

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)	◎	観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、旅行シーズンになるため客は増加していく。
	◎	タクシー（統括者）	・秋の行楽シーズンでの需要回復と、乗務員の採用が引き続き増加すると想定されるため、景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・2～3か月先は気温が落ち着くため、人の動きが徐々に多くなる。また、生活に余裕がある人とそうでない人の2極化が進んでおり、生活に余裕のある人は買物にちゅうちょがなく、年金暮らしでほかに収入がない人は生活に敏感になっている。先行きは若干良くなると判断している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・2～3か月先になればこの猛暑は落ち着くため、生花の花束やアレンジ等の需要増加に期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・これからも猛暑が続く見込みで、売上は増加していく。
	○	衣料品専門店（店員）	・気候が良くなれば今より旅行等の外出も増加していくため、それに伴い需要が増えていく。
	○	乗用車販売店（従業員）	・9月の半期決算もあり、その余波で来客数が今より増加することを期待している。
	○	乗用車販売店（役員）	・現在の生産停止や認証不正問題が解決した上で、供給が正常化すれば景気回復に期待を持てるため、景気は良くなる。
	○	乗用車販売店（役員）	・認証不正問題による生産停止が、登録や納車の販売に影響が出る。一方でメーカーの供給が増えれば登録や納車の販売が増加する。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産が順調に進み、3か月先の配車予定台数が現状より増加し、会社の売上や利益共に増加すると予想している。
	○	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）	・節約志向は変わらないと推察するが、国内客の動きがボーナス以降も継続することに期待している。当市の空港発着便は増加傾向となっているため、インバウンドも引き続き増加し景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルス感染症の第11波やパリオリンピック、天候不良など景気的不安定要素が予測されるが、それ以降は改善する見込みである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・10月、11月と旅行シーズンに入り、現時点では今までに比べて販売量が多い。
	○	旅行代理店（統括者）	・当県のマーケットが成長し続けており、法人・個人共に、良化傾向が続くと予測している。しかし、円安傾向が続けば海外旅行市場の伸び悩みも考えられる。
	○	タクシー運転手	・猛暑が続いており、タクシー事業も増加しており、好調が維持できると期待している。
	○	ゴルフ場（従業員）	・今後競技会の開催があるため、練習ラウンドも加わり入場者が増えることが予想される。
	○	ゴルフ場（営業）	・秋口に向けてコンペの予約が増えているため、景気は良くなる。
	○	学習塾（従業員）	・家族旅行が多くなっている状況から、景気は良くなっている。
	□	商店街（代表者）	・まだまだ暑い日が続くと予想されるが、青空市場であるため客足が少なく、売上が望めない。
	□	商店街（代表者）	・しばらくは、猛暑により外出を控える人が多くなるため、景気は変わらない。
□	商店街（代表者）	・猛暑や新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、3か月後に回復するとは考えられないため、現況が続くと予想される。	
□	商店街（代表者）	・高齢者が多い地方の商店街では、食料品や電化製品、一般小売の値上げ幅に客は驚いている。	
□	商店街（代表者）	・物価高の影響で買物を控えており、給付金等全く消費に効果があるとは考えられない。	
□	商店街（代表者）	・夏は販売面で弱くなり、また、インバウンドの需要も伸び悩んでいるため、先行きは不透明である。	
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・海水温が高いため漁獲量が少なく、商売として成り立っていない。このままでは今までの魚がいなくなり、暖かい地方でみられるような魚種が増加することを危惧しており、今後の景気は落ち込んだ状況が続く。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔精肉〕（店員）	・需要に対して供給が追いついていないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・暑さが続き、秋冬商材の動きが鈍いと予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・商品価格全般が値上げするなかで単価は上昇しているが、購入に至る来客数の増加がみられず、消費が増える見込みがない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・依然として消費マインドが弱く、特に紳士・子供服の売上が芳しくない状態で、衣料品全般は引き続き苦戦が続くと予想される。しかし、催事においては今後も好調に推移していく。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・物価高や費用の単価上昇は今後も継続することが想定されるため、しばらくは景気が上向く要素が少なく、現状が続くと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・6月実施の定額減税の効果も予測どおり恩恵が見受けられない。今後も物価高騰が続き、消費者行動は変わらないと予測でき景気は変動しない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・景気が上向きになれば新しい商品を試すことも考えられるが、厳しい生活状態のため新製品が余り売れておらず、客は買い慣れた商品を購入している。景気が良くなることはまだ考えられず、低迷状態が続いていく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・消費マインドとしては、パリオリンピック景気の要素も十分考えられるが、生鮮品、特に肉の購買点数が増加しない状況である。消費者の財布のひもの固さを考えると、マインドだけでは消費拡大には至らない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・暑さとパリオリンピックの影響で、客は巣籠り消費傾向である。スーパーマーケットとしては若干売上が伸びると予想しているが、値上げからの消費減退は続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・営業成果の指標となる数値をみると、前年度と同じ状況で推移している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今の時点では、先行きが変わる好材料を感じない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・パリオリンピック需要と電力補助金の影響に期待している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	・以前は昼のピーク時に事業所の買物が増えていたが、最近では猛暑の影響もあり、この時間帯の来客数が減少している。その分、朝からの来客数が若干伸びてはいるが、全体的には来客数は減少しており、単価が高い夜の来客数も伸び悩んでいるため、危惧している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・猛暑が続き、人の動きも鈍い状況であるため、2～3か月後も景気は今の状況が続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・2～3か月先は10月となり、暑さなど天候は落ち着くが、年金や給与等の報道に振りまわされないようにしなければいけない。財布のひもが固い人が多いため、楽観的になれない状況である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・良くなる要素が何もないため、現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	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。
<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"/>	住関連専門店（経営者）	・月の後半から為替が少し円高に動いているが、まだ円安が継続している。来月から仕入先の値上げもあり、米国大統領選挙次第では、回復している国内景気も厳しくなると予想される。置き家具業界は、まだトンネルから抜け出すことができない状況である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年夏はお中元シーズンであるが、7月、8月のお盆の進物用は前年と比較すると来客数も多くなり売上はやや良くなっている。2～3か月先はギフトの需要が落ち着き、若干減少すると予想している。
<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〕（支配人）	・夏～秋にかけて、物価高や人件費高騰による景気の影響について判断が難しい。一般消費者は最低賃金が上がればその分生活が豊かになるが、一部の事業者ではコスト増加により苦しくなることも十分にあり得るため、消費にマイナスの影響もあると考えられる。当館においてはシネマ次第ではあるが、最低賃金は僅かながらプラスになると考えている。しかし、作業員などが多いエリアにおいて、その影響の判断がしづらいため先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・物価高騰の影響で仕入れが高くなっており、利益が下がっていく。加えて、酷暑により来客数の減少が心配される。

□	観光型ホテル（管理）	・若干の売上増加を見込んでいるが、仕入単価は上昇しており先行きは不透明である。
□	観光型ホテル（営業）	・客足が大きく減少してはいないが、諸事情による販売価格の上昇により、客が利用しにくい状態となっており、景気が良くなる傾向は見当たらない。
□	旅行代理店（統括者）	・客は物価上昇によりレジャー関連への支出を控えているため、来客数が前年と比べ減少している。
□	タクシー運転手	・夜の客はある程度いるが、まだ暑い日が続くため、日中の客は増加しないのではないかと心配している。
□	通信会社（社員）	・特に業界自体のトピックスがないため、景気は変わらない。
□	通信会社（企画担当）	・光回線の販売件数が変動する要因が見当たらず、低迷が続く。
□	通信会社（役員）	・生活物資の値上がりや賃金の据置き等により、大きな変化は期待できない。
□	通信会社（営業担当）	・今後も周囲で景気に影響を与える出来事がないため、景気は変わらない。
□	テーマパーク職員	・来客数が大きく落ち込むことは考えにくいですが、猛暑や新型コロナウイルス感染症の拡大が懸念される。
□	ゴルフ場（従業員）	・来場者数は、やや悪い状況で推移する。
□	競馬場（職員）	・今後の景気動向を左右する好材料が見当たらないため、しばらく現況と変わりはない。
□	理容室（経営者）	・来店客は高齢者が多く、雨や暑さで天候に強く左右される。また、当県では人口流出が多いため、新規の客が少なく非常に厳しい状況である。
□	美容室（経営者）	・2～3か月先には秋口になり、若干動きが出てくるが、現状のように客の動きが非常に悪いと購買意欲が薄れ、新製品が出たり起爆剤がないと販売量が伸びていかない。秋口の傾向として衣服又はファッションに変化があると美容業界も非常に良くなるが、今の状態では余り期待ができない。
□	美容室（店長）	・円高に振れているが、現在の生活は変化しない。
□	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）	・新型コロナウイルス感染症第11波は、ある程度収束していると想定されるが、報酬改定による減収の影響は継続している。加えて、10月からの最低賃金大幅アップによる人件費の増加もあり、値上げができない介護業界は厳しい経営環境が続く。
□	設計事務所（所長）	・今月の結果は2～3か月先に出るため、やや悪い状態がしばらく続く。
□	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の価格上昇が続くと予想され、生活必需品の値上げが収まる見通しが立たず、仕事の対価が上がる気配もない。
□	住宅販売会社（従業員）	・全ての業種で景気が良いということは難しいが、実態として業態が伸びる業種は全くないと考えている。公共事業は減少しており、事業があったとしても、単価が安く働き手がいなのが現状であるため、産業系構造を根本的に考えていかなければ経済が回っていかない。
▲	商店街（代表者）	・商店街全体では、猛暑の影響で出足が悪く、地域住民は近隣の大型ショッピングセンターで買物を済ませている。また、中心部の新築マンションは完売の垂れ幕が下がり、貧富の差が激しくなっている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・まだまだ暑い日が続き、売上に期待できない。
▲	百貨店（企画担当）	・米国大統領選挙の影響が金融政策に反応し、円高基調に振れるようであれば、インバウンドにマイナスの影響が出る可能性もあり懸念している。同時に国内消費は、冷え込みに足を踏み込んでいる状況である。
▲	百貨店（営業担当）	・夏休みやお盆の帰省客や家族連れの増加に加え、国内外のクルーズ船の寄港増加で周辺商店街の人の動きが増加しており、大型催事開催による店頭への来客数の増加が見込める。加えて、自家需要は堅調で紳士雑貨やインテリア、嗜好性の高いブランド品・舶来雑貨は価格の上昇はあるが購入意欲は高く、クレジット催事利用で来客数や商品単価が依然好調である。また、自家需要やギフトでは、国内外の観光需要の特産品増加で購入客数や客単価の伸びが見込める。

	▲	百貨店（リーダー）	・お中元や初盆の返礼品準備が終わると、次は不足分の買い足しや自家需要にとどまるため、売上は若干悪くなる。
	▲	百貨店（業務担当）	・今年の夏はこれまでで1番暑いという報道に加え、新型コロナウイルスの感染が周りでも急激に増加している。パリオリンピックの観戦を始め外出を控える要素が多いため、購買の機会が大幅に減ると見込んでいる。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・残暑の影響で秋冬商材に対して鈍化傾向となり、加えて、物価高に伴う生活防衛意識は継続していく。
	▲	スーパー（企画担当）	・ふだんの買物については食品が値上げしたにもかかわらず堅調に推移しているが、衣料品や住宅関連商材は、節約志向が継続しているため苦戦が予測される。
	▲	コンビニ（経営者）	・客は、より安価な商品を探めているため、他のディスカウントストア等へ買い回りのためではないかと心配している。今後の動向では、特に来客数の変化に注視する必要がある。
	▲	家電量販店（店長）	・記録的な猛暑の影響で、業界全体が好調である。しかし、特別な現象であるため好調は続かないと予想している。
	▲	家電量販店（店員）	・消費者が消費を拡大させる安心材料がないため、景気が良くなるとは考えにくい。
	▲	住関連専門店（従業員）	・例年10月から秋冬商材の引き合いが高まるが、この2か月は閑散期となり、需要が落ち着くとみられる。
	▲	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先の予約状況は、動きが鈍い。気温が下がり秋の食材やフグ料理が始まると徐々に客が多くなる。お盆を過ぎても暑い日が続くため、それまでの期間の景気は更に悪くなることも考えられる。
	▲	通信会社（企画担当）	・予算調整のため受注までに期間が少し掛かっており、見込みはやや減少すると考えられる。
	▲	観光名所（従業員）	・台風発生等があれば来客数が大きく変動するため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・3か月後には最低賃金が上がるが、同時期の価格転嫁は見込めないため、利益は減少すると予想している。
	▲	設計事務所（代表）	・今後の景気は、値段高騰などの影響でやや悪くなると予想している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・この猛暑で、しばらくは客の動きに減少傾向が続き、販売面にも影響が出てくると予想している。
	×	商店街（代表者）	・天候激変が予想され、9月までは厳しい商況が続くと予想している。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・10月以降涼しくなり、九州産や当県産の野菜や果物が出回るようになるなど、単価の上昇が収まり、人の出入りも多くなると予想している。
	×	スーパー（店長）	・物価の上昇に見合った所得上昇は実現せず、多くの人にとっては可処分所得が大きく減少した状態になっている。そのため、消費の意欲は一層低くなり、景況感は更に悪化すると考えられる。
	×	スナック（経営者）	・週末に利用が集中し、平日の落ち込みが激しくなっている。個人利用や団体利用も減少し、夜間の街の人通りも少なくなっており、物価高対策として外食費を節約していると考えられる。また、定額減税の効果もみられない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・9月以降は受注増加が見込まれるため、景気は良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置関連での引き合いが、若干増加している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・他社で対応できる人材が調達できず、当社への発注となったケースが発生している。今後の採用において報酬や福利厚生などの充実が重要視される。
	○	建設業（従業員）	・公共工事がなかなか受注できないが、まとまった工事を受注できたため、やや景気は良くなっていく。一方、円高や資材高騰などの影響で景気が完全に回復するのは難しい。
	○	金融業（営業）	・夏休みを迎え、消費活動が活発化する。現状では、賃上げやボーナスなど悪くはなく個人消費に引っ張られ、今後景気は上向くと予想している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが増加し、商品を大量に購入しているため景気はやや良くなる。

<input type="radio"/>	経営コンサルタント（代表取締役）	・7月後半から人手不足により厳しい状況になっていたが、当地では新型コロナウイルスの感染者が多くなり、加えて、梅雨や猛暑の影響で外出を控えている人が多くなっている。そのため、人の動きが滞っているが、梅雨が終わると状況に変化があると考えられる。
<input type="checkbox"/>	農林水産業（経営者）	・8～10月は原料入荷が安定しているため、工場生産に不安要素はない。しかし、円安や物価高から影響される経費の圧迫は、徐々に負担になってくることが考えられる。特に最近の値上げや2024年問題の人手不足の問題は大きくクローズアップされ、徐々に経営を圧迫されるのではないかと危惧している。
<input type="checkbox"/>	家具製造業（従業員）	・極端に売上が落ちることはないが、状況が大きく好転するほどの情報や材料もないため、年末までは大きな変動はないまま推移する。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・損益は余り良いとはいえず、当面この状態が続くと予想しており、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（経営者）	・2～3か月先は若干良くなるのではないかと期待はしているが、従来の製品の追加注文が決まらない状態で、加えて、新しい商品も浸透せず、今の状態が続くと予想している。新商品に期待はしているが、順調に売上が伸びるかどうかは難しい。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（事業統括）	・物価は上昇しており、景気が上向いているといえる状況ではない。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・主力車種の生産が計画より少なく推移しているが、他車種の生産増加により全体量としては横ばいである。
<input type="checkbox"/>	建設業（社員）	・発注や受注が計画どおりに進むように努め、現状を維持する方向で対応していく。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・景気が回復傾向に感じるが、この状況は夏で終わる可能性も考えられるため、完全に景気が良くなるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・米国の大統領選挙次第では、中国への規制の影響で我が国の輸出入に対して好材料となる予測もあるが、現時点では物価高もあり好転する兆しがない。
<input type="checkbox"/>	通信業（職員）	・電気工事の受注状況は良いが、情報通信工事に関しては今年度も部門としての年度目標額に対して厳しい状況が続いている。特に入札やプロポーザル案件の競争は厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	通信業（経理担当）	・業務用のパソコンやクラウドサービスの利用料など、事業運営に必要な物やサービスの値段がじわじわと上昇している。業績に与える影響は今のところ軽微ではあるものの、動向を注視していく必要がある。
<input type="checkbox"/>	通信業（統括者）	・企業のデジタル化やセキュリティ不安からの対策ニーズは高まっているが、投資を伴う対策まで至っているとは言い難く、横ばいである。
<input type="checkbox"/>	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、公共投資も増加している。一方、住宅や家電の売上は弱含んでおり、物価上昇や人手不足などもあり、先行きをやや慎重にみる企業もある。
<input type="checkbox"/>	金融業（調査担当）	・当面は物価高が消費回復の足かせとなる状況が続く。件数は少ないものの、地元企業の大型倒産も発生しており、企業の資金繰りにも注視が必要である。
<input type="checkbox"/>	金融業（調査担当）	・物価上昇の動きが2～3か月先も変わらないため、景気は現状維持と予想している。
<input type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	・円高傾向になり輸入品の価格低下も期待できるが、金利上昇の可能性もあり、取引先の金利負担が重なると景気好転は期待できない。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・金融機関や同業他社においても、今後に向けて大きな変動はないと考えられる。
<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）	・物価上昇の影響で大企業では賃上げが進んでいるが、当社では賃上げが難しく、周りの業者も改善する状況ではない。世界情勢ではウクライナ情勢やガザ侵攻、中国の景気減速等先行きが見通せない。景気全体としては3か月後も余り変わらない。

	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント（代表取締役）	・Webのアクセス数や問合せ件数に大きな変化がない。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント（社員）	・こちらから積極的な活動を起こさない限り、新しい動きは生まれないが、動きが少なすぎるため、景気は変わらない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・9月より商品の価格転嫁を実施し値上げをするため、一時的に需要は減少する。
	▲	繊維工業（営業担当）	・在庫調整で1～2年生産量が減少する予想であるため、ここ1年は非常に厳しくなる。最低賃金が上昇すると、一層大変な状況になるため懸念している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・売上見込みによると、景気はやや悪くなる。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・相場が徐々に下落するのは良いが、このところ大幅に下落しているため、顧客の生産への影響が長引くと予想している。
	▲	輸送業（総務担当）	・物価高の影響や人件費の増加が企業活動に大きく響いてくる。大幅な最低賃金上昇が招くパート社員の就労制限が中小企業にとって、更なる痛手となる。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・福祉の分野では、今年度各市町村で一斉に発注される委託業務は、子供計画策定業務だけとなっている。年度当初から発注件数は月ごとに減少しており、今後も減少が予想される。また、業者選定も入札になるため価格競争となり、景気はやや悪くなる。
	×	—	—
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・最低賃金が改定される時期である。それに伴い、今年4月に改定ができなかった企業には10月からの派遣料金改定を相談しており、ほとんどの企業では了承済である。
	○	人材派遣会社（社員）	・新施設のオープンなど取引拡大が見込まれるため、景気はやや良くなる。
	○	人材派遣会社（社員）	・景気はやや良くなると予想している。女性社員の育休取得時の派遣依頼に加え、男性社員の育休取得での派遣補充の問合せなども出てきており、働き方が変化している。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・日本経済は緩やかな回復傾向であるには変わらないが、円安が継続しており、物価高騰がこのまま継続することを危惧している。輸出企業など好調な収益を上げている企業では、物価高騰を上回る賃上げや、将来を見据えた設備投資の拡大などで前向きな支出につながることに期待されている。しかし、一部の業界によっては働き手の人材不足もあり、企業の採用意欲は、今後も続くと予想している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・通年だと9月以降は求人が活発になるが、前年の秋からその傾向が薄れている。人手不足であるが、これまでのようにメディアを活用して求人を出すことが減少している。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・最低賃金が過去最高の増額幅となり、景気変動の要因の1つとして期待しているが、短期的には上向くとは考えられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏休み等を過ぎると、人流のピークは超えるが、インバウンドは好調であるため景気はそのままの状況で推移する。秋の値上げなどもあるが、買い控えまではいかないと予想している。
	□	職業安定所（職員）	・一部の事業所では、事業拡大や人員は充足した状況であるが、全体的には大きな変化はなく、景気上昇の特段の要因はみられない。そのため、今後の景気は横ばいが予想される。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金改定の時期となるが、ガソリンや原材料費増加も続いており、企業の負担がじわじわと増加しているため、好転する要因がみられない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・景気動向より、少子高齢化や働き方改革の影響もあり、慢性的な人材不足は続くと考えられるため、かなり大きな景気後退がない限りこの状態が続く。
		▲	人材派遣会社（社員）
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業や団体を含め飲食の会合の機会が多いが、物価上昇に伴い、飲食費や会費の値上げも増えている。一部団体では会費を据え置いていたが、値上げに踏み切らざるを得ない状態である。今後もうこうした状況が続くと考えられ、景気が良くなるとはいえない。

	▲	学校 [専門学校] (就職 担当)	・円安や物価高がそのまま続けば、徐々に個人消費が弱っていくことが推測されるため、景気はやや悪くなる。
	×	—	—