

11.九州（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<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |                 | -   | -  |
|                            |                 | 商店街（代表者）  | ・地元では、I R法の成立等明るい材料もあるため、期待している。   |
|                            |                 | 百貨店（営業担当）   | ・気温が下がらないまま冬物セールが始まっているが、ようやく冬本番の寒さになり、今後はセール品だけではなく、定価商品を含めて冬物の需要が高まることに期待している。   |
|                            |                 | 百貨店（販売促進担当）   | ・新生活需要にも入り、衣料品や生活用品等の動きが、今よりも良くなることが予測される。   |
|                            |                 | スーパー（総務担当）  | ・キャッシュレス化が良いペースで進捗している。客には、1月くらいから5%ポイント還元の実感を得てもらえるのではないかと考えている。また、東京オリンピック景気に伴う世の中の陽気ムード等により、消費が進むと期待感を持っている。  |
|                            |                 | コンビニ（経営者）   | ・公共工事が増えることにより、来店客数の増加が見込める。   |
|                            |                 | 衣料品専門店（総務担当）  | ・現状が景気の底であると考えており、2～3か月後には消費税引上げショックも緩み、若干景気が回復するのではないかと期待している。  |
|                            |                 | 家電量販店（店長）   | ・消費税引上げの影響も薄まり、10月以降の最低の状況から脱すると見込んでいる。  |
|                            |                 | 家電量販店（店員）   | ・12月は、令和最初の年末商戦ということで、非常ににぎわいをみせている。令和初の大きな買物や令和初の自分への御褒美等様々な名目で売上があった。また、パソコンは、OSが2020年1月にサポートを終了するため、パソコンの売上が非常に伸びている。この傾向は、令和2年も続くと予想され、やや伸びていくと期待している。 |
|                            |                 | 家電量販店（従業員）  | ・年末年始で買換えの需要が増加する。   |
|                            |                 | 家電量販店（広報・IR担当）  | ・駆け込み需要の影響が薄まり、2020年の東京オリンピックに向けて、売上が高まってくると予測している。  |
|                            |                 | 乗用車販売店（総務担当）  | ・今後3か月は増販期を迎え、新型車も投入されることで前年より来店客数が増え、新車販売台数が伸びると期待している。   |
|                            |                 | 住関連専門店（従業員）   | ・1月に気温が下がれば、保温性の高い寝具の売行きが増加が見込まれる。   |
|                            |                 | その他専門店【コーヒー豆】（経営者）  | ・コーヒー業界では、1年を通して12月が最も売上が上がる月である。1月はお歳暮も落ち着き、消費が落ち込むこともあるが、例年の1人当たりの購入量と比較すると若干増加しており、進物を配る先が増えていると考えられる。  |
|                            |                 | 一般レストラン（経営者）  | ・前年に比べ予約状況が良い。キャッシュレス決済の影響により客単価も上がっており、今後も客数及び客単価が上がると見込んでいる。   |
|                            |                 | 通信会社（企画担当）  | ・引き合いの数が増えており、金額もそこそこ大きい依頼が発生している。   |
|                            |                 | 通信会社（営業担当）  | ・業種上、年度末に向け販売量が動く。   |
|                            |                 | 商店街（代表者）  | ・景気が良くなる要因が全く見当たらない。現状が2月まで続き、新学期が始まる3月頃から若干持ち直すのではないかと予想している。   |
|                            |                 | 商店街（代表者）  | ・販売量は、11～12月と比較すると落ちていき、実際に良くなる状況にない。  |
|                            |                 | 商店街（代表者）  | ・消費税引上げ後の売上高維持対策として、ダイレクトメールや値引きセールを行っているが、余り効果が見られない。   |
|                            | 商店街（代表者）        | ・当市では、消費税軽減税率の施策が、全体に浸透せず時間が掛かっている。消費内容にも格差があり、高額商材を購入する人もいるが、徹底的に安く購入をしようとする人が多い。                      |  |
|                            | 一般小売店【青果】（店長）   | ・東京オリンピックが開催されるが、その効果は、当店が扱っている青果物に対して購買心が高まるような影響もなく、ほかに大きなインパクトもないため、横ばいあるいは、寒さによる高騰により、厳しくなると予想している。 |  |
|                            | 一般小売店【鮮魚】（店員）   | ・現在、北九州の水産業界は、ほとんど最低の状態である。これ以上の景気低迷に懸念をしている。   |  |
|                            | 一般小売店【茶】（販売・事務） | ・例年1～3月までは、気候が寒くなることで年間を通しての売上は高いが、今年は客の購入金額が低く、売上は余り期待できない。  |  |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 百貨店（企画担当）                        | ・消費税引上げ後の落ち込みが、想定より長引いており現状が継続する。   |
| 百貨店（営業担当）                        | ・交換期限の迫ったカードポイントの交換や還元制度の導入により、カードの新規入会は多く、お買い得感への反応は敏感である。一方、年末に向け自家需要のシーズン雑貨、紳士雑貨・スポーツ関連商品、タオル・ヘルスビューティ・バス、インテリア、食器等自分のための商材購入やし好性の高い舶来ブランドや美術工芸も先買により需要は伸びず、商品単価も上がっていない。今後も、購買への慎重な姿勢は継続していく。 |
| 百貨店（売場担当）                        | ・10～12月は、消費税引上げ後全店売上合計が95%を割らずに推移しており、今後も売上前年比95～100%の状態が継続する。衣料品関係が余っているため、この衣料品の売上状態が各店の1月の鍵になる。  |
| 百貨店（プロモーション担当）                   | ・オリンピックイヤーではあるが、地方都市に影響があるのは直近のみと考えている。   |
| 百貨店（業務担当）                        | ・これから先、更に購買意欲が低下することは考えにくい、上向きになることも考えられない。消費税引上げに伴い、食品よりもファッション関連商材の動きが鈍く、しばらくは弱い動きが続くと予想される。  |
| 百貨店（経営企画担当）                      | ・消費税引上げ後は、高額品の販売が低迷している。一方、消費税引上げの影響のない食料品や化粧品等の消耗品は堅調であるが、客単価が減少している。クリアランスセール前の買い控えの影響等もあり、購買力低下が続いている。   |
| 百貨店（売場担当）                        | ・消費税引上げ後の消費マインドが、更に下がっている。  |
| スーパー（店長）                         | ・消費税引上げ後の消費動向として、必要な物以外は節約傾向にあり、今後もしばらくこの状況が続く。   |
| スーパー（経理担当）                       | ・消費税引上げ後3か月経ち、ある程度落ち着いている。また、キャッシュレス決済も増加し、生活防衛も感じられる。  |
| スーパー（統括者）                        | ・個人消費の停滞感とキャッシュレス5%還元対象外の大手企業によるポイント還元セールの多発により、デフレ傾向も出ており、来年夏場まで景気回復は、期待薄である。  |
| コンビニ（経営者）                        | ・今後3か月間は、商圏内における特段の変化要因がない。   |
| コンビニ（経営者）                        | ・消費税引上げに対する施策の影響で、客単価が上昇している。しかし、その施策が終了したときが不安である。   |
| コンビニ（エリア担当）                      | ・外食業界の受動喫煙防止対策により、内食需要の拡大を期待しているが、余り影響は出ない。   |
| コンビニ（店長）                         | ・良くなる材料が見当たらない。   |
| コンビニ（店長）                         | ・特殊な企業以外の中小企業では、社会状況が変化しようとしても企業が変わらなければ、生活は厳しくなり、生活レベルは変わっていかない。   |
| 衣料品専門店（店長）                       | ・これからの2～3か月は余り変化はみられず、今月の悪い状態が続くと予想される。   |
| 衣料品専門店（店長）                       | ・前月に引き続き来街者、来店客がほとんどなく、先行きの見通しも悪いため、今月で開業以来70年ののれんを下ろし閉店した。   |
| 衣料品専門店（取締役）                      | ・3月は季節感が出始め、ファッション業界では物が動き始める時期になるが、三寒四温の時期でもあり、微妙である。消費税引上げ後でもあるため、期待はできない。  |
| 家電量販店（総務担当）                      | ・元旦からの初商い店舗も少なくなり、消費税引上げや働き方改革の負の部分の影響が続く。  |
| 乗用車販売店（代表）                       | ・好材料がないため、景気は変わらない。   |
| 住関連専門店（経営者）                      | ・プレミアム付商品券や地域振興券等の利用が余り進んでおらず、消費に対して消極的になっており、景気の回復感が感じられない。  |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）             | ・燃料油の小売価格の見通しは不透明である。2～3月は連休があり、1月下旬から2月上旬に掛け冬のイベントも予定されており、当地への観光客の消費に期待したい。   |
| 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） | ・年明けはバーゲンセールがスタートするため、暖冬で苦戦していた物販テナントは回復すると予想しているが、景気が良くなるまでは伸びない。また、セール期間に売上が上がっても、テナントの利幅が減っているため、状況は良くない。特にファッション系は厳しくなる企業が出るのではと懸念している。   |
| 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〕（統括者） | ・消費税引上げの反動は、年明けには回復すると予想しているが、インバウンドの減少や暖冬によるアパレル不振はしばらく継続する。   |

|                |   |
|----------------|---|
| 観光型ホテル（総務）     | ・ラグビーワールドカップ等のような大きなイベントが予定されておらず、閉塞感が漂っている。  |
| 観光型ホテル（専務）     | ・予約が直近化しており、先の見通しが立てにくい。  |
| 都市型ホテル（販売担当）   | ・3月の動きは例年並みである。   |
| 通信会社（企画担当）     | ・市場に飽和感がある。   |
| 観光名所（従業員）      | ・道路凍結等がなければ、現状を保つと予想しており、景気自体の変動はさほどない。   |
| 競艇場（職員）        | ・前年にも増した好景気が続いている。  |
| 理容室（経営者）       | ・当地では、造船企業の再編があり厳しい状況である。単身で関西、関東に転勤していた人が、家族で移住する状況も発生しており、その影響を受け来客数が減少し、売上が前年比がダウンしている。1月は今月以上に厳しい状況で、景気回復の見通しが一切ない。               |
| 美容室（経営者）       | ・来春暖かくなってくると同時に客の購買意欲も上がってくる。美容業界もおしゃれシーズンになり、新商品も出るため、売上も上がると期待している。しかし、12月の景気が余り良くないため、この状態が続くのではないかと予想している。                        |
| 商店街（代表者）       | ・客は、社会情勢にすごく敏感になっており、先々の収入に対し不安を持っているため、景気は低下する。  |
| 商店街（代表者）       | ・例年、年が明けると年末年始のしわ寄せで、どこのお家庭も多額の出費があるため、景気は余り悪くならないと予想している。  |
| 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・1～2月は、花の需要があるイベントがないため売上が落ち込むが、3月は卒業式や移動のシーズンになり、花の需要も増え、3月後半には売上が上昇する。  |
| スーパー（店長）       | ・消費税軽減税率の影響が若干影響し、衣料品と住関連用品は厳しい状況である。正月用品の動きも鈍く年末年始も期待できず、消費税引上げ後は、かなり厳しい状態であるため懸念している。   |
| コンビニ（経営者）      | ・消費税引上げ分の客単価や点数、来店頻度の減少が続くと考えられる。   |
| コンビニ（経営者）      | ・今後も消費税引上げの影響は大きく、景気回復には程遠い。  |
| コンビニ（エリア担当・店長） | ・春になり、暖かさが戻ることで、客数が回復する期待はしているものの、余り変わらないと予想される。逆に前年よりも客数が減少し、買上点数も減少していくのではないかと懸念している。   |
| 一般レストラン（スタッフ）  | ・日韓関係の悪化に改善の兆しがなく、耐えきれなくなっている。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）   | ・宿泊施設は、まだ増加する予定である。国内の需要に変化はないものの、海外からの入客が増加しなければ、平日の稼働や単価は更に下がる可能性がある。   |
| 旅行代理店（従業員）     | ・日韓問題の影響も薄れ、韓国旅行は戻りつつあるが、春休み時期の問合せ件数や販売量は、前年比を下回っている。   |
| タクシー運転手        | ・インバウンド減少の影響が景気に始まり、心配である。  |
| タクシー運転手        | ・来年は東京オリンピックがあるが、東京開催であるため、当地がどの程度の恩恵を受けるのか不透明である。様々な要因があるが、消費者のマインドが全体的に下がっており危惧している。  |
| タクシー運転手        | ・この冬は例年と違い、動きが良くならない気配である。  |
| ゴルフ場（従業員）      | ・これから閑散期となる上、韓国の航空便の運休が決定したため、来場者の減少が予想される。   |
| 設計事務所（所長）      | ・世界各地の情勢や経済状態が不安定なため、先行き不透明である。地方の小さい企業では、景気の良さは感じられない。   |
| 設計事務所（所長）      | ・新規の物件が、例年と異なり減少しているため、2～3か月先は景気は、若干悪くなる。   |
| 設計事務所（代表）      | ・来場が、より少なくなるシーズンに入るため、景気は若干悪くなる。  |
| 住宅販売会社（従業員）    | ・今後も展示場来場者数の減少が続き、受注にも影響が出てくる。  |
| 住宅販売会社（従業員）    | ・将来的には、若干悪くなる。中国、台湾等のインバウンド効果もあったが、韓国からの観光客が極端に減少しており、中国人は、商品購入ではなく文化に触れる観光をしている。当市は、インバウンドによる影響が大きかったが、今後は減少すると予想され、何らかの対策を講じる必要がある。 |

|                            |          |  |  |
|----------------------------|----------|--|--|
|                            | ×        | 商店街（代表者）   | ・特需も終わり、しばらくは消費が減少すると見込まれる。  |
|                            | ×        | スーパー（店長）   | ・客の購買は、特売に限られている。今は、キャッシュレス還元之恩恵を受けているが、終了すると同時に、更に売上が厳しくなると予想される。   |
|                            | ×        | 高級レストラン（経営者）   | ・2～3か月の予約状況を見る限り、出足が鈍く、現状より景気は悪くなる。  |
|                            | ×        | 高級レストラン（経営者）   | ・人手不足の問題や個人の収入も悪くなり、企業も対策がとれず、当店のような小規模企業では、すぐに設備投資の対策を講じることができない。   |
|                            | ×        | スナック（経営者）  | ・これまで11月は、毎年好成績が続いていたが、今年は全く振るわず、12月も思うようには伸びていない。同業者で繁盛しているのは、安い低単価の店である。特に、企業グループの忘年会利用が、前年の年末に比べ減少している。富裕層をターゲットにしていない業種には、景気上向きは皆無の状況である。                            |
|                            | ×        | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）   | ・キャッシュレスポイント還元等の政策による恩恵は受けているが、手数料負担増加や人員確保に対する人件費負担が増加している。売上は伸び悩んでいるにもかかわらず、販売管理費は増加し、前年以上に利益を確保することが難しくなっている。消費税上げの影響で、更なる低価格競争になっており、デフレが続くのではないかと推測している。            |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |          | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）  | ・自然災害が頻繁に発生するため、ハザードマップ等の需要が高まり、年度末に向け前年度よりも導入が見込まれている。  |
|                            |          | 窯業・土石製品製造業（経営者）  | ・例年春先は売上が上がっており、2～3か月先も、ふるさと納税も今の状態であれば、前年より受注関係も多くなると期待している。  |
|                            |          | 電気機械器具製造業（取締役）   | ・災害対策等も注目されているため、先行きに期待ができる。   |
|                            |          | 農林水産業（経営者）   | ・1～2月は、スーパーマーケットや居酒屋では閑散期となり、加工メーカーでもほとんど仕事にならない状況になる。2月は稼働日数が少ない分、売上が落ちていくが、3月は行楽、移動シーズンとなるため、特に居酒屋に期待をしている。畜産物は供給過剰であるため、価格や量が、例年のような状態にならない可能性があるが、東京オリンピックの影響に期待したい。 |
|                            |          | 食料品製造業（経営者）  | ・キャッシュレスキャンペーンの効果で、若干消費が維持されると考えている。   |
|                            |          | 家具製造業（従業員）   | ・家具の小売業界では暖冬も影響し、こたつの売上が過去最低を記録している。ライフスタイルの変化により、こたつや学習機の売上が年々減少しており、製造メーカーも撤退している状況である。そのようななか、価格の安い物以外の売上也落ち込んでおり、利益が出せない小売店が非常に増加している。                               |
|                            |          | 化学工業（総務担当）   | ・米中貿易摩擦の行方が、不透明である。  |
|                            |          | 一般機械器具製造業（経営者）   | ・客が生産量を調整しており、また、外国からの受注量が大幅に減少しており、非常に動きが悪くなっている。受注量が伸びないことが、最大の原因である。  |
|                            |          | 一般機械器具製造業（経営者）   | ・半導体関連以外は引き合いを含め、受注量の変化に大きな期待は見込めそうにない。  |
|                            |          | 電気機械器具製造業（経営者）   | ・主要取引先からの受注が、2～3か月先も大幅改善に期待できない。   |
|                            |          | 輸送用機械器具製造業（営業担当）   | ・3か月内示では、当初計画より低い水準で推移しており、10月以降この傾向が続いている。  |
|                            |          | 建設業（社員）  | ・ゼロ国債、ゼロ県債、ゼロ市債のように多くの繰越工事の発注を期待している。2020年は東京オリンピックが開催されるが、関連工事等はほぼ完了しており、地方の業者には余り恩恵がなさそうである。2020年には発注が減少するのではないかと、懸念している業者が多い。   |
|                            |          | 輸送業（従業員）   | ・良くなる材料もなく、悪くなる材料もない。  |
|                            | 輸送業（従業員） | ・2020年4月から中小企業も対象となる時間外の規制により、各社共に今後の方針に悩んでいる。物流業界では、時間外が常態化しているため、荷主へ出荷制限やリードタイムの見直し、貨物再編を考えている。今後、更に配送を含め難しい状態になり、荷動きは低調になる可能性がある。 |  |

|    |                          |  |
|----|--------------------------|--|
|    | 輸送業（総務担当）                | ・東京オリンピックの影響により、消費は下支えされているが、全体としてはやや景気が悪くなっている。人件費の高騰に耐えられない中小企業が業務縮小や廃業に向かうことが予想される。大企業では、既に新卒採用人数を抑える傾向になっており、所得が下がることで消費も減少し、負のスパイラルに落ち込むことが懸念される。         |
|    | 通信業（経理担当）                | ・景気動向に影響を与える事柄が特に感じられず、横ばいのままであると予想している。   |
|    | 金融業（従業員）                 | ・公共工事が高水準で推移しているほか、自動車販売が緩やかに増加している。一方、海外からの観光客は韓国市場が冷え込んでおり、全体として弱含みの展開となっている。  |
|    | 金融業（調査担当）                | ・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。国内では、消費税の駆け込み需要が前回ほどではなかったとはいえ、消費税引上げによる負の所得効果がどの程度であるかが問題である。また海外では、外需を支える半導体市況の回復動向や米中貿易摩擦状況に加え、債券バブルにみられる金融市場のリスクポイントを見極めたい。 |
|    | 金融業（調査担当）                | ・地元企業の多くが2020年の景気は横ばい状態である。企業活動の足かせとなっている慢性的な人手不足も、当面は解消されそうにない。   |
|    | 金融業（営業担当）                | ・取引先の中小企業全般では、人手不足や大きな設備投資にかかる借入れが、今後3か月にかけて非常に少ない状況で、現状と変わらない状況が続く。   |
|    | 金融業（営業）                  | ・人材不足解消に女性や高齢者の活用が間に合わず、これまで以上に外国人登用が必要である。  |
|    | 経営コンサルタント（代表取締役）         | ・先行き不透明で、予測ができない。正月が開け、マインドが良い方向に向かうと状況も変わってくると考えられるが、状況的には厳しいと予想される。  |
|    | 経営コンサルタント（代表取締役）         | ・ホームページのアクセス数や問合せ件数に大きな変化はない。  |
|    | 経営コンサルタント（社員）            | ・消費税引上げの影響があるとは考えにくい。新しい取組には期待できず、活発な動きが出る状況でない。   |
|    | その他サービス業〔物リース〕（支社長）      | ・周りでは、景気の良い話は聞かない。しかし、年末年始に海外旅行に行く人が多くなり、ゆとりが出ている印象を受ける。   |
|    | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | ・今年度は、地方創生の総合戦略の策定年度であるが、自前で策定する自治体が多い。市町村の12月補正予算でも、コンサルタントへ委託する調査や計画策定、設計等の新規業務は少ないことから、受注業務が少なくなることが予想される。このため景気が悪くなっていく。                                   |
|    | 農林水産業（従業者）               | ・例年、年末年始は、モノが動かずに価格が低下する可能性がある。  |
|    | 食料品製造業（経営者）              | ・原料の不作により、製造数量が限られ、販売機会を逃すと予想される。  |
|    | 繊維工業（営業担当）               | ・最低賃金の上昇と有給により、経営が非常に圧迫されてしまうと予想している。  |
|    | 金属製品製造業（事業統括）            | ・東京オリンピック、パラリンピックを半年後に控え、物流や建設の動きは鈍くなる。関東地区の物流は制限され、建設の動きに調整が入ると予想している。  |
|    | 精密機械器具製造業（従業員）           | ・今月も受注量が厳しい状態にある。来年度の計画も思わしくないため、予測が付かない状態である。   |
|    | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕         | ・半導体関連は頭打ち状態であり、自動車関連は一部の企業以外は低迷している。増産の話も全くないため、期待はできない。  |
|    | 建設業（従業員）                 | ・現在、配置員不足により入札に参加できず、しゅん工する現場が3月のみのため、小さい工事の積み重ねにより、どうにか現状をしのいでいかなければいけない状況である。  |
|    | 通信業（職員）                  | ・親会社の受注量が落ち込む見込みで、当社もその影響を受ける状況である。  |
|    | 不動産業（従業員）                | ・商業施設物件の売上が、やや下降している。  |
|    | 新聞社〔広告〕（担当者）             | ・好材料が見当たらない。   |
|    | 広告代理店（役員）                | ・毎年行っているプロモーションの規模縮小や中止が増えている。   |
|    | 経営コンサルタント（社員）            | ・消費者が、購入を控えていることに慣れてきている傾向にある。   |
| 雇用 | x                        | -  |
|    |                          | -  |

|            |                |  |
|------------|----------------|--|
| 関連<br>(九州) | 人材派遣会社（社員）     | ・派遣労働者に対し、4月から待遇改善されるため、求職者の動きが良くなり、稼働率が増加することに期待している。   |
|            | 人材派遣会社（社員）     | ・4月からの同一労働同一賃金により、スタッフへの交通費支給や賃金も職種により最低賃金が示され、下回っていれば、必ず料金アップをすることになる。派遣会社だけでは対応は難しいため、企業へ料金アップの交渉をしているが、企業側の支出が増えることで、派遣利用を辞める企業も出てくる。新年度に向けて注文は増加するが、契約が終わる企業も出るため横ばい状態である。 |
|            | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・季節のイベントはあるものの、大きなトピックが特になく、しばらくは落ち着いた状態が続く。大きく人の移動がある時期は過ぎ、中心市街地への人出も分散している。  |
|            | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・税制の改正等があり、消費に期待できるものもあるが、キャッシュレスポイント還元事業等国民全体にまだまだ浸透していないため、浸透することで、景気上向きに良い効果が出ると考えられる。  |
|            | 職業安定所（職員）      | ・求職者が減少し、雇用保険被保険者数は増加していることから、被雇用者数は堅実に増加していると思料される。求人への減少傾向は顕著であるが、ここ数か月の単位では、景気の動向に大きな変化はない。   |
|            | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・新卒採用枠は前年並みで、既卒も含め人数調整を検討するとした企業も出ている。労働人口の減少に向け、AI利用等企業内の業務体制の見直しが見られることが予想され、新卒採用の長期的な動向については、不明な点が多い。   |
|            | 人材派遣会社（社員）     | ・求人数は、10月から前年を割り込む状況が継続している。4月から同一労働同一賃金によるコストが具体化してきたため、コスト増加に対して慎重になっている傾向がある。   |
|            | 人材派遣会社（社員）     | ・同一労働同一賃金により、派遣料の大幅な値上げとなるため、必要不可欠な人材は継続雇用されるが、社員で代替可能な業務は、派遣が終了するのではないかと考えている。  |
|            | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・紙媒体を取り扱っているが、紙媒体離れが進んでおり危惧している。   |
|            | 新聞社〔求人広告〕（社員）  | ・求人広告の数が、減少傾向にある。  |
|            | 職業安定所（職員）      | ・周辺で事業所閉鎖の情報も増えており、離職者も増加傾向である。  |
|            | 職業安定所（職員）      | ・事業所からは、人手不足の話が出るが、実際には求人は増加せず、就職件数は減少しており、この状況が止まらない。   |
|            | x              | -  |