

10.九州（地域別調査機関：（財）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             | 景気の現状判断   | 業種・職種                            | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|-----------|----------------------------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良くなっている   | 観光旅館組合（職員）                       | 来客数の動き | ・前年9月の大型連休ほどはないが、連休以降、少しにぎわっている。   |
|                | やや良くなっている | 一般小売店〔鮮魚〕（店員）                    | 来客数の動き | ・涼しくなり、少し客足が伸びている。これから伸びると期待する。  |
|                |           | 百貨店（営業担当）                        | 単価の動き  | ・3か月前の来客数は前年比90%前半で推移していたが、今月はほぼ同100%に回復している。客単価も前年を上回り、安定して推移している。  |
|                |           | 家電量販店（総務担当）                      | 販売量の動き | ・残暑とエコポイントが追い風となり、前年比150%近い売上になっている。   |
|                |           | その他専門店〔書籍〕（店長）                   | 販売量の動き | ・良い状況であるとは言い難いが、3か月前が非常に悪かったため、それと比較すると良くなっている。  |
|                |           | 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〕（支配人） | 来客数の動き | ・キーテナントである映画館の集客が好調であり、それに引っ張られる形で来客数が増えている。   |
|                |           | タクシー運転手                          | お客様の様子 | ・平日の利用客は少ないが、週末はイベントがあり、県外の人が増えたため、タクシーを利用する観光客が増えた。   |
|                |           | ゴルフ場（従業員）                        | 来客数の動き | ・夏場の天候不順や口蹄疫の問題でコンペ等の動向が懸念されていたが、9月の中旬以降から少しずつ地元のコンペが入ってきている。来月から少しずつコンペ等の予約が動き出している。  |
| 変わらない          |           | 商店街（代表者）                         | 販売量の動き | ・景気は低迷したまま売上は変わらない。  |
|                |           | 商店街（代表者）                         | お客様の様子 | ・朝夕涼しくなってきたが、日中は依然として暑い。天候が定まらないこともあり、客の消費動向が読めない。   |
|                |           | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き | ・中心商店街の来街者数が減ると同時に、単価も下がっている。数か月前と比べても悪い状況がずっと続いている。大変厳しい状況である。  |
|                |           | 商店街（代表者）                         | 来客数の動き | ・9月の前半は猛暑の影響で8月同様に、来客数が減少していたが、後半になり客足が回復傾向にある。販売額は低調した状態が続いている。   |
|                |           | 一般小売店〔青果〕（店長）                    | それ以外   | ・地物や県産の野菜が少なく、県外の野菜に頼っている状態である。全国的な猛暑も影響し、相場がなかなか落ち着かず、需要価格とマッチせず厳しい状態が続いている。  |
|                |           | 百貨店（売場主任）                        | お客様の様子 | ・全体的に9月は気温が高く推移したため、特に婦人服、紳士服のカジュアル衣料の買い控えが目立った。気温が下がっても、秋物がすぐ着れなくなるのではという消費者心理が働き、消費者の購買意欲は向上せず、売上につながらない。  |
|                |           | 百貨店（営業担当）                        | お客様の様子 | ・友の会の満会金券配布が次月へ移行し、店頭売上、買上単価共に減少した。一方秋物の正価販売品のシェアは上昇している。得意客のホテル催事への来客数は増加したが、売上は今一つであった。店内催事も伸び悩み、金券発行を待つ姿勢が顕著だった。  |
|                |           | 百貨店（売場担当）                        | 来客数の動き | ・来客数は前年比100%となっているが、客単価は前年比で約98%となっている。1品単価は前年比99%、購買率も前年比99%となっている。来客数は増加しているが、それに伴って売上は上がらない。今月は15日までは動きが鈍く、15日以降は気温が下がったこともあり、衣料品が売れ出した。前半の売上は前年比95%、後半は同101%で推移しており、最終的には同98%となっている。 |
|                |           | 百貨店（営業企画担当）                      | 販売量の動き | ・気候要因が大きい厳しい状況が続いている。円高の影響も出てきている。   |
|                |           | 百貨店（営業企画担当）                      | 販売量の動き | ・全館の売上は前年比で3～5%の減少傾向が続いている。来客数はやや回復基調にあるものの、客単価は低下傾向にある。9月は残暑が続き、秋物商品が低迷している。初旬は前年を大きく下回ったものの、秋分の日以降は、やや回復基調となっている。  |

|                            |        |   |
|----------------------------|--------|---|
| 百貨店（業務担当）                  | お客様の様子 | ・猛暑の影響で夏物を延ばして展開していた時は、それなりの反応があった。しかし暦の上では秋となり、気分的に夏物商品の買い控えが起こっている。一方で秋物商品購入にはつながらず、売上が減少している。                      |
| 百貨店（企画）                    | 販売量の動き | ・リーマンショック後2巡目に入り、売上の前年比の減少幅は小さくなっている。しかし、2年間で大きく売上が落ちたことを勘案すると、前年実績を超えない限り、景気が上向いたとは判断できない。                           |
| スーパー（経営者）                  | 販売量の動き | ・全体的に原価が上がり、商品単価が上がっているせいか、販売量が減っている。   |
| スーパー（店長）                   | 販売量の動き | ・食料品は売場形態をディスカウント化したことで前年比110.2%で推移しているが、衣料品は夏物衣料の不振と天候の影響で同73%となっている。総じて前年比97～98%で推移している。夏物衣料がほとんど売れず、冬物衣料に期待するしかない。 |
| スーパー（店長）                   | 来客数の動き | ・猛暑で青果商品が売れている。今、青果物の相場が高いため、1品単価が上がり、売上は増えているが、それ以外は依然として厳しい状況である。   |
| スーパー（店長）                   | お客様の様子 | ・客の様子をみると、相変わらず節約志向が続いている。ただ、たばこに関しては値上げ前の買い込み需要が発生し、前年比200%以上である。衣料品は残暑が厳しいこともあり、秋物衣料の動きが非常に悪い。                      |
| スーパー（総務担当）                 | お客様の様子 | ・残暑の影響もあり、衣料品や住居用品の季節商材の動きが鈍い。また、客は月後半の気温の低下にもあまり反応していない。   |
| スーパー（経理担当）                 | 販売量の動き | ・急激な消費減退から1年経ち、低レベルで安定している。猛暑効果やたばこの増税による駆け込み需要等を除外すると前年並みか前年を下回る。  |
| スーパー（売場担当）                 | 単価の動き  | ・特売商品のみを購入する客が多い。   |
| スーパー（業務担当）                 | お客様の様子 | ・下旬に気温が下がっても衣料品、生活用品共に秋物需要が出てこない。例年みられる正価販売品の動きもほとんどない。   |
| コンビニ（エリア担当）                | 販売量の動き | ・残暑が長引き、飲料やアイス等の売上が上がる反面、おでんや肉まん等の秋冬用商品の売行きが悪く、思うようにいかない。10月1日からのたばこの増税に伴い、値上げ前の駆け込み需要で、売上は上昇し、総じて前年を上回っている。          |
| コンビニ（エリア担当・店長）             | それ以外   | ・たばこの駆け込み需要で売上は伸びてはいるが、来月以降はたばこの需要がなくなる分、客の購買単価並びに購買数が落ちるので、この先最低でも3か月は売上が伸び悩む。                                       |
| 衣料品専門店（店長）                 | 販売量の動き | ・残暑の影響で客足は少なく、売上は上がらない。   |
| 衣料品専門店（店員）                 | 販売量の動き | ・残暑の影響で9月前半は秋物がさっぱり売れなかった。売上は前年比60%で推移し、一時はどうなるかと心配したが、月後半になり、気温が下がると秋物が一気に動き出した。地元球団の優勝セールもあり、最終は前年並みの売上となっている。      |
| 乗用車販売店（従業員）                | 販売量の動き | ・9月7日にエコカー購入補助金制度が終わった途端、客の来店がなくなった。  |
| 乗用車販売店（販売担当）               | 販売量の動き | ・自動車販売業はこの6か月間、エコカー購入補助金制度の駆け込み需要があり、前年と比べてかなり販売量が増えた。しかし今月早々にエコカー購入補助金制度の予算に達し、補助金が打ち切れ、販売量に陰りがみえ始めている。              |
| その他専門店【コーヒー豆】（経営者）         | 販売量の動き | ・今年は例年になく猛暑続きで、コーヒー関連業界は売上が伸びない。実際、商品開発に努力をしている店は、多少動きが良いが、例年と比べるとコーヒーの動きが悪くなっている。                                    |
| その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）       | 販売量の動き | ・9月は3連休及び飛び石連休があり、観光客等による販売量の増加を期待したが、燃料油の販売数量は前年同期と比べても、ほぼ同数量であった。ただ、客からは高速道路の混雑状況は通常の土日より混雑していたとの話が聞かれた。            |
| その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員） | 販売量の動き | ・前年は9月に大型連休があったが、今年はないため売上が落ちている。また売上単価も落ちているので、売上の増加は見込めない。同業他社も同じである。   |

|           |                               |        |   |
|-----------|-------------------------------|--------|---|
|           | 高級レストラン<br>(支配人)              | 来客数の動き | ・来客数はそれほど変化がなく、集客ができない。   |
|           | スナック(経営者)                     | 来客数の動き | ・来客数は相変わらず低迷しているものの、今月は客単価が高く、若干ながら売上に貢献している。   |
|           | 観光型ホテル<br>(スタッフ)              | 販売量の動き | ・一般宴会が過去最低の数字となっている。特に会議、セミナー等の数が激減している。  |
|           | 都市型ホテル<br>(スタッフ)              | 単価の動き  | ・ホテル内全部門で単価の下落が止まらない。販売数で目標をクリアしようとしているが、市場規模が小さいこともあり伸び悩んでいる。  |
|           | 都市型ホテル<br>(副支配人)              | 販売量の動き | ・前年9月の大型連休と比べると今年は飛び石連休となっており、動きが鈍くなっている。また、大きな団体の動きが悪くなっている。   |
|           | 旅行代理店(従業員)                    | 販売量の動き | ・海外旅行の動きが少し良くなっている。特にヨーロッパやアメリカ方面の旅行が増えている。また、円高の影響で団体の海外旅行が伸びている。  |
|           | 旅行代理店(業務担当)                   | 販売量の動き | ・予約状況が良くなく、営業についても先行き不透明感がぬぐえない。  |
|           | タクシー運転手                       | 来客数の動き | ・とにかく乗車率が悪い。日中は客の出が悪く、繁華街にもほとんど人がいない。夜は壊滅状態である。   |
|           | 通信会社(管理担当)                    | それ以外   | ・資金繰りが厳しいままで景気の変化が感じられない。   |
|           | 通信会社(営業担当)                    | それ以外   | ・口蹄疫問題が終息して県民が頑張ろうと立ち上がっているが、依然景気回復には至っていない。  |
|           | ゴルフ場(支配人)                     | 来客数の動き | ・今月も記録的な猛暑が月後半まで続き、客足は停滞したままであった。   |
|           | 美容室(経営者)                      | お客様の様子 | ・3か月前の6月の美容室は良い時期ではなく、9月も良い状況ではない。不景気は続いている。  |
|           | 美容室(店長)                       | お客様の様子 | ・成人式の予約が入ってくる時期であるが、景気が悪いせいか例年より予約数が少ない。  |
|           | 音楽教室                          | お客様の様子 | ・9月から新規生徒募集が始まっているが、去年より参加者が少ない。  |
|           | 住宅販売会社<br>(従業員)               | お客様の様子 | ・宅建業、不動産業の仲介において、預かる物件数が増えているが、実際購入希望客が少ないため、バランスがとれてない。売りたい人は多いが、買いたい人は少なく、お金が動いていない。                          |
|           | その他住宅投資の動向を把握できる者[住宅情報誌](経営者) | 販売量の動き | ・不動産の購入や建築需要がなく、住宅版エコポイントの効果もあまりない。   |
| やや悪くなっている | 商店街(代表者)                      | 販売量の動き | ・宮崎は口蹄疫の影響で依然、景気がかなり落ち込んでいる。客の買い控え傾向は続いており、商品が動かない状況である。  |
|           | 商店街(代表者)                      | お客様の様子 | ・土曜日、日曜日の商店街への来街者数の減少が著しく、来店客も先行き不安から購買意欲がない。   |
|           | 一般小売店[茶](販売・事務)               | 販売量の動き | ・9月に入っても真夏のように暑い日が続く、相変わらず来客が少ない。例年の販売量に期待し、仕入れをしているが、外販の注文も落ち込んでいるため、在庫を抱えている状態である。                            |
|           | 百貨店(営業担当)                     | お客様の様子 | ・9月上旬が非常に暑く、客の動きが鈍かった。高額品が動きつつあるが、中間層のベクトルが下を向いているのを、カバーしきれない。特に中間層のファッションに対する欲求がかなり低下している。                     |
|           | スーパー(店長)                      | 販売量の動き | ・野菜の価格高騰により、販売量が落ちている。運動会用のお弁当材料等も売れていない。   |
|           | スーパー(店長)                      | お客様の様子 | ・残暑が長引き、客の来店時間が午前中と夕方に集中しており、店内での滞留時間も減っている。競合店のチラシ、あるいは近くのスーパーの買得商品求めて買い回りの傾向が強まっている。ワンストップショッピングでの買物点数が減っている。 |
|           | スーパー(総務担当)                    | 販売量の動き | ・デフレ傾向や同業種間の競争激化に加え、可処分所得の減少による販売量の低下に歯止めがかからない。  |
|           | コンビニ(販売促進担当)                  | 販売量の動き | ・毎月継続して3、4割引きの協力販売等を実施しているが、前年比3%ダウンをなかなか埋めることができない。消費者の財布のひもは以前より固くなっている。出荷される商品量が非常に少なくなっている。                 |
|           | 衣料品専門店(総務担当)                  | 来客数の動き | ・景気の悪化に加え、酷暑の影響が非常に大きく、秋物の動きが全くみられない。   |

|           |                                 |            |  |
|-----------|---------------------------------|------------|--|
|           | 衣料品専門店<br>(取締役)                 | 販売量の動き     | ・9月前半は残暑が続き、秋物商品の立ち上がりが非常に悪かった。春夏セール品の在庫を売りながら、薄手の秋物商品を立ち上げたが、8月ほど売れなかった。またセール品では利幅がなく、厳しい状況である。今年に入って一番厳しかった。 |
|           | 乗用車販売店<br>(従業員)                 | 販売量の動き     | ・エコカー購入補助金制度の打ち切りのため、9月中旬以降の売上台数が減少した。   |
|           | 自動車備品販売店<br>(従業員)               | 単価の動き      | ・エコカー購入補助金制度が終了し、売上が徐々に落ちている。  |
|           | 住関連専門店<br>(経営者)                 | 来客数の動き     | ・毎月行なっているキャンペーンの動向が今年に入り少しずつ回復しているが、今月は今年に入って最低の数字だった。前年は初夏から店舗での売出しを行なったが、今年には店舗での売出しをしなかったせいかもしれない。          |
|           | 住関連専門店<br>(店長)                  | 販売量の動き     | ・今月は売上が前年比1～2割落ちている。   |
|           | タクシー運転手                         | お客様の様子     | ・今年の夏は異常に暑く、外出を控えている人が多く、タクシーの動きも悪い。   |
|           | タクシー運転手                         | 来客数の動き     | ・夜の飲み屋の動きが非常に悪く、閑古鳥が鳴いている状況である。  |
|           | 通信会社(業務担当)                      | 単価の動き      | ・携帯電話本体の格安商品が少なく、高機能ではあるが高単価の商品ばかりで客の購買につながらず、販売量が落ちている。   |
|           | 通信会社(総務担当)                      | お客様の様子     | ・今夏の猛暑で外出を控えている人が多く、消費動向に影響を与えている。この暑さでクーラー等の家電製品の売上は良好である。なお、地元の景気動向は全体に低調に推移している。                            |
|           | テーマパーク<br>(職員)                  | 来客数の動き     | ・各種施策や商品を展開しているが、9月の3連休を除いて個人客、団体客共に宿泊部門もゴルフ部門も伸び悩んでいる。  |
|           | 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) | お客様の様子     | ・8～9月にかけての猛暑、残暑により、外出のサービスを延期またはキャンセルする客が増加した。   |
| 悪くなっている   | 商店街(代表者)                        | 販売量の動き     | ・客はとにかく物を買わない。試着もしないし、全く動きがない。心理的に非常に悪い方向に動いている。   |
|           | 一般小売店[生花](経営者)                  | 販売量の動き     | ・客の受注状況は非常に厳しい。生花の購入は控えるなら控えても良い商品であるため、景気が良くないと動きが鈍くなる。もともと繁盛店ではないにもかかわらず、売上は更に減っている。                         |
|           | 衣料品専門店(店長)                      | 来客数の動き     | ・暑さが続き秋物がほとんど売れない。少しでも涼しいと客も手に取る気になるが、見に来る客もいない。   |
|           | 乗用車販売店(管理担当)                    | お客様の様子     | ・自動車販売はエコカー購入補助金制度が9月上旬に打ち切りとなり、その後の受注は前年の半分弱である。また客の動きが今までと全く違い、来場も少なくなっている。以前から予想されていたことではあるが、厳しい状況となっている。   |
|           | 乗用車販売店(総務担当)                    | 販売量の動き     | ・エコカー購入補助金制度が9月7日で終了し、それ以降、新車受注が激減している。来店客がほとんどなく、ショールームに人影がない。  |
|           | 高級レストラン(経営者)                    | 来客数の動き     | ・9月は8月同様、客の動きが鈍かった。  |
|           | 高級レストラン(専務)                     | 来客数の動き     | ・口蹄疫の影響で人はあまり外食をしなくなり、観光や人との交流も少なくなっている。周辺の居酒屋でも金、土曜日に若い人たちが多いのみである。それ以外の人たちはあまり外に出なくなっている。                    |
|           | その他飲食[居酒屋](店長)                  | それ以外       | ・季節要因ではあるが、鹿児島は一段と暑い夏で、ビアガーデンは少しは集客していたかもしれないが、当店は今までにない不況であった。  |
|           | 企業動向関連                          | 良くなっている    | -  |
| やや良くなっている |                                 | 農林水産業(経営者) | 受注量や販売量の動き   |

|                  |                      |   |  |
|------------------|----------------------|---|--|
|                  | 建設業（社員）              | 受注量や販売量の動き                                | ・上半期は、最終月で全体の80%の発注があった。年度末までいっぱい工事量があるわけではないが、3か月前と比べればどの業者もある程度の工事量の確保ができています。                             |
|                  | その他サービス業〔物品リース〕（従業員） | 受注量や販売量の動き                                | ・先月に引き続き、設備投資の大口案件の受注が好調であり、特に半導体関連及び医療機関の大口契約があり、前年同期の実績を大きく上回った。   |
| 変わらない            | 農林水産業（従業者）           | 受注価格や販売価格の動き                              | ・畜産物の価格が低迷しており、その中でも牛の価格が非常に下がっている。景気が回復しない限り、今の状態のままである。  |
|                  | 食料品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き                                | ・季節から商品の動きは悪くないが、天候不順の影響があり、原料が潤沢に入荷されない。  |
|                  | 繊維工業（営業担当）           | 取引先の様子                                    | ・中国への不安のため国内工場への受注が少し出てきたが、本来円高の影響もあり、海外生産をしたいのが取引先の実情である。   |
|                  | 家具製造業（従業員）           | 受注量や販売量の動き                                | ・公共工事や民間の商業施設等すべてに一服感がある。円高の影響や政治の指導力等を踏まえ様子見の状況である。今年の前半からの緩やかな景気回復基調があったが、今月は感じられない。                       |
|                  | 電気機械器具製造業（経営者）       | 取引先の様子                                    | 電子部品関連は一般的に良い状況が続いている。良かったり悪かったりと一進一退の状況であるが、良い方向に進んでいる。   |
|                  | 一般機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き                                | ・受注量は少ない状況にある。コスト競争が激しく、採算割れの仕事を受注することもある。   |
|                  | 一般機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き                                | ・9月半ば以降、以前の見積りが少しずつ動き出した。  |
|                  | その他製造業（産業廃物処理業）      | 受注量や販売量の動き                                | ・製造業の生産レベルが回復基調にあるなかで、受注量は徐々にではあるが回復しているものの、製造能力が十分に発揮されていないこともあり、前年の受注量には達していない。                            |
|                  | 輸送業（総務担当）            | 取引先の様子                                    | ・預かっている荷物の動きはあまり良くない。特に秋物衣料品についてはあまり出荷されていない。  |
|                  | 輸送業（総務）              | 受注量や販売量の動き                                | ・好転の兆しはみられず、中国問題など課題が山積みなのが、景気回復は望めない状況にある。  |
|                  | 金融業（営業）              | 取引先の様子                                    | ・資金繰りが一息つく水準で落ち着いている。円高やエコポイントの関係で悪化しているとの声が聞かれるが、取引先の製造業の受注状況は、落ち込んでいない。                                    |
|                  | 金融業（調査担当）            | 取引先の様子                                    | ・取引先に行った円高調査によると、現時点での取引先の影響は軽微との回答が多いことから、現時点での方向性として変わらないと判断している。  |
|                  | 金融業（得意先担当）           | 取引先の様子                                    | ・通常の資金需要に対応する貸出金がほとんどなかった。現状の資金繰りを楽にするための資金の折り返しの融資や条件変更の申し出もある一方、本来の必要な資金の申込は依然多くはみられない。                    |
|                  | 経営コンサルタント            | 受注量や販売量の動き                                | ・受注量に関して、全く増えないという状況が続いている。  |
| 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子               | ・取引先に業況をヒアリングすると、悪くもないが良くもなっていないという回答が多い。 |  |
| やや悪くなっている        | 電気機械器具製造業（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き                              | ・取引先の様子が大変厳しくなっている。一番問題なのは受注価格がなかなか決まらないことである。仕事量は増えているが、受注価格が低単価であることから結果としては悪くなっている。                       |
|                  | 金融業（営業職 渉外係）         | 取引先の様子                                    | ・急速な円高や株価の低迷により、輸出産業を中心とした企業業績が鈍化傾向にある。  |
|                  | 金融業（営業担当）            | 取引先の様子                                    | ・中小企業、個人事業主の倒産が取引先に多くみられる。特に建設業関係の倒産が目立ち始めている。資金繰りがタイトで借入金元金返済据置き要望も目立つ。                                     |
|                  | 経営コンサルタント（代表取締役）     | 受注量や販売量の動き                                | ・残暑が非常に厳しかった影響で秋物用品の販売がかなり不振であったと聞く。車のエコカー購入補助金制度も終わり、若干厳しい局面にきている。  |
| 悪くなっている          | 窯業・土石製品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き                                | ・8月は猛暑で消費者や商品の動きが悪かったが、9月も引き続き受注や単価においても厳しい状況である。商品の動きが鈍く、消費者への販売も動きが非常に悪い。9月の後半は通常の商品がいくらかでも動き出すが、今年は大変厳しい。 |

|          |                |                        |                                    |  |
|----------|----------------|------------------------|------------------------------------|--|
|          |                | 輸送業（従業員）               | 受注量や販売量の動き                         | ・9月は通常上半期の決算で受注量が伸びるはずだが、今月は例年に比べて荷動きが悪く、通常の営業月とほぼ変わらない。以前であれば月末の押し込みということで、問屋もある程度在庫を抱えていたが、今は荷主の営業力も落ちており、在庫を抱えることなく、必要な分だけ在庫する荷主が増えている。 |
|          |                | 経営コンサルタント              | 受注価格や販売価格の動き                       | ・清酒や焼酎等いずれもとにかく売れない。清算在庫も多くなり資金繰りも大変である。このまま売れないと倒産もやむを得ない。  |
|          |                | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | 競争相手の様子                            | ・市町村の委託する業務は、発注量が激減しているため、経営が立ち行かなくなる建設コンサルタントが発生している。倒産や借金を重ねている業者も見受けられる。福祉系のコンサルタントは、入札時に低価格競走が激しく、安い金額で受託しており、他のコンサルの存続にも影響を与える恐れがある。  |
| 雇用<br>関連 | 良く<br>なっている    | -                      | -                                  | -  |
|          | やや良く<br>なっている  | 職業安定所（職員）              | 求人数の動き                             | ・新規求人数は、前年比22.1%増と改善がみられる。工場増設等いくつかの企業からの求人により大幅な増加となっている。しかし求人意欲の高まりは、全体的なものとはまでは言えない状況である。   |
|          |                | 職業安定所（職員）              | 求人数の動き                             | ・3か月前との比較では、新規求人数、有効求人数共に増加しており、新規求職者数、有効求職者数共に減少となっている。企業の求人活動は3か月前より活発になっている。  |
|          | 変わらない          | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き                             | ・依然として、人手を増やし業務に対応する企業は少ない。今いる人員で乗り越える企業が多く、状況は前と変わらない。注文がある企業も決して増員ではない。  |
|          |                | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き                             | ・イベント系人材派遣部門の求人依頼が復活している。前年は中止したキャンペーンを今年は開催するなど、動きが出ている。しかし、予算は変わらず縮小傾向で売上に大きな加算はない。  |
|          |                | 求人情報誌製作会社（編集者）         | 求人数の動き                             | ・例年9月は求人件数が増加し、今月も前年並みで推移している。3か月前と比較して大きな変化はなかった。   |
|          |                | 新聞社〔求人広告〕              | 求人数の動き                             | ・求人数の動きは依然鈍く、低迷を続けている。   |
|          |                | 新聞社〔求人広告〕（担当者）         | 求人数の動き                             | ・求人数は前年を上回っているが、この数か月では大きな変化はみられない。福祉、介護分野の求人が活発である。   |
|          |                | 職業安定所（所長）              | 求人数の動き                             | ・4月以降、新規求人はパート、派遣求人の押し上げを受けて前年同月を上回り増加傾向にあるが、正社員求人はさほど変化がみられない。求職者では、雇用保険受給者はかなり減少しているが、パートの求職者増により新規求職者は増加している。                           |
|          |                | 職業安定所（職員）              | 求人数の動き                             | ・新規求人数は3,312人で前年比11.5%の増加となっており、有効求人数も8,670人と同19.5%増加となっている。   |
|          |                | 職業安定所（職員）              | 周辺企業の様子                            | ・求人数に若干の明るさがみえているものの、百貨店の売上高は29か月連続で前年比減と個人消費が冷え切っている。   |
|          |                | 民間職業紹介機関（支店長）          | それ以外                               | ・リーマンショックからの持ち直しが、頓挫した状態である。派遣需要が再び鈍化どころか減退し始めている。   |
|          |                | 学校〔大学〕（就職担当者）          | 求人数の動き                             | ・求人数は低調なままで推移している。単月で見ると前年同月比はやや増加する傾向も見受けられたが、すぐに縮小してしまい、一過性の現象であった。  |
|          | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 採用者数の動き                | ・欠員求人は出ているが、増加には至らない。特に現業系の求人が少ない。 |  |
|          | やや悪く<br>なっている  | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き                             | ・若年者就労支援事業を行っているが12万人の大卒未就労者に加え、8万人が留年、来年新卒者の50万人強に加え、20万人が労働市場にあふれている。雇用のミスマッチをなくさない限り、毎年上積みとなることが強く懸念される。                                |
|          |                | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き                             | ・人員ニーズがあっても、先行きを見極めるための様子見が多い。   |

|         |                      |        |  |
|---------|----------------------|--------|--|
|         | 新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 ) | 求人数の動き | ・ディスカウントストア等の店舗拡大による求人が目立つ。来春の九州新幹線開業で博多駅など一部地区の話題はあるが、全体を引っ張るほどはなく、その他の地区のサービス、流通が悪い。また中国情勢の懸念もあり、北部九州の景気はやや悪い。 |
|         | 民間職業紹介機関 ( 社員 )      | 求人数の動き | ・派遣適正化の動きが継続しており、派遣から直雇用への流れが続いている。特に、上場企業はより厳格な対応を進めている。  |
| 悪くなっている | -                    | -      | -  |