

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)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・安全大会など建設業関係の客の利用が多く予定されており、年間でも1～2番に忙しい時期となる。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にほぼ戻ると予想している。
	○	商店街（代表者）	・7月に商店街に大型商業施設が開業する予定になっており、オープン当初はにぎわうとみている。
	○	商店街（代表者）	・夏に向けてイベント開催が多くなり、人出が見込める。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・業種的に来客数は天候にも左右される。暑いと身体が不調になる人が多くなるため、その分来客数は増加する。今の状態が続けば増えたとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年は既に猛暑の予報が出ていることもあり、ピヤガーデン等のオープンが例年よりも早まるとみている。ただし、消費者が外食に対してどこまで前向きになれるかが懸念材料である。
	○	コンビニ（経営者）	・夏季は来客数も増え売上も上がる。祭りもあるため、ここで冬場の分の蓄えをしなくてはならない。懸念は、電気代の値上げと、祭りに対応できるだけの人を確保できるかである。とにかく人手不足で24時間経営は非常に厳しい。従業員には過重労働をさせられないが、個人事業主であるオーナーは可能である。営業時間を短縮することも難しく、身体が持たない。
	○	コンビニ（経営者）	・気温の上昇とともに更に人流が活発化すれば、販売量、単価の上振れが見込める。
	○	コンビニ（経営者）	・気象庁の3か月予報では平年並み若しくは暑くなると出ており、人の動きが良くなり景気はやや良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・高気温になるとの予報が出ており、夏場に向けて消費行動が活発になるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・賃上げ以上に物価が上昇している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰に不安はあるが、来月から実施される定額減税の効果に期待したい。
	○	家電量販店（従業員）	・6月の電気代の値上げが、省エネ家電への買換えの後押しになるとみている。また、7月、8月は気温が高い日が続くため、エアコンや冷蔵庫が故障しやすくなり、省エネ機種への買換えによる商品単価の上昇が予想される。異常気象が続くと、今までエアコンを取付けしていなかった部屋に買い増しする客も増えるため、販売台数の増加も予想される。
	○	乗用車販売店（従業員）	・生産を停止していた車種の再開や、長期化していた納期の短縮が見込まれるため、購入を考える客が増えるかとみている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・定額減税の効果を期待している。
	○	高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況から判断して良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・暖かくなれば人が外に出てくるため良くなるとみているが、梅雨時期を迎えることや、猛暑予報が出ているため楽観視はできない。
○	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門では、インバウンドの先行予約が好調である。会議・宴会部門では、総会シーズンに入り中規模、大規模の予約が多く入っている。	
○	旅行代理店（従業員）	・県内の当社契約宿泊施設の販売推移について、6月から8月の見込み実績は前年同期比で人泊、金額共に100%を大きく上回っている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度同期比においては人泊が100%を下回っている。	
○	旅行代理店（従業員）	・8月の曜日の並びが良く、土日と12日の振替休日、13日から16日のお盆休みを合わせると9連休となることもあり、旅行受注も一定数伸びている。ただし、海外旅行が依然低調であることが不安要素である。	

○	通信会社（経営者）	・ネット配信をスマートフォンではなくテレビの大画面でみる人が増えているため、通信サービスの解約者数にブレーキが掛かり加入者数の微増は続くともみている。また、パリオリンピック等のビッグコンテンツの効果も加わると、放送・通信サービスの両方とも解約者数は大きく減少するため、全体的に増加に転じることも期待できる。
○	テーマパーク（職員）	・繁忙期になるため、来客数及び買上率が現状よりも良くなることを期待している。
○	競艇場（職員）	・来場促進イベントを続けることで来場者数は増える。7月には大きなイベントも控えており、売上の増加が期待できる。
○	美容室（経営者）	・大企業では、大幅昇給に加えて夏のボーナスの増額も見込まれる。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ガソリンや石油関連品の値上がりによる仕入コストの上昇が懸念されるが、ほかに懸念材料がないため、このまま好調が続くとみている。
○	設計事務所（経営者）	・民間案件の受注を控えており、短期的には上向くと考えている。
○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、猛暑に備えエアコン工事を前倒しする問合せが増えるともみている。リフォームは、熱中症対策の断熱工事の問合せが増えるともみている。
□	商店街（代表者）	・値上げはまだ続いているため、買い控えも続くともみている。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・お中元や夏祭りの時期までは、来客数が少ない現状のままともみている。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・7月8月は夏祭りが多く、日中は人がたくさん集まるが、それが終わると街は静かになる。新型コロナウイルス感染症発生前に祭りの後に夜の繁華街を訪れることがなくなっているため、悪い状況は変わらないともみている。
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・世の中の動向を探りつつ違う形で商売をしないと、立ち行かなくなる状況である。
□	百貨店（企画担当）	・この先数か月、街のイベントごとが続くため来客数は増加する見込みだが、購買につなげていく打ち出しを強化していかなければ売上には結び付かない。
□	百貨店（経営者）	・来客数に大きく影響する食料品購入客が物価高によりスーパーマーケットなど他チャネルへ分散化しており、来客数の減少傾向は続く。しかし、パイは小さいもののインバウンド需要は拡大しており、マイナスをカバーする動きは継続するとみている。
□	百貨店（催事担当）	・今後も改装ショップのオープンを控えており、来客数の更なる伸びが期待できる。一方、食料品を中心とした物価上昇が続くなか、生活防衛意識による消費低迷が不安材料である。
□	百貨店（従業員）	・お中元ギフトのため来客数が増えるシーズンになるが、各種値上げや生鮮品の価格高騰による生活防衛意識から、シビアな消費行動が続くとみている。また、インバウンドがみられない地域であるため、その需要も期待できない。
□	スーパー（店長）	・客単価の推移が悪くなっている状況である。良い兆しはみられない。
□	スーパー（店長）	・来客数と売上の減少が続いている。
□	スーパー（店長）	・天候などでも変わるが、現状の消費環境のなかで状況が大きく変わることは考えにくい。
□	スーパー（店長）	・現状の来客数、単価の動きに大きな変化がみられないため、変わらないともみている。
□	スーパー（企画担当）	・今後、商品価格が更に上昇することを考えると、高齢者の生活費負担は更に大きくなる。高齢者比率の高い地域ほど消費が冷え込むのではないかと懸念している。
□	スーパー（営業担当）	・景気の先行き不安から、買上点数の前年割れは続くともみている。
□	スーパー（商品担当）	・定額減税が家計の食費支出の増加につながるかは不透明であり、現状と変わらないともみている。
□	コンビニ（経営者）	・2～3か月後の売上は天候と気温次第である。カンカン照りの暑い日は売上が上がるし、雨の日は売上が下がる。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・生鮮食品を含めて値上げは止まらない状況であり、消費者の買い控えが進んでいる。今後、円安によりインバウンドは増えることが予想されるが、冷え込んだ消費を改善できるほどの効果はないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・物価高騰のため客単価は上がっているが来客数は減少しており、売上はプラスマイナスゼロである。先行きは見通せない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・円安で海外生産の作業服の値段が高騰し、販売価格設定に苦慮している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・猛暑になれば衣類の需要が半袖などに集中するはずだが、需要が盛り上がるほどではないとみている。また、フォーマルやスーツを着る機会も減り、総体的に単価が上がりにくい状況になるとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・円安や原材料価格の高騰などによる値上げが続いている状況では、必要なものを必要な分だけお買い得に購入したいとする消費者の傾向は続くとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了するため、家計負担が増加し消費者の購買意欲は低下するとみている。景気改善は見込めない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・エアコンは好調だが全体をカバーするには至らない。消費は観光需要に向いており、家電製品については買換え需要のみの状態が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・個人客の販売がなかなか伸びない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の先行予約が一旦落ち着くとみている。新車以外の受注状況はほぼ例年と変わらないため、良くも悪くもない状況になるとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・配車供給が安定しないため、受注量は減少傾向にある。前年と比べても落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・現在、中古車受注はある程度確保できているが、今後は在庫数の確保が厳しくなってくることが予想される。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており、受注量はある程度確定している。営業に注力していきたい。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・このまま変わらず、多少でも上向きの状況が続いてほしい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・景気が良くなる材料は見当たらない。空調服等、熱中症対策の商材も動くには動くが、東北地方は他の暑い地方と比べて活発ではない。また、事務服を廃止してポロシャツ等に変更している企業が多く、業界的には非常に厳しい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売価格の高値が数年間続いていることもあり、販売量の回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・閑散期に入るため、販売量の増加は見込めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価上昇率が高い地域とあって、消費者の財布のひもは固まっている。この状況は当面続くのではないかと危惧している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍の頃よりは少しずつ良くなっているが、予約状況をみると2～3か月先も変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・中小企業の賃金は当面上がらないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・レジャー消費である宿泊については物価高騰により真っ先に財布のひもが締められてしまうことから、夏季商戦開始のタイミングである6月の販売動向を注視している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・円安、物価高、燃油サーチャージの高騰により、海外旅行を中心に回復が遅れている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・引き続きタクシーの利用をちゅうちょする人は多く、利用しても近距離が多くなるとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・インバウンドなど一部の業種では好材料もあるが、総じて景気は変わらないとみている。

□	通信会社（営業担当）	・物価高でコスト削減が続くとみている。
□	通信会社（社会貢献担当）	・物価上昇が続くのであれば、大きな変化はないとみている。
□	観光名所（職員）	・定額減税が始まるが、その効果が現れるまでには時間が掛かる。予約人数等は減っていないが、客単価の落ち込みが続いているため、売上は若干落ち込むとみている。
□	美容室（経営者）	・物価高騰により客の財布のひもが固くなっている。
□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・定額減税が予定されているが、物価上昇分には追いつかないため、景気は変わらないとみている。
□	住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅の受注が大きく伸びる予定はないが、新築店舗、店舗リフォームなどの受注予定がある。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・景気が大きく変動する要因が見当たらない。
▲	商店街（代表者）	・物価上昇、人件費増加により倒産が増えるかとみている。
▲	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・景気が良くなる要因が見当たらない。寒暖の差が激しいと、年配の客にはつらいようである。
▲	スーパー（経営者）	・6月からは電気料金が上がるため、多方面に影響が出てくる。平均1品単価の上昇が続いているなか、定額減税が消費行動を後押しすることを期待したい。しかし、物価上昇により節約志向が続くため、消費マインドの回復にはまだまだ時間が掛かるとみている。
▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ等で消費が抑えられており、回復には至らないとみている。
▲	スーパー（企画担当）	・4月5月に賃上げがあったが、物価上昇の方が上回って、景気は悪くなるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・来客数の伸びが落ち着いたことに加え、客単価も今年初めて前年を割っている状況で買上点数も横ばいのまま値上げが続けば、一転して下方に振れるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・不安定な気温や天候が続くと来客数は増えず、厳しい状況が続く。
▲	コンビニ（経営者）	・この先、電気代の高騰や人件費の上昇で収入が少なくなるとみている。
▲	コンビニ（店長）	・原油価格の高騰が長く続いており、諦めムードも漂っている。定額減税に対しても景気回復の期待もなく、この先は非常に厳しいとみている。インバウンドでどれくらいカバーできるかに懸かっている。
▲	コンビニ（店長）	・他店と商品の価格を比較して、コンビニを利用する客が少なくなりつつある。利便性で利用する客が増えることを期待している。
▲	衣料品専門店（経営者）	・夏物が落ちていく時期になる。また、輸入品は円安の影響で引き続き苦戦するとみている。
▲	衣料品専門店（店長）	・長期金利の上昇の可能性が高まっている。住宅ローンの返済に影響が出るため、買物に対して非常に慎重になるとみている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・今後、電気料金の値上がりが一層響いてくる。部品や資材の値上げもあり得るとみている。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・特に地元での販売の動きが徐々に悪くなっており停滞感がある。大きく良い方向へ動く要素が見当たらない。先を見通すのは難しい。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・6月から定額減税が実施されるが、商品価格の上昇などによる生活コストの増加により、引き続き消費を抑える傾向が続くとみている。
▲	一般レストラン（スタッフ）	・賃金は大手の一部企業しか上がらず、税金や物価が上がり続けるなか、消費が増えるはずはなく日常的な外食は減っていく。このまま来客数は減少が続くとみている。
▲	観光型旅館（経営者）	・物価や光熱費等の上昇、社会保障費等の負担増といったマイナス要因が多いため、手控え感が出てくるとみている。
▲	観光型旅館（スタッフ）	・物価高騰が続くなかで、当館の単価は比較的低めであるが、週末の客室稼働率が低い。7月以降も良くなる見込みは薄い。
▲	タクシー運転手	・季節的に梅雨から暑い夏に入ることや、夏祭りなどのイベント開催やお盆休みの帰省があるため、タクシー利用が多くなるとみている。

	▲	遊園地（経営者）	・賃金上昇や定額減税もあるが、物価上昇が家計に及ぼす影響がそれらを上回っているおそれがあり、先行きが懸念される。
	×	商店街（代表者）	・この先2か月の予約状況をみても、かなり悪くなるとみている。ただし、低単価の店は多少の動きはあるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・中国景気の悪化や国際情勢、円安等を考慮すれば、客の生活防衛意識は更に強くなるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・電気料金は6月から政府による補助金がなくなるため値上げに転じ、なおかつ物価上昇もまだまだ続く。賃上げがあっても可処分所得は増えず、逆に減っている。節約・儉約志向が更に進むとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・お盆の期間を除き、観光客は海沿いに集中するため、当地では期待できない。また、物価上昇による家計の圧迫は更に強まって、消費活動は限定的になるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・天候が良いため、前年に続き良質な作物の収穫が期待できる。
	◎	建設業（従業者）	・4月に賃上げを行った企業が多く、今後はボーナスが予定されている。客先を回っていると、ボーナスで何か買いたいという話題がよく出る。
	○	金属製品製造業（経営者）	・見積件数が若干だが増えてきている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で案件は増えてきているため、今後の進展に期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・設備投資案件の引き合いが少しずつ出てきている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・生成AI向け高付加価値DRAM関連の設備投資に関して顧客から具体的な問合せが来ており、受注増加につながる可能性が高くなっている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・事業の一部に動きが始めている。また、引き合いも増えているため、売上は上向く見込みである。
	○	建設業（従業者）	・引き続き民間製造系企業の設備投資が見込まれるため、景気はやや上向く見通しである。
	○	金融業（広報担当）	・県内の消費マインドが最も高まる夏祭りの時期を控えている。インバウンド需要の好調を維持できれば、県内経済にも好影響を与えるのは確実である。一方で、気候変動の影響に伴う農水産物、特に漁業・水産加工業の業況変化は懸念材料である。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・夏休み、お盆休みなどの帰省や観光による人の動きが期待できる。
	□	食料品製造業（経営者）	・良くなる気配がない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・新商品発売や販売促進策を講じて販売量増加を図っているが、結果が出ていない。今後の回復に期待したいが難しいとみている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・自家需要品の伸長は戦略の1つでもあり、昨今のニーズに答えられているが、高価格商品が低迷している。客はプラスワンの購入はせず、安価な商品を購入している。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・資金繰りに占めるゼロゼロ融資の返済負担が重荷になってくる。借入金を圧縮しながら、修繕費・賃金上昇の対応、求人募集などをどう進めるか、地方で商売を営む企業として、大きな決断の時期が差し迫っているとみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・顧客の最重要案件が下期前半に控えているため、それまでは変化はないとみている。
	□	建設業（従業者）	・見込み案件はあるものの受注に至らず、売上増加につながらない。
	□	建設業（従業者）	・建築資材の価格高騰も人手不足も続いているため変わらない。
□	輸送業（経営者）	・物価高騰が消費増加の妨げになっており、結果として物流量減少につながっているとみている。物価高騰の要因の1つである物流費であるが、運賃の値上げ交渉が合意に達していない企業がまだまだ多いため、今後、順次合意に達すれば更なる値上げが続くと予想される。景況感が良くなるには、まだ時間が掛かるとみている。	

	<input type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・顧客の反応がまだ消極的であり、辛抱強く顧客との接点を探り続けていくしかない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・通信端末の価格高騰が予想されている。客の購買意欲も下がっているため、厳しい状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	広告業協会（役員）	・今年の夏も猛暑の予報が出ているため、暑さ対策、熱中症予防の広告出稿に期待したいところだが、人材不足や人件費の高騰に加え、経済状況の不安定さから広告費を縮小する企業が多いため、広告業界全体の業績は横ばいが続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・景気回復にやや懸念が残っている。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・不安定な政治の動きに翻弄される状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	司法書士	・相続登記義務化により相続登記案件が増えている一方で、新築戸建て住宅案件が減少している。
	<input type="checkbox"/>	公認会計士	・製造業の部品不足、人手不足が解消して順調に売上が伸びれば景気は良くなるが、今のところ部品不足解消のめどが立たず、売上回復の時期がみえない。この状況がもう少し続くとみられるため、全体としての景気は現状維持と判断している。
	<input type="checkbox"/>	コピーサービス業（従業員）	・物価高騰に対する賃上げの動きはある。企業間では価格転嫁の動きが見られる。しかし、どちらもうまくいっているとはいえない。景気の先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔企画業〕（経営者）	・今後ガソリン価格が上昇し、街の観光資源でもある観光道路に足を運ぶ人がどの程度見込めるか不安視する声を多く聞く。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔協同組合〕（職員）	・各企業の事業内容により受注量の増減はあるものの、総じて横ばいの状況が続くとみている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・このまま値上げが続けば、確実に節約志向になり、景気を押し下げる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・仕入価格の更なる値上がりに加えて、受注量の減少も予想される。
	<input type="checkbox"/>	農林水産業（従業者）	・暖冬だったため水路の流量が少なく、米の生育に悪影響があるとみている。
	<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需の受注量の減少により、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・梅雨が明けて夏に入れば、賃上げや減税の効果も現れて消費が上向き、景気は良くなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	学校〔専門学校〕	・インバウンド需要を効果的に取り組むことで経済活動が大きく変化するとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・企業の求人意欲は旺盛だが、採用につながらず求人活動を続ける傾向にある。企業の景気が良い状況はしばらく続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・求人数は継続的に増加している。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・求人の動きに停滞がみられる。また、地方の経済状況においては、大企業と違い、賃金のベースアップができる企業がまだまだなく、家計を圧迫している。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・物価高からスーパー、ドラッグストアの販売が堅調な一方で、百貨店、ホームセンターは伸び悩んでいる。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良い材料がなく、売上の回復も期待できない。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は高いが、売上増加などによるものではなく、少子高齢化による労働力不足が要因である。景気がやや停滞している状況は続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・変動する要因が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・求職者からの問合せは増加しているが、企業からの人員依頼等は増えてはいない。現状から劇的に変化することは考えにくい。
	<input checked="" type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・求人の動きは鈍く、求職者の動きはフルタイムや土日祝日問わず働く人材が少なく、扶養内や時短勤務を希望する人が増加傾向にある。景気はマイナス傾向にある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	アウトソーシング企業（経営者）	・差別化を図っているが、AIにより一時的に仕事が減るとみている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・広告業界では、廃業など業界の縮小傾向が大きな問題になっている。また、顧客においては、資金繰りに不安を抱えている企業がある。

▲	職業安定所（職員）	・物価高騰の影響で仕入価格が上がっている。販売価格に転嫁しているが、販売状況が芳しくなく、利益が少なくなっている。
▲	職業安定所（職員）	・いつ経営難の大手企業から解雇者が出てもおかしくない状況である。
×	*	*