

10.九州（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) | 良くなる やや良くなる | 家電量販店（従業員） | ・暑くなり冷房器具が売れる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・熊本地震の影響で景気が低迷していたが、落ち着くことによってやや持ち直す。 |
| | | 商店街（代表者） | ・今が最低の状況なので、熊本地震が収束していけば、これから少しずつ上向いていく。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・例年、母の日は花屋の売上は上がるが、熊本地震の後なので状況が分からない。客が増えるように努力していく。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・新茶時期に入るので、今後3か月は来客数も増え売上は伸びる。ただ時期的な要因なので、今後の売上増加につながらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・熊本地震による需要が当地まで飛び火している。当地から救援物資及び資材等を送るので売上は良くなる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・昨年度は暖冬であったので物が売れなかったが、夏に気温が上がれば景気は良くなると予想する。家電に関しては反動がみられるので、冬場に客の財布のひもが固かった分、夏になると若干広がると考える。 |
| | | ドラッグストア（部長） | ・熊本地震の復旧が進んでいけば、景気が良くなってくると期待したい。 |
| | | 居酒屋（経営者） | ・熊本地震の復興も進み、少しは観光客の戻りが見込める。 |
| | | 観光型ホテル（専務） | ・熊本地震が収まれば、避難者の受け入れや支援ツアーなどで、地域全体が今よりは忙しくなると予想する。 |
| | | 旅行代理店（企画） | ・徐々に上向きになると予測する。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・今年度事業の相談や公募が始まったが、予想よりやや数が多い。熊本地震関連の告知依頼が多いが、簡単なものは無償で対応している。今後、地震関連で見積依頼が増えることが予想される。 |
| | | 美容室（経営者） | ・2～3か月先は熊本地震の影響も少なくなり、今よりは少し良くなる。春から夏に向かって美容業界はだんだん上がってくる。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・平成28年度ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業の一次公募が始まるため、一定数の販売量の増加が見込まれる。 | |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・卒業、入学、就職、転勤、ゴールデンウィークでかなりの出費をしたため、客の財布のひもが固くなり、景気は良くなる見込みがない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・時期的な要因で、売上は伸びているが、熊本地震の影響で、客に暗い影を落とし、自粛するような雰囲気がある。また、余分なものに消費しようとならない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・所得などの格差が報じられているが、日用食品、雑貨に関してあまり格差はない。少しでも安い物を買う傾向が目立っている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・地方の商店街の客層は年齢が高く、収入は減少する一方、社会保障費や物価は値上がりしており消費意欲が高まる要素は何一つない。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・そろそろウナギが動き出した。これから暑くなってくると動きがもっと活発になる。 |
| 百貨店（営業担当） | | ・まだ底がみえないが、2～3か月後は少し改善するとみている。もう少し気候も良くなれば多少良くなってくる。 | |
| 百貨店（売場担当） | | ・インバウンドは前年比100%となっている。客数は100%に近いが、売上は95.5%である。今までの傾向と一転し、売上減の影響は、客単価の下落ではなく、全体の数量が落ち込んだことが原因である。今月は、衣料品関係が少し悪いが、非食品の客単価が上がっている。 | |
| 百貨店（経営企画担当） | | ・消費税増税後から個人消費の回復には至っておらず、衣料品を中心としたアパレルが苦戦している。加えて、熊本地震による消費マインド低迷の影響を受け、九州経済は先行きが不透明である。ゴールデンウィーク以降の動向を注視していく。 | |
| 百貨店（マネージャー） | | ・熊本地震の影響は交通インフラ復旧に伴い、徐々に影響は薄れていくと想定される。一方、目新しいヒット商品も少なく、景気が好転する要素は乏しい。 | |
| スーパー（店長） | | ・熊本地震により観光業関連にかなり影響が出ており、なかなか景気は良くなる見込みがない。 | |
| スーパー（店長） | ・引き続き食料品や身の回り品は堅調に動いているので、この状況は続いていく。 | | |
| スーパー（総務担当） | ・客の1回当たりの購買金額もあまり上がっておらず、来店頻度、来客数の伸びも見込めない。 | | |

| | | |
|----------------------------------|--|-------------------------------|
| スーパー（経理担当） | ・売上は前年比増の傾向が続いているが、大きく変動しそうな要素は少ない。 | |
| スーパー（統括者） | ・今後の選挙及び消費税増税がどうなるのかで、景気の変化が左右されるのではないかと考える。 | |
| コンビニ（経営者） | ・客の動きから良くなる要因が全く見受けられない。熊本地震による飲料の特需はあったが特殊要因だ。 | |
| コンビニ（エリア担当） | ・気候の変化に伴い夏物の飲料、麺類の売上増に期待する。個々の販促に務め、自力で売上増を図りたい。 | |
| 衣料品専門店（店長） | ・熊本地震の影響により消費マインドが低下するので、景気が悪い傾向は続く。 | |
| 衣料品専門店（店員） | ・熊本地震により離れてしまったアジアからの観光客は、すぐには戻ってこないようなので景気回復は難しい。 | |
| 衣料品専門店（取締役） | ・熊本地震も落ちついてきたので、3か月先は夏のセールに向けて購買意欲が盛んになってほしい。復興などの問題も山積みなので、景気面では良い材料がない。 | |
| 家電量販店（店員） | ・今月前半は店舗改装で非常に売上が良かった。ただし、中旬の熊本地震により、最初は懐中電灯や電池等の防災グッズが売れたが、派手に買物をするのを自粛するようなムードが出てきて、後半は良くなかった。トータルすると前年より少し良いか、同じくらいである。震災に伴う自粛ムードはなくなってほしい。開催まで100日を切ったリオデジャネイロオリンピックの好影響を期待する。 | |
| 家電量販店（総務担当） | ・競合他店をみても来客数減に直面しているようである。 | |
| 乗用車販売店（総務担当） | ・新型車投入がなく、盛り上がり欠ける状態が続く。客の購買意欲が低く、イベントを開催しても受注台数が伸びない。 | |
| その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・今後2～3か月先は売上が落ちると予想する。ただし、客の様子から熊本地震以降、ちょっとした安心を求めての来客が多数見られる。他店が再開していないなかで当店は開店しているので、既存の取引先ではない新規の客が、当店を探し当てて来ているという状況である。今後の店への影響は未知数である。 | |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・燃料油の小売価格は底を打ち上昇局面に入ったようだ。微増なので、あまり影響はないが、上昇が続くと顧客の消費マインドが下がるので心配である。 | |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・当市では熊本地震の直接被害は少なかったが、影響が大きい。 | |
| 観光ホテル（総務） | ・熊本地震が起きてから、地域の復興、自社の復旧作業を進めているところで、将来の景気については見通しが立たない。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・熊本地震の影響がどの程度続くか分からない。 | |
| タクシー運転手 | ・現在の忙しさは一時的なものであり、これが終わったらまた元の様子に戻るので、あまり動きは良くならない。 | |
| ゴルフ場（従業員） | ・予約が前年比2割減のペースで落ちている。熊本地震の影響で厳しい状態である。今後、全国的に九州を応援するような動きが出てきて、さらに政府からの補助金が支給されるなどの対策が出れば、少しずつ上向む方向にいくかもしれない。秋頃の回復を待つ、経費節減に務めなければいけない。 | |
| 競馬場（職員） | ・現時点で変化する要因が見当たらない。 | |
| 理容室（経営者） | ・3～4月の転勤などで客が一度に減ったため、来客数が少なくなる。暑くなるので来店回数に期待したいが、少し厳しい状態である。 | |
| 美容室（経営者） | ・熊本地震で、町中壊滅状態である。悪い状況が今後ずっと続く。 | |
| 美容室（店長） | ・年金生活の客が多いため、特に景気が良いという話は出てこない。景気は変わらない。 | |
| その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業） | ・熊本地震の余震が続いており、2～3か月先も観光客が減少する。 | |
| 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） | ・介護報酬のマイナス改定影響とともに人材確保難が深刻であり、業績好転となる要素がみられない。 | |
| 設計事務所（所長） | ・1年近く同じような案件の状態が続いているので、3か月後もほとんど変わらない。 | |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・九州は当面、熊本地震の影響で消費者の購買意欲が減少する。 |

| | |
|----------------------------------|---|
| 商店街（代表者） | ・ゴールデンウィーク後は、明らかに悪くなる。 |
| 一般小売店〔青果〕 （店長） | ・野菜、果物の需要が伸びていないなか、県外のものを中心になって相場が高くなることと、この暑さで需要が減ると予想される。厳しい時期に突入していく。 |
| 一般小売店〔食料雑貨〕（店員） | ・熊本地震で、比較的被害が少ない県北や県南では売上に大きな落ち込みはないものの、熊本市内、阿蘇地域の売上減少は長期間続くものと予想される。当社を含めた中小企業の震災被害による倒産件数が増加するのではと懸念される。 |
| 百貨店（総務担当） | ・客数はほぼ前年を確保できているものの、飲食も含め客単価の下落が続いており、消費者の財布のひもは更に固くなる傾向がみられる。 |
| 百貨店（営業担当） | ・熊本地震の影響で、客の不安感が増しているため、防災グッズや水、缶詰等、リュック型スポーツバッグへの関心が高く、販売量が増加している。また、お得な友の会秋コース募集は会員数・口数共に増加し、自社クレジット募集も15か月連続で目標達成した。買物への慎重さが増し、自家需要が強く、毎日使う器、和洋酒、紳士・婦人雑貨と特選ブランドは好調に推移しているが、紳士・婦人衣料は依然苦戦している。消費の二極化がより際立っている。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・熊本地震影響もあるのか、客様購買意欲が低下している。来客数も減少傾向にある。 |
| 百貨店（業務担当） | ・熊本地震の復興・復旧の動向にもよるが、生活インフラが整い生活が安定してくるまでは何とも言えない。商店街を含めた中心市街地の復興もしばらく時間がかかりそうだ。 |
| 百貨店（営業統括） | ・熊本地震、サミット後に控えた選挙など不安定要素が多く、購買にマイナス影響が予想される。 |
| 百貨店（店舗事業計画部） | ・足元の客の動向も不安定なうえ、インバウンドの急速な鈍化が影響しており、前年の同時期にインバウンドで大きく伸ばしていることを踏まえると大幅な苦戦が見込まれる。 |
| スーパー（店長） | ・5～6月は、熊本地震の影響により店舗の復旧工事、店舗周辺の民家の修復工事など、災害からの復旧期間となるので、厳しい状況となると懸念している。 |
| コンビニ（店長） | ・熊本地震の影響で経済活動が停滞し始めている。 |
| コンビニ（エリア担当・店長） | ・今から夏に向けて客は増えていくが、客単価はあまり変わらず、売上自体は前年並みに落ち着く。 |
| 衣料品専門店（チーフ） | ・熊本地震の影響により、九州全域で客の消費マインドは戻らないと予想する。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・熊本地震後余震が続いており、ここ数か月、九州全体の景気は低迷する。 |
| その他専門店〔書籍〕（代表） | ・アベノミクスの失敗、各種値上による生活コストの上昇などから、景気が上向き要因がみえない。 |
| 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） | ・熊本地震の影響が出る。 |
| その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員） | ・熊本地震による影響で観光客及び修学旅行の減少が見込まれるため、売上が増えないのが目に見える。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当） | ・熊本地震の影響で消費マインドが低迷すると想定している。また、震災による生産の減少、交通機関のまひによって物流にも不安が残る。 |
| 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） | ・熊本地震の影響がしばらくは継続し、インバウンドの売上が苦戦する。 |
| 高級レストラン（支配人） | ・熊本地震の影響でゴールデンウィークなども厳しい。 |
| 観光型ホテル（スタッフ） | ・熊本地震の直接的な被害はほとんどないが、九州全体に影響があり、予約の入りも悪く伸びがほとんどない。宴会は地震直後にキャンセルが相次いだ。今は落ち着き予約が入るようになってきた。 |
| 都市型ホテル（販売担当） | ・大きな国際的なコンベンションなども中止になっているので、今後の動きがみえない。 |
| 都市型ホテル（副支配人） | ・熊本地震の影響で、修学旅行、教育関係、あるいは展示会などイベントの中止や延期が続いているため、半年ぐらいは厳しい状況が続く。 |
| タクシー運転手 | ・熊本地震の影響で、観光業の落ち込みがかなり厳しい。2～3か月先もキャンセルがかなり出ており、その影響が計り知れない。 |
| タクシー運転手 | ・熊本地震の影響でまだまだ人の動きが悪い。余震も続いており、かなりの影響がある。 |

| | | | |
|----------------|----------------|-------------------|---|
| | | タクシー運転手 | ・当分の間、熊本地震の影響で景気が低迷するのは止むを得ない。 |
| | | 通信会社（営業） | ・夏に向けて人、物、金の動きが停滞する傾向にある。また、九州は熊本地震の影響で自粛ムードが出ている。 |
| | | 競輪場（職員） | ・グレードレースの売上の伸びが見込みづらく、業界全体の売上にも影響が及ぶ懸念がある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・九州は熊本地震の復興に向けてボランティア、振興活動等をしているが、余震が収まらない。観光や交通関係ではゴールデンウィークの移動も制限され、売上が滞るので3か月後の景気は落ち込む。 |
| | | 住宅販売会社（代表） | ・住宅業界に関しては、消費税増税後悪い状態が続いている。成約率も増税前の3割程度下がっている。受注もかなり難しい状況であり、今後良くなることはなく、悪くなる。住宅に対する消費総額も徐々に下がっている。 |
| | 悪くなる | 百貨店（営業担当） | ・熊本地震の復興に時間がかかる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・熊本地震により収入や仕事がないため、全体的な先行き不安が起きている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・九州新幹線や高速道路の復旧で2～3か月後は少しは良くなる。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・当地近くで熊本地震が発生したため、観光関連や修学旅行等のキャンセルが相次いでいる。当地で比較的堅調であった観光関連が今後悪化することが見込まれる。さらに当商店街では、駅前の商業施設との競合で苦戦しており、ますます悪くなると非常に心配している。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・熊本地震の影響で予約状況はかなり悪い。ゴールデンウィーク明けの5～6月には、以前と比べると少なくなってきているものの企業の株主総会が入ってくるので、地震が収束して少しでも客が入店することを期待している。ただ、現状予約状況が悪いので、先行き不透明である。 |
| | | 高級レストラン（専務） | ・熊本地震の余震が続いているので人が動かない。今後どうなるのか見当もつかない状態で不安である。 |
| | | 高級レストラン（社長） | ・熊本地震の影響が大きい。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・熊本地震の影響がしばらく続くと考えている。 |
| | | スナック（経営者） | ・熊本地震の影響及び駅周辺の大規模商業施設の開業により来客が分散し、今後の見通しは悪くなる。 |
| 企業動向関連 (九州) | 良くなる やや良くなる | - | - |
| | | 繊維工業（営業担当） | ・国内生産に重点がおかれているため。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・今の時期としては珍しく客に活気があり、今後の仕事量は増えそうである。また、熊本地震から間もない時期ではあるが、復興の兆しもみられる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・当社は熊本地震の影響を受けたが、納入先のメーカーの動きが強いため、当社の機械の修繕が進み、従業員の出勤が通常に戻れば、熊本地震前の状態に戻ると考えられる。 |
| | | 精密機械器具製造業（従業員） | ・熊本地震の影響で、受注先から委託品の受注要求がきている。 |
| | | 建設業（社員） | ・ゴールデンウィーク明けに、公共工事の発注があることを期待する。弊社は民間工事が若干あるので社員や作業員は休ませずにすんでいるが、同業者のなかには作業員には休んでもらわないと大変だと聞く。官公庁の発注に大いに期待している。 |
| | | 輸送業（総務） | ・インフラの整備、震災復興への期待も含めて景気は良くなると考えている。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・引き続き客数が増えていく傾向にある。 |
| | 変わらない | 農林水産業（経営者） | ・5月は例年ゴールデンウィークもあり期待できる。6月は暑いシーズンで一時的な消費の落ち込みはやむを得ないところであるが、7月以降の夏はビール商品に合わせた焼鳥などの引き合いが強くなると期待される。ただ今年は熊本地震の影響も少なからず出てくる。若干ではあったが物流問題もあり、4月の売上は少し減った。南九州を中心とした観光客のホテルキャンセルなどが痛手だ。早い復旧を望むところである。 |
| | | 家具製造業（従業員） | ・相変わらずホテル物件の需要はおう盛であるが、その他の商業施設などの出店計画は停滞気味である。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・毎年の受注量の傾向により、変わらない。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・生産計画に変更がない。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | ・大幅な景気刺激策が講じられなければ、民間の設備投資には至らない。 |

| | |
|--------------------------|--|
| 一般機械器具製造業 (経営者) | ・九州地区の製造業が全体的にダウンしているのと同時に、主たる製造業である大手のメーカーが工場をストップすることによって、供給される材料及びそこに供給しなければならぬ部品がストップしている状態が続いている。熊本地震による復旧がいつになるのか、我々には予測できない。おそらく今の状態が続くので、対策を考えないといけない。 |
| 建設業(経営者) | ・客の動向は3か月先も変わらないと予測する。 |
| 建設業(従業員) | ・熊本地震の影響で色々な行事が縮小されたり、中止になったりして何らかの影響を受ける。また、消費税の増税税に関連して設備投資の駆け込み需要があるかもしれない。 |
| 輸送業(従業員) | ・各荷主のからの情報では現状維持がなんとか精一杯という話も聞くので、これと言って大きく伸びる要素はない。 |
| 通信業(職員) | ・当面は、メガソーラー関連事業が好調のまま推移すると予測される。 |
| 通信業(経理担当) | ・収益が急上昇するわけではないが、しばらくは一定の好循環のなかで推移すると見込んでいる。 |
| 金融業(営業担当) | ・小売業、飲食業等一般消費者に直接かかわる業種の売上は低迷が続いている。今後改善する兆候は見当たらない。 |
| 金融業(営業) | ・設備投資を促す政策によって、若干の投資増加が見られる可能性もあるが、今のところ大きな動きにはなっていない。 |
| 広告代理店(従業員) | ・今年度最初の新聞折込受注金額は、前年同月比96.5%と前年度に続き5%近い受注減となった。特に熊本地震の影響で九州全体が影響を受けている。今後も熊本復興の道筋がみえるまで、受注件数に影響が出そうだ。消費行動が低調なうえ、震災により一段と景気の悪化が見込まれる。 |
| 経営コンサルタント | ・当分はこのような状態が続く。 |
| 経営コンサルタント (代表取締役) | ・現時点で熊本地震の影響がよくみえていないが、復興には困難が伴うと考える。震災による保険等がかなり制限されるので、数か月の間に元通りになるのはほんのわずかである。以前の状態にまで戻るためには数年を要する。 |
| 経営コンサルタント (代表取締役) | ・取引先の様子に変化はなく、自社の問い合わせ件数も増減がない。 |
| その他サービス業[物 品リース](支社長) | ・熊本地震の影響を引きずる。復興予算がついても各個人に行き渡るまでには時間がかかる。これ以上大きな地震が起きないことを祈っている。 |
| やや悪くなる | |
| 農林水産業(営業) | ・早い段階での熊本地震からの復旧が望まれる。 |
| 窯業・土石製品製造業 (経営者) | ・今年の陶器市は前年と比べて前半は大変良かったが、通常取引となるとどうしても財布のひもが固くなる。それと同時に夏場を迎えるので、陶磁器産業としてはやや減少するのではないかと心配している。 |
| 鉄鋼業(経営者) | ・受注量は以前より回復し販売価格も改善してきたが、熊本地震の影響で鉄筋加工業者の作業場にも支障が出て、作業が停止している工事現場も出てきた。今後、予定されていた建築物件の着工に影響が出ることは必至で、一時的には販売量減が懸念される。 |
| 電気機械器具製造業 (取締役) | ・九州経済の立ち上がり次第で局面が変わることが大いにある。 |
| その他製造業(産業廃 物処理業) | ・熊本地震の影響で取引先の生産が海外や他県へ移るため、仕入れ困難な状況が続く。 |
| 輸送業(総務担当) | ・熊本地震の影響で経済活動がダメージを受けている。生活必需品関係は回転率が高くなると予測されるが、一時的なもののみ。消費税の増税を含めて今後の政策次第で局面が変わる。 |
| 金融業(従業員) | ・熊本地震の影響から復旧に伴う公共工事や設備の更新などの増加が見込まれる反面、宿泊施設のキャンセルの動きが出てきている。また、地元中小企業の復旧状況がどうなるかなど、先行き不透明感が広がってきている。 |
| 金融業(従業員) | ・小売業関係は、災害対策グッズの売上で良くなってきているが、今後3か月で落ち着いて、その後は特段良くなる材料が見つからない。個人の動きについては、給与面、ボーナス面でも良い材料がなく、もしくは今よりもボーナスが下がるかもしれないという状況が聞かれているので、やや悪くなる。 |
| 金融業(得意先担当) | ・当地域は熊本地震の震源地から離れていたこともあり、各社直接的に経営にダメージを与えるような大きな影響はなかった。しかし、他社の状況を見ると、取引先が震源地近くの企業もかなり多く、今後かなり影響が出てくるのではないかと懸念する。現状よりやや悪化すると判断する。 |
| 金融業(調査担当) | ・熊本地震の影響が小売、飲食に現れると予想する。 |
| 不動産業(従業員) | ・熊本地震の影響でホテルのキャンセルが多く出ており、当面はマイナスの影響が続く。 |

| | | | |
|----------------------|----------------|--|---|
| | | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | ・前年度は、地方創生事業関連で調査や計画等の予算が市町村にあったが、今年度はそれが当初想定していたものより少ない。コンサルタントなどの事業所は仕事が激減することが予想されるため、景気が悪くなると考えられる。 |
| | 悪くなる | 食料品製造業（経営者） 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・熊本地震の影響で悪くなることは避けられない。 ・熊本地震の影響で操業形態に大きな変化が発生している。 |
| 雇用 関連 (九州) | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・1年を通じてゴールデンウィーク後から退職者補充、中途採用、派遣スタッフの更新欠員補充等での動きが出てくるため、今よりは良くなることを期待したい。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・契約のある企業と過去に取引のあった企業を訪問し、追加採用等がないか状況確認をするが、良い反応がない。新規注文も減っている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・熊本地震の復興状況に左右される。熊本を元気づけるため、当地での経済活性が必須という風潮になれば回復するかもしれない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今後、人材ビジネス業界にとって大きな影響が出てくる労働派遣法改正と労働契約法の改正があるが、2～3か月先はまだ影響がないので変わらない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・当社調べによる求人広告の取扱件数は、これまで前年を多少割り込んでいたが、3～4月は大幅に割り込んでいる。労働集約型の産業では人の採用が一段と厳しくなっており、あきらめ感が出てきている。 |
| | | 職業安定所（職員） 職業安定所（職業紹介） | ・求職者減が続き、今後も新規求人増の傾向は変わらない。 ・例年4～5月は、離職者による新規求職者の増加による一時的に有効求人倍率が低下するが、景気の動向に影響を及ぼすものではない。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・採用活動時期の変更により、前年度の採用状況を踏まえ、各企業は順調に採用活動を行っている。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・5～6月の求人は一服感があるため、今後の伸びは期待できない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・熊本地震からの復旧にまだ時間がかかりそうで、新規事業の開始や増員等の需要は見込み薄である。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・熊本地震で海外からの観光客を含めホテルのキャンセルが相次いでいる。余震が長引けば影響も数か月続きそうだ。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・熊本地震の影響が出る。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・熊本地震の影響で求人取消事例も散見され、運送業や卸売、小売業において今後影響が出始めると懸念される。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・熊本地震の影響により、事業活動が可能か否かの差と、復興関係分野の需要及び生活関連分野の需要増と、それ以外の需要減となる分野の差により、やや悪くなると判断する。 |
| 悪くなる | 民間職業紹介機関（支店長） | ・熊本地震の影響が出る。既契約分も履行できないであろうし、新規注文も減少するはずである。 | |
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・熊本地震の影響が出る。 | |
| 悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・熊本の経済全体が一度、底に落ちる。復興、復旧は進んでいくが、当初予定されていたイベントやゴールデンウィークの盛り上がりなどは皆無であり、景気は非常に冷え込む。 | |