

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 | 都市型ホテル (副支配人) | 単価の動き | ・9月以降、インバウンドの動きが非常に活発になっている。特に10～12月はインバウンドが単価を押し上げている。 |
| | やや良く なっている | 一般小売店〔精肉〕 (店員) | 販売量の動き | ・来客数も増えているが、それ以上に販売量が増えている。 |
| | | 一般小売店〔生花〕 (経営者) | 販売量の動き | ・11月は、2～3か月前の夏の暑い時期よりもギフトとしての生花の売行きは良くなっている。 |
| | | 百貨店(経営企画担当) | 販売量の動き | ・従来は9月ごろから秋冬商材が売上をけん引していたが、消費税増税や天候不順の影響からか、客の動きが遅く購買が後ろ倒しの傾向にある。 |
| | | コンビニ(販売促進担当) | 販売量の動き | ・今月の売上は、量販店が前年比104.5%、コンビニエンスストアが同96.8%、ローカルスーパーが同111.0%であった。食パンは、量販店が123.9%、コンビニエンスストア101.0%、ローカルスーパーが142.0%と販売量が多くなっている。また、和菓子より洋菓子が伸びている。 |
| | | 衣料品専門店 (チーフ) | お客様の様子 | ・10月から開始されているインバウンド強化により、かなり外国人客が増えた。売上全体の7～10%ほどがタックスフリーによる計上と見込まれる。 |
| | | その他専門店 〔コーヒー豆〕 (経営者) | 来客数の動き | ・例年の来客数と比較してみると若干増えている。冬場になって寒くなったのでコーヒーの消費が増えたと予想される。 |
| | | 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 | ・売上の前年比は7～10月に落ち込んでいたが、今月は改善してきた。 |
| | | 高級レストラン (専務) | 来客数の動き | ・飲食業は、忘年会等でこれからクリスマスにかけて客が少し増える。また、おせちや新年会なども期待できる。他店では、繁盛している店と客が少ない店ではばらつきがみられる。 |
| | | スナック(経営者) | 来客数の動き | ・季節要因により、夏期に比べると今月の売上はやや上向きの結果となった。 |
| | | 観光型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・依然として宿泊予約数が過去最高のペースで推移している。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・10月に続いて規模の大きな催しものが多く、連休の観光客と重なってどこのホテルも満室状態で、売上も堅調に推移した。 | |
| | 通信会社(業務担当) | 販売量の動き | ・11月は人気商品の入荷数が前月より改善されたこともあり、販売数が伸び、前年及び前月を上回っている。 | |
| | 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) | 来客数の動き | ・消費税増税から半年が経過し、増税の負担感が薄らいだことにより、顧客の利用増につながっている。 | |
| 変わらない | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・10月下旬から来客数が減少し、売上高も減少している。しかし、客単価は微増している。 | |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・一時的に良くなりそうな状況にあったが、実際に実需期に入ると家計に余裕がある人とならない人の差がはっきりと購買態度に表れている。 | |
| | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・新規の来客数が少ない。年賀状等の印刷が増えると想定していたが、今月は予想していたほど伸びなかった。 | |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・徐々に冬物商品が動き始め、前年度並みの売上で推移している。高額品の動きは横ばいだが、店頭特価品の販売枚数が若干減少している。収入格差の拡大による減少のようだ。 | |
| | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・客が、消費税増税による負担を実感しているため、無駄な買物はしないという様子が見え始める。まだまだ高額商品には手を出さないような気配である。 | |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・商店街では台湾、韓国からの観光客がよく来るが、ほとんど売上にはつながらない。また、一般の来客数は変わりがないが、消費税増税の影響で、商店街では値引き品や売出し商品が主に売れ、定価商品は売れない。 | |
| | 一般小売店〔鮮魚〕 (店員) | 来客数の動き | ・ようやくサバが入荷しました。これから年末にかけて少しでも売上が上向くことを期待する。 | |

| | | |
|----------------------------------|---------|--|
| 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・売上は減少傾向にあるが、前年比は横ばいである。物産催事とお歳暮ギフト先行により、レジ客数は生鮮食品部門で上昇してきた。また、自家需要の紳士服と紳士用品、リビング用品が好調だ。美術、毛皮等の高額商品も売上・客単価共に好調で、消費の2極化が強まった。 |
| 百貨店（営業統括） | 単価の動き | ・来客数は回復傾向にあるものの、購買率、購買単価が伸び悩んでいる。 |
| 百貨店（店舗事業計画部） | 来客数の動き | ・昨年に比べ連休が増え、福岡市内では大型コンサート等イベントが多く、入店客数の増加に結びついた。気温の冷え込みは一進一退だが、気候変動の影響を受けにくい化粧品・バッグ等の販売は好調である。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・3か月前と比較して、全体的な数値は変化していない。特に生鮮を除く一般加工食品は厳しいままである。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・今月は生鮮食料品の精肉は相場高もあり、売上は維持しているが、それ以外の食品や衣料品の売上が厳しい。客単価は維持しているものの、客数は減っているため、売上は前年を下回っている。 |
| スーパー（総務担当） | それ以外 | ・食料品の売上は順調に推移しているが、衣料品・住居用品は気温の影響で、前年を大きく下回っている。 |
| スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・夏以降、傾向が変わらない。売上の大きな減少はないが、買い回りにより客数が減少している。11月としては暖かかったため、衣料品の動きが悪い。 |
| スーパー（業務担当） | 販売量の動き | ・売上の中核を占める生鮮関連は、鮮魚・精肉は堅調だが、夏場から続く青果の不調が一向に改善されない。気温の低下が進まず、冬物衣料も動きが鈍いため、非食品売場の動向も良くない。 |
| コンビニ（エリア担当・店長） | 単価の動き | ・月末につれて客数は増えている。特に、公共料金の支払い客の増加が影響しているようだ。しかし、プラス1品の買物は増えておらず、客単価が減っている。 |
| 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・商店街全体や当店のイベントを打つも客の出足が悪い。 |
| 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・11月は冬物の冬物衣料のシーズン真ただ中で、羽織物のコートなどの1品単価が3か月前よりも上がっている。しかし、客は寒さが厳しくならないと買わない傾向にあり、今月はそこまで冷え込まなかったため期待したほどではなかった。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | お客様の様子 | ・超高額所得者が利用する売場は比較的堅調であるが、一般的な売場は、客の動きが全く改善していない状況である。 |
| 家電量販店（総務担当） | 販売量の動き | ・相変わらず客数、売上ともに低迷している。給与所得に左右されない高齢者だけが、買物をしている。 |
| 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・中間層の客は、なかなか車の購入まで手が回らないと言っている。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・大規模なイベントを実施しても新車販売台数が思うように伸びない。全社収益では黒字を確保しているものの、新車が売れないと盛り上がり欠ける。 |
| 住関連専門店（経営者） | 来客数の動き | ・今月は産業祭など大きなイベントもなく、売上が低迷している。毎月のキャンペーンも低調である。 |
| 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下げ基調となってきたが、販売量はさほど変わりがない。客をみると、11月は節約し、12月に支給される賞与に期待をしている様子がかがえる。 |
| 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） | 競争相手の様子 | ・インバウンドの客を取り込めている施設は売上が上がっているが、取り込めていない施設は前年割の状況にある。消費税増税や物価高等の影響がある。 |
| 高級レストラン（支配人） | 来客数の動き | ・夜の客数が伸びない。 |
| 都市型ホテル（販売担当） | 販売量の動き | ・業種的に総選挙があるので慌ただしくなる。 |
| 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・円安や総選挙などマイナス要素が重なり、レジャー需要は弱い。一方、ビジネス利用は企業の出張が活発で好調に推移している。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今月は修学旅行のシーズンであるが、昨年と比べて落ち込み、さえない結果となった。2～3か月前と比べると横ばいである。 |
| 通信会社（営業） | 販売量の動き | ・11月の売上は前年比で横ばいであった。毎年11月は、10月や12月と比較すると売上が落ち込む。年末需要に期待したい。 |

| | | | |
|---------------|-------------------------|--|---|
| | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・ 今月は、会社の慰安旅行や会社のコンペなど大型コンペが多かった。台湾、韓国等の外国人客もいつもより多く、入場者数も昨年の1割程度増えている。 |
| | 美容室（店長） | お客様の様子 | ・ 景気は変化していないが、当店の着付け客は例年より多かったので、売上が良くなった。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・ 不動産部門の住宅マンション分譲は、さほど来客数は変わらない。契約に至る件数も変化がない。 |
| | 住宅販売会社（代表） | 競争相手の様子 | ・ 住宅に関して、消費税の再増税が先送りになったので、駆け込み需要がなく購入が少し間延びしている感がある。当社は、来客数は減少しているが、受注は予定通りのペースで推移している。しかし、同業者では、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が見受けられる。 |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・ 求人数も落ち着き、新規の求人があまりない。 |
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・ 11月は10月に比べて天候に恵まれたのにもかかわらず、商店街の来客数がかなり減っている。販売単価も下がっており、大変厳しい状況である。 |
| | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 販売量の動き | ・ 例年であれば寒さと比例して売上が増加するが、今年は消費税増税の影響が予想に反し悪かった。来店者が少なく、事務所用も家庭用も販売が減少している。 |
| | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・ 来客数は前年比増であるが、客単価が大幅に落ち込んでいる。消費税増税後の落ち込みから回復できていない。 |
| | 百貨店（売場担当） | 競争相手の様子 | ・ 今月の関連店舗の売上は、前年比98～105%となっており、リニューアル効果で上がっている店舗があるが、3か月前と比べてやや悪くなっている。特に紳士服、婦人服ともに同94%と悪い。家庭用品は同99%、食料品は同101%となっている。北海道物産展は前年並みとなった。前年同月23万円であった外国人客の購買は、今月約10倍の280万円となった。 |
| | 百貨店（企画） | 販売量の動き | ・ 来客数は順調に推移しているものの、販売単価が下がっている。特に衣料品が苦戦している。 |
| | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・ 気候的には秋本番で、例年この時期になると冬物衣料のコート等が本格的に動くが今年は弱い。市長選があり来客数が減った。昨年、消費税増税前に購入したために、今年は購入しないという客の声が聞かれる。 |
| | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・ 客は消費税の再増税の動きを注視している。政治不安定による先行き不透明感に対する不安がある。 |
| | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・ 生鮮食品の青果価格相場が前年比82%で推移し、米の相場も下がっている。一般食品の売上は、調味料関係の動きが鈍いようで同93%となっており、大変苦戦している。 |
| | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・ 食料品や日用品などの必需品は回復傾向にあるが、衣料品などは大きく落ち込んでいる。 |
| | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・ 競合の激化による客数の減少や必要な物しか購入しない客の増加により、客単価が大きく下がっている。客の収入が減少し、家計の支出が減少しているものと考えられる。 |
| | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・ 客の動きが今一つ悪いようである。景気の良い話は聞かれない。 |
| | 衣料品専門店（店員） | 単価の動き | ・ 気温が高かったせいでコートの売上が伸びなかった。単品購入が多く、客単価が低かった。昨年割れの売上だった。 |
| | 家電量販店（広報・IR担当） | 販売量の動き | ・ 販売量、来客数ともにやや悪化している。主要商品の販売単価は上昇しており、付加価値の高い商品は好調であるが、消費マインドは冷え込んでいる。 |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当） | 販売量の動き | ・ 消費者の購買行動は相変わらず慎重かつ価格に敏感で、買物をする日や場所を決め込んでいる。衝動買いの行動は見られず必要な分を必要なだけ購入している。 |
| | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・ 今月は、今年一番暇な月であった。12月は忘年会を控えると見え、少な過ぎた。 |
| 一般レストラン（経営者） | 単価の動き | ・ 消費税増税後、客はじわじわと負担の大きさを実感しているため、これまでより1ランク下の価格帯に変更したり、一番安価な商品を頼む客が増えた。 | |
| 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・ 景気が悪いほど、開業者や店舗が増える。客人口に対する店舗数が多過ぎ、売上や客数が減少している。 | |
| 居酒屋（経営者） | 来客数の動き | ・ 周りの飲食店や取引先からも景気が良くなったという声は聞かれない。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | お客様の様子 | ・ 仕事の受注が思うように伸びない等のコメントが多く聞かれる。 | |

| | | | | |
|----------------|-----------|------------------|--------------|--|
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ 今月は、特に昼間の客の動きが大変悪く、思うような売上がなかった。行楽地への客の足が鈍く、また夜の繁華街の売上が悪かった。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・ お歳暮シーズンにもかかわらず、販売量が伸びない。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・ 本来なら8～10月と比べ販売量が増加するはずだが、消費税増税の影響か今ひとつ伸びない。得意先も売上が伸びておらず、客が商品を買わないという悩みが出ている。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・ 来客数が減っており、市販の商品利用が多くみられる。 |
| | | 設計事務所（代表） | 販売量の動き | ・ 消費マインドが伸びていない。 |
| | 悪くなっている | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・ 客単価は増えているが買上数が減っているため、販売量の動きが悪い。 |
| | | 高級レストラン（社長） | それ以外 | ・ 総選挙が始まったので悪くなっている。 |
| 企業動向関連 (九州) | 良くなっている | ○ | ○ | ○ |
| | やや良くなっている | 家具製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・ 今月の売上は、季節指数を考慮しても前年比5～8%程度伸びている。全般的に、建築や内装工事での人手不足はあるものの、物件は増えているので家具の需要も増えている。また、平均受注単価もリーマンショック後から比べると10%以上は伸びている。ただし、輸入家具については、円安により40%程度高騰しているが、全額を価格転換できるわけではないので利益が大きく減っている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 百貨店や量販店の定番商品はいくらか良くなった。企画商品がある程度動いているので、昨年同時期や夏場より良くなってきている。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 3か月前より生産は上がっているが、季節的なもので、一概に良くなっているとは言えない。 |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・ 依頼した仕事が、人繰りがうまくいかないと断られることが良くある。 |
| | | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・ 製造業、建設業などは、高水準の稼働率を維持している。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・ 自社の受注金額・件数が伸びている。また、取引先の発言からは、投資意欲が上向きつつあると感じられる。 |
| | 変わらない | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 今月は、取引先の引き合いが依然強い。また、特に前半は、原料不足で得意先の要求に対応できないようだった。それでも売上は、年度計画に対して96%を達成しそうだ。 |
| | | 農林水産業（営業） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 年末に向けた特需期に入るが、全体的な動きとしては変わらない。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 商品の需要期と原料の収穫時期にあるため、順調に生産・販売が進んでいる。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・ 当工場の製品は、景気の影響をあまり受けない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 機械設備の受注量は、今までとさほど変化がなく滞っているようだ。 |
| | | その他製造業（産業廃物処理業） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 中国の買手が足踏みしており、相場通りには値が上がらない。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 受注状況はあまり変わっていない。 |
| | | 輸送業（総務） | 受注量や販売量の動き | ・ 荷物の動きは横ばいで良くはない。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・ 荷主から預かっている貨物の荷動きが非常に悪い。昨年と比較しても1割近く落ちている。 |
| | | 通信業（経理担当） | それ以外 | ・ 消費税増税以降、消費マインドが落ち込んでいる。改善の兆しがみられない。 |
| | | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・ 消費税増税の影響が残っている自動車や住宅の売上は前年を下回っている。一方、雇用や所得環境の改善などから、個人消費は百貨店、スーパー等の売上が徐々に回復、各種イベント会場への来客数も比較的堅調に推移している。 |
| | | 新聞社（広告担当者） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 地元広告主の出稿の動きは鈍い。売上をけん引してきた通信販売や旅行広告出稿数が前年比80%台前半と低調である。全体でぎりぎり90%に届く見込みである。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・ 売上が減少傾向にあり、新規の取組よりも現状維持に集中している。 |

| | | | | |
|--------------|--------------------------|------------------|--|--|
| | その他サービス業 [物品リース] (支社長) | 取引先の様子 | ・比較的堅調に推移している取引先が多い。建設業では、人件費や材料の上昇に起因して、次年度以降の受注に苦慮している。アメリカの飼料高騰により豚の原材料費が増加したため、食肉加工会社は価格転嫁を検討している。 | |
| やや悪くなっている | 繊維工業 (営業担当) | 競争相手の様子 | ・国内工場の閉鎖をちらほらと耳にする。外国人労働者とのトラブルが絶えないようだ。円安により国内に仕事に戻りつつあるが、安い工賃での要望が多い。断れずに仕事を受け、儲けが全くないか赤字になるところもあるようだ。 | |
| | 一般機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・受注量が思ったほど伸びない。ユーザーの担当者は、自社の需給状況をあまり把握していないようだ。 | |
| | 電気機械器具製造業 (経営者) | 取引先の様子 | ・2～3か月、発注先から計画通りに仕事が入ってこない状況が続いている。今後、状況が変化するとは考えられず、大変心配している。 | |
| | 建設業 (社員) | 競争相手の様子 | ・一般入札は、総合評価方式で評価点の高い、地場でも大手の会社が受注している。指名競争入札は同札入札が多く、くじ抽選が多くなり受注に至らない業者が多く、受注する会社は偏っている。今期受注できていない同業者もいる。下半期に多くの発注は期待できないのではないかと気がかりである。 | |
| | 金融業 (従業員) | 取引先の様子 | ・企業及び個人事業主は変化がみられないが、個人消費者は収入が増えず支出が増えている。 | |
| | 金融業 (得意先担当) | 取引先の様子 | ・当地の主要産業である建設、土木関係の業種をみると、災害復旧関連工事の受注量が大幅に減少している。一方、材料単価の上昇がみられ、収益状況は厳しいとの声が聞かれる。 | |
| | 金融業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・取引先の様子からは、個人消費に直接関わる物販の低迷は続いている。売上高は軒並み低迷しており、業績の改善傾向が見受けられない。 | |
| | 経営コンサルタント (社員) | 受注価格や販売価格の動き | ・仕入価格が下げられる傾向にあるが、それでも商品が売れない。 | |
| | 経営コンサルタント (代表取締役) | 取引先の様子 | ・11月は夏場と比べても少し厳しかった。市長選など、選挙期間であった地域は厳しい状況である。今後、総選挙もあるので、12月初旬にかけて厳しい状況が予想される。 | |
| | 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 | ・8～10月にかけては、市町村からの調査や計画等の委託事業は発注が多く、入札の辞退や高めの落札金額が見られた。しかし、今月に入り、発注物件の減少や業者の抱えている業務が少なくなったことで、入札の落札金額が低くなる傾向にある。ただし、ダンピング価格まではなっていない。 | |
| 悪くなっている | — | — | — | |
| 雇用関連 (九州) | 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 | ・求人に対し求職者が減少している。3月ごろより労働市場が売手市場に潮目が変わって、求職者で有望な人材はすべて決まってしまった。 |
| | | 人材派遣会社 (社員) | 求職者数の動き | ・求人誌、新聞などの求人は相変わらず多い。派遣登録に来る人も多くなっているが、直接の求人が多いので、すぐ仕事が決まる人が増えている。 |
| | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 求人数の動き | ・地方の中小企業、小規模事業者の人材確保は厳しい状況が続いている。恒常的に求人募集が行われるため、求人広告が伸びている。 |
| 変わらない | 人材派遣会社 (営業) | 求人数の動き | ・相変わらず求人件数が多く、各部門での人材不足は深刻であるが、全体の景況感は横ばいである。 | |
| | 求人情報誌制作会社 (編集者) | 求人数の動き | ・当社が発行する求人情報誌の広告取扱件数は、前年を下回って推移している。人手がなかなか集まらず、営業面でも苦戦を強いられているようだ。 | |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 求人数の動き | ・正規雇用が増えていない。 | |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 周辺企業の様子 | ・各メディアの求人募集は堅調で、大卒向け求人状況も悪くない。業種によっては依然人手不足の状況がある。ただ、企業を回ると、全体として良くなっているという感じは受けない。求人はネットでの募集が増えている。 | |
| | 職業安定所 (職員) | それ以外 | ・着実に上昇傾向にある有効求人倍率に比べ、新規求人数と新規求職者数は月ごとに増減の波がある。そのため、景気判断は苦慮する。 | |

| | | | |
|-----------|--------------------|---------|---|
| | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・中小零細企業が大部分を占める地方では、原材料等の高騰や工賃単価の据置き等により、業績が好転しているとは言い難いとの声が多く聞かれる。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数を8～10月の3か月の総数で見ると、前年度の10,569件に対し、今年度は10,583件と微増である。 |
| | 学校〔大学〕 （就職支援業務） | 採用者数の動き | ・今年度卒業予定者の就職活動がほぼ終了した印象が強い。 |
| | 学校〔専門学校〕 （就職担当） | 求人数の動き | ・求人数は、前年比110%を越えている状況が続いている。特に、福祉分野や建設分野に関する引き合いが強く、同130%以上となっている。 |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社 （社員） | 求人数の動き | ・求人の依頼数は前年を下回った。 |
| | 人材派遣会社 （社員） | 求人数の動き | ・求人は生命保険会社の事務などに偏っており、一般の企業からの依頼が少ない。 |
| 悪くなっている | — | — | — |