

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 (九州) | 良く なっている やや良く なっている | | | | | |
| | | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・消費税増税にも大分慣れてきたことや単価も全体的に安いので、買いやすい状況である。 | | |
| | | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・4月の消費税増税後の買い控えも一段落し、若干ではあるが客の消費が戻ってきた。特に生鮮は、増税後の大きな落ち込みもなく、相場高もあって売上は順調に推移している。 | | |
| | | スーパー（総務担当） | それ以外 | ・衣料品は、気温の上昇があまりなく、夏物の動きが鈍かった。住居関連商品については、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が若干残っている状況である。食品については前年を上回る売上が、ここ数か月続いている。 | | |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・我々の業界が良くなっているわけではないが、客の声を聞くと非常に景気が良い話が多い。 | | |
| | | コンビニ（販売促進担当） | 販売量の動き | ・今月末の売上は、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーをトータルして前年比103%となった。この伸びは、食パンの回転が良くなったことと、前年に比べて田植えの時期に和菓子の販売個数が伸びたことが要因である。 | | |
| | | 住関連専門店（店長） | 販売量の動き | ・消費税率8%にも慣れてきたようで、買い控えの声や雰囲気はなくなってきた。 | | |
| | | その他専門店 [コーヒー豆] （経営者） | 来客数の動き | ・先月、先々月の動きと比べると、来客数は若干増加傾向にある。それに伴って売上も微増している。 | | |
| | | 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] （支配人） | 来客数の動き | ・映画館の好調が波及し施設全館で良くなっている。 | | |
| | | 居酒屋（経営者） | 来客数の動き | ・週末、人が多くなっている。 | | |
| | | 都市型ホテル（販売担当） | 販売量の動き | ・毎年5～6月は売上が良い月であるが、4月に比べるとかなり良い売上になっている。来客も多く夏に向けて売上向上が見込める。 | | |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | 販売量の動き | ・今月は昨年同月と同程度の客数である。団体客は少なくなったがその分個人客で補っている状態である。 | | |
| | | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・検討段階から成約するまでの期間が早くなっている印象である。また、成約に結び付く確度も高まっている。 | | |
| | | 通信会社（業務担当） | 来客数の動き | ・6月からの料金プラン見直しの来客数が増え、それに伴い接客機会も増えたため、販売数も前年、前月より増加している。 | | |
| | | ゴルフ場（従業員） | お客様の様子 | ・都市部の会社の慰安旅行やコンペの予約が非常に増えており、都市部では大変活気があるようだ。またインパウンドである韓国、台湾からの客についても、6月のみだが昨年の倍以上伸びている状態で、観光業は少しずつ上向きになっている。 | | |
| | | 変わらない | | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・天候に大きく左右される部分があるが、客の購入意欲はあるので3か月前と比べると少し良くなっている。 |
| | | | | 商店街（代表者） | それ以外 | ・商店街の空いていた店舗に次々と新しい店が入っている。そのため、実感はないが景気は上向きなのではないかと認識している。 |
| | | | | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響が残り、エステ関連や書籍、メガネ等大型テナントの売上が厳しい状況が続いている。 |
| | | | | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・天候の影響を除くと、物産催事、DM催事での来店客数は回復している。また、お得様ご招待店外ホテル催事及び地方催事の来客も好調で、客の購買意欲が戻りつつある。消費税増税前の駆け込み需要は、増税後の3か月で相殺され振り出しに戻った。お中元ギフトの新提案や値引き、DM粗品催事の開催で集客と購入意欲の掘起しを行っている。 |
| 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | | | ・消費税増税以降、4月の反動からすると大分落ち着いた様子が出てきている。ただ、冷夏により夏物衣料品の動きが非常に停滞している。 | | |
| 百貨店（営業政策担当） | 来客数の動き | | | ・3か月前は消費税増税直前だったため、客の動きが特殊であった。 | | |

| | | |
|----------------------------------|---------|---|
| 百貨店（店舗事業計画部） | お客様の様子 | ・昨年と比べ、梅雨入り後も気候が安定した分入店客数が堅調で、6月という端境期ながら大きな落ち込みがなく推移している。固定客づくりが進み夏物セール前のシーズン終盤期にも来客数が増え、購入につながっている様子である。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・消費税増税以降、単価に対する目が厳しくなっており、結果として3か月前に比べて財布のひもがやや固い。 |
| スーパー（店長） | お客様の様子 | ・消費税増税後の売価告知の問題で、生鮮食品の動きは3か月前と変わらないが、住まい関連用品や耐久消費財の動きはまだ回復しておらず、売上の厳しい状況である。単価アップで生鮮食品の売上は上がっているが、一般食品は消費税増税の影響で厳しい状況が続く。 |
| スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響で4月以降、客数は減っているが、1品単価、買上点数等の上昇により売上は大きく変わっていない。米、タバコ、酒、衣料品などの消費税増税前の駆け込み需要の反動減はほぼ収束している。 |
| スーパー（統括者） | 競争相手の様子 | ・食品スーパーの競合他社も売上高等厳しい状況で、更なる競争激化が続いている。 |
| スーパー（業務担当） | 来客数の動き | ・中元ギフトが早期割引効果により、例年に比べて前倒し傾向にある。耐久消費財は消費税増税の影響が出始めており、家電製品を中心に不調が続いている。そのため、客単価が伸び悩んでいる。 |
| コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・梅雨に入り天候が悪く客数が減少しており、売上も前年を大きく下回り厳しい状況で推移している。客の買物の様子を見ると多品目を購入せず、必要最小限の商品のみ買っている。 |
| 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・地域振興券活用を狙い20～23日と商店街でイベントを打ったが、ほとんど来客はなかった。 |
| 衣料品専門店（店員） | 販売量の動き | ・梅雨に入って肌寒い気候もあって、薄手の羽織などの目的買いは多かった。しかし、シークレットセールの来客数は前年並みで、単価が低く売上は前年割れだった。 |
| 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・今月は、消費税増税による消費マインドの低下はみられないが、セール前の下見が多く景気は上向きでない。 |
| 家電量販店（総務担当） | 来客数の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が継続している。また気温が上がらず、夏物の動きが非常に悪い。 |
| 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・4月以降、販売台数がなかなか伸びてこない。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・新車販売台数が伸びない。中古車とサービス売上は堅調である。今期の累計では会社全体で黒字を確保しているが景気の良さは実感しない。 |
| 住関連専門店（経営者） | 来客数の動き | ・新規部門は消費税増税前の売上まで回復してきたが、店舗での販売は増税前の水準まで回復していない。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | お客様の様子 | ・燃料油の小売価格は高止まりした感があり、顧客から今後どうなるのか心配する声が聞かれる。夏季賞与については、支給された顧客や今後支給予定の顧客から例年並みである様子が見えてくる。 |
| その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員） | 来客数の動き | ・店舗に立ち寄り客の数が前年より増えてきたが、購入する商品は単価の低い菓子類が中心で売上があまり増えない。 |
| 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〕（統括者） | 来客数の動き | ・施設の売上高は、消費税増税の影響もほぼなくなりつつあり、前年並みである。また、外国人観光客を取り込めている施設は伸びている。 |
| 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・6月初旬の動きは鈍かったが、下旬になって企業の株主総会後の利用で結構繁盛した。以前と比べると総会後の利用人数は減ったが、今月後半は持ち直した。 |
| 高級レストラン（支配人） | 単価の動き | ・ランチタイムは集客、売上ともに悪くないが、ディナーが悪い。 |
| 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・昨年と比較して増減がない。また、客単価もほとんど変化がなく、ボーナス間近にもかかわらず景気の良い話や雰囲気がない。 |

| | | | |
|-----------|---------------------------------|---------|---|
| | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・出張需要は確かに増えているが、全体的な動きに勢いはなく、前年をやや下回るような状況である。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・消費税増税で昼のタクシー利用が少ないようだが、夜はあまり変わらない。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・会社関係は相変わらず良いが、一般客の出控え、買い控えがあり、特に年配者の利用機会が少なくなって困っている。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・例年の6月よりは雨量は少なく、入出はやや多かったものの売上の上昇とまではいかなかった。 |
| | 通信会社（総務局） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響で解約数が増加すると予測し、顧客をつなぎとめるリテンション部門を強化したことが功を奏した。 |
| | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・動きがよくならないといけない時期だが、アペノミクスの効果が末端まで行き届いていないようだ。景気回復と言われても消費者の購買意欲は上がってきていない。我々美容業界も客の動きが全く良くなっていない。 |
| | 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） | 来客数の動き | ・4月の診療報酬・介護報酬改定及び消費税増税による負担増が、利用に影響を与えている。 |
| | 音楽教室（管理担当） | 来客数の動き | ・今の時期は転勤や転校がないので、顧客数の動きはあまり変わらない。 |
| | 住宅販売会社（代表） | 単価の動き | ・消費税増税の影響で、来客数と単価の両方も下がってきている。これから更に下がっていく可能性もあると懸念している。 |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・天気の変動が大きく、来客数が減っている。買物意欲があまりみられない。観光客も今月は少なかったようだ。 |
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・毎年梅雨時期は天候に左右される。高齢者の客が多くアーケード設備のない商店街では、雨天時は来客が極端に減少するため、売上の減少に直結する。 |
| | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・消費税増税の影響ではないが、客の購買力がかなり低下している。今月、公務員のボーナスが出るが、住宅ローンや子供の教育等に充てる割合が多いようで、あまり食に対する出費が見受けられない。 |
| | 一般小売店〔精肉〕（店員） | 販売量の動き | ・飲食店向けの販売量が微減している。 |
| | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 来客数の動き | ・売上は徐々に減少している。暑さだけでなく消費税増税も影響しているようで来客数も少ない。 |
| | 百貨店（企画） | 販売量の動き | ・消費税増税後の反動減が予想より大きかった。クリアランス前の買い控えの影響は昨年より大きく、ファッション関連の売上が低迷している。 |
| | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・消費税増税後、時間が経つとともに客の購買力は弱くなってきている。消費税増税前の駆け込み需要における決済手段は、翌月払いやボーナス払いが使われていたこともあり、ここにきて買物ができないとの声もある。 |
| | 百貨店（売場担当） | 競争相手の様子 | 関連店舗の売上げは、3か月前が106～118%、今月の見通しが93～105%となっており、特に百貨店の見通しが良くない。今月は、衣料品が92.8%、雑貨部門の宝飾・貴金属が63%と相変わらず低迷している。食品の来客数は98%であるが、売上は91%と低い。イタリア展の売上も90%と振るわず、大きい部門が伸びていないのが特徴だ。客単価については前年並みである。 |
| | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・消費税増税後、生活必需品の買物が中心となって、買上点数、単価とも減少しており、業績が悪化している。増税前の買いだめがある程度あるため、しばらくは減少が続く。 |
| | コンビニ（店長） | それ以外 | ・人件費やガソリンなどが高騰している。 |
| | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・2～3か月前と比較するとそう変化はないが、少し悪くなっている。客数などの変化はさほどないが、客の雰囲気からそう感じる。 |
| | 衣料品専門店（チーフ） | 来客数の動き | ・6月に入り、セール時期までの買い控えや目的買いを中心とした客の来店はあるが、ウィンドウショッピング客等の来客が少なく、前年に比べ客数が伸び悩んでいる。 |

| | | | | |
|----------------|-----------|-----------------|------------|---|
| | | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・3月をベースに考えると、消費税増税前の駆け込み需要の反動で4～5月はかなり悪かったが、6月は若干回復した。 |
| | | 高級レストラン（専務） | 来客数の動き | ・5月のゴールデンウィークから6月にかけて天候も悪く、人の出足が悪い。会合や観光客も少なくなって少し苦しいところである。夏休みに期待している。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・当該地域は高齢者が多く、年金は消費税増税分上がったわけでもないのに、旅費を節約しようとする傾向が顕著になっている。今月は、食品センターの客の動きが多少悪く、買物する客が少ない。また、週末の歓楽街の動きが冴えない。 |
| | | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・来客数が減ってきている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・不動産業では、マンション分譲と戸建ての土地、注文住宅を扱っているが、モデルハウス販売事務所への来場者は今期に入り減っている。来場者が少ないということは購買意欲が低いということである。 |
| 悪くなっている | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・年間売上ベースで通常6月は最も売上が悪い月ではあるが、今年是最悪である。特に土・日の来客数が激減している。郊外にある3つの大型店による催事が大きく影響している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・消費税増税の影響からの回復がまだまだ遅れている。販売量、単価とも非常に厳しい状況が続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街に通行人がいない。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | 来客数の動き | ・魚の種類が少ないこともあるが、とにかく客が来ない。これからまた売れない時期になる。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・単発で単価が高い仕事は若干入っているが、当店のメインであるギフトは、春の卒業式シーズンに良く売れていた2,000～3,000円の花束やアレンジの花等がかなり少なくなっている。母の日が以降、6月はかなり厳しい状態である。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・昨年の90～92%まで客数が落ち込んでいる。競合店の影響もあるが、消費税増税と同時に客数の減少もみられる。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | 来客数の動き | ・3か月前は、想定よりも少なかったものの消費税増税前の駆け込み需要によりある程度の客数は確保できた。今月は実質セール時期に突入したにもかかわらず、客数が全く増えておらず、特に主力のミセスのボリュームゾーンにおいては全く動きがない。 |
| | | 家電量販店（広報・IR担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響と天候の影響もあり、エアコン、冷蔵庫といった白物家電の動きが悪い。 |
| 企業動向関連 (九州) | 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 | ・例年6月は梅雨の影響で消費が伸び悩む。今年は5月に比べると落ちているが、例年のような落ち込みはない。特にスーパー、居酒屋は順調である。豚流行性下痢の影響で、豚の加工メーカー筋の食材や原料肉の引き合いも順調に推移している。 |
| | | 家具製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量、受注額共に梅雨の中弛みもあり、3か月前と比較するとマイナス25%となっている。しかし、3か月前は消費税増税前の駆け込み需要があり、これ影響を差し引けば例年並みである。消費税増税後の落ち込みは予想以下であった。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | 受注量や販売量の動き | ・人手不足による工事延期案件が多く、不透明感はあるが、受注量は増加傾向にある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・6月に入って受注量が若干上向いている。期待を持ちながら次を待っている。 |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・当社及び他社でも人材不足が発生している。 |
| | | その他製造業（産業廃物処理業） | 受注量や販売量の動き | ・取引先の自動車向け製品が好調で、少しずつ受注が増えてきている。 |
| | | 通信業（経理担当） | それ以外 | ・3月期の決算報告が相次いでいるが、業績回復した企業が多い。当社においても、受注量が増大するとともに、数年前からの業務改善効果により増益を達成した。 |
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・思ったほど消費税増税後の反動減はないようだ。 |

| | | | | |
|--------------|------------------------|--------------|---|---|
| | 不動産業 | 取引先の様子 | ・売買物件を問い合わせると、既に買付けが入っていたりすることが多い。 | |
| | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・価格にかかわらず、自分の欲しい物を買う傾向にある。 | |
| | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・自社の受注件数が伸びてきており、また問い合わせも増えてきた。 | |
| | その他サービス業〔物品リース〕（支社長） | 取引先の様子 | ・取引先の建設業では10月まで施工体制が整わないほど仕事がある。金融機関が融資に積極的になっている。小売業や飲食業の顧客で、新規出店する話が出てきている。節税対策商品の問い合わせがある。 | |
| 変わらない | 農林水産業（営業） | 取引先の様子 | ・畜産業界内の値上がり感はあるものの、荷動きは変わらない。 | |
| | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・季節的に既存品の売上ならびに生産数は減少しているが、スポット商品の受注が比較的好調である。 | |
| | 繊維工業（営業担当） | 取引先の様子 | ・海外での生産は、品質や工賃を維持することが難しくなっているため、取引先も苦悩している。しかし、割り切って方向転換するに至らないのが現状である。あと一押し、何かが必要である。 | |
| | 化学工業（総務担当） | それ以外 | ・当工場の製品は景気等の影響をあまり受けず、出荷も引き続き順調である。 | |
| | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・通常定番商品の動きが少し悪いが、デザイナーズブランドや高額なものは企画商品の販売が決まっているようだ。そのため、秋口には良くなるのではないかと期待している。ただ、ガス代や生地代等の値上がりで採算的には厳しい。 | |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今まで受注量が不安定だったが、景気が良くなったので少し安定してきた。今後、受注量が安定することで少し希望を持てる。 | |
| | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・当社については、民間工事で人手不足であるが、同地区の同業者については、官公庁の発注が少ないので受注ができていない同業者が多くいる。早期の発注を望む声を多く聞く。 | |
| | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・預かっている荷物の荷動きはあまり良くない。悪いままで推移している。 | |
| | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動減などから、自動車関連では一部に減産の動きがみられる。また、百貨店、スーパーなどでも売上が落ち込んできている。一方、公共投資が高水準で、求人数や時間外勤務が増加してきている。 | |
| | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・景気は悪くない水準で横ばいが続いている。地方は、公共工事の増加により需要がある。設備投資もまずまずある。 | |
| | 新聞社（広告）（担当者） | 受注価格や販売価格の動き | ・化粧品を含む通信販売の広告出稿は好調だが、旅行広告の出稿控えが影響し、出稿数は全体で前年比93%となる見込みである。 | |
| | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・現在セミナーなどを開催しているが、参加者が非常に少なく以前よりも減っているようだ。 | |
| | 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 | ・市町村が発注する高齢者や障がい者、子育て支援などの福祉に関する調査や計画の委託業務は、計画の改定年度が重なったことから、入札や見積りで辞退する業者が多く、予定価格に近いところで落札されている。 | |
| やや悪くなっている | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が部門ごとに異なるため、景気が上向きなのか下向きなのか判断ができない状況にある。 | |
| | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・中小企業の小売業は、消費税増税前の駆け込み需要後なので売上高は減少傾向にあり、資金繰りがタイトになってきている。 | |
| | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・3月が全般的に非常に良かったので、それと比べると6月はあまり良くなかった。ただし、例年よりは良くなっており、売上は若干回復している。 | |
| 悪くなっている | | | | |
| 雇用関連 (九州) | 良好な状態 | - | - | |
| | やや良好な状態 | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・長期派遣の求人が増加している。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・半年前から雇用確保の動きに出ている。景気が上向きになる前に人材を確保することが人事にとって最良の策である。今から人材確保に動く企業は策を持たなかった企業である。 |

| | | | |
|-----------|--------------------|---------|--|
| | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・現在も引き続き求人数が堅調に推移している。 |
| | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・人材紹介を行っているが、正社員採用の企業が増え派遣希望者が減っている。 |
| | 人材派遣会社 (社員) | 雇用形態の様子 | ・派遣だけでなく、直接雇用を前提とした紹介予定派遣や人材紹介の注文が増えている。また、中元時期の人員も例年と比べると増えている企業もある。 |
| | 人材派遣会社 (営業) | 雇用形態の様子 | ・直接雇用の実績が確実に上がっている。 |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 周辺企業の様子 | ・某大手宅配業者が簡易宅配の大規模な求人募集を始めた。こうした新しい形の求人形態が今後増える。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求人数の動き | ・一般の新規求人数が増加していることに加え、新規求職者数は減少しており、人手不足に関する事業所からの相談が増えている。また、新規高卒者に関する求人についても前年度比で増えている。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求人数の動き | ・新規求職者数は3月と比較し6月は横ばいになっているが、新規求人数は昨年と比較すると増加傾向にある。建設、医療・介護等はもちろん製造業においても人手不足となっている。 |
| | 民間職業紹介機関 (社員) | 求人数の動き | ・様々な業界の求人がある。まとまった単位で依頼はないが少しずつ増えている。 |
| 変わらない | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 求人数の動き | ・正社員雇用の増加がみられない。 |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 求人数の動き | ・新卒の採用は例年より早いですが、中途採用、パート、アルバイトの求人の動きはやや鈍い。 |
| | 職業安定所 (職員) | 周辺企業の様子 | ・消費税増税による影響はあまりないとする企業が多い。 |
| | 民間職業紹介機関 (支店長) | 求人数の動き | ・求人数の増加がみられない。外食産業、製造業では人手不足に起因する派遣労働者の需要はあるが、求職者は賃金との兼ね合いでそれら職種を敬遠気味である。ミスマッチが起きている。 |
| | 学校 [大学] (就職支援業務) | 求人数の動き | ・企業の採用活動が早期化したため、求人数の伸びがこのところ鈍くなっている。 |
| | 学校 [専門学校] (就職担当) | 求人数の動き | ・求人数は前年比110%で推移しており、ここ数が月変化はない。 |
| やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社 (編集者) | 求人数の動き | ・当社の求人取扱件数が前年を割っている。原因は3つほど考えられる。1つめは、消費税増税の駆け込み需要の反動で需要が低迷していること、2つめは、求人業界大手間の競争が激化し過剰サービスのあおりを受けていること、3つめは、求人が過熱気味で採用が難しくなっていることである。 |
| 悪くなっている | - | - | - |