

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)	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	・2月はイベントなど行事がないが、3月は卒業や退職、異動等の需要があり忙しくなっていくと考える。しかし、資材や花代など仕入れが高騰しており、それを考慮しながら営業をしていかなければ利益が出ないことになり営業方針を考えていかなければいけない。
	○	商店街（代表者）	・今年は暖冬という予報でもあるため、2月は多くの来街者が商店街に足を運ぶことを期待している。
	○	商店街（代表者）	・季節も暖かくなり、賃上げ等の状況が好転すれば、能登半島地震の影響は少なくなると予想され、商店街への買物客も増加してくる。
	○	商店街（代表者）	・接客をしていると、客の動きや感じ方が前向きとなっている。春に向けて動き出すことにより、人の動きにつれて景気は良くなっていくと考える。
	○	商店街（代表者）	・年度末は、オリジナルグッズ関連が動き出すと予想している。
	○	商店街（代表者）	・値上がりが続く話題は地方でも出ており、特に地方では季節の影響により買物が左右される。必需品の買物が増える時期でもあり、少し景気が良くなっていくと考える。
	○	百貨店（経理担当）	・消費マインドが若干ではあるが良くなっている。今後も来客数の伸びが期待され、食料品や婦人衣料等をメインに売上も良くなると予想される。
	○	百貨店（営業企画担当）	・春先のイベントなどで盛り返してくると想定している。また、インバウンド需要の高まりにも期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・給与昇給の報道がされており、消費意欲は今後も高まっていくと考える。
	○	コンビニ（経営者）	・春の行楽シーズンはインバウンド効果が更に上昇し、前年までのコロナ禍の反動で来客数や売上は伸びると予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・余り悪い話は耳にしないようになってきている。周りの飲食店では、客は入っているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き始めた前年を超えるかは、これから正念場を迎えると予想している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・各社の賃上げによる消費喚起に期待している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・今後の気温にもよるが、寒いと出足は鈍ってくるが、暖かくなるにつれ売上が回復すると予想される。それに伴い、プラス1品の需要も増加してくると予想される。
	○	家電量販店（従業員）	・新学期に向け、家電の需要が増えるため売上も増加する。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・通常、繁忙期である12月の翌月である1月の売上は減少するが、新規の客の増加により来客数は増加していき、売上も伸びており、景気は改善されていくと考える。
	○	高級レストラン（経営者）	・旅行者も増え、受験シーズンも終わって県内客の動きも多くなるため、景気は徐々に良くなる。
	○	スナック（経営者）	・年末から今月にかけて来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻り、客単価が上昇している。インバウンドも若干増加し、今後の売上増加が見込める。
	○	観光型ホテル（支配人）	・宿泊部門では前年並みを見込んでおり、宴会婚礼部門では歓送迎会等の予約が好調となっており、売上増加を見込んでいる。しかし、物価高騰によるコストの削減が課題である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・今後はインバウンドの需要や花見、コンサートなどイベントの影響で、景気向上の流れができると予想される。しかし、高単価による販売は継続されるため、大幅な売上増加は見込めない。
	○	旅行代理店（職員）	・春の九州内バス旅行の需要は増加している。同時に桜の時期のインバウンド増加も想定している。
○	タクシー運転手	・春に向けてのイベントが多く、タクシーの予約状況も良くなり、景気も上昇していくと考える。	
○	通信会社（社員）	・これから3月にかけて最も忙しい時期となり、加えて、販売手数料も改善され景気は良くなっていくと考える。	
○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていると感じる人が多い。	

○	観光名所（職員）	・景気が良くなることに期待をしているが、バス運転手等の人材不足の問題が懸念される。
○	競馬場（職員）	・賃上げの動きが継続しており、株高なども販売量にプラスの影響を与えている。このままインフレ率を上回る賃上げが実現すれば、より状況が良くなるのが期待できる。
○	美容室（経営者）	・2～3か月先は春になるため、衣服が明るく薄物になり、おしゃれの仕方も変わるため景気は回復傾向になる。今後、景気対策も施行されるとより一層景気は上昇していくと考える。
○	理容室（経営者）	・理美容関係の業界では、年間で1～2月は閑散期となるが、3月になると卒業や入学など行事があり客の動きが多くなる。そのため、景気はやや良くなる傾向にあると予想している。
○	美容室（店長）	・暖かくなると、季節的にも気分的にも外出の機会が増え、来客数も増加し、若干景気は良くなる。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・年度末に向け、客の動向に期待している。
○	住宅販売会社（従業員）	・子育て世帯に関し、子育てエコホーム支援事業に加え、住宅ローン控除の拡充等により、引き続き動きがあると予測される。
□	商店街（代表者）	・旅行や外食の需要は伸びているが、客は物の購入を控えており、今後もやや悪い商況が続くと予想される。
□	商店街（代表者）	・価格高騰に伴う給付金等が支給されるが、将来への不安が拭えない限り景気が上向くことは難しい。
□	商店街（代表者）	・物価上昇は、確実に進行しており、特に日々の買い回り品の値上がりが目立っている。政府は賃金上昇を働きかけているが、中小企業や小規模小売業の売上は厳しい状況であるため、賃上げが難しくなっている。そのため、消費を抑えるしかなく、景気上昇には至っていないのが現状である。
□	商店街（代表者）	・卒園や卒業、入学など家庭の負担が大きくなり、経済的に大変な時期であるため、商店街としても体制を整え協力していきたい。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・卒業や入学時期となるため、少しでも魚の需要があるとよいが、好材料が見当たらず期待できない。魚が少ないため売上が減少しており、店頭では活気がなくなっている。何とか希望が持てる状況になるように対策をとってほしい。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・通常、高齢者の来店が多いが、若年層にも日本茶が体に良いなど魅力を分かってもらえると売上も伸びていくと考えられる。若年層にも来店してもらえそうな店作りをしたいが、惹きつける商品がなく、現状では先行き不透明である。
□	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークに向けて人出は増加すると予想しているが、観光客などの土産需要が中心になると考えられる。
□	百貨店（企画担当）	・売上における国内客やインバウンドの売上シェアに多少の変化はあると見込まれるが、新生活準備などの季節の変わり目の支出機会や、行楽時期となることも鑑みて、3か月後の状況も今と変わらない水準を維持していると想定される。
□	百貨店（営業担当）	・バレンタインはギフトに加え、少しぜいたくな商材が好調である。紳士衣料雑貨や婦人衣料の動きも回復し、リビング商品や嗜好性の高いブランド品・舶来雑貨需要は依然堅調である。価格上昇の懸念はあるが、クレジット利用の促進で客単価や商品単価の上昇はあるものの、自家需要とギフト需要の増加が見込める。また、国内外からの観光やクルーズ船の寄港も増加し、街のにぎわいが回復しており、土産需要や美術工芸品需要が見込める。スポーツ大会の復活もあり、関連需要も増加傾向である。本店やサテライト店舗でも来客数の増加が見込める。
□	百貨店（業務担当）	・条件を満たす人への緊急支援給付金が始まっており、月末の寒波やインフルエンザ、新型コロナウイルス感染症の第10波などで外出をためらう人が増えている。また、株の上昇など動きがあり、自分たちの生活状況と報道のギャップが大きくなっているのを感じている客も多く、地方では、賃金の上昇をほとんど聞いたことがないとこぼす客もいる。

<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・食品関係は好調であるが、一方で特選ブランド関係や衣料品においては売上が伸び悩んでおり、物価高騰の影響を受けているとみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価上昇率は相変わらず高い数値となり、消費者の消費金額が大きく伸長するとは考えにくい。今後大きく景気が良くなるという見込みはできない。企業としては賃金ベースアップ幅が高く、その他経費上昇率が懸念材料となっており、2024年度は厳しい状況になると予測している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・食品の値上げは一巡し、ある程度消費者も受け入れざるを得ない状況であるが、物価高騰に見合うだけの所得が上がっていない状況では一部のディスカウント業態に集客を奪われる日が続くことが懸念される。最近、特にそのような事態をおおるようなテレビ番組が増え心配している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・単価上昇の影響は残っており、買上点数を減らしながら支出を調整する傾向は今後も続くと考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・現状の景気はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前まで回復しているが、今後更に向上するための好材料は、今のところ見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・3か月後も物価上昇が続くと予想され、来客数減少に不安を感じている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、売上が伸びると予想していたが、物価上昇が人々の財布のひもを固くしている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・2月には大量の品目の値上げが予定されている。景気が良くなるような好材料はなく、金は新入社員の採用強化へ動いていき、物を購入するということは難しい状況である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・商品の価格改定が継続しており、景気上昇に向かう要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・家電業界が非常に冷え込んでおり、来客数や売上は前年比で約10%低下している。気温低下と新生活需要により若干伸びてくると予想されるが、一時的である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・1～3月まで決算期のため販売台数は増加しており、4月は新生活で車の需要が高まると予想している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・新車生産が順調に進むことが予想される。自動車販売店にとっては大変良い状態が続いており、3月末決算は目標どおりの黒字を見込む。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・客の自動車業界への厳しい反応が心配である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・景気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）	・大手自動車メーカーの不正問題による信用失墜が影を落としている。生産から販売の混乱もあり、回復に向かうまで時間が掛かると予測している。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・株価は高値となり、バブル前の水準と報道されており、観光についてもインバウンドを含め、活発な経済活動がみられる。一方、置き家具に関しては、荷動きが悪くメーカーや輸入業者の話でも景気の回復感がない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（従業員）	・大きな催事の予定はなく、プレミアム付商品券等の復調を期待できる外部要因も特になく。春物の需要では期待はできるが、大きく景気に左右するとは考えられない。
<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〕（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行されてから初となる入学・卒業や春休み、ゴールデンウィークが2～3か月後に控えており、気候の状況にもよるが消費は活発になると期待している。物価の上昇や、各種エネルギー費用の状況次第では、更なる悪化も覚悟はしている。また、円安やインバウンドの話題もあるものの、現在の部署や拠点では直接的な影響は薄いとみている。
<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）	・中小零細企業まで賃上げ上昇が波及することが見通せない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・新しい景気対策はなく、国民の消費動向を刺激するものがない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・賃金が上昇すれば、景気は良くなってくる。給与引上げは企業業績次第でもある。

	□	タクシー運転手	・自然災害や物価高の不安な年明けではあるが、国内外の旅行者の増加など上向きの部分もあり、現状は維持できると推測される。
	□	通信会社（企画担当）	・時期的に年度末の駆け込みは多くなると予想されるが、景気は肌で感じるほどではない。
	□	通信会社（企画担当）	・販売方法の工夫で需要の掘り起こしをしているが、まだ手応えを感じない。
	□	通信会社（役員）	・生活必需品の値上げが続いているが、地域での賃金は据置きの状態であるため、このまま低価格プランの安定状態が続くと予想される。
	□	観光名所（従業員）	・学生の冬休み等で来客数は多少増加するが、販売数は大きく変動しないと予想される。
	□	ゴルフ場（従業員）	・しばらくは、地元や国内外の堅調な予約状況は続く。
	□	美容室（経営者）	・物価が高く、災害も発生し、商況が深刻な状況となっており、近隣では閉店した店舗もある。営業が持続できるように政府でも対策を採ってほしい。
	□	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）	・単価下落は当面継続することが想定され、その他業界の景気回復により人材確保が厳しさを増しており、引き続き困難な経営環境となっている。
	□	設計事務所（所長）	・仕事の結果が2～3か月先に出るため、今月のやや悪い状態が3か月後に結果として現れる。
	□	設計事務所（所長）	・建築における材料や製品単価はまだ上昇傾向であり、生活必需品価格も高止まりと考えられる。今後仕事の対価が上昇するかは不明である。
	□	設計事務所（代表）	・住宅ローンの金利が上昇に転じる可能性があるため、景気は変わらない。
	▲	スーパー（店長）	・可処分所得の減少が続いており、好転する兆しが見受けられないため、景況感は悪化傾向にあると考えている。
	▲	家電量販店（店員）	・来客数が減少傾向となっており、商品購入の理由でも故障が原因による切羽詰まった状態で買換えをする客が圧倒的に多い。商品の購入には慎重な姿勢がうかがえ、経済が落ち込んでいると実感している。
	▲	家電量販店（店員）	・売上が増加するような好材料がないため、景気が良くなる見通しは立てられない。一層財布のひもは固くなりそうである。
	▲	高級レストラン（経営者）	・2月の予約状況をみる限り、まだまだ余裕がある状況である。これから閑散期に入るため、厳しい月になる。
	▲	観光型ホテル（専務）	・先行きが全く分からないため、懸念している。団体旅行が以前のように多くなることを願っている。
	▲	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）	・インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の増加により、フィットネスクラブの利用者数は減少傾向である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新年が明けてから災害等が発生しているが、復旧に携わる工事現場の作業員が少ないことや、人件費の単価が上昇していることに加えて、大阪・関西万博などの工事が人手不足のため工事が進まず、予算が低いなど様々な問題がある。対策を考えていかなければ景気は良くならない。
	▲	住宅販売会社（代表）	・住宅に関しては、着工棟数が減少しているため、しばらくこの状態が続くと予想される。金利や補助金給付など状況によって変化があると予測している。
	×	衣料品専門店（店長）	・年末はある程度売上が良かったが、今年になり暗いニュースが多く、期待を持ってそうにない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	繊維工業（営業担当）	・取引先の工場の対応が次第に良くなっており、安定している企業が多くなっていることが考えられる。
	○	家具製造業（従業員）	・業界では、年度末に向けて繁忙期を迎えるため、必然的に受注数は増えると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の供給が徐々に回復していると考えられる。取引先からの発注や動きがあり、当社の受注量が増加傾向である。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・人材確保のための賃金上昇傾向にどのように対応するかが大きなポイントになる。
	○	建設業（従業員）	・公共工事案件の発表があり、売上増加のためにも受注に向け全力を尽くしていきたい。

○	建設業（社員）	・第4回建設工事等発注が予定どおりであれば景気は良くなると考えられるが、景気の左右は発注次第になる。技術者や作業員共に若干不足気味ではあるが、今のところ十分な受注体制を取っており、多くの工事を受注していきたい。
○	輸送業（総務担当）	・物価高や地価高騰の反面、物流に関する価格転嫁がなかなか進んでいなかったが、この状況にある程度めどがつくと、物流に関する攻めの営業活動ができるため、相乗効果により景気も好転すると期待している。
○	通信業（経理担当）	・年度当初は見込んでいなかった案件が複数あり、成約に至れば前年度並みの収益を確保できると予想している。
○	金融業（従業員）	・自動車の販売が回復傾向を示しているほか、百貨店やスーパーマーケットの売上も増加している。また、設備投資や公共工事は高水準で推移しており、旅行関係の売上も伸長状態である。労働需給や所得環境は、人手不足を背景に緩やかに改善している。
○	金融業（営業）	・賃金上昇が期待できると予想している。底堅い消費マインドが更に上昇する可能性がある。
○	新聞社〔広告〕（担当者）	・新聞広告について、新規問合せが出ている。
○	経営コンサルタント（社員）	・買物のための外出が増えている。
○	経営コンサルタント（社員）	・3か月後には決算や申告が終わり、営業活動が活発になることが考えられる。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、以前の環境に戻ってきており、業種によっては新型コロナウイルス感染症発生前より上向いているところもある。しかし、今後順調に回復していくと考えるかは不透明である。
□	農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザの被害にもよるが、2月は若干厳しい状態であるかもしれない一方、年度末の特需や4月の異動、行楽を考えると、需要はかなり期待できる。しかし、今年の後半には、人手不足や2024年問題の物流改革など経営負担になる要素が大きく、手放しでは喜べない環境である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後は取引先からの受注量が増えてくる予想である。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・この好調な受注が続くと考えられる。
□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・このまま悪い状態が数か月続くと予想され、先行き不透明で懸念される。
□	輸送業（従業員）	・春闘はこれからであるが、物価高騰並の賃上げが可能になればそれなりに消費も回復すると考えられる。しかし、現状では消費の落ち込みを補える要因が見当たらない。
□	通信業（職員）	・電気工事は大幅に受注量が増えているが、情報通信工事に関しては横ばいが続いており、部門としての年度目標額に届かない見込みである。
□	金融業（調査担当）	・県内企業の景気の見通しは横ばいが大勢を占めており、終わりのみえない物価高に対する不安も根強い。
□	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の増減率が四半期前と比較してプラス9%と、大きく変わらない。
□	金融業（営業担当）	・2～3か月先も物価高騰や金利上昇があり、加えて2024年問題や人件費増加で、中小企業の事業者には不安材料が多くのかかるため、活発な営業活動や設備投資は現状期待できない。
□	広告代理店（従業員）	・受注量については、新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつあることなど外的要因による影響を余り受けなくなっている。当社の新規業務などへの業態の転換が急務と考えられるが、人員の確保等課題が山積しており、当面この流れが続くと予想される。
□	広告代理店（役員）	・堅調に推移していくと予想されるが、良くなるとは言い切れない不安定な状況である。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・持続的な賃上げや金利動向などを受け、大きく上昇するとは言い難く、横ばいで推移すると考えられる。

	□	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・今年度の業務の発注は、次年度に繰り越される傾向にあるため、新規の受注は難しい状況にある。また、今年度は福祉関係の調査・計画策定の業務の発注が多かったが、新たに受け入れる余地が少ない状況である。
	▲	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・年度末の3月納期で、受託案件が多く控えている。
	▲	化学工業 (総務担当)	・損益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。
	▲	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・受注が減少しており、人件費も高騰している。加えて、求人を出しても応募が少なく、パートの高齢化が進み、生産には結び付かないような状態である。機械化も検討しているが、補助金申請は通らなかったため、新製品を開発し、高い付加価値のある商品を作っていかなければいけない。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・取引先の予算計画を考慮すると、景気はやや悪くなる。
	▲	輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・売上の1割を占める顧客の稼働停止の影響が出る。再開が見通せないため、危惧している。
	▲	不動産業 (経営者)	・金融機関からの情報では、中小企業の景気は余り良くない。
	×	—	—
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	・各所で人手不足による依頼が増えており、その分の案件が増加している。
	○	人材派遣会社 (社員)	・時間給の向上が見込まれるため、時給が低い人が時給の高い求人へ移行していくと考えられ、求職者からも問合せが増加している。新年度に向かい求人数は活況になっていくと考える。
	○	人材派遣会社 (社員)	・新年度を迎えるに当たり、転職をする求職者数が活発になる時期である。募集費を3割程度増やし、新しい求人媒体を使用する計画を立てている。
	○	求人情報誌製作会社 (編集者)	・春先の需要が活発にならないと、この先の日本経済は低迷が続くことになる。現在、当地の経済はインバウンド需要に支えられているようにしか思えないが、今後の人の動向に期待をしたい。
	○	学校 [大学] (就職支援業務)	・能登半島地震の発生は被災地域の経済活動に悪影響を与えているが、既に一部の企業が生産活動を再開するなど復旧に向けた動きも見られ、低迷の長期化は避けられる見込みである。日本経済では内需主導で緩やかに回復する見通しであり、好調な企業収益が物価高を上回る賃上げや将来を見据えた設備投資の拡大などの前向きな支出につながると予想され、また、高水準の企業収益を支えに、企業の設備投資は増加すると考えられる。人手不足の深刻化を背景に省力化などに向けたデジタル投資が活発化するほか、生産拠点の国内回帰も進展し、企業の採用意欲の底堅さは今後もしばらく続くのではないかと予想している。
	□	人材派遣会社 (社員)	・求人数は増える気配があるが、求職者の新規登録数は例年と比べ減少傾向で苦戦しており、景気上昇感は余りない。
	□	新聞社 [求人広告] (社員)	・物価高の現状に慣れてきたように思われる。そのため、景気は現状維持で推移すると考えているが、今後、景気高騰により深刻な状況になるのではないかと懸念している。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・コロナ禍による制限が緩和されたが、年明けから天災や人災も相次ぎ、値上げや増税が追い打ちを掛けている。賃上げや給付金などさまざまな対策が出ているが、効果は限定的でプラス要素は少ないと考えられる。
	□	職業安定所 (職員)	・求職件数が増加しない状況で、事業所からは、まだまだ人手不足という声がほとんどであることから、今後の景気は横ばいが予想される。
	□	職業安定所 (職員)	・地域の高齢化や人口減少が進んでおり、都市部のような観光産業によるメリットも限定的である。国際情勢が不安定であるため、エネルギーの高騰も続く。
	□	学校 [専門学校] (就職担当)	・今後の情勢において、景気に影響を与える好材料が見当たらない。初任給のベースアップは多くの企業で実施されているが、物価の上昇は依然続くと予測される。

▲	職業安定所（職員）		<ul style="list-style-type: none"> ・大手自動車メーカーの生産停止に伴う営業不振を懸念している。関連の製造業だけでなく、中古販売店を含めた小売店のダメージが今後発生してくると想定される。
▲	民間職業紹介機関（職員）		<ul style="list-style-type: none"> ・学生の就活方法が多様化しており、学生を集めるために経費が掛かる状況である。その分、利益を押し下げることになり、売上が増加しても利益減少のおそれがあるため、やや悪くなると予測している。
×		—	—