

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)	◎	家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えているため、売上は良くなっていく。
	◎	タクシー（統括者）	・ライドシェア報道により、タクシー業界の認知度が広がっている。その結果、業界経験がある20代の採用者が増加している。このまま認知度が進めば採用が増加するため、増収につながると考えている。
	◎	テーマパーク職員	・2～3か月先は繁忙期であるため、例年より多くの来館者を期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	・円安が続き、前年よりも中国からの来客数が増加すると予想している。
	○	百貨店（リーダー）	・お中元や初盆の返礼品の需要が高まるため、景気は良くなると予想している。
	○	スーパー（総務担当）	・政府による円安対策や光熱費補助制度等が確実に実施され、また、パリオリンピックで日本が活躍すれば消費マインドがプラスに働き、景気もやや良くなっていくことが期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・例年、7～8月は繁忙期であるため、このままで推移すれば景気は良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・パリオリンピック観戦で巣籠り需要の増加に期待しているが、生活インフラの値上げと定額減税の影響がどう寄与するか注視が必要である。
	○	コンビニ（店長）	・定額減税の効果は大きい。
	○	家電量販店（店長）	・現状では単価が上がり苦戦しているが、来月から多少は定額減税の効果表れるのではないかと期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・9月に決算があるため、景気が若干良くなる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏場のコーヒー需要及びお中元シーズンを控えており、今後の売上予想としては3か月前よりは当然、上がっていく。今のところ前年と比較ができないが、今後2～3か月は確実に売上が増加する。
	○	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）	・当ショッピングセンターでは1年間続いた450坪の空床に5月下旬から有名企業が開業しており、シネコン上映の影響で減収となっている分を徐々に補っている状況である。この2か月はシネコンで大きく左右されているが、前年のヒット映画も落ち着いてきたタイミングでもあり、物価高騰や天候不順の心配はありながらも、やや全体の売上や集客が良化するとみている。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・国内消費は少しずつ伸びているが、大きく景気が良くなるにはインバウンドの伸びが必要である。
	○	観光型ホテル（専務）	・梅雨が明けると夏休みから秋のシーズンに向かうため、旅行客が増加すると予想される。
	○	観光型ホテル（支配人）	・宿泊は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ引き下げられて以降、順調に回復していたが、新年度に入り横ばいから若干減少している。地元宴会の急増で全体では売上増加を見込んでいる。夏や秋の地区イベントの利用増加にも期待している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・この先、夏休みによる国内旅行の増加や海外からの長期ステイのための予約も多く見受けられる。
	○	旅行代理店（統括者）	・当市周辺地域のマーケットの成長やインバウンドの拡大基調があり、景気はやや良くなっていく。
○	通信会社（企画担当）	・ここ数か月で引き合いが増加しており、この流れはしばらく続く見込みである。	
○	観光名所（従業員）	・夏休み等の大型連休に入り、来客数が増える見込みがあるため、景気はやや良くなる。	
○	理容室（経営者）	・梅雨入りし、雨天は足元が悪くなるため、特に高齢の客は来店を控えている。梅雨が明けると夏になり気温が高くなるため、動きが若干良くなると予想している。	
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・政治が不安定なことや円安、世情不安定等による影響で、物価が高くなっている。取扱商品に価格転嫁ができればよいが多くは難しく、思うようには景気が良くならないが、少しずつ上向いている。	

○	住宅販売会社（従業員）	・建築条件付宅地の販売の伸びと土地仕入れの回転が良くなっている。今後も土地を保有していない客へのニーズに応えることで、注文数も伸びると考えている。
□	商店街（代表者）	・給料が上がり財布のひもが緩んでいたが、物価上昇が止まらず、実質的に賃金下がっている状況を皆が認識し始めていることから、景気が良くなる傾向はない。経費の増加は続き、今後の景気は現状維持か、むしろ悪化すると予想している。
□	商店街（代表者）	・商店街の店舗では苦戦しており、郊外の大型店に消費者は流れている。若いファミリーも街ではなく、郊外店に行く傾向がある。そのため、商店街の売上は伸びていない。
□	商店街（代表者）	・今月は商店街の近くのスポーツセンターで世界大会があり、繁華街や飲食店などは若干潤っているのではないかと考えている。この大会が終わったため、今後の見通しはまだ不透明である。
□	商店街（代表者）	・今後も悪い景気が続くと思覚悟している。
□	商店街（代表者）	・ますます景気が冷え込み、消費者の買い控えが目立つ。しばらくはこの状態が続く。
□	商店街（代表者）	・今は景気状況が劇的に良くなることが考えられないため、現状が続く。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・好転するきっかけが必要であるが、現在何も対処できない状況である。年金暮らしの客が対象の店は厳しい運営をしていると想定している。物価が上昇し、高級魚は売行きが悪いため、7月の丑の日で回復を期待している。マナガツオを仕入れたが、売れ残りの処理方法を考えながら販売している。
□	百貨店（企画担当）	・実質消費支出が前年ベースで減少しており、消費環境は大きく変わらないと予測している。インバウンドのプラス要素もなく、前年売上の維持で精一杯である。
□	百貨店（経理担当）	・物価高の影響もあり、引き続きメインの衣料品は苦戦が続くが、食品催事等においては来客数に期待ができ、飲食店を含め順調に推移すると予想される。また、インバウンド需要がやや回復傾向にある。
□	百貨店（営業担当）	・お中元商戦が本格化し、クリアランスセール開始や全店催事・クレジット催事開催で来店が見込め、贈答品やし好性の高いブランド品に加え化粧品やリビング用品の自家需要が見込める。また、県下のサテライト店の需要も回復している。観光振興でクルーズ船寄港の増加や国際港便の復活、国内旅行も活発で街には国内外の観光客でにぎわっており、特産品や土産、自家需要品、し好性の高いブランド品、舶来雑貨などの需要でクレジット決済の増加が見込める。
□	百貨店（業務担当）	・定額減税により控除額が差し引かれるため、金が入る実感を持っていない客が少なくない。今後は物価高などで、節約している客の買物は慎重になることが予想される。
□	百貨店（経営企画担当）	・お中元ギフトを含む食料品や衣料品関係の売上は前年を割り込んでおり、物価高の影響がみられる。良い商品は厳選して購入するが、支出を抑えようとする傾向はしばらく継続すると考えられる。
□	スーパー（店長）	・6月より定額減税がスタートするものの、世論調査からは余り恩恵を感じていると思えず、収入増加がそのまま消費にはつながりにくく考える。また、電気代補助も6月から打ち切りになり、景気自体に変化はないと判断する。
□	スーパー（経理担当）	・他の地区では景気の底から回復に向かっているが、当地区においては来客数減少が続いており、まだ底がみえない。
□	コンビニ（経営者）	・流通業全般およびインバウンド需要は、店舗立地や品ぞろえ次第で売上が左右される。
□	コンビニ（経営者）	・物価高が一段と見受けられ、購買客数が減少すると予想される。先行きは、厳しい状況が続くのではないかと考えられる。
□	衣料品専門店（店長）	・客が外出気分になり売上が伸びるよう、早い梅雨明けを望んでいる。
□	衣料品専門店（取締役）	・9月は、パリオリンピックや選挙などで先行きが読めない状況である。良くなることはないため、引き続き企業努力で対応していくことを考えている。
□	家電量販店（店長）	・前年を超える国や自治体の景気対策がない限り、上向く状況にはならない。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・度重なる不正問題に端を発する生産車種の出荷停止や新型車の発売延期などの影響がどこまで続くのか不透明であるため、景気は変わらない。
<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）	・メーカー各社の相次ぐ認証不正問題による生産停止が今後の登録や納車といった販売に影響すると考えられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産がなかなか安定しないため、受注残も解消しないまま積み残している。販売店にとっては無駄な労力とコスト発生が続いているため、早く生産を正常に戻してもらいたい。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・月末に円安が一段と進み、輸入関連は今後も値上げが続く見通しであるため、仕入価格の上昇が予想される。インバウンド関連は好景気が続いている一方、置き家具業界の景気回復はまだ難しい状況である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（従業員）	・今年は梅雨冷えが続き、本来動くべき夏物商材の動きが芳しくないため、今後2～3か月の景気は今月と変わらないと考えている。特に、梅雨の影響で消費者の購買意欲が低下しており、夏物商材の販売に悪影響を及ぼしている。この状況が続くと予想されるため、今後の景気に大きな変化は期待できない。
<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）	・国内客が戻らなければ、今後の売上は伸長していかない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（管理）	・販売単価は上昇傾向にあるが、材料費や経費が高騰しており、景気の先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売担当）	・婚礼の伸びは全くなく、変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（職員）	・予約はリードタイムのピークが出発時期の約1か月前から2か月前に当たるため、夏から秋の旅行の動きは、引き続き活発になると想定している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（統括者）	・物価上昇を上回る賃金上昇がないことや円安の継続等の理由により、レジャー等に対する家計の支出が増加することはない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・定額減税の効果がはっきりせず、現状維持が続くと考えられる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・生活改善のため国の施策が行われているが、現状では生活に活かされていないため景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・特に業界自体のトピックスがない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・光回線の販売では、既に開局済みの地域を深掘りしていく地道な営業方法に戻るため、大幅な販売件数の増加はなかなか期待できない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	・円安によるインバウンドは見込めないが、地元客が中心の予約状態が続く。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業）	・今年も猛暑が予想され、平日の予約の伸びが余りない。
<input type="checkbox"/>	競馬場（職員）	・今後の景気動向を左右する経済現象が見当たらないため、現況と変わりはない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・業界では夏は横ばいが続く。夏休みやお盆で需要が増加してくると予想されるが、横ばいが続いており、このところ季節に左右されなくなっている。新製品や業界での対策がない限り景気回復は望めない。
<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	・景気が良くなる話題がないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	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）	・前年度よりも顧客が戻っているため、単価下落を補うことができる可能性は出てきている。一方で、雇用環境は悪化しており、対応する人材確保がより深刻になっている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・現状が3か月先まで続き、その結果は3か月先に出るため、景気に変化はない。
▲	商店街（代表者）	・定額減税の効果も余り期待できず、実質賃金が低下し物価高に追い付けないようでは景気の上向きは期待できない。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・数年前までは、夏場の贈答品で多数の注文を受けていたが、新型コロナウイルス感染症の発生以降、注文は減り売上也徐々に減少しているため、今後も期待できない。

▲	百貨店（企画担当）	・現状から予測すると好転する材料が特に見受けられず、加えて、高温が続いたり、ゲリラ豪雨などの天候要因により来客数に影響が表れると考えられる。	
▲	百貨店（営業企画担当）	・生活防衛意識の継続と猛暑や残暑などの天候により、秋物の販売機会が減少すると想定される。	
▲	スーパー（店長）	・物価上昇が続いているが、所得の上昇が見込めないことから、今後も可処分所得が落ち続け、景況感は一層悪化する。	
▲	スーパー（店員）	・給料の上昇が余りないのか、単価の低いプライベートブランド商品がナショナルブランド商品より売れている。また、まとめ買いにより家計の支出を抑える動きが活発で、しばらくはこの状況が続くと考えられる。	
▲	スーパー（企画担当）	・前年はプレミアム付商品券の発行などにより消費喚起につながっていたが、今年は客の消費を促すような施策はなく、プラス要素が見当たらない。	
▲	コンビニ（経営者）	・実質賃金の低下が消費行動に表れる。	
▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・天候にもよるが、早い梅雨明けであれば前年並みの売上があると予想される。雨が続けば前年を割ると考えられる。郊外店舗であるため、インバウンド効果は余り影響されない。	
▲	家電量販店（店員）	・定額減税の効果が表れ、減税分が貯蓄に回らないよう国が取り組みれば景気は少し回復する。	
▲	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先の予約は入っていない。現状の景況感からでは景気回復は考えられず、先行き不透明のため景気は悪くなると予想しており、危惧している。	
▲	一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる政策がないため、危惧している。	
▲	スナック（経営者）	・4～5月は仕入商品が値上がりし、店のメニューも値上げせざるを得ない状況である。その分の単価が上がっているため、今月の売上は前月をやや下回っており、来客数が減少している。物価が給与の上昇以上に上がっているため、消費は落ち込むことが予想される。	
▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価高は今後も続いていくと考えられる。電気代上昇や金利上昇の支出が大きいため、所得が増えていない現状では、個人景気が悪化していくと考えられる。	
▲	観光型ホテル（営業）	・行動制限が解除された反動からの来客数増加が落ち着いている。物価高により、出張や職員旅行等の予算が追い付いておらず、多くの人が現状の価格が適正だと考えるにはしばらく時間が掛かる。	
▲	通信会社（役員）	・円安が続き、身の回りの物価も徐々に上がっており、なかなか好転する兆しが見えない。	
▲	ゴルフ場（従業員）	・天候の影響により、来場者数や客単価が下降傾向にある。	
▲	美容室（経営者）	・客は物価高騰で美容にかかる余裕がなく、キャンペーンをしてもそれ以上のサービスを求められ、経営が大変になっている。国や自治体で対策を考えてほしい。	
▲	設計事務所（所長）	・材料や製品、人件費の上昇傾向は変わらないと予想される。また、生活必需品の価格上昇により、可処分所得の減少傾向はまだ続くと考えられる。	
▲	設計事務所（代表）	・物価高が続くため、景気は悪い。	
▲	住宅販売会社（代表）	・物価高や給料が上らないことが要因で、集客が落ちている。	
×	一般小売店〔青果〕（店長）	・県産物の野菜が少なくなり、県外からの野菜が中心となるため単価が高くなっている。加えて、気温も高くなる予報で販売が厳しくなっていく。また、ギフト商戦に入るが、相場が高くなっていく予想であるため、マンゴー以外の果物も販売しづらくなる。	
×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店は切り花や花束、フラワーアレンジなどギフトがメインであるため、夏の猛暑で花を選択するには厳しいと考えられる。当店は海外企業からの影響で売上が増加することはまだないが、夏をどうにか乗り越え、花が選ばれる季節に期待をしている。	
×	住宅販売会社（従業員）	・実際の生活水準では苦勞している人が多く、より貧富の格差が広がっている。良い部分だけが景気の指標となり状況が良くなっているように見える。しかし、今後を見据えた景気対策はまだ実施されおらず、また、具体的な円安対策や輸入品の物価を抑える対策もないため、景気は悪くなる。	
企業	◎	—	—

動向 関連  (九州)	○	食料品製造業（経営者）	・価格転嫁のための準備をしている。9月から価格改定を行うことになり、順調に営業ができる状態である。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客からの要望で各協力工場では、それなりの体制が整っている。そのため、今年の年末商品やクリスマス商品の輸出が伸びると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置関連で、客の声もあり今後の発注量の増加が見込まれる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・人と業務スペースがあれば仕事はできると考えており、補助金是不採用となっているが、工場の増設に着手している。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先の生産ライン拡充等により、増産体制に向かっているため、景気は上向きになる。
	○	建設業（従業員）	・公共工事の大型物件が控えており、受注できるように準備を行っていききたい。また、最近まとまった金額で受注することができており、今の状況を維持していききたい。
	○	建設業（社員）	・通常、一般競争や指名競争は第2、第3四半期までに発注がある。景気は良くなってほしいが、現在の手持ち工事等の材料費や、人手不足による人件費が高騰することを危惧している。そのため、設計変更等は速やかな対応を望んでいる。
	○	金融業（営業）	・ベースアップによる消費行動の上昇が見込まれる。特に夏休みを迎え、観光、レクリエーション関連の産業や小売業などが期待できる。
	○	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が若干増えつつある。
	□	農林水産業（経営者）	・早い梅雨明けとなりそうであるが、夏場のビール関連商材が期待できると予想している。心配していた段階調整のための空舎延長事業も大きな問題はなく、当面大きな懸念材料はない。長期的には、2024年問題や技能実施制度の変更など課題が多いが、今後は知恵を出しながら乗り切っていきたい。
	□	繊維工業（営業担当）	・賃金の上昇次第で負担が大きくなり、厳しくなっていく。仕事も利益も蓄えが必要になってくる。1年ごとの昇給は苦しく、ようやく対応できる状況である。
	□	家具製造業（従業員）	・この業界では市場が秋口まで鈍化傾向にあり、苦戦が予想される。また、為替の影響もあり、利益確保が一層難しい状況が続く。
	□	化学工業（総務担当）	・現状の損益は余り良い状況とはいえず、当面この状態が続く。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注関係でも取引先の値上げが難しくなっている。商社から厳しい案件が出ており、商品の価格を値上げするには現状では難しいとの意向である。そのため、今後の動向が厳しい状態である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月先は在庫調整が続き、10月以降の受注は増加傾向になると考えられる。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点では認証不問題等の影響を受ける車種はないため、当初の計画に対して増減もなく横ばいである。
	□	輸送業（従業員）	・コロナ禍で海上運賃の高止まりがあり、一時期には新型コロナウイルス感染症が落ち着き安定していたが再び高騰しつつある。輸出に影響が出始めており、今後は輸入にも影響が出る可能性がある。
	□	通信業（職員）	・電気工事は良い受注状況であるが、情報通信工事に関しては今年度も部門として年度目標額に対し厳しい状況が続いている。特に入札・プロポーザル案件の競争が厳しくなっている。
	□	通信業（経理担当）	・前年度終盤からの好調な流れが継続しており、現状において今後の見通しに変更はない。
	□	通信業（統括者）	・企業のデジタル化やデジタルトランスフォーメーション化でニーズは高まっているものの、具体的な対策や投資まで実行していく局面にはないようである。
□	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が比較的堅調で、公共投資も高水準で推移している。一方、住宅や家電に加え自動車の売上は弱含んでいる。諸資材の値上がりや人手不足もあり、一部には先行きをやや慎重にみる企業がみられる。	
□	金融業（調査担当）	・多くの業種で人手不足が深刻化しており、製品やサービスへの需要があるにもかかわらず供給体制が追いつかない状況が見られる。物価高の解消にも少し時間が掛かることが予想され、当県の景気は現状の推移が続くと考えられる。	

	<input type="checkbox"/>	金融業（調査担当）	・貸出金利が上昇する可能性があり、これが企業の設備投資意欲の足かせとなり景気は変わらないと予想する。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・円安は依然として続いており、また、世界情勢はウクライナ侵攻やガザ侵攻も長期化しているため、先行きは見通せない。景気全体としては今後3か月先も余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（役員）	・身の回りの景気は不透明な状況であり、現状は横ばいの推移としか考えられない。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント（社員）	・新規開拓の意欲が活発ではなく、受け身の営業になりやすくなっている。この状況を改善するため、対策を取らなければいけないと考えている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの情報により、景気は変わらない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・円安が進み、ますます物価高騰に拍車が掛かると予想される。2024年問題による影響も徐々に増加しており、景気に水を差している。賃金を上げる政策を実施しなければ消費は抑えられる方向に動き、物量も減少する。また、最低賃金を上げると扶養の範囲内で働く人は制限されるため、労働力が確保できず企業活動が制限される。難しいかじ取りが要求される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	・保証協会の伴走支援特別保証制度が6月末で終了することもあり、今後も物価上昇が続けば、事業継続や借入金返済が困難な事業者が増加する見通しで、やや景気は悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・周りの同業他社の販売状況等は余り芳しくない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの今後の調査や計画策定の業務は少ないことが見込まれるため、低価格競争で入札に応じる業者が出てくる。そのため、受注する機会が減少し、景気がやや悪くなる可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント（社員）	・家電や家具等不用品買取りのチラシが目立つ。断捨離で1円でも金にしようと考えている人が多くなっていることが考えられる。
雇用 関連 (九州)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・求人数も増加傾向にあるが、派遣料金の交渉が成立するケースが高まっており、求職者への積極的な時間給上昇が図れている。
	<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2023年度の実質賃金が2022年度と比較して2.2%減少している。現金給与の総額は増えたものの物価上昇に追い付かない状況が続いており、実質賃金は2年連続でマイナスとなっている。九州では、大手半導体企業の進出による九州全体や近隣都市への経済波及効果が期待される一方、働き手の人材不足が続いており、企業の新卒採用への意欲の高さは、今後も続く予想している。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・求人数や求職者の動きが若干落ち着く時期である。10月からの料金改定へ向けて交渉する時期であるため、スタッフの給与が上昇すれば売上にもつながり、先行きは良い状況になる。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・秋の婚礼受注数も伸びておらず、大きな動きがない状況である。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・商店街で話を聞くと、インバウンド効果で飲食店などは大変な賑わいをみせているが小売店などは大型ショッピングモールなどへ観光客が流れており、売上は伸びていない状況である。業界やエリアにより、景気状態が分かれている。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みになるため夏需要が伸びることを期待するが、人手不足もあり積極的に採用する動きは見られない。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（社員）	・夏休みシーズンに景気上昇の要因はあると考えるが、物価上昇による購買行動の鈍さが懸念されるため、景気が横ばいを維持することを願っている。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・天候にもよるが、暑くなればそれなりのサービスや消費が予想され、ボーナスや夏休みがあるため、インバウンドを含めた観光需要が増加していく。一方、生活必需品を含めた値上がりが多くなるため、景気は余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・管内の事業所では仕事量など状況に変化はなく、景気上昇の要因が特にみられないことから、今後の景気は横ばいが予想される。

<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・物価上昇の影響が続くと考えられるため、景気は現在と変わらない。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・新卒学生の採用で考えると、どの業界でも慢性的に人手が不足している。そのため、リーマンショックほどの景気減退がない限り、この状態は続くと考え。
<input type="checkbox"/>	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後2～3か月で変化する要素が見当たらない。
▲	—	—
×	—	—