

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)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・夏のイベントや祭りの再開が予定され、県外からの旅行客や帰省客が見込まれる。夏場に向けて人の動きが活発になる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況に収束感がある。
	○	商店街（代表者）	・祭り開催への機運が高まっていく。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・祭りや観光客が増えるため、販売量は増えると予想される。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらず注視していかなければならないが、現状が続けば良い方向に向かっていくとみている。ただし、急激な物価上昇が不安要素としてあり、注意深く見ていかなければならない。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍のなかでも客単価と買上点数は堅調に推移してきたが、人の動きもようやく出始めてきた。今後も規制の緩和が見込まれ、更に土日や夜間の人々の動きが見込める状況になってきている。また、特に夕方の飲酒対策ドリンクなどの動きが顕著になってきている。
	○	コンビニ（経営者）	・大きな祭りが3年ぶりに開催される。多少の規制はあるが、間違いなく売上は上がる。冬の地獄を乗り越えるためにも夏場でがっちり稼ぎたい。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数の不安は拭えないが、当面は販売量、単価の増加が来客数の減少をカバーできると推測される。
	○	コンビニ（経営者）	・夏に向けて人の動きが良くなってきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・盛夏以降もコロナ禍収束による更なる人流増加が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温上昇により人の動きが活発になれば、来客数の改善が進むとみられる。また、夏祭り等の開催も通常に戻ることが予想されるため、来客数の改善が進むことを期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・イベントも多く開催されるため、それに伴って人の動きが増加するとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・例年どおりの大規模な祭りなどが開催され、人出は順調である。今後も更なる経済効果を期待したい。
	○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍で止まっていたものが動き始めている。動き始めると、我々の商品のような服を着る機会が増え、消費が回復してくる。ただし、円安や物価高により商品にも価格転嫁をしなければならぬといった局面になれば、足を引っ張られてしまう懸念はある。しかし、足元の景気をみていると景気はどんどん回復していくのではないかとみている。
	○	衣料品専門店（総務担当）	・自粛されていたイベント、大会等が再開される状況になっているため期待したい。
	○	家電量販店（従業員）	・ボーナスの支給額が増えている企業が多い状況のなかで、下見の客が増えてきていることから、来月以降はより多くの売上が見込めると予測している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新規来客数も微増だが増えてきている。新型車の発表から全体の商談件数も増加にあり、納期は半年先だが徐々に回復傾向にある。
	○	乗用車販売店（店長）	・新車納車が進むにつれ下取車が続々と入荷しているため、点検整備が追い付かない状況にある。中古車の在庫確保に光が差している。
	○	住関連専門店（経営者）	・お盆とお彼岸が絡んでくるため、売上に結び付くと期待している。新型コロナウイルス新規感染者数の減少も期待してのことである。
○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・自治体の飲食業向けのキャンペーンの活用により、外出回数が増えることで来客数の増加が期待できる。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの感染状況や物価高といった不安要素はあるものの、現在の景気の上昇傾向は続くとみている。	
○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスをこれまで気にしていた高齢者の来店が増えている。テレビでも新型コロナウイルス関連の放送が少なくなってきたため、今後も順調に増えていくとみている。ただし、物価も上がってきているので、金を使ってくれるかどうかの懸念もある。	

○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数次第である。今のまま新規感染者数が増えなければ、段々と良くなっていくとみている。
○	観光型ホテル（スタッフ）	・県民割が全国に拡大され、Go Toキャンペーンに代わる全国旅行支援が開始される予定である。
○	観光型旅館（経営者）	・大きな出来事もなく、新型コロナウイルス感染症の各種制限などが緩んでいけば、徐々に回復に向かうとみている。
○	旅行代理店（従業員）	・県民割の延長に加え、全国旅行支援も予定されており、良くなると期待している。
○	旅行代理店（従業員）	・県民割が全国旅行支援に拡大することで業界全体が盛り上がる事が予想される。
○	タクシー運転手	・現在はまだ新型コロナウイルス感染症を警戒している人たちも多くいるが、新規感染者数も減少傾向にあることから、景気は上向きになるとみている。ただし、ロシアのウクライナ侵攻が早期に終了すればという条件付である。
○	テーマパーク（職員）	・夏休みと秋の行楽シーズンで客が戻ってくるとみている。
○	観光名所（職員）	・客単価は順調に上がっているが、Go To Travelのときのようなクーポンを利用した買物はない。現状にクーポンを利用した買物が加わると、客単価が更に上がることが予想される。
○	競艇場（職員）	・7～8月は夏のイベント開催が来場促進につながるとみている。固定客に加え新規客を獲得できれば売上も期待できる。
○	その他サービス [自動車整備業]（経営者）	・今後の全国旅行支援の開始に期待している。
□	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束し、旅行者が多くなれば街はにぎわうが、物価が上がっている状態では客は買物に非常に慎重になるため、現在のやや悪い状況とほとんど変わらないとみている。
□	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・暑くなっていくのでそれに関連した商品が出れば良くなる。しかし、物価高が押し寄せてきているため、先行きは不透明である。
□	一般小売店 [寝具]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かないなか、ますます進む物価高で客も物欲が落ちているようである。
□	百貨店（経営者）	・一時的には、早期の梅雨明けによりセール商戦を中心に活発に動くものとみているが、夏商戦後半には元々の生産量を抑えている影響で、店頭商品の欠品が予測され、苦戦するのではないかと懸念している。
□	百貨店（売場担当）	・今後更に物価高への関心が高まれば、物価高に対し何らかの策がとられない限り、状況に変化はないとみている。
□	百貨店（催事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、イベントや旅行等の再開により需要拡大が期待される一方で、食料品を始め、各種生活必需品の値上げが消費回復の妨げになることが懸念される。
□	スーパー（店長）	・来客数、単価、販売点数、全てがマイナス傾向である。多くの商品が値上げになっている影響もあるが、ガソリン価格の高騰も少なからず影響している様子で、節約志向が続いている。
□	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては新型コロナウイルス特需ももうほぼ終わっている。今は物価上昇による客の買い控えが進み、なかなか売上が伸びることができないでいる。この状態は今年一杯は続くのではないかとみている。
□	スーパー（営業担当）	・コロナ禍3年目の夏で人流は増え、帰省も増えると予測するが、値上げラッシュ、原油価格の高騰などが生活を直撃し、節約ムードが高まるとみている。
□	コンビニ（経営者）	・なかなか景気が上向かないなか、物価の上昇具合が大きいいため、客の動きがあっても購買数量や購買意欲が上がってこない。
□	コンビニ（経営者）	・今年は3年ぶりに夏祭りの開催が決定し、日常生活が徐々に正常化していくとみている。しかし、新型コロナウイルス発生前の売上や利益に戻るのはもう少し先とみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・お中元商戦に向かっているが、価格上昇により数量が落ち込むとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらなければ、秋物の立ち上がりに期待できるが、物価の上昇による影響も懸念される。

□	衣料品専門店（店長）	・一般客の動向をみていると、円安による物価高に対して、消費に慎重になっている人が増えているようである。
□	家電量販店（店長）	・季節商材は猛暑の影響で売上が上がる傾向がうかがえる。しかし、買換え需要の商品以外、新しい商品カテゴリーのものなどは伸びる要素が見当たらない。
□	家電量販店（店長）	・先行きは不透明である。
□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足の影響でなかなか新車が入荷にならず、購入を諦めている人が多い。
□	乗用車販売店（従業員）	・あらゆるものの価格が高騰している感覚がある。生活に直結する商品に重きが置かれ、自動車購入は後回しになるとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足の解消には至らないとみている。
□	自動車備品販売店（経営者）	・ようやく人の移動がチラホラ出てきているが、当業種においてその結果が目に見えてくるのは1年又は2年後の車検時になる。
□	その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（経営者）	・今年の秋口からほとんどのメーカーで値上げを予定している。値上げ前に購入する企業もあるが、結果として購入量を減らすことが予想される。また、価格見直しによる見積合せで単価の安いものへと移行することもあるとみている。値上げのサイクルが非常に短く、値上げ直後に再値上げをするメーカーもあり、今後の対応が苦慮される。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	・ウィズコロナで人の流れは戻りつつあるが、消費行動へ移るかという点不確かである。毎月のように一般消費財の値上げがあり、財布のひもが固くなるとみている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・現行の高値も補助金による緩和措置後の価格であり、今後原油コストが低減しても価格水準は変わらないとみている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・夏季期間は灯油の販売は低迷する。レギュラーガソリン店頭販売も高価格のため、伸びは見込めないとみている。
□	高級レストラン（経営者）	・世の中全体に少しずつ動きが出始めているため、景気も上向いているとみられるが、実際にいろいろなものが回復してくるのは夏以降である。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・物価の上昇はしばらく続くとみている。
□	観光型旅館（スタッフ）	・現状良くなっているのは、結局のところ県民割等によるところが大きい。感染状況が現状維持のままの場合、県民割等も継続となり、変わらないとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・個人、団体共に増加傾向であり、国内マーケットでの需要拡大は期待できる。現在よりも良くなるためには海外及び団体の回復が必要で、それがなければ現状維持が想定される。ただし、新型コロナウイルス感染症の制限解除が維持されているという条件付である。
□	通信会社（経営者）	・7～8月にかけて加入促進キャンペーンの実施や営業スタッフの増員などを行って細かく営業展開をするため、若干の加入者数の増加を期待している。ただし、競合他社との客の奪い合いも続いているため、純増数では大きな変化はみられないとみている。
□	通信会社（営業担当）	・好転する材料もないため、やや悪くなる可能性も残すが、変わらないとみている。
□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響もまだあり、観光に出掛ける人も余りいないようである。
□	住宅販売会社（経営者）	・客が慎重で受注までの時間が長い。
□	その他住宅 [リフォーム]（従業員）	・住宅設備機器はエアコンの需要期に入り問合せが増えるともみている。リフォームは資材、商品の納品遅れの影響が続くとみている。
□	その他住宅 [住宅展示場運営会社]（従業員）	・ウッドショックなどの影響から住宅購入費用が高騰し、4月から住宅購入を考える人の動きは鈍化している。数か月は同様の状況が続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・6月は景気回復期の一時的な現象で多少の客が戻っている。しかし、この先の予約状況を見ると現在の戻りは一過性で、景気、売上はやや悪くなるのではないかと予想している。
▲	商店街（代表者）	・景況感が悪くなるだけでなく、大幅で大量の値上がりにより消費が減るとみている。

▲	百貨店（計画担当）	・参議院選挙の後だが経済政策の影響は短期的には好転せず、物価や光熱費の高騰で消費マインドは厳しくなる見通しである。
▲	スーパー（経営者）	・電気料金や食料品の値上げにより、買上点数が減少している。円安やウクライナ情勢が好転し、これらのマイナス要因が解消されない限り、回復は厳しいとみている。
▲	スーパー（営業担当）	・値上げ、青果物の生育状況の悪化などにより、生活防衛意識が高くなるとみている。
▲	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇により、お盆明け以降、消費が減少するとみている。
▲	コンビニ（店長）	・街中は新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことによって、県外から人が入ってきており、前年と比べればそれほど悪くない。しかし、工事関係、建設関係の仕事が減っているせいで、郊外の街道筋の店は来客数の数字をかなり下げている状況である。原油価格がどれくらいで落ち着くのか、選挙が終わって上がったりはしないかという不安もあり、消費を控えている状況になっているとみている。
▲	衣料品専門店（店長）	・物価上昇により景気が低迷すると、また買い控えが増えてくることが予想される。
▲	住関連専門店（経営者）	・受注残が減少してくるため、今月よりも販売量は少なくなる。現在営業活動で受注を増やす施策を考えているが急激には増えない。よって、やや悪くなる。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、このままマイナス要素がなければ希望が持てたが、新型コロナウイルス感染症よりもウクライナ情勢の影響が大きくなっており、様々な物価上昇が非常に厳しいものになっている。今後値上げが続いた場合、市場全体で売上減少の可能性があると危惧している。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価が上がっており、購買意欲も低下してくることが予想される。レストランの経営に当たっても、材料価格が高騰しており、商品の値上げを断行せざるを得ない状況になっている。また、新型コロナウイルスにプラスして、選挙が始まると景気が動かなくなることもあることから、今後も厳しい状況が続くと予想される。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇がかなり激しく、食材によっては倍くらいの値段になっており、電気料金も上がっている。いまだ客の戻りが完璧ではないため、景気はやや悪くなるのではないかとみている。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス発生以降、一般消費者は消費意欲が欠けている。消費意欲を盛り上げる施策がないと景気は良くならない。
▲	通信会社（営業担当）	・ウクライナ侵攻によるロシア経済の衰退の影響が徐々に出てきている。それによる物価高や、自然災害による農産物の供給減少の可能性があるため、やや悪くなるとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・各業種において今後更なる値上げが予定されており、一部に値上げ前の駆け込み需要があるものの、景気が上向きには至らず、今後景気は更に悪くなるとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・ますます物価が上昇し、客の要求も厳しくなることが予想される。
▲	遊園地（経営者）	・物価上昇を価格に転嫁できるか、家計の影響はどうかと考えると、弱含みで推移していくとみている。
▲	美容室（経営者）	・美容業界も材料の仕入価格が軒並み上がってきている。商品関係も来月から上がってくるが、それをなかなか販売価格に転嫁できないこともあり、内情的には厳しくなるとみている。
▲	設計事務所（経営者）	・資材価格の上昇や品薄による工期の延長が発生しているが、変動が大きすぎて判断が難しい。復興需要も落ち着き、建設投資も一段落しており、下降状況には変わらない。
×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・出版社の出版点数が非常に落ち込んでいるため、商品力が大変厳しくなってきている。しばらくはこの状態が続くとみている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の来店頻度や購買姿勢にかつてなかったような異変がある。新型コロナウイルス感染症対策で施行された経済対策の効果が息切れしているところに、物価上昇、世界的な株価下落と景気低迷が重なると、大きな地殻変動が発生している。

	×	スーパー（経営者）	・これからも更に、各メーカーの製造原価、仕入原価、卸の輸入原価、輸送・配送費、そして電気料金等インフラ費用の急激な増大と人件費の増加が続くことが見込まれるため、消費に悪影響を与える状況が続くとみている。今後しばらくは、消費環境が一層悪化することも覚悟しなければならない。
	×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が続き、ウクライナ情勢も収束のめどが立たないなか、気候変動という大きな課題に直面し、マインドが上向き要素がない。
	×	スーパー（店長）	・旅行、外食需要が高まっており、スーパーから足が遠のいている。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限はなくなったが、平日は来客数が50～100人減っている。これから気温が上がってもなかなか増えてこないとみており厳しい。
	×	一般レストラン（経営者）	・円安の影響が出てくる。それにより、コロナ禍によって減退していた消費意欲が更に減退するため、当面消費活動は停滞するとみている。
企業 動向 関連  (東北)	◎	建設業（企画担当）	・客との対応、業務上で接している環境に鑑みて、周りでいわれているほど悪さを感じていない。
	○	食料品製造業（製造担当）	・イベント開催等により県外からの人流が多くなると予測される。ただし、労働人口不足や円安等、新型コロナウイルス発生前のような体制が整っていないため、やや良くなるにとどまる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況の収束に伴い、イベント等の再開による印刷、広告が増えることが期待できる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・まだ不安定要素はあるものの、良い状況となりつつある。一部事業の伸びも出てきており、今後につながる動きになってきている。
	○	建設業（従業員）	・現在金額交渉中、契約協議中の案件の契約が進捗してくる見通しである。
	○	金融業（広報担当）	・地域の景気動向に大きな作用をもたらす夏祭りが、今年は従来どおりとはいかないまでも開催されることが大きい。夏の観光ニーズ取り込みに関連する諸業界の期待は高く、開催時期に向けて経済的な動きは顕著になるものと予想している。
	○	公認会計士	・小売、飲食、サービス業は新型コロナウイルス感染症対策としての県民割サービスの利用などが進み、今よりも業績回復が進むとみている。また、円安の影響がはっきりしないが製造業、建設業も現状程度の業績を維持すると予想され、景気はやや良くなると判断している。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・夏休みシーズンに入り、人の往来が更に活性化することで、業務用を中心に回復が見込める。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・原材料のみならず、電気、ガス、燃料費の高騰による価格の引上げ依頼は沈静化するどころか、新たな取引先、メーカーからも引上げ交渉の相談をされる有様である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・ウクライナ情勢や半導体不足などの懸念材料はあるものの、足元の受注状況は好調である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先においては、今後も継続して事後保全での対応と想定している。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・継続的な需要は期待できるが、各種部材の枯渇、納期遅れが広がりを見せており、景気上昇の抑制リスクになるとみている。
	□	建設業（従業員）	・受注量は増えているが、資材価格の動向には注視していく必要がある。
	□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が景気動向に与える影響は薄れ、人流は少しずつ増えていくのではないかとみている。問題はウクライナ情勢である。原油価格のみならず、多品目にわたり価格が高騰している。原油価格が下がらない限り、業界の景況感は良くなりえないとみている。
	□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客はまだ消極的な感じがある。辛抱強く客との接点を探り続けるのみである。
□	広告業協会（役員）	・夏のイベントは新型コロナウイルス発生前の規模で実施されるなど回復傾向にあるが、広告業界全体としては、経済環境の悪化で企業の販促活動も依然低調のまま予想しており、今一つ上昇気運に乗れない状況である。	
□	経営コンサルタント	・参議院選挙後の景気刺激策に期待している。	

	□	コピーサービス業（従業員）	・仕先からの値上げの通知もほぼ落ち着くとみており、ここが底ではないかと楽観的に考えている。販売価格を上げるために丁寧な説明をしていくしかない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・夏のにぎわいに期待しているものの、先行きは不透明である。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注案件、受注量共に激変等はみられない。原材料費等の高騰はまだまだ続くことが予想され、収益の圧迫は避けられそうにない。
	▲	農林水産業（従業者）	・今年の梅雨明けは例年より2～3週間早まる予想なので上質な果物を期待するが、販売面で資材分を上乗せして売れるか心配である。
	▲	農林水産業（従業者）	・エネルギー資源価格の上昇や円安が燃料費や資材費を押し上げ、コスト増となる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・秋口から製品の値上げを実施するが、消費のダウンが怖い。秋の値上げだけではコストを吸収し切れない。円安の影響でまだまだ原材料も値上がりしそうである。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・原材料価格の高騰による製品の値上げを予定しており、売上に悪影響があることは確実とみている。ここ2～3年のコロナ禍より厳しい状況になることも考えられる。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・ロシアのウクライナ侵攻の影響等により、資材価格の高騰や物価上昇に歯止めがきかない状況であり、経営的に収益の悪化が懸念される。
	▲	通信業（営業担当）	・物価上昇の影響で、客の購買意欲が下がっている。先が見えないため、慎重になっている。
	▲	司法書士	・客である戸建て住宅建築会社の建物着工数が減少傾向にある。
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・2～3か月後も小麦粉関係やドリンクの値上げが発表されているなど、全体的に値上げが続くとみているが、そうなれば購買力が低くなることが予想される。
雇用 関連 (東北)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	・状況に大きな変化はないとみられ、このまま順調に推移していくとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・現状推移でいけば回復の見込みは十分ある。ただし、ウクライナ情勢の影響が第3四半期以降にどう響くかという懸念がある。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きを見せており、ウィズコロナの流れになってきているようであり、会議なども平常化するのではないかとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・夏祭りが3年ぶりに復活する。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏祭りの復活は地域に明るい話題であり、経済活動の回復に期待が持てる。
	○	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回る状況が続いている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・10月以降の採用についての相談等が増えてきている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・飲食業、旅館業、サービス業、物流倉庫の求人数は相変わらずあるが、新型コロナウイルスの感染状況、ウクライナ情勢、円安により先行き不透明な状況が続くとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が大分収束してきたため景気回復を期待していたが、消費者の行動はまだ慎重である。また、燃料価格の高騰や物価高が顕著であり、消費行動はますます慎重になってきているため、改善が見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢による燃料の価格高騰に加え、光熱費、工業資材、農業肥料、食料油、食料品の価格高騰が日々顕著になっており、求人数増加の好況感を打ち消している。また、事業所からは物価高などで収益幅が小さくなっているという声が多く、数か月先の景気は変わらないとみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルス感染症が拡大しない限り、企業の募集が活発な現在の傾向は続くとみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求人数は人手不足から堅調に推移しているようであるが、インフレによる物価高で家計圧迫、需要後退の懸念がある。結果的に企業業績が悪化し、失業率が上がることを不安視している。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高に対して賃金が上がらず、有効な経済対策もされていないため、消費は冷え込むことが予想される。

	▲	学校 [専門学校]	・新型コロナウイルス感染症による行動制限はなくなったものの、ウクライナ情勢等による物価上昇が購買行動に与える影響が大きくなることが予想される。
	×	—	—