

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 動向 関連	◎	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス次第で状況は変わってくる。さらに、Go Toキャンペーンに次ぐ施策にも期待している。
	◎	競馬場（職員）	・今後も来客数の増加が見込まれる。
(九州)	○	商店街（代表者）	・現在はプレミアム付商品券や特別定額給付金等の受取りがあるが、商店街では年末商戦に向けて、これからも来店があるように売出し等の対策を練って臨みたい。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で、外出自粛を強いられているが、新型コロナウイルスの実態が分かり始め、消費動向が良くなる可能性があり、景気も少しは上昇すると予想している。
	○	商店街（代表者）	・年末に向けて、景気は上向き傾向がみられる。
	○	商店街（代表者）	・Go Toキャンペーンの効果で人の動きが出ており、景気回復を期待している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響も徐々に薄れており、加えて、青果物は寒くなると鍋物野菜が動き、量や単価、売上が上がり、年末も控えるため期待している。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・Go To Eatキャンペーンの効果が出るものと予想している。また、通信販売の売行きが伸びると考えられる。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・切り花がメインの花屋のため、2～3か月先は正月の需要があり、夏よりギフトとして花束やアレンジメントの花が選ばれるため、増えていくと考えられる。新型コロナウイルスの影響で、営業自粛や短時間営業により、どのくらいの需要があるか、見当が付かないが、現況より回復する。
	○	百貨店（企画担当）	・現在、好調に推移しているウェブサイト販売を活用し、お歳暮やおせち等の販売増を見込んでいる。例年より寒くなる予報であるため、冬物商材の需要増加が期待される。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染の再拡大が懸念されるが、特に当地では、優勝セールを経済効果が今月末現れており、何とかこの勢いに乗って、年末商戦を迎えることができるのではないかと予想している。
	○	百貨店（営業担当）	・年末年始の購買やGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポン利用による土産購入、また、プレミアム付商品券の使用開始で購買意欲がやや回復している。また紳士・婦人衣料品や雑貨、家電製品、自家需要の嗜好性の高い舶来雑貨等の購買や客単価は維持されている。ただ、客の慎重な行動姿勢及び生活防衛意識は依然継続しており、帰省の抑制も含めて特に3世代の来店が減少している。今後もDM・催事の抑制は継続する一方、物産催事のネット・通販受注拡大で客の要望対応や友の会買物券利用を促進する。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響が徐々に回復傾向にあり、来店客数が増加している。
	○	百貨店（売場担当）	・Go To Travelキャンペーンに伴う地域共通クーポン活用では、各店貢献している。来店客数は少ないが、1人当たりの客単価が上がっており、来月には北海道物産店等の催しがあり、5000円で7000円分購入できる商品券もそこそこ売れている。前年は消費税引上げがあったが、現在当地では新型コロナウイルスも落ち着いており、来店客数減少を心配しなくても良くなるため、売上は現状より、若干上昇してくると考えられる。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス禍の環境次第であるが、現状では改善方向であり、客の行動範囲も拡大傾向になり、気持ちの面での緩みも見受けられる。政府の施策であるGo Toキャンペーン等の恩恵もあり、今後も新たな施策を期待したい。
	○	コンビニ（店長）	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの効果が顕著である。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルスの影響が緩和していく。
	○	衣料品専門店（店長）	・国や県、市の援助もあり、若干客が動き出している。依然として、新型コロナウイルスの心配は消えないが、少し期待をしている。
○	家電量販店（従業員）	・寒くなり、暖房の需要が増えていく。	
○	乗用車販売店（従業員）	・新型車が入ってくるため、集客が見込める。	

○	乗用車販売店（従業員）	・年末年始で消費量が増える。
○	住関連専門店（従業員）	・売上の推移は良いものの、やはり新型コロナウイルスが大きな懸念材料である。客は中高年層が多いため、現在でも外出自粛している客が多い。徐々に回復すると予想されるが、懸念材料もあり、心配している。
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから気温も下がり、年末に掛けて一番需要がある季節になるため、売上が増加していく。進物等の時期でもあり、加えて、寒さが厳しくなると、それに伴い売上も上がっていくため、今後に期待したい。
○	高級レストラン（経営者）	・人出が増え始め、忘年会や新年会も予約が入るようになり、このまま続いていけば良くなっていくと予想している。
○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスに慣れ、気にしなくなっている状態である。
○	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・12～1月は忘年会や新年会が多くなり、酒類消費量が増える時期である。売上が増えると見込んでいるが、今年は大人数での忘年会や新年会は開催されないことも想定されるため、例年どおりとは見通せない。
○	観光型ホテル（総務）	・年末年始の人の動きは例年ほどではないが、活発になることは間違いない。新型コロナウイルス対策が浸透してきたことで、インフルエンザ等の感染拡大が心配される冬場も、極端な感染拡大は防げるのではないかと見込んでいる。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・海外では依然として新型コロナウイルスの感染者数が増え続けている国もあり、国内でもまだ油断はできない。
○	旅行代理店（職員）	・1月までは、Go To キャンペーンによる国内旅行の需要が、月を追うごとに増加する。
○	タクシー運転手	・今後の感染者数の増加も懸念されることから、不安定な状況が当面続くものと考えられる。
○	ゴルフ場（従業員）	・Go To キャンペーンを使って来場される県外客は、今後更に増えることが予想される。これまで、冬場に多く来場されていた韓国の客が、年明けにでも戻ってくることを期待している。
○	ゴルフ場（営業）	・Go To Travel キャンペーン開始から人の動きが、以前と同じような動きに戻っている。
○	美容室（経営者）	・2～3か月先は年末年始が掛かるため、客の動きも出て、商品の動きもあり、今以上に景気が回復する。新型コロナウイルスの感染拡大が心配ではあるが、現状は落ち着いており、Go To キャンペーンもあって、人の動きから製品も売れてくると考えられる。
○	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）	・サービスキャンセル減少による好転を期待しているが、場合によっては感染再拡大の可能性もあり、悪化も想定される。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で、商店街にある習い事を辞めた人が多く、その帰りに寄っていた客が減少している。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が良くなれば、若干良くなると考えられるが、寒くなるのと同時にインフルエンザの流行も予想されるため、そうなる状況は今と変わらず懸念される。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、変わらず低迷した商況となる。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・景気の良い話を聞くことはなく、正月を控え何とか良い1年を終えたいが、年末商戦がどう動くのか全く予想ができない。前年までは悪い状況でありながらも、何とか持ち直していたが、今年はどうなるのか不安で一杯である。
□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの状況次第である。
□	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染次第で客のマインドが大振れし、入店客数に直結する。しかし、外商客は、世の中の自粛傾向が強くなっても、消費意欲が変わることはない。
□	百貨店（経営企画担当）	・入店客数は新型コロナウイルス禍以降、大幅な落ち込みからは回復基調にあるものの、依然として前年から約20%低い水準で推移しており、厳しい状態が継続している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルスの報道は、新しい生活スタイルの普及が進んでも人の動きを大きく止めてしまう。店頭を主としている小売業では、その日から影響を受ける。今後、インフルエンザの流行とあいまって、来店客の戻りにしばらく時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（プロモーション担当）	・来店客数、販売量共に上向いてきたが、まだまだ新型コロナウイルス発生以前には戻らない。この間、いかにニューノーマルに対応した販路にチャレンジできるかが問われる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・都市部では依然として新型コロナウイルス感染者が発生しており、今後、Go Toキャンペーンによる拡散が懸念され、必ずしも良い方向にばかり向かわないと予測している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・現状の傾向で行くと、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンで盛り上がれば、内食需要の減少でスーパーマーケットの売上は落ち込む。新型コロナウイルスの影響はまだ続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスに加え、インフルエンザ等の発生による来店客の伸び悩みが懸念される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響から、来年の見通しが不透明で、客数、客単価とも厳しい状況が続く。Go To Travelキャンペーン等の施策は、当地では余り効果はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・客の消費性向にあわせて、品ぞろえをしているが、それでも前年を下回る状況になっている。新型コロナウイルスの影響で、客の消費マインドがマイナスになっており、買物に行く機会も減少している。飲食店経営者からも、Go To Eatキャンペーン利用客の単価が低いと聞いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの終息がない限りは、現状に変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・3密を避ける行動や節約志向は、これまでどおり変化ないと想定される。業態格差は生じてくるが、全体の景気は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス対策により規制緩和が始まっているが、欧州の感染拡大にみられるように、日本でも寒くなる時期に、再び感染拡大が起こりそうで不安である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスが終息する見通しがなく、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・3か月後は初売りだが、福袋を前倒して12月から販売するという報道がある。例年のように1月のセールでにぎわうことは考えられず、先が読めない状況で、かつ新型コロナウイルスの終息は、まだまだである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が今のままであれば、10月程度の売上は維持できるが、感染拡大すると更に悪化する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの状況に左右されるが、現状のままであれば、個人消費は引き続き、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの方に流れてしまうと予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・テレワーク関連は落ち着いてきたが、オンラインライブの影響でテレビが好調になり、しばらく続く予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響は、旅行者や宿泊業者に比べると、非常に影響は少ない。販売量は若干落ちているが、自分向けの単価が高い商品の購入の動きがあるため、トータルでは、横ばいである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（総務担当）	・加湿器・空気清浄機等の新型コロナウイルスやインフルエンザ対策関連商品は大きく伸びているが、主要商品が前年割れを起こしており、本格的な冬商戦までは今の状態が続くと考えられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（広報・IR担当）	・新型コロナウイルスの影響から、この冬どのように転ぶか不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・変わるための好材料がない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、2～3か月先は販売台数が伸びる繁忙期を迎えることもあり、今月並みの好調を維持する。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・巣籠り需要かつ特別定額給付金により、家具の買換え需要が回復していたが、今後は新型コロナウイルスが終息しない限り、耐久消費財への消費の見通しは厳しいと予想される。

□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・新型コロナウイルス感染予防対策も各業界で確立してきており、客は予防しながらも、恐れず行動している。灯油の出荷も始まっており、冬場の需要に期待したい。
□	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）	・シネマの人気上映効果で、しばらくはプラス与件も期待できるものの、これから寒くなってくるシーズンに向けて、新型コロナウイルス再拡大の不安も大きい。既に、欧米諸国で感染拡大が続いている状況から、施設としてどう集客していくか、課題を感じている。
□	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）	・インバウンドが回復するまでは、まだかなりの時間を要するため、景気は変わらない。
□	高級レストラン（経営者）	・11～12月も例年のような数字は望めないが、人通りも出始め、予約も徐々に入っているため、2～3か月前よりは良くなると期待している。
□	スナック（経営者）	・落ち着いてきた新型コロナウイルス感染者数も気温の低下に伴い、再度増加する可能性が高いため、上昇傾向にある景気の回復感も今月で止まると予想している。また、年末は飲食店にとって稼ぎ時であるが、企業は宴会の自粛を継続すると考えられるため、売上の増加は見込めない。
□	観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルスの影響に売上が左右される状況であるが、Go Toキャンペーンが延長になるかもしれない。延長になれば忙しい状態が続くが、新型コロナウイルス禍が収束しないままGo Toキャンペーンが終了すれば、売上は激減するため、全く先がみえず危惧している。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスが下火になれば、もっと景気は上向く。
□	タクシー運転手	・この先、再び新型コロナウイルスが感染拡大することも考えられ、余り期待できない。
□	タクシー運転手	・実感としてはないが、新型コロナウイルスの感染が落ち着いている状態で、当地では、人の動きが活発になっている。ただ、米国や欧州のような感染拡大が懸念され、このまま推移するとは考えにくい。
□	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響による動きの鈍さは、少しずつ改善しており、今のところ大幅な受注減はないが、現状の見込み状況では、微減か変わらない予想である。
□	通信会社（業務担当）	・冬に新型コロナウイルスがまたまん延しなければ、現状より下がることはない。
□	美容室（経営者）	・景気が悪い状態が続いている。この先、耐えることができるか危惧している。
□	美容室（店長）	・新型コロナウイルスに敏感になっている人もいるが、慣れて気にしない人もいる。景気は今の状態が続く。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・インフルエンザの季節にもなり、新型コロナウイルス禍の状況を不安視している。まだまだ、世界的には収束の様子もなく、世界的な物流の動きが再開しなければ客の受注につながらず、当社へのリターンも期待できない。
□	設計事務所（所長）	・結果は2～3か月先に出るため、今月の状況から考えると横ばいである。
□	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で、収入が減少しており、また、インフルエンザとの同時流行が危惧されていることから、生活費等の確保を優先し、建築等への支出は抑えられると考えられる。加えて、地方への影響はタイムラグがあり、上向く要素がない。
□	設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの影響次第で状況は変わる。
□	住宅販売会社（従業員）	・中心地の高額物件は、売行きが良いと報道があるが、実際、高額物件で高付加価値を付けた物件は売れている。対して近郊で販売し始めたマンションは、余り動きがない。
□	住宅販売会社（従業員）	・競合他社との商談が増え、今後は厳しい状況が続く。
▲	商店街（代表者）	・これから寒くなるが、一層新型コロナウイルス禍も収まらない状況が続き、さらに、外出を控えることになるため、消費も落ち込むと予想している。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年、この時期は年間を通して売上が期待できる時期であるが、新型コロナウイルス発生以来、予測が付かないくらい売上は低い。売上回復にはかなり時間が掛かりそうである。

	▲	スーパー（総務担当）	・明らかに新型コロナウイルス禍に対する客の対応が緩和されており、このまま感染拡大が抑えられていけば、今までの自粛の反動で、外食やレジャー、趣味等への出費が増え、日常の食費等には財布のひもを固くすると予想される。既にこの傾向が感じられる。
	▲	スーパー（統括者）	・今後、生活様式が変わっていくため、競合店も含め新たな戦略が必要になると考えられ、容易でない戦いになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・欧州での感染拡大もあり、冬に向けてもう一度意識が高まることが予想される。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・年間で、10～11月は売上が伸び悩む月であるが、寒くなるにつれ外出する機会も減少し、特に新型コロナウイルスの影響もあり、買物も控えることが多くなり、客の動きが減少することが懸念される。
	▲	家電量販店（店員）	・特別定額給付金もそろそろ底を突いている。12月にはボーナス商戦を迎えるが、企業のボーナスの支給状況がみえないため、売上が落ちていくのではないかと予想される。急な寒波等の特別な条件が起きると状況は変わるが、現状ではそのような季節変動がない限り、やや悪くなる。
	▲	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの状況に応じて、通信サービス需要は元の状態に減退すると見込まれる。
	▲	観光名所（従業員）	・閑散期に入り、また、イベント等の中止も相次いでいることにより危惧している。
	▲	理容室（経営者）	・当地の企業では、生産が止まっており、その関係者の仕事が全てなくなっている。人口減少を含め、更に輪を掛けて悪くなっていく状態である。少しでも回復するように願っている。
	▲	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）	・景気回復策を進めているが、新型コロナウイルス感染は避けられない。また、季節変動による感染の広がりも予想される。
	×	衣料品専門店（店員）	・冬になるため、感染拡大を不安に感じている人が多い。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・学術研究における当社製品利用の引き合いを数件受けているため、若干上向く。
	○	化学工業（総務担当）	・農薬の需要期に入るため、若干良くなる見込みである。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・通常であれば受注関係は、このまま悪いなりに続いていく。しかし、年末はふるさと納税があり、前年度の伸びは良く、今年も期待している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置の生産が、好調になっている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・取引先からの引き合い情報等により判断することになる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・上期での新型コロナウイルスや災害等による稼働停止のばん回生産が、当初計画に対して直近内示数に上乘せ反映されている。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・需要も復活しつつあるため、このまま工場が稼働できれば景気も上向いていく。企業によっては、いまだに来客や面談禁止等もあり、今後の新型コロナウイルス感染拡大次第で状況は変わる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染に対する不安感は、完全には払拭されていない面はあるものの、Go To Travelキャンペーンによる国内旅行者が増加している。このため、ホテル・旅館・飲食店等では明るい状況がみられ始めている。
	○	金融業（営業担当）	・政府の施策であるGo Toキャンペーンを利用することで、その恩恵を受ける企業が目立っており、総じて年末の消費需要も含めて増えることが予想される。特に飲食業も前年のような戻りはないが、徐々に宴会等の予約が入っている。年末に掛けて飲食業の売上は、ここ2～3か月前より回復が見込める。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	・運行調整はあるものの、飛行機が満席になるなど、出張関係も増えている。
	○	広告代理店（役員）	・今後、客からの業務発注が、やや増加する見込みである。
	○	経営コンサルタント（社員）	・活動範囲が広がってきているため、購買意欲は戻っている。

○	経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルスの問題がかなり大きく、先行き不透明で見通しが立たない。しかし、この調子で回復基調になれば、G o T oキャンペーン等の効果もあり、様々な業種でプラスに動いていくのではないかと希望を持っている。
○	経営コンサルタント（社員）	・年末までには、会合ができる状況になり、今後の見通しや対策についての討議が可能になるなど、新型コロナウイルスの影響が安定し、インフルエンザの流行もひどくならないことを望んでいる。
□	農林水産業（経営者）	・12～1月は、忘年会や新年会で大いに期待したいところであるが、今回の年末年始は例年と違い期待できない。外食に変わる売上を検討すべく、インターネット販売やダイレクトメール販売で積極的に進めているところである。1日も早く新型コロナウイルスが終息して、従来の生活に戻ることを望んでいる。
□	食料品製造業（経営者）	・現在のところ、前年並みの受注を見込んでいる。
□	繊維工業（営業担当）	・以前から売れない状況であるため、前年作った在庫が残っており、すぐには回復しないのではないかと危惧している。
□	家具製造業（従業員）	・飲食店や物販店を中心に今後の新規出店計画がまだまだ明確になっておらず、案件数としても前年と比較すると格段に減少している。これ以上の低迷はないと判断しているが、現状では、今すぐ回復するほどの好材料もなく、先行き不透明である。
□	金属製品製造業（事業統括）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況に左右される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の体制が変化し、担当者の異動等により、通常の動きより鈍くなるのではないかと懸念している。
□	精密機械器具製造業（従業員）	・前月と生産数は変わらないが、まだ受注量減少が続いている。
□	建設業（従業員）	・見積案件も低調なままで推移し、配置員も不足がちで大型物件は見込めず、余り景気は良くならない。
□	輸送業（従業員）	・インターネット通販は好調であるが、先行きがみえず、特に物流費のトレンドが不透明である。リーマンショック時等は物の流れが鈍くなり、倉庫は満床で値上げする状況になり、配送は人員があふれ値下げした。今回は配送費や保管費共に値下げ傾向で、インターネット販売だけが好調だが、社会全体では厳しく、これがどこまで響くかみえない。
□	輸送業（従業員）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響がある。
□	輸送業（総務担当）	・G o T oキャンペーンの拡大や外国人の入国許可等で新型コロナウイルスの感染が再拡大するおそれがあり、いまだ慎重にならざるを得ない。
□	通信業（職員）	・年度末に向けて受注量は落ちてくるが、既に受注した案件の売上は上がる見込みである。
□	通信業（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響から改善の兆しが見えない。
□	金融業（営業）	・寒くなると新型コロナウイルス再発のおそれもあり、景気回復の要因は乏しい。
□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルスの感染は、欧米やインドを中心に再拡大している状況であり、日本の景気も3か月後に新型コロナウイルス禍以前の水準に戻ることはない。国内景気は、個人消費の持ち直しはみられるが、僅かな回復にとどまっている。また、日本企業は業績悪化や需要回復の遅れを受け、投資を見送る動きが強まる懸念がある。今後、G o T oキャンペーンや持続化給付金等の経済対策効果で、雇用や所得、企業の倒産件数の動向を注視していく必要がある。
□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス禍の先行きが不透明であり、今後の情勢に大きな変化はないとみられる。大型商業施設のリニューアル等明るい話題もあるが、景気回復への貢献度と効果の持続性は未知数である。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・必要最小限の設備や人材投資は実施するが、それ以外の投資では、状況を見ながらの取引先が多い。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・大きく変化があるとは考えづらい。
▲	農林水産業（従業者）	・これから産地が出そうことで、価格が落ち着いてくる。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、景気が若干悪くなる。
▲	不動産業（従業員）	・宿泊施設の稼働率悪化が継続する。

	×	一般機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスに対して慎重にならざるを得ず、客先の商談が消極的であり、ペースが遅いので、売上アップにはつながらない状況である。
	×	建設業（社員）	・第4四半期の発注予定が、土木、舗装4本ではどうにもならない状態である。新型コロナウイルスの影響は、それほどはないが、地方の業者には、多くの補正工事が必要である。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・年度内に予算化された委託事務はほぼ発注が終わり、他県の市町村では、10月になっても事業所によって入札指名を行わないところもあるため、発注できない状態には変わりなく、受注の見込みは少ないため景気は悪くなる。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・回復を期待しているが、年末年始の商戦に力を入れなければ、年を越せない中小零細企業が続出することが懸念される。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・旅行や宿泊施設の広告、イベント告知の広告は、引き続き回復傾向にある。Go To Travelキャンペーンも、1月予約分までは実施が確定しており、2～3か月先の旅行や宿泊施設の広告は引き続き見込めるが、その後は、不安が残る状況である。Go To Eatキャンペーンの広告面では、特に動きは見られない。
	○	職業安定所（職員）	・休業相談は減少し、飲食業を除いて求人も徐々に増加している。
	□	人材派遣会社（社員）	・給付金関係の事務請負が終了していくが、今後の新たな案件がみえない。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末年始の休みがあり、求職者の動きも停滞するため、余り変わらない。企業側の動きとして、派遣採用する企業も増えつつあるものの、トータルでは、業界全体でしばらくこの状況が継続する。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響が少なくなったとはいえ、業界によっては、いまだ深刻な企業もある。例年だと年末に向け様々なイベントが開催されていたが、今年は見込みが薄い。ただ、企業も対応策を考えており、小規模でも状況に応じて進めていこうとする企業もある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・Go Toキャンペーンによる消費促進はあるが、飛躍的に伸び続けることはないと考えている。年末年始の大人数での懇親会や賀詞交歓会等も制約を受けざるを得ず、感染対策を講じながら経済を回すという傾向は、大きくは変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比の減少幅は小さくなっているが、宿泊業や飲食サービス業の減少幅は、依然として大きい。求人数が伸びない状況で、全体の求人数が増加することは望めず、そのため就職件数も減少し、有効求職者数も減少せず、現状が継続すると予想される。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の減少傾向が、前年との比較では多少改善している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染拡大次第では、下振れリスクは高いが、総合職の幹部候補の優秀な学生のニーズは高く、質は重視するものの最低限の採用活動は続けると考える。ただし、肌感覚として首都圏や関西圏に比べて、九州の求人数は、やや厳しい状態である。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は継続すると考えられ、業績の悪化等で、新卒採用者数を調整している状況である。しかし、将来的な企業活動の継続を勘案した上で、採用活動を行うことを考えると、現状から急激に悪化することはないとも予測できる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・冬を迎え、換気やインフルエンザ等の問題から新型コロナウイルスの影響がまた広がり、経済に打撃を与える可能性がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・中小企業ほど、1月以降の契約を維持することが難しくなるとの情報がある。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大手でも新型コロナウイルスの影響で、業種によっては厳しい企業が増え始めてきた。年内は国等の雇用維持の政策でしのいでいる業種も多い。年末から年始に掛けて忘年会や新年会の自粛や簡素化の傾向もあり、じわじわと悪化するのではないかと心配している。	
×	人材派遣会社（社員）	・需要回復が見込めない。	