

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)	◎	コンビニ（経営者）	・今後、全国旅行支援もあり、国内旅行の活性化や大規模イベントの開催、また、海外旅行者の呼び込みなど、各種景気対策の効果が期待される。
	◎	衣料品専門店（店員）	・今後は、旅行や外出需要が増加すると予想される。
	◎	一般レストラン（経営者）	・県民割等にも限界があり、今後は国内に加え海外の往来も緩和され円安に便乗したインバウンド需要を期待する。インフレで大変苦慮しているが、国の政策で景気回復を願っている。
	◎	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染が終わったかのように、皆出歩くことを気にしなくなっている。
	◎	観光名所（従業員）	・繁忙期に入り、客からの問合せ等が多くなっているが、景気は行動範囲によって変わり、また、全国旅行支援の開始時期によっても変動していく。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いているが、今後の物価高や円安等が要因で、景気が落ち込む可能性が高い。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・飲食店からの新規取引の問合せが増加している。
	○	百貨店（企画担当）	・イベントや旅行需要の増加で来客数が増える予想される。また、暑い夏になるとの予報から、夏物商戦は衣料品を中心に回復し、リベンジ消費を期待しているが、コストプッシュインフレの進行が懸念材料である。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響も和らぎ、来客数が増加している。今まで苦戦していた飲食の売上が元に戻りつつあり、スイーツの動きも良くなっている。客の消費行動が、若干ではあるが回復傾向にある。
	○	百貨店（販売促進担当）	・行動規制も緩和され、来客数は更に増加傾向にある。また、高額商品の動きも良く、景気は更に良くなることが予測される。
	○	コンビニ（経営者）	・来店があれば対策も立てやすいが、新型コロナウイルスの感染が拡大すると、経済の動きが止まり、客単価では補うことができない。加えて、値上げ商品が増えつつあり、消費マインドに影響することが危惧される。まだ値上げ商品は一部であるが、過度にマスコミ等が取り上げることで、消費意欲を低下させてしまうことになるため、新型コロナウイルスの感染がこのまま収束することを願っている。
	○	コンビニ（経営者）	・物価上昇や新型コロナウイルスの感染再拡大の不安材料はあるが、人の動きは新型コロナウイルス発生前に戻っている。複数人数での来店頻度が更に高まり、ドリンクや米飯類のまとめ買いも増加していく。
	○	コンビニ（エリア担当）	・全国旅行支援もあり、外出頻度が多くなることが予想される。
	○	コンビニ（店長）	・今後の景気は、自粛制限が緩和されても、社会情勢により先行き不透明である。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・商品の値上げにより、前年より売上が伸びており、来客数も若干増加している。このまま晴天が継続すると夏を乗り切れると考えている。
	○	家電量販店（店員）	・今年の夏は猛暑だと取り沙汰され、加えて、エアコンディショナーの品不足もあり、来客数は多くなると予想している。品不足でも、若干景気は良くなる。
	○	家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えるため、景気は良くなる。
	○	家電量販店（従業員）	・節電効果を訴求する商品やサービスの需要、旅行等の外出に伴う消費の高まりが感じられるため、景気は徐々に良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・営業努力により、納期が長期化しても、販売量を増強していけることが分かってきた。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・お中元シーズンとなるが、この業界ではコーヒー豆もさることながら、液体の加工品需要も多く売上有る。また、新規の客が増加しており、前年売上の110%を見込む。
○	高級レストラン（経営者）	・当地では、テーブルあたり的人数制限が認定店に限り解除され、人の流れを良くする効果を狙っているが、先行き不安定であるため危惧しており、今後を注視したい。	
○	居酒屋（経営者）	・国内外からの観光需要が増えると期待している。	

○	観光旅館組合（職員）	・全国旅行支援が予定どおりスタートし、梅雨も早く明けるようであれば、例年より客の動きは良くなると期待している。
○	観光型ホテル（総務）	・県民割が全国旅行支援に拡大されることで、運営するホテルの宿泊客やレストランの客が増えることが見込まれる。
○	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援が始まり増客することを期待している。しかし、夏の旅行計画は既に決まっていると予想されるため、早めのキャンペーン発表を望んでいる。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド需要が早く戻れば、更に景気回復に期待ができる。
○	旅行代理店（職員）	・県民割がブロック割から全国旅行支援に拡大するため、販売増加を期待している。
○	通信会社（企画担当）	・Web会議が定着し、見込み客や取引先との営業活動がスムーズになり、客先からの引き合いを含め順調である。
○	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス対策の規制が緩和され、国内や海外からの来場者数の増加が期待できる。
○	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス対策が各場所で徹底され、また、新規感染者数が減少しており、人々が活動的になっている。
○	理容室（経営者）	・梅雨明けが早く暑い夏となるため、来客数サイクルが早くなれば、収入も多くなり、やや景気は良くなる。
○	美容室（経営者）	・2～3か月先は真夏となる。季節に応じたファッションの需要があるため、客の動きも出て景気が良くなってくる。
○	美容室（店長）	・インバウンドが多くなると購買も増加し、景気が良くなると考えられるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、まん延防止等重点措置が再び適用されることを危惧している。
□	商店街（代表者）	・今年の梅雨明けは早いと予想されるため、夏物衣類等の需要が多いと考えられる。
□	商店街（代表者）	・4月は、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、旅行もできるようになり、自粛からの開放感から売上が上昇したが、現在は物価が上昇し始め、購買に対し慎重になっている。
□	商店街（代表者）	・まだまだ商店街全店による営業ができないため、イベントで商店街を盛り上げようと対策を考えている。
□	商店街（代表者）	・今年の夏は、6月から真夏日となり、外出も減少する。その上、大型ショッピングセンターで涼を取りながら買物する人が多くなるため、商店街は厳しい夏になり、売上が悪い状態は変わらないと予想される。新型コロナウイルス感染症の早い収束を願っている。
□	商店街（代表者）	・電気やガス、生活必需品等の物価上昇により、消費行動が鈍くなると考えられる。
□	商店街（代表者）	・生活必需品の値上げで景気は変わらず、客に販売促進し売上増加を目指す。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	・記録的な梅雨の短さであるが、この猛暑が8～10月まで続くと予想され、野菜の出来高が悪く、価格高騰で販売が難しくなると考えている。
□	一般小売店〔食料雑貨〕（店員）	・値上げラッシュの勢いは止まらず、メーカーからの値上げ通達の連絡が途絶えることがない。新型コロナウイルスの影響が落ち着いてきたタイミングに水を差す格好となっており、販売先である外食産業への影響は大きい。
□	百貨店（企画担当）	・円安や物価高など新型コロナウイルス以外の要因も含めて不透明な要素が大きく、景気は変わらない。
□	百貨店（営業担当）	・サテライトショップやギフトショップ、ネット受注、お中元通信販売は堅調に推移しており、夏の贈物や官民一体のキャンペーンで、周辺地域を含めにぎわいが期待できる。店頭での購買客単価や商品単価も依然堅調であり、自家需要やし好性の高い舶来雑貨・時計・リビング用品・和洋酒はギフト需要が加わり期待できる。
□	スーパー（店長）	・現状トレンドは横ばいで推移すると予測しており、物価上昇が今後も継続される。
□	スーパー（総務担当）	・食品を始めとした値上げで、消費者の節約志向はより高まっている。そのため、ディスカウントストア等との価格競争では、今までと同じ数量を販売していると収益は減少するため危惧している。
□	コンビニ（経営者）	・気温上昇によりアイスクリームや飲料水の売上増加で前年を上回ることを期待しているが、新型コロナウイルスの感染状況次第である。

□	衣料品専門店（店長）	・季節的にも需要が伸びる時期であるが、低調な状態であり、若干は良くなると期待している。
□	衣料品専門店（取締役）	・家計に余裕がある客は、購入の仕方に変化がないが、野菜や原油の値上げ、猛暑などの不安材料により、今後高額衣料品を購入する気持ちになれるか懸念している。
□	家電量販店（店長）	・業界では商品の供給が不安定な状況にあり、売りたいくても売れる商品がない状態が続く。
□	家電量販店（店員）	・半導体不足や海外のロックダウン等で家電製品の製造停止が続く、供給が間に合っていない。客も理解しており強い要求はないが、商品がある物から売れている状態で、商品に余裕があれば、売上が増加したのが実情である。3か月では好転しないと予想している。
□	乗用車販売店（総務担当）	・余計なコストが発生し、大変厳しい状況が当分の間続くため、メーカーの新車生産が改善する見込みがない。
□	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・インバウンド客の姿が見え始めているが、業績全体を押し上げる効果が出るにはまだ時間が掛かる。
□	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）	・この1～2か月はゴールデンウィーク前後から続く自粛の緩みが継続しており、加えてシネマも順調に推移している点が好影響をもたらしている。物価高などの報道次第では、現在の推移が変わるため、今と同水準程度と見込んでいる。
□	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〕（統括者）	・インバウンドの回復に期待している。国内観光客も全国旅行支援で改善が期待できるが、物価高と円安が悪影響を及ぼし、相殺されるのではないかと懸念している。
□	タクシー運転手	・ウクライナ情勢による原油やガスの高騰や物価高、また、新型コロナウイルスの感染再拡大、加えてインフルエンザの流行も報道されており、不安要素が多い。
□	タクシー運転手	・様々な地域共通クーポンが出ているが、まだ利用者が少ないため、景気は変わらない。
□	通信会社（統括者）	・携帯電話販売の業界では、事業者間の乗換え競争となっており、当分継続すると予想している。携帯電話の買換えは、同じ機種を使い続ける期間が以前よりも長くなりつつある。
□	競馬場（職員）	・新型コロナウイルス対策の規制緩和で人出は戻っているものの、インフレや円安で家計が圧迫される影響が出てくる。
□	美容室（経営者）	・先行き不透明で、動きが取りにくく不安が続く。
□	設計事務所（所長）	・受注状況に大きな変化がないため、景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスやロシアによるウクライナ侵攻による世界的経済の景気低迷、また円安などで物価が上昇し、非常に影響を受けると予想していたが、現状では余り問題にはならないとみている。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくると、経済も良くなると期待をしていたが、値上げやウクライナ情勢、気候の変動に影響され、今後どのように経済が変化をしていくか不安材料が多い。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・来月は土用の丑の日があり、売上に少し期待している。しかし、ウナギの価格は高く、どのような動きになるか不安である。漁業業界だけでなく、国全体として資源について考えなければ、漁業がなくなりかねない状況である。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・現在は開店祝い用の波も収まり、夏はお盆に需要がある程度となるため、しばらく売上が落ち込むと予想される。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新型コロナウイルスの影響とウクライナ情勢の緊迫化で、今後の売上也予想が付かず期待できない。例年と比較すると売上が低く、これ以上悪くならないことを願っている。
▲	百貨店（総務担当）	・物価上昇により景気は悪くなる。
▲	百貨店（企画担当）	・物価上昇の傾向は変わらず、大きな購入の動機がない限り、買い控えが予想される。
▲	百貨店（業務担当）	・先の見えない物価上昇や電気代の値上げ等で客の防衛意識はより強くなっており、購買意欲は低下する。
▲	百貨店（経営企画担当）	・物価上昇や猛暑による電力使用量の増加で、物販消費への節約志向が高まる懸念がある。
▲	スーパー（経理担当）	・コストプッシュインフレが進行しているため、ガソリンや電気代、食品等の値上げに対して、節約が行われる。
▲	コンビニ（店長）	・今後の物価高などで、景気は悪くなる。

	▲	家電量販店（店長）	・商品供給面で、海外のロックダウンの影響をまともに受けている。主力商品が欠品しており、売上が減少している。ロックダウン解除後も正常な状態に戻るには時間が掛かると予想されるため、数か月で回復するのは難しい。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・海外のロックダウン等の影響は続いており、商品生産への大きな影響が継続する。
	▲	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス対策の規制緩和が進み、消費が多くなっているが、すでに巣籠り需要で家具などの買換えをした消費者は、買い控えをしている。旅行関係の業界以外では、物価高などもあり景気回復は厳しい。
	▲	住関連専門店（従業員）	・酷暑が予想されており、来客数にネガティブな影響が出ることが予想される。
	▲	スナック（経営者）	・物価上昇の影響で、消費者心理が外食や娯楽費を節約志向にさせている。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・原材料や原油価格、電気代の値上げの影響で、原価と経費が大幅に上昇することが見込まれている。販売価格に全て転嫁できるかどうか未確定であり、景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・参議院選挙が始まっているが、若干大きなうねりが出ると予想され、経済が良い方向に進むことを期待している。
	▲	通信会社（企画担当）	・光回線提供エリアの拡大が一段落し、販売件数の増加が見込めない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・円安や原油高の影響が大きい。客は輸出中心の企業であり、適度な円安は歓迎であるが、現在の為替レートでは厳しく、購入品等に跳ね返っている。原油高による燃料費の高騰はそれにもまして影響を受けてくる。
	▲	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）	・ガソリン代や電気代、紙製品等の値上がりによるコストが前年度より増加し、今期の損益に継続的な影響を与える可能性がある。
	▲	設計事務所（代表）	・物価の上昇で、景気は悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・今年は猛暑が予想されており、客の動きにも影響が出てくる。
	×	商店街（代表者）	・キャンペーンや割引等ができる体力はなく、企業では経費使用上限が設けられている。販売促進につながる企画が現段階では思い付かず、売手、買手は共に保守的である。
	×	スーパー（店長）	・円安による物価上昇がダイレクトに生活へ影響し、客の財布のひもは固くなっている。限られた収入からの支出増加は考えにくい。
	×	スーパー（企画担当）	・人流が回復しても、物価上昇の影響が大きく、景気が良くなる要素が見当たらない。
	×	乗用車販売店（代表）	・今後の新型コロナウイルスの影響や物価高などの影響が表れてくる。
	×	高級レストラン（経営者）	・会社関係の利用が多い当店では、7月の参議院選挙までは動きがないため景気は悪い。
	×	設計事務所（所長）	・世界情勢にも左右されるが、材料単価や製品単価の上昇が続くが、収入は増加しないため景気が悪くなる。
企業 動向 関連  (九州)	◎	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	・受注が回復傾向にあるが、原料農作物の価格高騰や天候等による収量減少は不安材料である。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先には、売上の数字が上昇しない要因が解消されていくと予想している。一番の懸念は、円安の状況による輸出量の動きである。取引先は、その点を考慮しながら生産計画を立てていると考えられるが、期待はしている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、海外企業の動向等状況が良くなる。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・客からの生産見込みは、半導体関連を中心に好調が継続する。
	○	建設業（社員）	・地方の民間工事は期待できず、依存する官公庁の発注に期待するしかないのが現状である。
	○	輸送業（従業員）	・海外からの引き合いが多く、円安で利益が増加する海外向けに注力していく。
	○	金融業（従業員）	・食料品やガソリン等の価格が上昇しているが、百貨店やスーパーマーケットの売上は回復傾向で、住宅販売も持ち直している。また、旅行者や飲食店の売上もおおむね順調に回復している。

○	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、現状の景気が継続すれば、政府の景気政策が功を奏し、全業種の売上が、ここ2～3年より増加することが見込まれる。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、通常の生活に戻り始める兆しはあるが、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数は増えており、夏の感染状況が不安であるが、徐々に景気は良くなっていく。
□	農林水産業（経営者）	・今年の梅雨明けは例年になく早く、7～8月は暑い夏が予想される。ビールに合わせた商品が、居酒屋やスーパーマーケットを中心に出荷されると考えられ、自粛をしていた消費者も動きが出て、消費拡大につながるとみている。しかし、経営では、地代の値上げが大きな負担となり、秋口には優劣の差がはっきりする。今後、人手不足に加え、コストの上昇が大きな負担となり、厳しい状況が続く。
□	家具製造業（従業員）	・材料資材や原油価格の高騰に歯止めがきかない以上、景気回復までの道のりは険しい。また、円安の影響もあり輸入経費がかなり圧迫している。
□	化学工業（総務担当）	・本年度は前年並みの売上を見込んでいる。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・原材料である陶土や燃料のガス等ほとんどが値上がりし、商品の価格が上がれば受注が減少することになり、難しい状況になっている。
□	金属製品製造業（事業統括）	・客の工程延期の原因は資材高騰や納期遅延の影響が大きく、ウクライナ情勢が不安定な状況であり、また、中国の新型コロナウイルス対策でも左右される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い状況などから、当面今の受注量は続く。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・引き続き受注に大きな落ち込みはないと考えられる。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・部品供給不足の影響は、しばらく継続する見通しで、内示数も減少している。
□	建設業（従業員）	・大型受注や官公庁の受注が難しく、景気が上向かない。現状は管工事を中心のため、売上が厳しい。
□	輸送業（従業員）	・物価上昇が続いているが、従業員の賃金はあがらない。時間外労働も上限があり、可処分所得の増加が見込めない。
□	輸送業（総務担当）	・世界的な食糧・資源の不足となっており、鉄鋼材などの価格上昇がじわじわと経済を圧迫してくる。企業にとって先行きが見通せない状況であるため、設備投資にも慎重にならざるを得ない。コロナ禍のように即刻経済が悪くなることはないが、好材料となる情報も余りない。
□	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びず、受注目標に対して厳しい状況となっている。
□	通信業（経理担当）	・業績は堅調に推移していくが、大きく好転する要素は見当たらない。
□	金融業（営業）	・経済活動の再開は今後も広がっていく。サービス業の景気は上向くと思われるが、商品不足解消等のめどはなく、幅広い分野で景気拡大の足かせとなる。総合すると現状維持である。
□	金融業（調査担当）	・インバウンドの入国緩和など、人流の増加に伴い、サービス業の回復が期待される。ただし、製造業における材料不足が解消されるには、時間を要するため、景気全体としては、変わらない。
□	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの入居率は、横ばいに推移している。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・旅行広告は増えているものの、通販広告の減少を補うことができない。
□	広告代理店（役員）	・今後景気は上向きになると予想していたが、東京本社の収益が伸び悩んできており、その影響が少し遅れて表れる可能性が高い。
□	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルス対策の効果で明るい兆しが見えてきたが、まだ収束には程遠く、活発な動きが出る状況ではない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・Webのアクセス数、問合せ件数に大きな変化がない。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・円安による物価上昇が、今後の経済へ与える影響が分からないため、現状では変化はないと考えている。
▲	繊維工業（営業担当）	・人材不足が影響している。機械関係も部品調達できないなど、先行き不透明で危惧している。

	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先で、6月から増産予定で進めていた案件が増産中止となり、更に金属相場が大幅下落で落ち込んでいる。7月に動きが出ることに期待したいが、不安要素が多い。
	▲	金融業（調査担当）	・物価上昇基調が当面続くことが見込まれ、昇給が期待できず、購買力低下による景気の下振れ懸念が強まっている。
	▲	不動産業（経営者）	・先行き不透明で、状況が回復しない。
	▲	広告代理店（従業員）	・景気に対する不安から、当面このままの状態で推移する。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・当県の市町村の予算書では、まだ新型コロナウイルス対策の支援金関係等に当てられており、今後も調査や建設コンサルタント向け業務の発注数が減少することが予想される。このため、更に景気が悪くなる。
	×	—	—
雇用 関連  (九州)	◎	求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みから秋口にかけて需要に期待するが、今のところ目立った動きはない。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少せず、派遣中のスタッフによる転職相談等も増えつつある。企業の採用では問合せが増えており、景気は良くなると期待している。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数が増加傾向である。各社新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和されており、出張や対面会議の開催頻度が高くなり、残業時間の増加に伴う採用がみられる。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・夏休み向けの旅行商品だけでなく、秋以降の旅行の募集や旅行広告の掲載も目立っており、新聞広告の状況を見る限りでは、現状の好調さは今後も続く予想される。景気の先行きの目安である求人広告で、5月に実施した求人広告特集は、前年以上の掲載となっている。当地区における新型コロナウイルスの新規感染者数が、直近数日で微増傾向にあり、若干懸念している。今後再び爆発的な新規感染者数となれば、状況が変わり得る。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・参議院選挙が終われば、新型コロナウイルス感染症に対する緩和策が出てくると予想される。円安であるが、海外観光など外需が増えれば景気は良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比は、増加が継続しており、また、新型コロナウイルスの影響による休業相談及び雇用調整助成金の申請件数は減少が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・以前注文があった企業へ現状確認をするが、人手が必要な企業はなく、現在契約中の企業からも追加の注文はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、売上は伸びないと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・卸売業や小売業で求人数が増加しているが、求職者数が減少しており、労働力不足は解消されていない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているが、人の動きが活発になっているため、景気回復が見込まれる。しかし、同時に原油高や原材料の価格高騰によるコスト高により、収益悪化も懸念される。一方で、新幹線開業や新たな設備投資の予定もあり、全体としては景気の変動が少なく現状維持で推移する。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・更に就職率が良くなるためには、インバウンド需要が戻り、流通やサービス業、旅行、ホテル、空運等が回復する必要がある。外国人観光客が新型コロナウイルス発生前のように来日することは当面期待できず、現状維持がしばらく続くと考えられる。
	▲	学校〔大学〕（就職支援業務）	・新型コロナウイルスの防疫と経済活動の両立が進み、日本経済には明るい兆しもみえてきたが、依然ウクライナ情勢の長期化や今後も物価高が続く見通しで、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はしばらく続くと思われ、今後の企業の求人数にも影響を及ぼすことになると予想される。
×	—	—	—