10．九州（地域別調査機関：（公財）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	通信会社（企画担当）	・熊本地震の影響もあるが、国の復興予算や広域の事業も動き出し、引き合いも少しずつ出てきている。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・当面は広域から来街が予測される。
		百貨店（販売促進担当）	・お中元商戦やクリアランスセール時期に入り、客数が増える見込みである。
		百貨店（経営企画担当）	・熊本地震以降、消費マインドが低迷し、売上もマイナス基調で推移していたが、ゴールデンウィーク期間は来店客も伸長し回復してきている。消費税増税の再延期もあり、景況感は徐々に回復すると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・３か月予報によると今年は猛暑の予報が出ており、季節商材等の動きが活発化する。
		家電量販店（店員）	・先日、消費税増税の再延期が発表され、買い控えていた人が消費に動くのではないかと期待している。アベノミクス失敗と野党は言うが、倒産件数が減っていることからもアベノミクスは上手くまわっている。これからオリンピックもあり、家電販売店としては大型テレビの売上を期待している。暑くなってエアコンが売れることも期待している。
		家電量販店（店員）	・暑さが若干来ており、エアコンが動き始めた。このまま気温が上がってくれれば、この２～３か月は調子良くいける。季節頼みというところがあるが、冬が暖冬だったのでこの夏場は気温とともに冬の反動が出てくればそれなりの数字が取れる。
		家電量販店（総務担当）	・猛暑の予想もあり、夏物商材に期待している。またオリンピック特需もそろそろピークを迎える時期なので、映像関連商品に注力していく。
		家電量販店（従業員）	・暑くなってきたので冷房器具が売れ始める。
		ドラッグストア（部長）	・インバウンドの客が熊本地震直後に大きく減ったが、５月に入り持ち直してきている。熊本地震前の水準にはまだ戻っていないが、着実に回復に向かっており、業績を下支えする要因となる。
		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）	・２～３か月の間にプラスやマイナスになるような大きな要因はなく、今月のやや良くなっている状況は継続する。
		高級レストラン（経営者）	・５月が相当悪かったのでこれ以上悪くなることはない。熊本地震から１か月経過したあたりから少しずつ電話が掛かってくるようになり予約も入ってきたので、今後の先行きとしては５月よりは良くなる。
		観光ホテル（総務）	・今後の余震の状況で大きく変わる。余震が収まっていくことを前提にやや良くなる。
		観光型ホテル（専務）	・当地は全く熊本地震の被害がない事をこれから認知され、景気が良くなるだろうと見込む。
		都市型ホテル（副支配人）	・九州のなかでも当県は被害がないということが浸透し、熊本地震で消えた客が日程変更し、あるいはそれ以外の客も当県に入ってくるようになった。
		旅行代理店（従業員）	・関東及び関西地方の大型テーマパークが共に15周年を迎え、今まで出控えていた消費者が夏休みに動くとみられる。また、九州域内への旅行に対して、国からの補助金も決定したことが、需要喚起へと繋がる。
		旅行代理店（企画）	・過去の状況等を考えると、３か月後には少し上向きなってくる。
		タクシー運転手	・新たにできた大型客船のクルーズセンターの影響等で外国人観光客のタクシー利用が増えており、夜の繁華街の人出は多少減っているが、当地での安定は保たれている。
		理容室（経営者）	・梅雨に入りこれから少し暑くなるので、業種としてはやや来店日数が縮まって早くなるので客数的にも１か月単位で言うと来客数が増える。
		美容室（経営者）	・２～３か月先の景気は多分今より良くなる。夏場に向かって当業界も少しは鈍くなるが、季節の変わり目でおしゃれシーンが活性化してくる。
		設計事務所（所長）	・いつもの月より少し資料が増えて打合せの件数も増えている。消費税絡みでもないのだろうが、やや仕事量は増えているため、景気は少し良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークのイベント来場も前年を２割程上回り、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス事業公募開始に伴い受注も良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・将来の景気については今のところ予測不能である。

商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後は例年通り減少傾向になる。その分、製作業（印刷、印鑑、ゴム印他）での売上上昇を目指す。
商店街（代表者）	・景気対策で潤っているのはごく一部で、ほとんどの人は収入が増えていない。年金受給者は差し引かれる金額が増加するだけで収入そのものははるかに減っている。こういう状況で景気は良くならない。
商店街（代表者）	・熊本地震の収束宣言が出され安全が確認されれば、かなり観光客等増えて好循環へ変わるが、いまだにそういった状況ではないので、しばらくはこの状況が続く。
商店街（代表者）	・単価は上がらないが買上点数や来客数が増えているため梅雨時の天候にもよるが売上は順調に推移する。
一般小売店［鮮魚］（店員）	・６月になると、新たな漁も解禁になり動きが出てくる。天然タイやクルマエビ、ハモ等も入荷してくるので少しは良くなる。
一般小売店［茶］（販売・事務）	・暑くなると人通りも少なく、冷たい商品は毎年好調である。消費税増税の再延期で消費者の購買意欲に期待する。
百貨店（営業担当）	・全店でのＤＭ催事による来店促進策により、固定客の自社クレジット・外商顧客・友の会会員の来店日数・買上額が共に上昇した。また、景気後退感の継続と、報道効果もあり、５月末まで会員数・口数共に増加、自社クレジット募集も連続で目標達成した。反面、買物への慎重さが増しつつある。紳士・婦人雑貨と特選ブランドや化粧品は好調。苦戦の紳士・婦人衣料も回復してきたが二極化がより際立っており、購買への慎重さは継続している。
百貨店（営業担当）	・回復するかどうかは６月20日以降の夏物商戦の動向を見ないとわからない。お中元については手ごたえがある。
百貨店（マネージャー）	・熊本地震の影響は徐々に薄れていくが、景気に対する先行きへの不透明さは続いており、現状消費動向にプラスに働く要素がない。
百貨店（営業統括）	・サミット、選挙と続く中、景気回復の具体策が出てくる可能性も低く、お中元ギフト等が控えられる。
百貨店（店舗事業計画部）	・ファッション衣料は夏物も大きく伸ばすことは期待しづらい一方、夏が平年より暑く長くなる予報を踏まえると盛夏物の雑貨は健闘する。夏休みの人出は熊本地震直後を乗越えて回復すると、土産等雑貨・食品が売れると見込まれる。
百貨店（売場担当）	・先月、今月ともに入店客数が前年を超えている。入店するが購入しない客が多い状況が２か月続いている。衣料品部門については前月比90％である。海外ブランド撤退の影響がある。食品がけん引して前年度を超える水準を維持している。催事は前年並みである。他店状況を見ても前年との攻防で、衣料品が回復してくると伸びる。
スーパー（経営者）	・熊本地震の余震の継続や南海トラフ地震への不安感、また全体的な今後の対策についての不安感が足を引っ張っている。
スーパー（店長）	・気温変動が非常に激しく、今後、梅雨の状況が客の動きに関連してくる。生鮮食料品が伸びる可能性はあまりない。
スーパー（店長）	・売上構成の高い食料品、日用品が堅調に動いているので今後も変化はない。
スーパー（総務担当）	・売上は前年を上回り推移しているが来店客数の伸び率に若干鈍化傾向がみえる。
スーパー（経理担当）	・前年、当年とも大きく消費に影響を与える要因が見当たらない。
スーパー（統括者）	・消費税増税の再延期の動きや経済動向、日銀のマイナス金利の動向が不透明で、日本経済がどのようになるのかが見えないため、景気動向が分からない。
コンビニ（経営者）	・客の買物に対する動きが変わる兆候が見られない。
コンビニ（エリア担当）	・３か月後も現状は変わらない。消費動向も現状と変わらない。厳しい状況は今後も続く。
衣料品専門店（店長）	・在住する地域の人口減が止まらず、景気は悪いまま推移する。
衣料品専門店（店員）	・熊本地震の影響から少しずつ回復していく。
乗用車販売店（総務担当）	・好転する材料が無い。新車販売に関しては現状の厳しい状態が当面続く。
乗用車販売店（代表）	・変わる気配がない。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税の再延期の可能性が高くなり、消費の落ち込みの心配は先送りになるが、景気は良くならない。
その他専門店［コーヒー豆］（経営者）	・２～３か月先を予測すると、これから当地区は梅雨に入り、来客数は昨年同様減る傾向にある。夏場を迎えると飲料水が出るので、梅雨明けの若干の売上増加も期待できる。ただ、先が読めない部分もある。

		その他専門店［ガソリンスタンド］（統括）	・熊本地震の影響で、建設関係者等が熊本地区に取られ、建築物の修理等の工期が後ろにずれ込んでいる。また、当地は観光地であるが、訪れる観光客が例年と比較すると減少しており、２～３か月は継続する。
		その他小売の動向を把握できる者［土産卸売］（従業員）	・熊本地震の影響により当県への旅行客が減り、いつ回復するのか７月～８月ごろまで様子を見ないと判断できない。
		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］（統括者）	・熊本地震の影響による訪日外国人がどれだけ回復するかがポイントになる。
		その他小売［ショッピングセンター］（広報担当）	・今夏の猛暑予想において夏物商材が活発に動き、現状の震災の影響も徐々に薄れていき、被災地外のインバウンド客の増加に期待する。
		高級レストラン（支配人）	・次月の予約も閑散としている。
		一般レストラン（スタッフ）	・地震後もたいした手立てはない。国内で国内向けに微々たる誘致宣伝しても、海外客に向けての手を打たないと海外客は九州に来ない。
		都市型ホテル（販売担当）	・昨年度とほぼ同様に推移しておりあまり変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・熊本地震の復興には、まだ時間がかかる。
		タクシー運転手	・現在の稼働率の良い傾向は一時的なものであり、特に夜の繁華街は今でも大変暇である。
		タクシー運転手	・今年は日差しが強すぎるので昼間の人の動きが少なく、タクシー利用が少なくなる。夜は反対にビアガーデン等が増えてくる。
		タクシー運転手	・今後の政府による補正予算に期待したい。今のところ景気が良くなる様子はない。
		通信会社（営業）	・昨年より慢性的に販売量や来客数に大きな変化（増加）が確認出来ず、通年で減少に転じる可能性がある。
		競輪場（職員）	・良い方向又は悪い方向への顕著な動きは予想できない。
		競馬場（職員）	・状況が変わる要因が見当たらない。
		美容室（店長）	・給料が上がったという話も出ておらず、景気も良くならない。
		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）	・国の施策上、在宅シフトではあるが、今年４月の診療報酬改定により医療機関も在宅へ積極的となっており、競争激化による業績悪化が懸念される。
		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）	・熊本地震の影響は３か月以降も残る。
		住宅販売会社（従業員）	・熊本地震の影響により、熊本県や大分県は観光の影響があるが、九州全体で言えばプラスマイナスゼロという状況である。政府による観光のてこ入れも決まり、今後は期待できる。
		住宅販売会社（代表）	・一般的に消費税増税に左右される。例えば５％から８％に上がった時はかなりの駆け込み需要があったが、今回８％から10％への消費税増税の再延期がメディア等で伝えられている。しかし客に対するアクションを取らない流れになっているので特に変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・熊本地震の影響はしばらく続く。甚大な被害を受けた方にとっては、毎日の生活がやっとである。また、被害が少ない方たちも買物を控えている。家の修理費等にお金がかかる方たちも多い。
		一般小売店［青果］（店長）	・青果物の小売に関しては６～８月になると当県産の野菜が少なくなり県外もの中心になるが輸送コストが掛かり物が高くなる。暑さのなかで需要が下がり価格が上がるため、販売量が減る。かなり難しい時期に突入する。
		一般小売店［生花］（経営者）	・夏場は生花をギフトとして送るのを控える人が多いので、例年通り売上は下がる。
		百貨店（総務担当）	・熊本地震の影響からの回復は遅れる。夏の繁忙期には参議院議員選挙が予測され消費が停滞する。
		百貨店（業務担当）	・いまだに生活のリズムが戻れない客が多く、これまでのようなファッション商品や不要不急の物を買うという空気ではない。

		スーパー（店長）	・熊本地震を受け、競合店も軒並み店舗営業できない状況である。店が少ないのでこのまま行けば前年売上を確保できる。改装して営業できるようになると、軒並み落ちるような状況である。販促チラシもほとんど入れていないので売上も顕著に上がっているが利益管理では以前よりかなり取れる状況で、今までと違って熊本地震の影響で売上も上がって利益率も変わってくる状況である。
		コンビニ（店長）	・Ｇ７が政策協調にならず、アメリカの利上げやその他、不安要因が出てくる。
		衣料品専門店（店長）	・徐々に熊本地震の影響も回復しているが、景気の回復にはまだまだである。
		衣料品専門店（総務担当）	・熊本地震の影響による観光を中心とした経済の落ち込みの結果、最終需要消費者への商売は悪化している。
		その他専門店［書籍］（代表）	・消費税増税に備えた買い控えがみられる。
		スナック（経営者）	・前年に比べ売上の微減が続いている。常連客及び団体客の来店頻度が明らかに減っており景気が後退している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約が悪く、それに比例してレストラン予約も低迷している。
		ゴルフ場（従業員）	・非常に厳しい状態が続き、色々な対策を検討中で、経費の削減が現在の課題である。
		設計事務所（代表）	・熊本地震の影響がしばらく続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費者の購買意欲が全く感じられない。厳しい商況が続く。
		商店街（代表者）	・６月は梅雨の時季に入り、７月は夏の入り口で、商店街には冷房設備がない為、商店街には高齢者が多いが、暑い、寒い、雨が多いといった理由で客があまり来ない。近くのスーパーマーケットやコンビニエンスストアで用を済ませる客が多く、商店街としては売上が見込めない。
		高級レストラン（専務）	・九州の真ん中である熊本で交通が分断されると、九州全体で人の往き来が無くなり、これが２～３か月は回復できない。時が経つまでそれぞれが節約していかなければならない。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況も悪く、グループでの利用が極端に減ってきている。また、家族での利用も少なくなっている。
		美容室（経営者）	・多くの店や産業もかなり落ち込んでおり、再生できるのか不安に思っている人が多く、工場や下請の会社もことごとく再起不能に近いという話をよく聞く。将来の不安が先に立ち、熊本をはじめ世の中がかなり不景気になる。
		美容室（店長）	・熊本地震の影響がかなり大きい。
企業動向関連 (九州)	良くなる	家具製造業（従業員）	・オリンピックと熊本地震関係により建築業界の需要拡大が当分続くことは承知の事実である。それに伴う家具業界も当面需要は拡大傾向にある。当社もホテル物件の受注だけでも前年比300%となっている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・すべての業種で良いというわけではないが、中小企業の多いサービス業、飲食業、建築業を中心に少し落ち着いて来れば熊本地震の大きな需要が出てくるので良くなる。期待するのは良くないが、少なくともメーカー等を除くと、今までよりは新しい展開になってくる。
	やや良くなる	農林水産業（営業）	・環境変化は無いが、自然回復ではあるが良くなる。
		繊維工業（営業担当）	・国内のどの工場も、工賃の見直しをしていく。底上げになる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・熊本復興に向けた需要の見込みがある。
		鉄鋼業（経営者）	・販売量や販売価格が以前に比べて改善しているがいまだ勢いがない。このままの状況で改善が続くことへの自信が持てないが、分譲マンションの着工や再開発などの建築物件が増えてきているので受注量は増えてくる。加えて地震からの復興需要も出る。
		一般機械器具製造業（経営者）	・各ユーザーともそれぞれの業界において、５～６月で底を打つ。取引先から「４月位から少しずつ持ち直してくる」と聞いたのでそれなりの考えで手を打っていくつもりである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客に聞いた話では今後１～２か月後には忙しくなるとの事である。これも例年の状況である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先の熊本工場からの生産要求で、２～３か月受注量の増産見込み数が来ている。
		建設業（社員）	・良くなってもらいたい。第１四半期の最終月で、官公庁の発注予定は発表されているが、実際発注されていない。早期の発注を期待する。

		金融業（従業員）	・個人の動きについてはボーナスが見込まれるため、景気としてはやや良くなる。企業についてもボーナスの関係から小売業については良くなる見込みである。その他にも熊本地震の影響の工事受注も若干あるような状況で、やや良くなる。
		新聞社（広告）（担当者）	・夏休みに向けて九州地区の観光支援ＰＲ、ボーナス商戦の消費喚起などでやや良くなる見込みである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先から今後の経営計画について聞くと、積極的に設備や人材投資をしていく会社が多い。
		その他サービス業［物品リース］（支社長）	・復興需要の案件も発生している。非常用電源設備のリース・レンタルや災害協定の締結等がある。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・６～７月後半は梅雨の影響であまり期待できない。８月は暑い夏が予想され、焼鳥等の消費が伸びる。スーパー関連やコンビニエンスストアの需要もビールの消費に合わせて期待できる。熊本地震で遠慮がちであったイベント等も少しずつ戻り、完全ではないが影響が薄らいできている。
		化学工業（総務担当）	・季節的な要因により上半期（４月～９月）は低調な状況が続く。
		金属製品製造業（事業統括）	・２～３か月で熊本地方が回復するとは考えにくく、その他の地区も好調な材料は見込めない。
		電気機械器具製造業（取締役）	・取引先が熊本地震の影響で今期の業績悪化見通しが出ている状況であり、注視している。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・８月末日までには熊本地震前の姿に近づくだろう。それまでは景気の上向き下向きの判断すら困難である。
		建設業（経営者）	・２～３か月先は変わらない。１～２年先はかなり悪くなる。
		輸送業（従業員）	・これから夏に向かって貨物は少しずつ良くなっていく。各荷主とも、今は作っても売れないので少し生産を抑えているが、夏に向けて飲料を中心とした食品が良くなっていくので今よりは良くなる。
		通信業（職員）	・熊本地震が工事の進捗や受注に影響している。悪い影響もあるが、復旧などにより予定外の受注も発生している。
		通信業（経理担当）	・現在は前年度までの受注残に対応している状況であり、今後の受注の動きについて特に増加の気配がない。
		金融業（従業員）	・熊本地震に伴い公共投資は復旧工事が見られ始めているほか、工場の設備補修等の増加が見込まれる。反面、訪日外国人を含め観光客が大幅に減少しており、個人消費に弱さが見られる。
		金融業（得意先担当）	・今後しばらくは取引先の状況を注視していく必要があるが、当面今の景況感に大きな変化はない。
		金融業（営業担当）	・熊本地震の影響は当面尾を引く見通しである。一般消費者に関わる小売業、飲食業は低迷が続く。分譲マンションは、免震構造の人気が上がっているものの、総じて景気は変わらない様相である。
		金融業（営業）	・引き続き停滞感が漂う。需要増加の気配が無く、円安メリットも消え、当面厳しい状況が続く。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の稼働率が横ばいに推移している。
		経営コンサルタント	・これまでと同様、急激な変動はない。現状維持で推移する。
		その他サービス業［設計事務所］（代表取締役）	・市町村は、国・県からの補助金等が用意されると、必要な業務を予算化するが、国・県から市町村へ支給される財源が、現時点で見込めないため、民間の調査・計画・設計を行う業者への発注が、今後も少ないまま推移すると予想される。そのため、景気はやや悪いまま推移すると思われる。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場に向かっての状態で、例年６～７月は受注量が少なくなるが、今年はロングランの商品もあり、産地としてはやや悪い面もあるが、当社はある程度変わらず良い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・熊本地震で受発注が大変影響を受けている。現時点ではっきりしているのは、元の状態に戻るのに時間がかかるということであり深刻な問題を抱えている。５月も終わり６月はどうしていくか対策を考えている。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・今後も現在の市場・相場価格が続くようであれば景気の上昇は見込めない。
		建設業（従業員）	・現在は、仕事も順調に行われているが今後は企業の設備投資も依然不透明で引き合いも少なくなり景気がやや悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・熊本地震の影響が経済に暗い影を落としている。周囲の企業との話題のなかでも、熊本方面での売上が減少していると聞く。消費税増税の動向、貨幣価値の低下、世界経済の動向等明るい未来が見えてこない。
		輸送業（総務）	・熊本地震で被災した客で業務再開が出来ないところもあり、熊本地震前の状況に戻るには時間が必要である。

		広告代理店（従業員）	・新聞折込の受注枚数は前年同月比90%と熊本地震の影響が大きく出た。地震前の段階まで戻るにはまだまだ月日を要する。政府の復興支援策の一環で高速道路の無料化等の案が出ているが、早急な具体策が望まれる。
		経営コンサルタント（社員）	・熊本地震の影響とは考えにくい。遠出を控え、近場で済ませている。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・悪くなるが、どの程度なのかもわからず不安である。
雇用関連 (九州)	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加に伴い求職者数も増加傾向にあり、市場が活発化している。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・熊本地震のあった地区では補助金や助成金等で動きが出てくるとの話を聞いたことがある。土木、住宅などを皮切りに、少なくとも現時点よりは消費活動も盛んになる。
		職業安定所（職員）	・例年、４月～５月にかけては求人数は減少傾向にあったが、前年同月比プラスで推移していることから、急激に人手不足が解消することはない。
		民間職業紹介機関（社員）	・ＣＡＤを扱う案件が若干ながら増加している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・中元時期の注文も昨年とは違い、現段階で確約は出来ない企業もある。例年だと５月中には見積書提出があるが、しばらく様子を見たいとのことである。
		人材派遣会社（社員）	・夏の参議院選挙等のスポット（単発）は受注しているが、熊本地震復興による特需はなく、求人数は横ばいもしくは下降曲線をたどるだろう。
		職業安定所（所長）	・求職者が減り、新規求人が増える傾向は、しばらくは変わらない。
		職業安定所（職員）	・熊本地震後の復旧作業の進展により、現在低迷している業種も改善に向かうが、全体的には変わらない。
		職業安定所（職業紹介）	・例年４～５月は離職による新規求職者の増加により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。ただし、熊本地震の影響による雇用動向等には注意する必要がある。
		学校［専門学校］（就職担当）	・九州経済の先行きは、熊本地震の影響により不透明である。
		学校［大学］（就職支援業務）	・採用活動時期変更により、昨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が、金融等一部採用者数を抑制している企業も見受けられる。しかし、十分な雇用が現時点までに確保できたという見通しをもって採用者数を抑制している可能性もあり、景気と直接関係があるとは明言できない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正や労働契約法改正の影響により徐々に求職者の派遣離れが起き始める。
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が少なく、各業種共通して売上増が見込めないため、コストダウンで利益確保する動きがある。派遣利用についてもコストダウンの影響で手控えている感が否めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・熊本地震の影響もあってか、インバウンドに陰りが見え始めた。また、ゴルフ場等では自粛ムード、熊本県に近い県南のゴルフ場は熊本からの利用客が減少している。徐々に影響が表面化している。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・熊本地震の影響もあり外国人観光客の減少で、商業施設や観光施設に影響が出る。
		民間職業紹介機関（支店長）	・熊本地震によるマイナス影響があるが、それを差引いても前年同期に比べ求人数は　横ばい状態のままである。また、契約の延長更新件数も横ばい状態である。顧客の慎重な姿勢がうかがえる。
	悪くなる	－	－