

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)	◎	住関連専門店（従業員）	・本格的な冷え込みで、羽毛布団などの秋冬商材はもちろんのこと、毛布やパッドなどの周辺商品も好調に推移することが見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・インバウンド含め、人流が増加している。年末に向け景気は上向いてくる。
	○	商店街（代表者）	・年末年始に向けた販売促進計画をしているため、今月より客足が伸び、3か月先の景気はやや良くなると確信している。
	○	商店街（代表者）	・物価高のなかで消費者の購買を下支えしているのはプレミアム付商品券である。限定的な施策であるため根本的な景気上昇にならないが、小売店にとっては商店街の様々なイベント開催、減税、給付金の配布よりもプレミアム付商品券が客の購買意欲向上のために効果的である。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜関係は春先まで単価が落ち着き、冷え込みにより鍋物商材の動きも出ており、客が購入しやすい単価になっている。12月はギフト商戦の時期となり、ポンカンやデコポンなどが売行きの中心になってくる。注文も順調になることが期待される。
	○	スーパー（店長）	・帰省や旅行で、年末年始の人流の動きは2019年度より活性化すると予測できる。新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行したことや旅行需要の拡大により、政府の補助等も確実に消費支出のプラス要因になると判断している。
	○	スーパー（企画担当）	・高温傾向が続き、秋を通り越して冬に向かっている。おおむね暖冬の予測ではあるが、そのような状況でも気温が低下すればしっかり消費につながると考えている。また、プレミアム付商品券の使用期間である年末までは堅調な消費行動が続く。
	○	コンビニ（経営者）	・年末年始に客の動向に変化があるか、今後の大きな動きに注視している。その動き次第で売上も大きく変化してくる。
	○	コンビニ（経営者）	・値上げの継続により、客の買物に対するスタンスが徐々に慎重になっているものの、マスコミで騒がれるほどの影響はみられない。年末に向けて、まだ伸び代があると考えている。
	○	家電量販店（従業員）	・まだ寒くなりきらず暖房器具の需要が少ない状況であるが、今後寒くなれば暖房器具の需要が増える。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年末に向けて買い控えが発生しているが、年が明けて注文が増加すると予想している。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給が順調であるため、登録や納車は高水準が期待できる。加えて、新型車の発表もあり、初売りや決算セールによる購買喚起も期待できる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月にかけてコーヒー飲料など進物が増えてくるため、例年と変わらず売上は増加傾向である。当地では外国人を含めた新規顧客が徐々に増えており、売上は前年より増加すると予想している。
	○	高級レストラン（経営者）	・飲食店は忙しい時期となり、週末にかけ予約も入っている。しかし、例年の12月と比較すると平日の予約は少なく、週末に集中して予約が入っているのが今年の特徴である。来客数が多くなり、景気が良くなることに期待したい。
	○	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・一部で戦争が続いており、先行き不透明な状況ではあるが、経済状況は良くなっていくと想定している。インバウンドの状況や、国内観光客はまだ伸びると考えられる。
	○	観光型ホテル（総務）	・人手不足を補う機会はあると考えられるが、タイミング次第である。
	○	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍で自粛されていた多くのイベントが開催されるようになり、人の動きも活発になると予想される。
	○	タクシー運転手	・前年より忘年会の予定が増加しているため、景気は良い傾向になっていく。
	○	タクシー運転手	・円安傾向で、インバウンドの増加はもとより、海外を諦め国内旅行で訪れる人が増加している。石油価格や物価の安定により、消費の拡大を期待したい。
	○	通信会社（社員）	・季節的に景気が上向く時期であるため、売上は増加する。
○	通信会社（業務担当）	・12月から単価が上がるため、売上の増加が望める。	

<input type="radio"/>	観光名所（職員）	・市内飲食店の来客状況は、徐々に増えているように見受けられる。
<input type="radio"/>	ゴルフ場（従業員）	・県内だけでなく国外需要の予約も順調に推移しており、やや良くなると予想される。
<input type="radio"/>	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症がインフルエンザと同じ5類感染症に分類されたことで企業のコンペの予約が多くなっており、感染症発生前の状況に戻つつある。
<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・2～3か月先は年末年始の動きがあるため、現状より若干景気は良くなっていく。また、気温が変化してファッションにも変化が出てくるため、髪型や化粧品の景気は上向いてくる。
<input type="radio"/>	学習塾（従業員）	・保護者の経済状況が良くなっている。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・政府予算案の閣議決定により子育てエコホーム支援事業が創設されるため、今後の客の動きに変化が出てくる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・前向きに年末商戦を乗り越えたいと対策をしている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・行楽や旅行などで金を使っているため、商店街で買物をするものが減少している。12月は歳末商戦があるため、期待をしているが厳しい状況となる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・女性が集まる場所では特に物価上昇の話題が多くなっている。買物も時間を掛けて商品を選んでおり、家庭消費率が25%以上まで増えている状況である。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・冬が到来しているが、気温が全く低くならないため年末に向かっている感覚がないとみられる。年末に売上の追い込みがあればよいが、心配している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今1番の旬といえればサバであるが、今年はマサバが少なく、入荷しても形が小さいためとてもおいしそうにみえない。水温が高く紋サバが多くなっている。形は大きくおいしそうであるが、残念ながら紋サバは売れないため、販売方法を変えていかなければ商売にならなくなる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末年始に向け、諸般の事情による物価高騰で家庭用のお茶の売上は減少すると予想しているが、贈答品の売上に期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・年末年始の後、大きな商戦としてはバレンタインがあるが、食料品や催しなどが限定されるため、全体としては変わらない予測をしている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・3か月後も現在の景気の状態から大きく変わることはないと予測している。現在の日本人客とインバウンドのバランスから、今後は更なるインバウンド増加になると想定している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・物価高騰の影響もあり、食品全般で今後も節約志向が続くと予想される。また、衣料品において、婦人服の売上はやや改善するとみられるが、紳士・子供服関連は苦戦が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦が本格化し、通販やWebに加え、ギフトセンターの本格的な稼働で来店促進を行うことで周辺商店街を含めにぎわいが予想される。全店催事やクリスマス、正月、新生活商戦で冬物衣料や雑貨の需要に加え、堅調な紳士雑貨やスポーツ関連、嗜好性の高いブランド品・舶来雑貨の購入意欲は依然高い。価格上昇の懸念はあるものの、自家需要やギフト需要が増加しており、クレジット利用促進により、客単価や商品単価の伸びが見込める。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・食材や光熱費が値上がりして生活費が増加しているため、客は最低必需品の購入のみで、ぜいたくができない状況である。年金は一定額の支給であるため節約しており、先行きが不安のためこれまでのように買物ができず、苦しい状況である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・年末年始を迎えてギフト需要がピークとなっており、消費が活発化することが期待できるが、物価高とのバランスによって日常的な支出は抑えられる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行してから初めての年末年始となり、人流の活発化が見込まれる。しかし、物価高騰の影響により、景況は大きく変わらないと想定している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・中小零細企業において賃上げやボーナス増額は少なく、ほとんどの消費者は物価高騰対策として買い控えが続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・世の中が平常に戻りつつあり、各人の消費拡大にもつながり、インバウンド需要も回復してくる。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・消費に元気がなく、生活必需品のみの購入が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気が上向き好材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・ボーナス商戦に期待している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・物価高となり、客の財布のひもは固くなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・年末には来客数が増加すると考えられるが、新規の客が増えず危惧している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・2月は景気が良くなる好材料が何もないため、企業努力によって新たな発想で望むしかない。景気は政治主導ではなかなか難しいと考えられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・暖冬予想や物価高で景気が好転する要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高に慣れてきた感じがあり、数か月前と比べると消費が回復している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・今年度中の新車配車計画が示されており、前年より少ないがほぼ目標どおりの台数がメーカーより配給される。今年度の決算は計画どおりの黒字を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・景気の状態が変わるような要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・話題性がある新型車でも受注台数制限があるため、いかに安定して販売していくかが課題である。現状から、今後大きな変化は望めない状況である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・値上がり感をカバーしていたプレミアム付商品券が無くなり、産業祭りもしばらくは催されないため、置き家具業界はしばらく低迷が続く。
<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）	・コロナ禍が落ち着いても、小売業界では物価高騰により水を差されている。当施設において各都市部や観光地で盛り上がっているようなインバウンド需要はほぼないため、大きなインパクトのあるロシアによるウクライナ侵攻の終戦をきっかけとしたガソリン代の引下げ等がない限り、需要の劇的な回復は期待できないと考えている。一方、現状が悪化する要因も特にないため、景気は変わらない。
<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〕（統括者）	・企業の業績に優勝劣敗が分かれ、結果として一進一退である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・当店の客は観光客が多いが、12月は観光より夜の忘年会が多くなっているため、昼の来客数の状況は悪くなっている。新年会が減少しているため、1月の予約も減少しており、地元の客も財布のひもが固くなっているため、2～3か月先の見通しは分からない状態である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・今は年末需要の一時的な状況であるため、2～3か月先の景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・今月は週末の団体利用がない。これから12月の忘年会シーズンに入るが、会社の団体利用が減少している状況では、新型コロナウイルス感染症発生前のような来客数は望めない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・最近の先のこと全く読めない情勢であるが、このまま平穩に団体・個人客共に、以前の活気を取り戻してほしい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（職員）	・国内旅行は、全国旅行支援の反動で販売量の伸びは小さくなる想定をしている。海外旅行は、燃油サーチャージが12月から値上がりするため需要は横ばいになると考えている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・引き合いの数はやや鈍化している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・ブロードバンド光回線の販売件数を左右するようなイベントが想定されないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・生活必需品の値上げは一段落しているが高止まりの状態が続いており、それに対して賃金の上昇が伴っていない。
<input type="checkbox"/>	競馬場（職員）	・インフレによる物価高などで逆風となる要素が多いが、一定の底堅い動きも継続してみられる。
<input type="checkbox"/>	理容室（経営者）	・年末が近づいており来月までの景気は良くなってくると予想されるが、1月からは厳しい状況となるため景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	・成人式に出席するために美容室でセットをする若者が減少している。写真と貸衣装をセットにした貸衣装屋が増加していると考えられる。

	□	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)	・病院の入院患者が新型コロナウイルス感染症発生前まで戻っておらず、当面は現状が続くことが想定される。
	□	設計事務所 (所長)	・今月の状態が2~3か月先に結果として出るが、今月の景気は良くないため、先行きの景気は現状と変わらない。
	▲	商店街 (代表者)	・買い回り品の値上がりでし好品や書籍等の買い控えがおこっている。物価は値上がりしているが、中小小売店や小規模小売店等の従業員の昇給はなかなかできない。そのような状況では一段と家計が厳しくなり、消費の落ち込みが案じられる。
	▲	商店街 (代表者)	・当店では、気候や気温に景況が大きく影響される。気温が下がると来店頻度が落ち、来客数や売上は減少していく。
	▲	一般小売店 [生花] (経営者)	・正月の花までは需要が良くなるが、それ以降は需要が悪くなっていく。
	▲	百貨店 (総務担当)	・物価高の高騰により、若干景気は悪くなる。
	▲	スーパー (店長)	・消費者の所得が増えていないため、可処分所得の減少が著しい。消費は伸びず、景気は後退すると考えている。
	▲	コンビニ (エリア担当・店長)	・目的以外の商品を購入する客は、余り見受けられなくなっている。レジ付近について買い商品を置いてはいるが、手に取る客は以前より減少している。
	▲	家電量販店 (店員)	・物価が上がっても給与が上がらない状況となっており、エアコンやヒーター、冷蔵庫などの家電品は売れているが、テレビやパソコンの売行きは非常に落ち込んでいる。
	▲	都市型ホテル (スタッフ)	・10月、11月のような繁忙期が過ぎるため、若干落ち着く見込みである。
	▲	観光名所 (従業員)	・寒くなるため閑散期となる見込みがあり、来客数、販売数共に減少するのではないかと心配している。
	▲	美容室 (経営者)	・今後、景気が良くなってきてもすぐには反映されず、悪くなる時は客の反応は敏感で何事も控えるようになる。国民が安心して生活できるような政府の対策に期待している。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者 (所長)	・今月は見込みより売上が増加し利益が好調であったため、2~3か月後の景気は若干悪くなると予想される。燃料費や光熱費などの値上げを受注している委託費に転嫁できない状況である。
	▲	設計事務所 (所長)	・世界情勢不安定の影響を受け、物価上昇がまだ続くと考えられる。一方、仕事の対価としての所得は追いついていない。
	▲	設計事務所 (代表)	・金利の上昇に伴う買い控えが増え、景気はやや悪くなる。
	×	家電量販店 (店員)	・景気回復につながる好材料もなく、現状のままでは更なる物価高騰の影響により、厳しい状況が続く。
	×	住宅販売会社 (従業員)	・中東情勢が不安定で紛争が発生しており、穀物や原油など輸入については為替の影響もあり、原価が高くなっている。輸出も余り期待できず、経済的には政府の施策、ゼロ金利、原油価格高騰、為替の変動に対する処置ができていない状況となっている。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・2~3か月前と比較すると受注量が増加している。それに対し取引先の動きや当社の体制も合わせているため、今後、徐々に半導体の供給も増えると期待している。
	○	電気機械器具製造業 (総務担当)	・顧客の見込み情報を鑑みると、景気は良くなっていく。
	○	電気機械器具製造業 (取締役)	・半導体関連の取引先業況が好調となる。
	○	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・今後は新機種生産も計画にあり、試作を行っている。来年には増産され、ようやく徐々に上向き始める。
	○	通信業 (経理担当)	・官公庁向けの案件で受注が増加しつつある。今年度は売上の伸長がなかったが、年度末に向け勢いが始まっている。
	○	金融業 (従業員)	・住宅販売は横ばいながら、百貨店やスーパーマーケット、自動車の販売は増加している。また、公共工事は高水準で推移しており、飲食店及び旅行者等の売上も上向いている。一方、原材料費の値上がりに加え人手不足などから、一部の企業では経営状態が厳しくなっている。
	○	金融業 (営業)	・価格転嫁や賃上げは、利害関係者との交渉で来春には可能といった話もあるため、徐々に浸透していくと考えている。12月のクリスマス商戦に向けて、少しでも消費が盛り上がることを期待している。

○	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webの問合せ件数が増えている。
□	農林水産業（経営者）	・年末年始需要はかなり期待できる。しかし、人出や原料不足により需要に対応できないことも予想され、加えて鳥インフルエンザが絡んでくると、もっと深刻になっていく。11月には鳥インフルエンザの発生が確認されたため、冬の大きな試練となってくる。
□	家具製造業（従業員）	・年度末に向け案件数自体は増えつつあるが、材料費や輸入コストを含む輸送費高騰に歯止めが利かず、利益確保は困難な状況が続いている。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年度は最高な状態でふるさと納税を受注していた。今年11月の受注関係はそれなりにあるものの、単価が低くなり落ち込んでいるため心配している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の直近の引き合い状況では、回復は期待できない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・ここ2か月においては増産傾向にあるものの、その後の見通しは立っていない。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現在の生産は安定しており、当初の計画台数より若干の上振れで推移しているため、大きく生産が変動することはない。
□	建設業（従業員）	・12月には大型物件の入札があり、これを落札すると景気は良くなるため、様々な情報を集め、落札できるように頑張っており対応したい。
□	輸送業（従業員）	・インバウンド需要や海外の急激な変化に各企業が対応できておらず、需給のバランスが悪くなっている。加えて、円安や2024年問題、中国景気回復の遅れ、国内の物価高、天候不順による一部商品の値上げなど回復材料がない。
□	輸送業（総務担当）	・物価高や円安の加速状況に対して賃金が上がっておらず、この状況はしばらく続くと予想される。しかし、歳末や初売り商戦などのイベントにより、消費増加のきっかけになることを期待している。
□	通信業（職員）	・民間企業では施主の営業案件数が多少増加しているものの、官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
□	金融業（営業担当）	・年末年始に向け、消費の盛り上がりがあるように感じる。しかし、金利の上昇が懸念され、物価の上昇もあるため、消費者にとって厳しい状況は継続し、景気は変わらない。
□	金融業（調査担当）	・物価高に対する価格転嫁が十分に進んでいない事業者が多く、個人の消費マインドの大幅な向上も期待薄で、当面は現状程度の推移が続く。
□	金融業（調査担当）	・新規設備投資資金の実行額における前年比は、四半期前と比較して大きくは変わらない水準である。
□	不動産業（経営者）	・受注状況などに大きな変動は見受けられない。
□	新聞社 [広告]（担当者）	・好材料が見当たらない。
□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほとんどないが、世界を見渡すとロシアによるウクライナ侵攻や、中国の不動産業界に端を発した中国経済の不安定化、イスラエルとガザの紛争と、景気に悪影響を及ぼしそうな材料があり、先行きは不透明である。今のところ景気は足踏み状態が続く。
□	広告代理店（役員）	・好転する要因がないため、厳しい推移が続くと予測している。
□	経営コンサルタント（社員）	・物価高や人件費高騰が経営に響いているため、現状は変わらない。
□	経営コンサルタント（社員）	・待ちの姿勢のままでは成果は期待できないため、何かきっかけを作り、仕掛けていく対策を考えていく方針である。
□	その他サービス業 [物リース]（職員）	・現状では大幅に景気が上昇することは考えにくく、横ばいが続くと考えられる。
▲	農林水産業（従業者）	・産地の出荷はこれからがピークとなるが、価格を上げなければ持続可能性はない。
▲	繊維工業（営業担当）	・生産拠点を海外に移すことで、コスト競争が少なからず発生するのではないかと懸念している。
▲	化学工業（総務担当）	・損益では余り良い状況ではなく、当面この状態が続くと予想される。
▲	建設業（社員）	・補正予算は決定しているが、執行するまでに時間が掛かり過ぎるのは問題である。補正予算やゼロ債等の早期成立を望んでいる。

	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の調査や計画策定について、今後の発注は少ないと予想される。入札があった場合は、価格競争が復活する恐れもあり、新たな受注を見込むことは難しい。業務量が多いものを受注した場合は負担が大きくなり、3月までの期間が少ないため、積極的に受注することが難しい状況にある。このため、景気はやや悪くなる可能性がある。
	×	—	—
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・年始や年度末に向けての注文が増える時期であり、新年度に向けた注文を受け始める時期でもある。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・当地はサービス業のウエイトが高いため、第4四半期はヒト・モノ・カネを積極的に動かしてくると考えられ、この動きがなければ、倒産する企業が増加してくる。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・サービス消費やインバウンド需要の復調が続くなど、経済活動の正常化を背景に、日本経済は内需を中心に緩やかに持ち直している。このため、一部の業界によっては働き手の人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅いことから、今後もしくはこの状況が続くと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・定期的に発注が増加しているが、経済が良くなっているとは言えない。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業側の求人依頼は増加傾向にあるが、派遣の求職者に関しては若い年齢層の新規募集は余り芳しくなく、新規稼働数の増加にはなっていない。また、派遣就業者の料金改定なども行っているが、処遇改善として余り実感してもらえていない状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・年末年始商戦やイベントへの人出から、新型コロナウイルス感染症発生前以上に景気が良くなることを予想している。物価高騰のため、購買意欲が伴っているかは不透明であるが、全体では現状のまま推移していくと推測している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症拡大時の制約が緩和されたため、人出は活発化すると考えられる。しかし、賃金や可処分所得の増加が力強いものではないため、限定的な動きだと考えられ、イベントなどがなければ消費活動も上向いていかない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者や就職件数は増加しておらず、人手不足状態は変わらず続いている。事業所からは一部仕事量が増加しているという声も聞かれているが、全体的には変わらないため、今後景気は横ばいが予想される。
	□	職業安定所（職員）	・全体として企業の手不足感は変わっていないが、物価高騰により収益が悪化している事業所もみられ、求人減少が懸念される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・企業のセミナー申込状況は前年よりも多く、求人数が余っている状況が続いている。この好調な状況が、今後も続くと考えられる。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後2～3か月で特に変化する要素が見当たらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・年末に向けた求人数の増加を予測していたが、前年比が減少傾向となっているため、年明けの求人数の見込みは低く見立てている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価が上昇しており、給与引上げや減税も予定されているが、中高年対象の企業の早期退職募集やリストラが増えている。そのため、補助金や節税をしなければ企業は生き残れないと嘆いている人もいる。
×	—	—	