

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
家計動向 関連	良く なっている やや良く なっている	衣料品専門店 (総務担当)	競争相手の様子	・競合する百貨店、専門店等が閉店した特殊要因で、 当店の売上は向上している。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・前月に比べて来客数が増え、例年並みの水準になっ ている。
	一般小売店〔精 肉〕(店員)	販売量の動き	・得意先が増えており、景気は良い。	
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・3か月前の売上は前年比94.8%だったが、今月は同 108%になる。客単価と1品単価がかなり上がってい る。競合店が閉店となった分、当店に客がきていると 思われるが、来客数は前年実績をわずかに超えていな い。ただ3か月前は前年比94.6%であったが、今月は ほぼ100%と、5.4ポイント伸びている。アイテム別で は、婦人部門が前年比116%、紳士が同99%、食品が 同106%、家庭用品が同106%、雑貨で同126%となっ ている。	
	衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・開業100周年の催事を行い、そのイベントにより売 上が大きく伸びている。	
	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・決算月であり、客の来店が多く、受注台数も増えて いる。	
	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・メーカーの増産により新車が十分に供給されてい る。中古車等の売上も堅調に推移しており、新車の増 加分が売上、また利益の増加につながっている。	
	その他専門店 〔コーヒー豆〕 (経営者)	販売量の動き	・売上は前年比110%と伸び、客単価が徐々に高まっ ている。また、夏場のギフト物が一段落し、若干販売 量が減るかと思われたが、一般家庭用コーヒーの消費 が若干増えている。	
	高級レストラン (専務)	来客数の動き	・当地は九州新幹線の全線開通効果で、5月のゴール デンウィークごろから少しずつ旅行客が増えている。	
	観光ホテル(総 務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響から脱却し、少しずつ上向いて いる。	
	都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客が西へ流れている。また、 駅ビルのリニューアルや九州新幹線全線開業等、当地 への来客数は増えている。	
	旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・9月は3連休が2回あるなど、観光関連に関する日 並びが良く、近場を中心にレジャー需要は活発であっ た。ただし、台風の影響で沖縄方面の旅行が影響を受 けている。	
	美容室(店長)	お客様の様子	・最悪の状態から少し変化が出てきた。運動会や結婚 式へ出るからきれいにしようという来客が少し多く なっている。	
	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)	販売量の動き	・気候的にも涼しい時期となり、例年も10月ごろまで は在宅サービスの客の増加が期待できる。	
変わらない	商店街(代表 者)	来客数の動き	・8月下旬から9月初旬にかけて、秋物の動きが順調 であったが、中旬以降の売上と来客数は3か月前の水 準に逆戻りしている。	
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響はひとまず落ち着いたものの、 台風の被害やヨーロッパでの金融不安など、将来に対 する不安要因が次から次に出ており、消費者が安心して 買物できる雰囲気ではない。	
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・盆明けから商店街では閉店する店舗が出ています。ま た天候不順もあり、来客数が更に減り、暑さによる年 配客の減少が目立つ。	
	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・紳士服に関しては前年並みの売上を確保できたが、 依然として婦人服が前年の売上を確保できていない。 商品によって売行きにバラツキがあり、全体で景気が 良くなっている様子ではない。	
	百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・台風による大雨、大量の降灰で外出や買物を楽しむ 客の気持ちは減退している。平日の来客数が減少し、 日曜日のみ前年並みの水準を確保している。購買意欲 の減退で買上は現金、掛売、クレジットいずれも減少 し、客単価も低下している。ただクレジット利用の全 体に占める割合は上昇している。中旬の恒例の秋のダ イレクトメール催事、併催催事期間は来客数、売上共 に好調である。	

百貨店（企画）	販売量の動き	・8月の盆までは、前年並みの売上だったが、それ以降、台風や雨が多かった影響もあり、苦戦している。また、残暑により、夏物処分バーゲン是好調であるが、秋物の売上が伸び悩んでいる。来客数は悪天候により、前年を大きく下回って推移している。
百貨店（業務担当）	お客様の様子	・秋の訪れは去年より早く、秋物の動向に期待するものの、客の声としては、もう少し早くしてから買うという返答が多い。雑貨も含めて、実売は10月からになりそうであるが、下見の感じでは悪くない雰囲気である。
スーパー（店長）	お客様の様子	・いまだに景気の先行きが不透明であり、消費者の不安が払しょくされていない。特売やバーゲンへの反応は良いが、購買を決定するまでの時間が長い。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・食品はそれほどでもないが、衣料品、住居用品は前年の売上実績を下回っている。特に衣料品は気温の大幅な低下にもかかわらず、秋物の動きが鈍い。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年はタバコの値上げによる特需もあったが、今年は節約志向の高まりからか販売量が伸びない。
スーパー（業務担当）	お客様の様子	・節電対策や今後の節約を見越しての生活家電やインテリア用品関連のエコ商品は売行きが好調で、その分は若干の売上が増加している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの値上げがあったため、客単価は上昇しているが、来客数は大幅に減っている。
コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・たばこの値上げから1年が経ち、来客数は戻ってきているが、プラス1品の買物が少ないので、客単価が上がってない。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・9月上旬は残暑が厳しかったので、秋物を飾っていても、夏物のセール品ばかりが売れた。セール品を売りながら、秋物の新商品を紹介するといったかたちで、客単価、利幅は低いまま秋物シーズンがスタートした。中旬以降はある程度涼しいときもあったため、秋物が動いているが、景気が良いとはいえない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・当社はこのたび第三のエコカーと言われる超低燃費の新型車両を発売した。基本的に客の高額商品に対する購買姿勢は慎重であるが、今回のようなエコカー、超低燃費といった商品に関しては、客の購買意欲は高く、受注は順調に伸びている。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・8月に心配していた来客数は9月に入り回復している。以前は来客があると売上につながっていたが、成約にはなかなか至らない。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・春から天候が不順で、景気も不透明感もあり、客の買物動向は依然として慎重である。
其他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	お客様の様子	・燃料油の販売は前年並みの様子である。顧客の様子からは節約志向がうかがえ、必要な消費はするが必要以上には購入しない客が多い。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今から3か月前と比べると、当地の景気は冷え込んでおり、何も回復しないまま推移している。当店も同様に売上は伸びていない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前年から来客数はほとんど変わっておらず、良くなっていない。
其他飲食 [居酒屋]（店長）	来客数の動き	・東北方面の代わりに当地への旅行客が増えている。九州新幹線も全線開通となり、当地の景況感が良い。
観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、宴会、披露宴いずれも順調に客を取り込むことができた。売上の前年実績も予算も上回っている。
タクシー運転手	お客様の様子	・大分気候が良くなったので、人の動きが少し良くなったが、客は金を使わないため、景況感是不変でない。
タクシー運転手	お客様の様子	・雨の影響でタクシー利用が増えるかと思われたが、雨が降ったり止んだり激し過ぎ、利用客が減った。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は天気は左右され、キャンセルが相次いでいる。また日中、特に夜の人の出入りが悪く、売上が落ちた。
通信会社（総務局）	販売量の動き	・アナログ放送、キャンペーンが7月末に終了し、その反動で減少しており、新規客の獲得は低調である。ただ、ストックは増加し、売上は増加している。
通信会社（業務担当）	販売量の動き	・スマートフォンとデータ通信カードが、今月も好調を維持している。スマートフォン関連商品の販売の拡大もあって、前年を上回った販売量の増加が続いている。

	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・もともと9月は夏休みの反動で動きが少ない時期であるが、夏休み前と比べても動きに大きな変化はない。
	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・地域的に温泉地でもあり、また九州新幹線全線開通の効果もあり、前年を大きく上回る状況である。特に県外客が増え、売上が良い。
	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・9月前半は残暑が強く、台風も12、14、15号と連続して九州に接近し、雨の日が多くなったため、前年より来場者数が減少した。
	住宅販売会社 (代表)	お客様の様子	・客の来店や問い合わせ数、販売金額などを踏まえて前年と変わらない。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・来客数が少なく、来店しても購入しない。客は選びに選んで、そして買わないといった非常に厳しい状況である。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・衣料品は過去最低の状況である。天候不順や増税懸念などのマイナス要因により、客は購買を控えている。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・9月は台風の襲来もあり、全般的に天候が不順であったため、来客数が伸び悩んだ。
	一般小売店[生花](経営者)	単価の動き	・全体的にやや悪いが、予想としてはもっと下の予想をしていたので、最悪ではなかった。こういった景気であり、ギフト用の花の動きは鈍く、いろいろ販売促進を考えてやらなければ、更に厳しくなる。
	一般小売店[茶](販売・事務)	販売量の動き	・敬老の日の注文が前年以上にあった。暑さも和らいできたため徐々に販売量は増えているが、相変わらず客単価は低い。
	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・アパレル商品の動きを中心に活気が感じられず、週末の悪天候が続いたため、前年実績を超えられない厳しい状況が続いている。
	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・来客数をみると、前年比90%台前半で推移する。この傾向はここ数か月続いている。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・客は必要最低限の物しか買わなくなっている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・3か月前に比べると客単価、買上点数共に低下している。野菜の価格高騰など、一部の部門では単価が上がっているものの、その分、買上点数の低下が顕著である。天候不順などの影響も加わり、現場の景況感は沈滞傾向となっている。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・9月は2度の台風による影響もあり、来客数が減っている。また、天候不順で農産物、野菜の価格高騰が続いており、客の買上点数は減少している。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・食品のスーパーディスカウント企画が始まってからちょうど1年が経った。売上は前年比100.1%、来客数も前年並みとなっており、この先不安な状況である。生鮮食料品が少し厳しく、肉と魚は前年比90%である。肉は食品の放射能汚染問題の影響がまだ残っている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は前年比100%程度であるが、客単価が落ちている。天候の影響もあるが、買上単価の落ち込みが懸念材料である。
	スーパー(店長)	競争相手の様子	・店舗の2km圏内にスーパーが3店舗オープンし、食品の価格競争激化が進んでいる。客はより安い商品の店に集まり、特に野菜やデイリー商品等の売上の落ち込みが著しく大きくなっている。買上点数は前年比95%、来客数は同90%となっている。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響は落ち着きをみせ、消費マインドは緩やかな回復をみせている。ただ将来の不安を背景に、目的購買が多く、消費に力強さは感じられない。
スーパー(売場担当)	お客様の様子	・以前より客の買上点数が減っている。安い商品でも必要最低限の商品しか買っていない。	
コンビニ(エリア担当)	競争相手の様子	・大手競合店の出店により、売上が大幅に減少している。狭い商圏での競合であり、厳しい状況である。また、家計の収入は増加せず、食事にかかるお金が少なくなり、店の客単価は下がっている。	
コンビニ(販売促進担当)	販売量の動き	・今月の売上実績は、量販店が前年比102.5%、コンビニエンスストアが同100.8%、ローカルスーパーが同111.4%である。内容的には、売価と度重なる台風で離島の船便が止まってしまったことで10日分位の売上がなくなってしまった。	

	衣料品専門店 (店員)	来客数の動き	・ 8月の来客は少なく、厳しかったが、9月は更に厳しい状況である。店内は目的買いの客ばかりである。前年は猛暑の影響があった月であるが、今年はその売上にも届いていない。	
	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	・ 7、8月の売上は前年並みとなっていたが、9月は前年比90%と厳しい状況となっている。	
	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] (総支配人)	来客数の動き	・ 来客数、客単価共に減少傾向にある。特に映画のヒット作が少なく、シネマコンプレックスを有する当ショッピングセンターの集客に大きな影響を与えている。	
	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 9月は3連休が2回あり、営業日数がかなり減った。休みの日にお祝い等が入ればよかったが、特にそういったものも入らず、企業の動きもあまり良くなり、かなり苦戦した。	
	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・ 来客数が減っている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・ 目的地に着く手前で降りる客が以前と比べて多くなった。そういうところから、少しでも節約しようとする雰囲気が感じられる。	
	通信会社 (管理担当)	それ以外	・ 相変わらず資金繰りが厳しい。	
	設計事務所 (代表)	競争相手の様子	・ 資料請求や成約数などが前年と比べて落ち込んでいる。	
	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・ 土地の表記標準地の公示価格等が発表になり、土地の値段は下がっているが、問い合わせ等も非常に少なく、土地の動き自体が非常に悪い。仲介業の景気は悪い。	
悪くなっている	商店街 (代表者)	来客数の動き	・ 9月は長雨や台風の影響もあり、商店街の来客数がかなり落ち込んでいる。また客単価も下がっており、全体として消費が完全に冷え込んだ状態である。	
	一般小売店 [青果] (店長)	それ以外	・ 青果物は野菜及び果物について県産の物がかなり少なく、すべて県外物に頼っている。台風等の影響で価格が高騰し、利益幅もかなり少ない。	
	一般小売店 [鮮魚] (店員)	来客数の動き	・ 朝晩は涼しくなってきたが、日中はまだまだ暑い。魚の入荷も例年と異なり、秋の魚の代表格であるさばが入荷しておらず、夏の魚であるあじを依然入荷している状況である。来客数の増加を期待し、販売促進をいろいろ試すが、効果がない。	
	百貨店 (営業担当)	それ以外	・ 客単価が落ちており、高額品の動きが極めて鈍い。また、地域性もあるが、競合店が増えており、客が分散しているため、大変厳しい状況となっている。	
	百貨店 (営業企画担当)	販売量の動き	・ 営業施策の変更はあるものの、来客数、売上共に前年実績を大きく下回って推移しており、前月比でも6%程度減少している。主力となる優良客の流出が加速している。	
	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・ 今月は全く売上が上がらず、客の財布のひもが固い。	
	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・ ダイレクトメールを出しても、電話をしても、客は来店しない。今の経済環境では、節約傾向が強く、洋服にまでは手が回らない状況である。	
	家電量販店 (店員)	販売量の動き	・ アナログ放送が停波して以来、テレビやAV関係の動きが大きく落ち込んでおり、来客数も少なくなった。3か月前よりも予想されたことではあるが、厳しい状況である。	
	家電量販店 (総務担当)	販売量の動き	・ 地上デジタル放送への完全移行に伴うテレビの駆け込み需要の反動が、予想以上に大きい。来客数は変わらないが、購入に結びつかない。	
	高級レストラン (従業員)	お客様の様子	・ これまでのように、ショッピングをし、コーヒーを飲むという客が少なくなっている。	
		スナック (経営者)	来客数の動き	・ 今月は過去最低の売上で打つ手がない状態である。同業者の廃業も多く見通しは暗い。
企業動向関連	良くなっている	—	—	
	やや良くなっている	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 原料の収穫状況が不作傾向にあり、若干、不安材料である。しかし、季節性のある商品の製造が開始しており、前年より受注は増加している。
		一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 自動車関係の受注が少し出てきた。ただし、11月までの受注である。

	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注目標が上半期の9月までに全体のおよそ70%が発注され、今月いっぱいには積算、入札がひっきりなしの状態である。3か月前とは比較にならないようで、下半期の反動減が心配される。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・東日本大震災直後に比べるとかなり回復傾向にある。取引先の直近の試算表や決算表をみると、依然として前年比ではまだマイナスであるが、減少幅は大幅に縮小している。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業を中心とした年商1億円未満の中小企業は、3か月前と比べて先行きの受注状況がはっきりしてきた。このため受注代金引き当ての借入申込が活発になっている。職人が足りず、人繰りに困っている状況である。
変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・冷凍食品メーカー向けの原料の引き合いは相変わらず多く、十分に対応できない状況にある。ただ居酒屋、量販店は9月の前半が特に厳しく、精肉の販売がまだ例年の状況に戻っていない。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上が下降気味であり、今後もこの状況が続く。
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新規開業する飲食業、物販店共に出店の勢いが全くない。毎年、年末開業に向けて、今の時期に見積要請が集中するが、今年は前年の半分程度まで落ち込んでいる。先行きの不安などから出店を繰り延べしたり、延期したりする客が多くなっている。
	化学工業（総務担当）	それ以外	・工場の生産や稼働の状況にあまり変化がない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・クリーンエネルギー関連の新規設備受注が本年いっぱいにかけて残っている。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注状況をみても、全般的に不透明な状況が続いている。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている荷物の動きをみると、円高の影響で輸出関係の荷物は大幅に減少している。また、衣料品関係も荷動きがあまり良くなく、日用雑貨は非常に悪い状態が続いている。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・貸出残高や倒産件数をみる限り、景気は3か月前と比べて大きな変化はみられない。
	新聞社（広告担当者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は一段落し、東京地区を中心に広告も前年を超える出稿量がある。一方、九州地区の広告主は通信販売や食品で落ち込みが大きく、厳しい状況が続いている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・受注量はほとんど増えていない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・決して悪くはないが、良いところもなく、あまり変わらない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量に大きな変化がみられない。また、問い合わせ等の引き合いも大きな変化がない。
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・この時期は忙しくならなければいけないのだが、受注量が少な過ぎる。いまだに閑散期のような状況である。仕事の量を確保するのに手いっぱいであり、安い工賃や難しい仕事を請けざるを得ない。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・最近、受注期間が伸びており、現在具体的な案件がなかなか決定できない。今後の見通しが大変暗くなってきており、来年の動きが大変心配される状況である。
	精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円高のせいか受注生産量が減っている。
	その他製造業（産業廃物処理業）	受注量や販売量の動き	・先月からの年次定期補修工事により、約1か月間工場が休止したことで、受注量及び出荷量が減少している。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・メーカーは商品が売れると思って物流センターに商品を入庫しているが、消費が上向かず、在庫がたまっている。商品の荷動きがないと儲からず、在庫がたまって場所代だけが掛かり、景気は良くない。物が売れるような状況ではないため、厳しい。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・民主党党首が代わり、景気回復に期待をしたが、変化がない。むしろ、原子力発電所の問題や円高等により、先行きの不安材料が多過ぎる。
	金融業（営業職 渉外係）	取引先の様子	・急激な円高により、輸出企業の業績が悪化している。特に体力に乏しい中小企業はかなりの影響を受けており、資金繰りに困窮している。

	その他サービス業【物品リース】（役員）	受注量や販売量の動き	・設備投資における引き合い案件は増加傾向にあるが、決定には慎重さがみられ、なかなか成約に至らない。ここ数か月、低水準の受注状況が続いており、前年比でもマイナスの状態となっている。	
悪く なっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の復興と福島第一原子力発電所問題に加え、2度の台風により、消費動向の動きが悪い。例年8月の受注が年間通して最低であったが、この9月は8月よりもひどい状態である。当地では陶磁製造を本業でやっているところが多く厳しい状況である。陶磁関連産業も教育訓練や休業補償を受けられるのはいいが、関連産業では零細が多く2、3人で作業しており、先々どうなるか心配である。	
	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・大型酒量販店が買収されている。競争の激化で減収が続いた結果である。いくら安く売っても消費者が飛びつかない状況で厳しい。	
	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	・市町村の地方公共団体から委託されて業務を行うコンサルタントは、市町村の予算が低く、その上、指名競争入札を行うため、原価に近い4～5割の価格で入札する他業者があり、厳しい。	
雇用 関連	良くなっている	—	—	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一時的かもしれないが、求人数が少し増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・短期、長期の注文が少しずつ増えている。年末に向けての注文もきている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・業界全体の動きでもあるが、求人の取扱件数が前年比20%の伸びを示している。当地でも同様に、当社の取扱件数はほぼ前年比20%増となっている。
		新聞社【求人広告】（担当者）	求人数の動き	・新聞広告の求人数は大幅に増加している。特に、自動車関連や医療、福祉、介護分野の動きが目立っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4,311人となっており、前年比で30.2%の増加、前月比で15.5%増加と高い伸びを示している。円高の影響が懸念されるものの、現状をみる限り引き続き堅調な動きとなる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年比22.7%の増加となっており、13か月連続で前年比増となっている。産業別でみると卸売・小売業、製造業等が増加傾向で推移しており、企業間で業況に差があるものの改善傾向で推移している。
		学校【大学】（就職支援業務）	求人数の動き	・前年と比べ求人票の受理件数が増加し、求人を再開した企業からの求人情報の提供がある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣の依頼が増えているものの、派遣期間が短く値段の交渉も厳しくなっている。また紹介の件数も増えているが、初期の派遣期間の給与よりも社員になった時の給与が低い会社も多い。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は横ばいである。繁忙による派遣導入は少なく、産休育休代替での派遣依頼が多い。	
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・ハローワークの新規求職者、求人数の状況をみると、求職者数は前月から10%程度減少する。平成20年度から始まった雇用創出の基金による事業の時限が9月で切れるのに伴い、基金訓練求職者が増加している。求人数は依然と増加傾向で前年同月比及び前月比共に10～15%程度の増加が見込まれ、常用雇用、パート共に増加している。引き続き医療福祉、小売業、卸売業に増加傾向がある。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増加傾向であり、有効求職者は減少傾向である。2か月連続で就職件数が前年に比べ大きく減少しており、求人充足率も低下し、雇用面で好転の様子がみえない。	
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・客の派遣需要は例年並みである。ただし、単発、短期の需要は前年から微増している。社員を雇わず、派遣で対応する動きは、イベントや販売関係で根強い。	
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・年度下半期に向けて、人材派遣のオーダーが若干増加傾向ではあるが、微々たるもので、予断を許さない状況である。	
	学校【専門学校】（就職担当）	求人数の動き	・欠員求人は継続的に出ている模様で、経済全体が縮小している印象は少ない。ただし、一度出した求人を取り下げる企業も数社あり、一部不安定な景気動向の印象を受ける。	

やや悪く なっている	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・業績が好調であると言う取引先企業がない。
	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・長引く円高の影響により、雇用調整の動きや海外事 業の増設、また海外事業所での生産に踏み切る事業所 が見受けられる。
悪く なっている	—	—	—