が幾らか増えているものの、土日は変わらないため、この先も厳しい状況が続くとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・人手不足によるベースアップの話をよく聞くが、コンビニ業界の時給は最低賃金に近くなかなか人が集まらない。ますます経営が厳しくなっていく。
▲	乗用車販売店（従業員）	・5月6月は新車在庫予定が少なく売上が見込めない。下取車もないため、厳しい状況になるとみている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・国内需要向けの振り当て調整がいつまで続くのかにより、4月以降の収益が変わってくる。決算期を過ぎると元の長納期に戻るのではないかとみている。
▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染症の影響が出なければ観光客はもっと増えると予想している。しかし、受入れ側の人材不足は深刻であり、制服への支出は止まるとみている。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・例年と比べ暖かい日が続いており、配達灯油の販売数が落ちている。夏に向け更に減るとみている。
▲	高級レストラン（経営者）	・零細企業においては、価格を上げる、従業員の給料を増やす、物価高に対応する、ということをしていくのは簡単ではない。良くならないとみている。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げで人の動きが出てくるとみている。しかし、何をするにも金が掛かり、収入が増える見込みがない現状では余裕がない。優先順位を考えると繁華街の飲食店に活気が戻るのはまだ先とみている。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが景気は良くなっていない。改善は難しいのではないかとみている。
▲	設計事務所（経営者）	・県の公共投資額が前年度から急激に減少しており、厳しい条件での受注となっている。次年度の発注状況に不安がある。
×	スーパー（経営者）	・4月以降も物価高は継続し、商品の値上げも予定されている。客の節約・儉約志向は収まらなるとみている。
×	コンビニ（経営者）	・現在もかなり厳しい状況で経営しており、これ以上光熱費が上がると経営はできなくなる。やめるオーナーもちらほら出ている。抜本的な改革をしない限り、コンビニ経営は破綻する。
×	美容室（経営者）	・何もかもが値上がりしており、支出を切り詰める人が多いようである。4月からはまた電気代が上がるようなので更に厳しくなるとみている。

企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	・人の動きが良くなっているこの状況が続けば、土産需要は好調に推移するとみている。
	◎	食料品製造業（製造担当）	・国内旅行ツアー、インバウンドの予約も入っており、当社に限らず業界全体がにぎわっている。この状況は続くともっている。ただし、原料・資材価格高騰への対策、人員確保は継続課題である。
	◎	建設業（従業員）	・契約待ちの内定案件を含め、2023年度の第1四半期は、既に一定量の受注見通しがついている。
	◎	建設業（企画担当）	・政府の経済政策や民間企業の企業努力の効果が出てくるとみている。
	◎	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感染症法上の分類が5類へ移行することが後押しとなり、企業の会食制限も緩和され、ますます人が動くともっている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・飲食店の回復、観光客やインバウンドの増加が見込まれるため、販売量の増加に期待している。
	○	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感染症法上の分類が5類に移行することでイベント等が復活し、それに伴って印刷物等が増えることが期待できる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・車載部品の注文数量がやや増加傾向にある。
	○	輸送用機械器具製造業 （経営者）	・客先からの引き合いと確定案件が増加しており、受注、売上共に上向き傾向にある。この先2～3か月は良くなるとみている。
	○	金融業（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症への警戒感緩和や、賃上げや経済対策の効果、春の観光シーズンの人出増加、インバウンド需要の復活といった要因により、消費行動が一層活性化することが期待できる。
	○	広告業協会（役員）	・ゴールデンウィーク明けを機に、新型コロナウイルス感染症発生前の生活様式に限りなく近づき、消費意欲も活発になり、企業の販促計画が立てやすい状況になるため、広告業界は上向き傾向になるとみている。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、小売、サービス業の客足が戻ってきており、業績も改善傾向が続くと予想している。製造業は人手不足、部品不足等で生産が上がらず、苦しい企業が多い。建設関係はおおむね好調なので、全体としては今よりも少し良くなるとみている。
	○	コピーサービス業（従業員）	・ほとんどの商品の価格が上がるなか、値上げはある程度容認されつつある。時期を待っても価格が下がる気配がないため、必要な設備投資は前倒ししてでも導入する動きが出始めている。様子見をするのではなく積極的に投資する会社が増えるともっている。
	□	出版・印刷・同関連産業 （経営者）	・価格転嫁の交渉をすればするほど、受注が消滅する傾向が鮮明になっている。原材料価格の値上げは第3弾、4弾の引上げまで受けざるを得ない状況となっている。この状況は変わらないともっている。
	□	窯業・土石製品製造業 （役員）	・先行きの需要動向も更なる減少が見込まれる。原材料の価格高騰等により経営状況は厳しさを増している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・悪材料が出尽くした感があり、決して良いとはいえない状況がしばらく続くともっている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・受注量が少ないメモリ半導体市場は3か月後も回復しないとみている。
	□	建設業（従業員）	・受注は堅調であるものの、資材価格の動向が懸念材料である。
	□	輸送業（経営者）	・大手企業の大幅な賃上げは、人件費の増加から連鎖的に物価高騰に発展していく心配がある。中小企業は大手と違い、コスト増分をすぐには値上げできないため、経営を圧迫するだけである。人材確保のために競合他社との差別化を図った多めの賃上げを覚悟しているものの、厳しい状況は続くともっている。
□	通信業（営業担当）	・客の反応が出てきたものの、まだ楽観はできない。今後も営業努力を継続していくのみである。	
□	広告代理店（経営者）	・引き続き景況感が不透明であるため、取引先の判断がみえない。	
□	経営コンサルタント	・新緑の季節を迎え、旅行等による消費者の移動範囲の広がりや消費行動の活発化が期待される。	

	□	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	・毎月商品の値上げがあり、景気は良くなるとは思えない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・2～3か月先となると春の観光シーズンを迎える。期待したいが観光地は天候に大きく左右されるため、先行きは分からない。
	▲	農林水産業（従業者）	・農業資材の値上がりが続くとみている。また、果物の開花が例年より10日ほど早いという予報があり、2年前と同様に遅霜の心配がある。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・現段階で客先における次年度の設備投資や開発案件などの話題が少なく、社内の生産計画を立てられない状況である。
	▲	通信業（営業担当）	・4月から更なる物価上昇が予定されていることに加え、年度初めは人事異動などもあるため、各社買い控えの傾向がみられる。
	▲	司法書士	・原材料価格の高騰が消費者に与える影響は強くなるとみている。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の減速に引っ張られて、受注量や見積案件数が落ち込むことが予想される。
	×	農林水産業（従業者）	・政府が打ち出した水田転作地への5年に1回の水張りルールへの対応に時間を取られ、農作業に悪影響が出るとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・全産業で採用ニーズが高まっている。今後の需要展開によるニーズや、コア人材・パート・アルバイトの募集、様々な職種でのニーズが増えているため、今後も上向き傾向が続くとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・上期は採用計画に基づいて走り始めるタイミングなので、良い市況感是不変変わらない見込みである。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、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。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することを控え、企業の動きが活発化している。広告の問合せも若干ではあるが増加傾向にある。ゴールデンウィークに向けて、新型コロナウイルス感染症発生前の対応に戻す傾向がはっきりしている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・地域の祭り等のイベントが新型コロナウイルス感染症発生前と同様の形で開かれることに期待している。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げを背景に、経済社会活動は正常化する。物価高騰の影響は多少あるものの、これまでの抑制された生活からの開放感もあり、旅行や外出の機会が増え、景気は上向くとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・求職者からの問合せは増えていないものの、取引企業からは人材不足の相談が増えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高騰が続き、広告の動きにも影響が出ており、回復は見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、消費経済活動が活発になると推測するものの、エネルギーコストを始めとする諸物価高騰と企業の労働力不足が足かせとなり、景気の変動は余りないとみている。
	□	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。しかし、今後も電気代や原材料などの更なる物価高騰が予想されるため、事業所の経営状態がその影響を受けるとみている。
	□	学校〔専門学校〕	・燃料費の値上がりなどに対策が講じられなければ、消費は停滞するとみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足を背景に企業の採用意欲は高いが、物価高のため高賃金を求める求職者の数が増えている。この状況は変わらないとみている。
		▲	人材派遣会社（社員）
	▲	人材派遣会社（社員）	・製造業の求人数が減少傾向にある。特に半導体の生産の動きが鈍くなっており、工場などでの工具募集が減少している。米国での金融不安など先行きが見通しにくくなっており、全体としては景気は下降傾向にあるとみている。インバウンド需要などで、どの程度相殺できるかが鍵となる。

	▲	アウトソーシング企業 (経営者)	・地方自治体の予算要求において物価高騰分を上乗せしていないところが多くみられ、そのしわ寄せは業者にくるとみている。
	×	*	*