

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<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |               | 百貨店（営業担当）                        | 販売量の動き   | ・気温の低下と共に衣料品の販売が上向いてきた。  |
|                            |               | 商店街（代表者）                         | 販売量の動き   | ・10月に入り気候も安定してきたせいか、来客数、販売量共に若干増えた。  |
|                            |               | 商店街（代表者）                         | それ以外   | ・印刷物作成の受注件数が増加した。  |
|                            |               | 一般小売店〔茶〕（販売・事務）                  | 来客数の動き   | ・過ごしやすい季節になり少しずつ来客数も増えてきている。売上も伸びてはいるが季節的な要因であり、景気が回復しているわけではない。新規の客も増えている。                      |
|                            |               | スーパー（経営者）                        | お客様の様子   | ・給付金や支援金が回り始め、購買意欲が出てきた。   |
|                            |               | スーパー（経理担当）                       | 販売量の動き   | ・8～9月の下落からは多少改善している。ただし日照不足や天災による野菜や牛肉等の高騰により、客の購入点数が減少している。                                     |
|                            |               | コンビニ（経営者）                        | それ以外   | ・上向いていると判断したが、景気が良くなっているというより当社の努力が実を結んだ結果、わずかに前年を上回ったということである。                                  |
|                            |               | 乗用車販売店（総務担当）                     | 販売量の動き   | ・新型車効果があり計画どおりの売上、収益を確保できている。  |
|                            |               | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）               | 販売量の動き   | ・気候も寒くなりつつある。冬場の熱いコーヒー飲料の消費が多くなり販売量も増加している。  |
|                            |               | 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） | お客様の様子   | ・全館の来店客数、売上の伸長もそうであるが、今月はショッピング以外のイベント販売やシネマ動向の伸びが顕著に表れている。ハロウィーン市場も拡大を見せており、趣味し好へお金を使う流れが増えている。 |
|                            |               | 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   | ・天候が比較的良かったので、行楽客も多く空港利用者も増え前年より売上が伸びた。  |
|                            |               | 観光ホテル（総務）                        | 販売量の動き   | ・九州ふっこう割第2弾が始まったが、第1弾に比べ、影響は少ない。   |
|                            |               | 観光型ホテル（スタッフ）                     | 来客数の動き   | ・鉄道会社による観光キャンペーンが始まり宿泊者数も伸びている。宴会も例年以上に取り込めている。  |
|                            |               | 都市型ホテル（販売担当）                     | 販売量の動き   | ・婚礼の売上は落ちているが、宴席利用と宿泊は少し良くなってきている。具体的な数字は出ていないが地震の影響もない。   |
|                            |               | 旅行代理店（従業員）                       | 来客数の動き   | ・九州ふっこう割の第2期販売も順調に推移し、今まで低迷していた東京、京阪神方面も若干の回復がみられる。  |
|                            |               | タクシー運転手                          | 来客数の動き   | ・夜の繁華街はあまり良くないが、昼間の観光地の予約が大変良く、連日車が不足している。遠距離の客も増え、海外の客も若干増えている。                                 |
|                            |               | 通信会社（企画担当）                       | 販売量の動き   | ・これまでに引き続き受注できている。   |
|                            |               | 観光名所                             | 来客数の動き   | ・長雨が続く中でも、客は雨具を身につけて当地にやってくる。  |
|                            |               | 美容室（店長）                          | お客様の様子   | ・運送会社の人の仕事の量が増えて忙しくなったと言っていた。  |
|                            |               | 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）  | 単価の動き  | ・前年4月の介護報酬マイナス改定において、業界全体が非常に厳しい経営環境となっていたが、1年が経過し、中間決算が好転する主要企業も始めている。                          |
|                            | 商店街（代表者）      | 販売量の動き                           | ・商店街全体の動向を見ても上向いている店は見受けられない。しかし、月の売上が悪くなってきている様子でもない。   |  |
|                            | 商店街（代表者）      | 来客数の動き                           | ・10月は週末ごとに台風や雨で来街客がかなり減った。売上もかなり厳しい状況である。  |  |
|                            | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | お客様の様子                           | ・魚、特にサバが少ない。秋はサバの季節で儲け頭なのだが、型が良く、鮮度の良い、脂の乗ったおいしいサバが入荷しない。捕れる魚種が変わってきている。                       |  |
|                            | 百貨店（総務担当）     | 販売量の動き                           | ・気温は安定してきたが天候が悪く、客足が伸びないため、飲食テナントを中心に厳しい状況である。紳士服はアウターが悪く、全体の足を引っ張っている。地元球団が優勝を逃し、セールに勢いがなかった。 |  |

|                          |         |   |
|--------------------------|---------|---|
| 百貨店（営業担当）                | お客様の様子  | ・特待会員の金券交換、次年度コースへの入会で記帳コーナーは混雑した。報道効果と入会促進施策により入会口数は増加しているが、特待会員の金券交換率と新規入会率が低下している。また、特待会員向け催事、クレジットポイントアップ催事と店舗改装による来店客数と金券利用の増加を期待したが、客は購買に慎重で即日利用が減少、売上押し上げ効果は出なかった。 |
| 百貨店（業務担当）                | お客様の様子  | ・季節商材も本格化する時期だが、衣料品を中心に売れない。気温も高く、まだ本格的な衣替えとはいかないものの、必要のないものは買えない、まだまだ震災後の片付けでどれだけお金がかかるかわからない、と言う客もいる。   |
| 百貨店（マネージャー）              | 販売量の動き  | ・10月に入り、季節商材主力のコートを含め十分な品ぞろえだが、コート自体の動きはあまり良くない。その中でも、比較的安価な、軽めの羽織系が売れ筋となっており、今後コートが衣料品売上をけん引していくのは難しい。高めに推移する気温の影響である。   |
| 百貨店（店舗事業計画部）             | お客様の様子  | ・気候の推移が遅れ10月にもかわらず、9月の商品が売れるなど客は気候変化に敏感に反応している。中価格から高価格品の動きは鈍く、長いシーズン使える商品が持ちこたえている。バーゲン品への反応も良い。   |
| スーパー（店長）                 | 販売量の動き  | ・野菜の高騰により野菜部門の売上は上がっているが、その他の販売量が伸びていない。  |
| スーパー（店長）                 | それ以外    | ・気温が高く、食品や衣料品を含めて季節商材の動きが良くない。  |
| スーパー（店長）                 | お客様の様子  | ・客の商品の買い方を見ても、特に変わりがない。   |
| スーパー（店長）                 | 販売量の動き  | ・熊本地震の影響で競合店の閉店により前年比170%で推移している。競合店の復興により今後変わってくる。青果物の相場が前年比180%で推移しており売上も順調である。   |
| コンビニ（エリア担当）              | 競争相手の様子 | ・天候不順により売上の増減が激しく前年比で大きく下回っている。競合他社の出店もあり厳しい状況が続いている。   |
| コンビニ（エリア担当・店長）           | 販売量の動き  | ・テレビ番組で新商品が取り上げられると、その商品は売れるが既存の商品が伸び悩む。プラス1品がないので客単価もたいして上がらず、前年並みの状況に落ちている。   |
| 衣料品専門店（店長）               | 来客数の動き  | ・商店街から人の動きが消え、来店客がほとんどない。   |
| 衣料品専門店（店長）               | お客様の様子  | ・客の動きがなかなかつかめない状態である。あまり良い方向には向かない。   |
| 衣料品専門店（店員）               | 販売量の動き  | ・コーデネートをセットで購入するより、吟味してニットを1枚買っていく客の方が相変わらず多い。  |
| 衣料品専門店（総務担当）             | 来客数の動き  | ・地域環境の悪化により来街者、入店客共に減少している。また高温により衣料品の購買意欲が減少し、来店数が大幅に減っている。  |
| 衣料品専門店（取締役）              | お客様の様子  | ・高額秋冬物の売上が悪く、すぐに着れる合物を購入する客がほとんどで、ファッションとしての先買いがなく、今月は厳しかった。  |
| 家電量販店（店員）                | 販売量の動き  | ・「気温に影響される家電製品は6月ごろから上げ下げが続いていたが、この3か月は続いて良い。   |
| 家電量販店（総務担当）              | 来客数の動き  | ・残暑も終わり端境期のため、いろいろな仕掛けをするが客数が伸びない。  |
| 乗用車販売店（代表）               | お客様の様子  | ・あまり景気の良い話を聞かない。  |
| 住関連専門店（経営者）              | お客様の様子  | ・客は来るが買物に慎重で、決定するまでに時間がかかる。地元の産業祭の来場者は多いが、なかなか売上に結び付かない。  |
| その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）    | 販売量の動き  | ・10月の3連休と地方祭が重なり、前年以上の販売量を期待したが、前年並みだった。燃料油の小売価格はやや上昇傾向ではあるが、販売量はやはり前年並みである。  |
| 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  | ・気温が高く、秋物への移行が遅れている。前年の地元球団リーグ優勝セールとの反動も大きい。  |
| 高級レストラン（専務）              | 来客数の動き  | ・アジアの客と、地元客及び観光客で格差があり、支払金額が両極端である。   |

|                                      |         |  |
|--------------------------------------|---------|--|
| 高級レストラン<br>(支配人)                     | 来客数の動き  | ・ディナー、ランチ共に前年同月割れである。  |
| 一般レストラン<br>(経営者)                     | 単価の動き   | ・客数は若干増加傾向にあるが、注文が安価なものに集中しており全体的な売上は横ばいである。年末に期待したい。  |
| 観光型ホテル<br>(専務)                       | 来客数の動き  | ・熊本地震による風評被害の影響がまだあり、遠方からの客が減っている。   |
| 都市型ホテル<br>(スタッフ)                     | 来客数の動き  | ・インバウンドの消費額が明らかに落ちてきている。   |
| 都市型ホテル<br>(副支配人)                     | 単価の動き   | ・熊本地震後、9月以降はインバウンドが戻ってきており単価が上がっている。   |
| 旅行代理店(企画)                            | お客様の様子  | ・以前に比べ、秋の行楽旅行シーズンのパッケージの販売が伸び悩んでいる。  |
| タクシー運転手                              | お客様の様子  | ・人は動いているがタクシーはあまり動いていない。   |
| タクシー運転手                              | 来客数の動き  | ・地域住民の客足はやや鈍く夜の繁華街も人出は少ないが、外国人を含む観光客のタクシー利用が増加している。  |
| 通信会社(営業担当)                           | それ以外    | ・全国規模の台風の影響がこの時期になって波及してきている。  |
| ゴルフ場(従業員)                            | 来客数の動き  | ・インバウンド、県外からの客、社員旅行のコンペが多くなっているが地元のコンペがあまり良くない。この状況が年末まで続く。客単価を安く設定して週末の販売促進につなげる。   |
| 競輪場(職員)                              | 競争相手の様子 | ・他場のグレードレースの売上に大きな変化がない。   |
| 美容室(経営者)                             | 販売量の動き  | ・少しずつ景気が良くなっているが数字でみると横ばいが続いている。この先景気回復が望まれる。  |
| 住宅販売会社<br>(従業員)                      | 来客数の動き  | ・来場客数も横ばいが続いている。   |
| 住宅販売会社<br>(従業員)                      | お客様の様子  | ・客の様子からは景気の良い悪いは特に見えない。日経平均や株価が上がるのが景気が良いということなの分らないが、仕事や賃金の増加には反映されていない。  |
| 商店街(代表者)                             | お客様の様子  | ・衣替えの季節だが購買意欲が出てこない。生活必需品や食料品などの値上げが、購買意欲をより慎重にさせている。  |
| 商店街(代表者)                             | 来客数の動き  | ・スーパーマーケットや大型店が中心部の外回りに数多くあるので、目的外の客の減少を止められない。  |
| 商店街(代表者)                             | 単価の動き   | ・同じものであればより安いものを購入する傾向が以前より強くなった。アベノミクスで少し商品が売れる方向に向かってはいたが、現実には給料は上がらず、年金は手取りが減り、買物を渋っている。単価が下がっているので売上も下がっており、デフレから脱却できていない。 |
| 一般小売店[精肉]<br>(店員)                    | 販売量の動き  | ・飲食店向きの卸売の販売量が減っている。   |
| 一般小売店[生花]<br>(経営者)                   | 販売量の動き  | ・季節柄来客数が減る。年末にかけては増えるが様子見の状態である。   |
| 百貨店(営業担当)                            | 単価の動き   | ・10月は秋物、冬物の準備のトップシーズンであるが、紳士服が極めて厳しい。従来であればこの時期から紳士服が動いてくるが、今年は大きな動きはみられない。高額品が少し良くなってきている。                                    |
| 百貨店(企画)                              | 販売量の動き  | ・宝飾等の高額品は好調であるが、主力の衣料品は苦戦が続いている。   |
| 百貨店(売場担当)                            | 競争相手の様子 | ・売上が3か月前に比べるとやや悪い。9月以降衣料品を中心にあまり良くない状況である。   |
| 百貨店(営業統括)                            | 来客数の動き  | ・月初からの台風、暑さ、選挙等、外的マイナス要因もあり、来店客数が伸び悩んだ。衣料品全般が苦戦し続けている。   |
| スーパー(店長)                             | 来客数の動き  | ・10月は非常に気温が高く季節商材の動向が悪い。衣料品、暮らしの品が非常に悪く、食品についても鍋商材の動きが悪い。  |
| ドラッグストア<br>(部長)                      | 販売量の動き  | ・来店数、購入単価共に伸び悩んでいる。前年と比べ気温が高く、気温が下がると販売が伸びるかぜ薬等の商品の販売が前年ほど伸びていない。  |
| 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]<br>(統括者) | 販売量の動き  | ・インバウンド売上の落ち込みと天候不良による衣料品不振が長期化しており、小売全体に大きく影響している。  |
| タクシー運転手                              | 来客数の動き  | ・今月は阿蘇山の噴火の影響で観光客が減っている。また、歓楽街の動きが非常に悪い。   |

|                            |                 |   |  |
|----------------------------|-----------------|---|--|
|                            | 通信会社（営業）        | 販売量の動き  | ・販売量の動きが弱い。  |
|                            | 音楽教室（管理担当）      | 来客数の動き  | ・体験レッスンの数が減り、体験しても入会を検討する人が多い。月謝制が問題である可能性もある。   |
|                            | 設計事務所（代表）       | お客様の様子  | ・来店客数が少ない。   |
| x                          | 商店街（代表者）        | 来客数の動き  | ・来客数が減少していることから、かなり景気は後退している。  |
| x                          | 一般小売店〔青果〕（店長）   | 単価の動き   | ・8～9月は続け様に台風が来て、夏野菜の産地である北海道がことごとくダメージを受けた。その影響が10月に顕著に表れた。記録的な単価高になり、売上も伸びず、利益も出ないという厳しい状況であった。                     |
| x                          | 乗用車販売店（販売担当）    | 来客数の動き  | ・新車購入を検討している人が減少している。  |
| x                          | 高級レストラン（経営者）    | 来客数の動き  | ・とにかく悪く、予約数も伸びていない。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | 農林水産業（従業者）      | それ以外  | ・農業関連の事業公募が開始され、地方創生の公募と重なり、瞬間的にバブル経済のような状態になりつつある。農作物は天候不良もあり、今週あたりから出荷が伸び始め、11月中旬に出荷のピークを迎える。                      |
|                            | 食料品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き  | ・季節商材が堅調に販売できている。  |
|                            | 繊維工業（営業担当）      | それ以外  | ・受注面だけなら、量や工賃共に上昇しているのが良いが、毎年信じられないペースで最低賃金が上昇しており、利益はすべてそちらに持って行かれる。  |
|                            | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・秋口ということもあり受注や売上は良くなっている。ギャラリーの客も当地に来て購入している。  |
|                            | 金属製品製造業（事業統括）   | 取引先の様子  | ・例年の事であるが、下期に入り受注量、生産量共に拡大傾向にある。   |
|                            | 一般機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き  | ・受注量が少しずつ上向いているので徐々に良くなる。  |
|                            | 電気機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き  | ・受注量が安定しており非常に仕事がしやすい。良い方向に向かっている。   |
|                            | 電気機械器具製造業（取締役）  | 取引先の様子  | ・付き合いのある取引先は一樣に繁忙の状況である。   |
|                            | 建設業（社員）         | 受注量や販売量の動き  | ・良くなっているが、いつから着工するか、完成した後の手持ち工事があるのか等、まだ不安の方が大きい。年度末までの工事や繰越工事の受注に向けてより一層努力していきたい。                                   |
|                            | 金融業（従業者）        | 取引先の様子  | ・天候不順の影響もあり、百貨店・スーパーマーケットの売上がやや伸び悩んでいるが、自動車の売上は持ち直し傾向にある。また、公共投資の発注が増加しており、雇用者所得も持ち直してきている。                          |
|                            | 金融業（得意先担当）      | 取引先の様子  | ・九州ふっこう割の効果もあり、足元の景況感は良くなっている。ただし、地震直後に比べての良化であり、前年比ではマイナスの状況である。  |
|                            | 金融業（営業）         | 取引先の様子  | ・製造業はフル生産にはまだ遠いものの、中国景気の低迷に端を発した世界的な需要の低迷は底を脱した感がある。年末から来年前半の受注はめどが立ちつつある。   |
|                            | 経営コンサルタント（社員）   | 取引先の様子  | ・酒小売業が業態変更で好転し始めた。   |
|                            | 農林水産業（経営者）      | 受注量や販売量の動き  | ・本来10月は行楽シーズンや年末に向けての需要がある時期だが、今年は動きが悪い。データを分析しても消費は悪くなく、畜産物に関しては生産増による過剰供給が原因である。それでも居酒屋、スーパーマーケット向けは加工品を中心に順調であった。 |
|                            | 農林水産業（営業）       | 受注価格や販売価格の動き  | ・例年に比べ盛り上がり欠ける。  |
|                            | 家具製造業（従業員）      | 受注量や販売量の動き  | ・今月の受注内容を見ると、ホテル物件等の東京オリンピック特需以外は前年同月比で10%弱減少している。ホテル用の家具受注があり、全体では10%近く増加している。受注内容が特需に依存している現状から2020年以降の落ち込みが心配である。 |
| 一般機械器具製造業（経営者）             | 受注量や販売量の動き      | ・機械設備の製作の取引先の受注状況が良くない。海外向けの大型案件が2件続けて棚上げとなった。                |  |
| その他製造業（産業廃物処理業）            | 取引先の様子          | ・客の生産量が低迷している。特にスマートフォン向けのラインが減産し、自動車向けに転向しているもののまだまだ安定していない。 |  |

|                      |                        |              |   |
|----------------------|------------------------|--------------|---|
|                      | 建設業（経営者）               | 取引先の様子       | ・客の状況が変わりない。見積件数が減っていない。  |
|                      | 輸送業（従業員）               | 受注量や販売量の動き   | ・年末需要に向け、商品の入庫が多いが出荷がないので保管スペースが厳しい状況である。運転手不足を考慮して荷主が前倒しで荷物を倉庫に送っている。  |
|                      | 金融業（従業員）               | 取引先の様子       | ・企業動向は上向きになる要因が見当たらない。家計の方は収入が伸びず財布のひもは固くなる一方である。   |
|                      | 金融業（調査担当）              | 取引先の様子       | ・融資状況に変化はない。  |
|                      | 金融業（営業担当）              | 取引先の様子       | ・建設業、不動産業、運送業は好調な状況が続いているが、一般消費者に関わりのある飲食業や物販は低迷しており、総じて景気は変わらない。   |
|                      | 新聞社〔広告〕（担当者）           | 受注価格や販売価格の動き | ・企業広告の出稿が多く前年を超える売上となったが、主力の通販や旅行広告は前年を下回っており、景気が上向きとは言えない。   |
|                      | 経営コンサルタント              | それ以外         | ・3か月かけて今月セミナーを企画した。チラシの配布、メールや電話での勧誘をしたが反応はそれほどでもなかった。  |
|                      | 経営コンサルタント（代表取締役）       | 取引先の様子       | ・熊本地震の影響は大分落ち着いてきたが、作業が進んでおらず仮設住宅ができて一段落となっている。保険業者や仮設住宅の工事での長期滞在者がいなくなり、その分前月比で悪い。   |
|                      | 経営コンサルタント（代表取締役）       | 受注量や販売量の動き   | ・受注件数や問い合わせ件数に大きな変化がみられない。  |
|                      | その他サービス業〔物品リース〕（支社長）   | 取引先の様子       | ・設備投資案件の引き合いが少ない。相変わらず低金利競争は続いている上、不良債権化するものも出てきている。建設工事の客は業績堅調である。九州域外に介護施設の建貸事業を行うなど、金融機関の協力も得て、本業以外の収益の柱を作ろうとしている。数人の知人が家を購入した。                                |
|                      | 輸送業（総務担当）              | 取引先の様子       | ・10月に入っても暖かい日が続き、冬物商品の回転が悪い。ようやく冷え込んできたので回復傾向にはあるが、今後の取引先状況をよく注視する必要がある。  |
|                      | 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      | ・市町村がコンサルタントに発注する調査・計画等の委託業務で、今月は他の業者が予定価格の半額近くで落札する入札が続いており、発注される仕事が少なくなることが影響している。また、入札ではなく企画提案で決定するケースが多くなってきていることから、実績や体制のそろった大手の受注が多く、中小企業では受注することが難しくなっている。 |
|                      | x                      | -            | -   |
| 雇用<br>関連<br><br>(九州) | 職業安定所（職員）              | 求人数の動き       | ・パートを含む新規求人数は、前年同月比26.0%増で、2か月連続の増加、単月の求人数で過去最高となった。新規求人のうち、フルタイム求人は34.8%増、パート求人は17.8%増であった。特に運輸業、郵便業、卸売・小売業、医療、福祉で2けた以上増となった。                                    |
|                      | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き       | ・新たなコールセンターの開設もあり、人手不足感が出ている。   |
|                      | 人材派遣会社（社員）             | 求職者数の動き      | ・派遣スタッフの転職に対する意識が高い。直接雇用へのエントリー希望者も多い。次の当てがなくても動くという意思表示がうかがえる。   |
|                      | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き       | ・求人数が増加している。企業の採用意欲は高まっているが、業界によって差がある。サービス業の求人は増加しているが、製造業の求人は伸びていない。  |
|                      | 新聞社〔求人広告〕（担当者）         | それ以外         | ・熊本地震で休業していた郊外店等がほぼ復旧した。中心市街地でもイベントが多く行われており、人の流れや購買意欲も活発になっている。  |
|                      | 職業安定所（職員）              | 求人数の動き       | ・全業種において新規求人が増えているが、中でも労働者派遣業を含む製造業や娯楽業の求人が増加している。  |
|                      | 民間職業紹介機関（社員）           | 求人数の動き       | ・事務あるいはCAD操作の派遣依頼が若干増加し、継続した依頼となっている。   |
|                      | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き       | ・接客、販売の求人は増えているが、慢性的な人手不足である。事務の求人で新規は数が少ない。  |
|                      | 人材派遣会社（社員）             | 求人数の動き       | ・3か月前と比較しても安定的に求人依頼がある。   |

|   |                    |         |  |
|---|--------------------|---------|--|
|   | 人材派遣会社<br>(社員)     | 求職者数の動き | ・今まで不人気職であった携帯販売や営業職の希望者が増えてきた。求職者も給与条件にシビアになっており、特に中高年の求職者の動きは、仕事を選べない状況になってきている。 |
|   | 新聞社 [ 求人広告 ] (担当者) | それ以外    | ・株価上昇の動きがない。   |
|   | 職業安定所 (所長)         | 求人数の動き  | ・当県の有効求人倍率は17か月連続で1倍台を維持している。  |
|   | 職業安定所 (職業紹介)       | 求人数の動き  | ・新規求人数、有効求人数共に前年比で増加が続いており有効求人倍率も高い。正社員求人数も増加している。                                 |
|   | 民間職業紹介機関 (支店長)     | 求人数の動き  | ・求人倍率が全国的に続伸していることは、人材派遣会社にとってはマイナス要因である。直接雇用が派遣よりも安定就業であることの証左である。                |
|   | 学校 [ 大学 ] (就職支援業務) | 求人数の動き  | ・一部企業においては人材の確保に苦慮しているが、求人数は前年度と同推移である。  |
|   | 求人情報誌制作会社 (編集者)    | 周辺企業の様子 | ・求人情報誌に求人を出してもなかなか採用に至らないので、チラシを作ってポスティングをする会社も出てきた。                               |
|   | 新聞社 [ 求人広告 ] (担当者) | 周辺企業の様子 | ・新聞社主催の講演会の会員の退会がこの半年で増えてきた。退会理由は業績の悪化による経費削減が多く、百貨店や大手スーパーマーケット等流通業が多い。           |
| x | -                  | -       | -  |