

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)	◎	スーパー（統括者）	単価の動き	・1人当たり買上点数は横ばいではあるものの、4回目の緊急事態宣言発出と延長に伴う巣籠り需要の増加や青果物の相場高騰、店内のパン屋の集中レジ化による客単価の増加によって、1品単価が5円増となり、来客数も更に増加し、売上前年比が大幅に増えている。
	◎	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・単価の高い秋冬商材が動き出し、売上も好調に推移している。季節要因が大きい。
	◎	競馬場（職員）	来客数の動き	・ワクチン接種が進み、来客数の増加が見込まれる。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、来客数も増えている。朝晩の気温が涼しくなり、当県の野菜も増え単価も下がっていることで、購買意欲も上がっている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・土日の来客数が増えている。また、催事等の大型イベントに対する反応も回復傾向がみられる。
	○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ここ数年続いた大型台風の影響が少なく、また、野菜が安値から徐々に回復している。都市部での新型コロナウイルスによる過去の大きな落ち込みが、徐々に戻っている状況である。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上自体は、前年を僅かではあるが上回っている。ただ、前年が新型コロナウイルスの影響で非常に落ち込んでいたため、絶対的には良いとはいえないものの、少なくともベクトルとしては回復傾向である。また、長雨による影響がなければ、来客数も前年並み以上であったと考えられ、客単価が上回り、更に良い結果が出たと予想される。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置で時短営業をしている店舗が多く、コンビニエンスストアの利用客は増加している。すぐに食べることのできる中食の売上は増加しているが、それ以外の雑貨や食品は売上が良くない。来客数は僅かに増加し、客単価は大幅に増加している。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前月と比較すると増加しているが、前年と比較するとまだまだ低い。
	○	家電量販店（総務担当）	お客様の様子	・前年は売上をクリアしてきたが、全体的には新型コロナウイルスの影響もまだまだ残っており、厳しい状況が続いている。残暑が厳しいため、例年この時期に動き始める秋冬物も動きがない。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・前月と比較すると、客の様子からコーヒーの消費は僅かに増えている。購入単価も前月と比べるとやや上がっており、景気的には若干良くなっている。
	○	その他専門店〔書籍〕（副店長）	販売量の動き	・一部商業施設が閉館したため、人の流れが変化し、来客数、売上共に微増している。
	○	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	・新型コロナウイルス新規感染者数が増え、消費者動向にも陰りが見えた5～6月頃と比較すると、10月以降の緊急事態宣言解除により、客足は増えている。まん延防止等重点措置の解除や、8月の豪雨の反動もあり、週末は特に客が増えている。一方で映画館やディスカウントストア、食物販売系は前年の売上が良かったため、一概に好調とはいえない。
	○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・先週、県の新型コロナウイルスの感染状況が好転したため、県民向けの5000円引き宿泊割引キャンペーンが再開した。しかし、前回より動きが鈍く、やはり全国で規制が解除されなければ従来の売上は見込めない。来月には県外からの団体客の予約が入っているが、実際に来るかどうか不安である。長い間、地域内で貸し切りバスの往来を見ない。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況に振り回されている。
○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・ショッピングモールでも人出は戻っている。	

○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候に恵まれていること、新型コロナウイルスにより夜の飲食店以外での社交場として選ばれていること、世界的なゴルフブームであることなどの理由により、順調に来客数が推移している。
○	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	・新型コロナウイルスの感染拡大が縮小傾向にあり、ワクチン接種率も増加し、サービスのキャンセル数が減少している。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅ローン減税13年の控除適用の契約期限による駆け込み需要で、販売が伸びている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・緊急事態宣言で、飲食店が休業しており、仕入れに来る客もいない。一般の客もスーパーマーケットやコンビニエンスストア等で買物をしている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節性的変動と緊急事態宣言の影響により、前年より更に悪い状況が続いている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・昼間の来客数は若干戻りつつあるが特に17時以降の来店客が途絶えている。
□	一般小売店【鮮魚】（店員）	お客様の様子	・居酒屋等に納めている小売業には元気がなく、また、一般客を相手にしている魚屋も売れていない。その理由として、選択肢が増えており、わざわざ魚を買って面倒な調理をしなくても良くなっていることにある。
□	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・売上高の前年比について、6月実績と9月見通しを比較すると、店舗により変化の程度にばらつきはあるが、全体的には状況は変わっていない。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出による外出自粛、混雑回避、県外との往来自粛で来客数の減少は継続している。しかし、催事効果による休日の午前中の来客数増加や、新規感染者数の減少で、午前中の来客数は増加している。また、ワクチン接種やマスク着用での目的買いが多く、午後に来客数、滞留時間共に回復している。店頭では換気等店内環境への関心が強く、感染者数増加への不安の声があり、オンラインでの受注や地元のサテライトショップ、ギフトショップでの購買志向、外出の自粛は継続している。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・営業の動向としては、大きな変動はない。食品関連の動きは、全体的に依然好調で推移しているが、衣料や住居関連の動向は、それに反して鈍化傾向になっている。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で来客数が減少し、客単価は上昇している。新規感染者数が減少傾向にあり、9月30日で緊急事態宣言の解除が見込まれていた影響で、客足が外食や競合他社等へ分散している。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・9月から、秋の味覚の催物が開催され、規模は小さくなっているものの集客効果は大きい。ただし、催物の期間中以外は来客数がさほど伸びておらず、本格的な来客数回復には至っていない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が実際に解除されなければ、一般消費にどのような変動が出てくるのか予想が立たない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の継続で、コロナ禍による新しい生活様式の定着による食品や生活必需品の購入は現状維持であるが、仕事やイベント、学校、行楽等の利用は変わらず低迷しており、全体としての売上減少が続いている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこ増税前の駆け込み需要があり、売上は一時的に改善されているが、それ以外は大きく変化がない。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ワクチン接種が進展しているが、油断できない状況である。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・前年と比較すると、来客数に変化はないが、客単価が若干減少しており、それに伴い売上も落ちている。
□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・当地においても全国と同じ水準で新型コロナウイルスの影響を受けており、来街数及び来客数の減少が長期間継続している状態である。

□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の状況により、来客数の大幅な変動が続いており、これが解消されなければ来客状況の改善につながらない。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・直近3か月の状況と変わらない。9月は閑散時期で核となる商品がなく、例年売上が良いわけではなく、今年もその状態である。
□	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月の店舗での販売は、来客数は多くないが、客単価が高く、前年より良い。地域のイベント参加では初来店の客が多い。一方、都市部でのキャンペーンは来場者が少ない。
□	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	・緊急事態宣言の影響で、来場者数が回復していない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用と緊急事態宣言により、全く売上がない状態である。補助金制度もあるが、店の規模から正常な経営状態ではない。緊急事態宣言が解除となり、売上の回復を待っている。
□	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前も休業要請があり、状況は良くない。
□	スナック（経営者）	それ以外	・8～9月は、緊急事態宣言で休業しており、景気判断が分からない。
□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・3か月前は、緊急事態宣言が解除になっていたが、現状に変化がない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスは少しずつ落ち着いているが、昼夜問わず人の動きが余りない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月のこの業界に関しては、かなり切迫した状況が長期間続いている。
□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話の販売台数は、前年と比較すると増加しているが、スマートフォン教室等の来店客がやや減少しており、販売計画台数よりは減少する見込みである。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・派遣社員の期日前契約破棄等、客先が経費削減を進めている。
□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築材料である木材や鉄骨の単価が上昇し、その他の材料費も徐々に上がっている。また、生活必需品や食品も値上がりしており、それに対して収入は減少している。
□	設計事務所（代表）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が長引いている。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が少なく、売上高も悪く、客の様子も含めて良くない。特に新型コロナウイルスの関係で人の動きが制限されており、婦人服を必要とする客の数は減っている。このままの状態が続くと大変厳しい。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、若干ではあるが商店街への来客数も増えつつある。しかし、客の多くは生鮮食料品店への買物ばかりで、その他の業種では販売不振が続いている。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・9月は発表会や催物の開催で花の需要が高まるが、自粛要請等により予約が減少しており、売上も減少している。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、来店客も減少しており、売上が伸びていない。ここまで売上が減少するとその要因も分からなくなってくる。新型コロナウイルス発生前と比較すると人出はかなり減少しており、来店客は必要限度の購入のみで、今までとは様子がかなり変わっている。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・食品売場で多数の感染者が出たことで、イメージの悪化を招き、来客数が減少している。郊外店の来客数は徐々に回復傾向ではあるが、新型コロナウイルスの感染拡大第5波より前の水準には達していない。

	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・秋物商材が入荷した際に客へ連絡すると、例年であれば7割程度の客の反応があるが、前年から今年に掛け、実際に来店に結び付くことは1割に満たない。外出に慎重になっている客や必要がないと断る客が多くなっている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は激減しているが、人流の変化はなく、依然として来客数不足である。また、景気も悪い状態であり、食品で例えると野菜高騰やブランド商品値上げ等で消費者の生活防衛意識が高まり、節約意識が高まっている。
	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・3か月前は東京オリンピックや夏休み前で旅行や外出への期待感が多少あったが、今は緊急事態宣言の延長続きで、購買意欲がますます失われている。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足により商品の納期が長期化しており、購入意欲を減退させる一因になっている。
	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・半導体不足とコロナ禍の影響によりメーカーが大幅な減産をしているため、受注が取れても登録や販売につながらず、新車販売台数が減少している。異常な長納期の状態が続き、客の購買意欲低下が心配される。
	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により新規感染者数は減少しつつも、夜の繁華街は閑散としており、タクシー利用者数は通常の半分以下である。また、在宅勤務増加の影響もあり、仕事でのタクシー利用も減少している。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・仕入先の大規模システムトラブルで販売量が減少している。
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・閑散期と緊急事態宣言が重なり、販売量が大幅に低下している。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・夏の需要は低いが、緊急事態宣言もあり、6～8月と比較すると、9月は特に悪い。この業界では、夏より秋口の方が忙しくなる傾向があるが、先行き不透明であるため、客の動きが自粛傾向にあり、売上は落ちている。
	美容室（店長）	来客数の動き	・今まで定期的に来店していた客の来店頻度が低下し、客単価も上がっていない。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置により、人通りが全くなく、開店しても売上につながらない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第5波の影響で、新規感染者数が8～9月に増え来客数が非常に減少している。商店街の各店では、来客数と売上共に大きく下がっている。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・客先の飲食店が営業自粛しているため、景気が悪くなっている。
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・要因は幾つかあると考えられるが、新型コロナウイルスの影響で来客数が減っており、売上も30～40%落ち込んでいる。
	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・来客数が極端に減少している。来店しても購入目的ではなく、目的なく立ち寄る客が多く、創業以来最も厳しい売上となっている。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が増加し、まん延防止等重点措置が適用されたことで、夜間は人の動きが全くない。昼間のランチの客は減り、売上はかなり減少している。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・時短営業要請が発出され、客はほとんどなく、厳しい状況である。
	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・2021年7月下旬の連休で新型コロナウイルスの感染拡大を抑えるため、8～9月の2か月間、酒類の提供ができない状況になり、景気は大幅に下がっている。
	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・運営するシティホテルの宿泊稼働率は30%を切っており、県外からの出張や観光客の動きが停止状態である。まん延防止等重点措置の対象地域のため、特に夜間の人の動きがなく、ホテル周辺も週末の昼間以外は閑散としている。
企業	◎	—	—

動向 関連	○	食品品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・農産物の原料が収穫期に入ったため、製造業も繁忙期となり、製造と販売共に比較的順調に推移している。
(九州)	○	一般機械器具製 造業 (経営者)	取引先の様子	・景気の状況が上向きになっているが、たまたま取引先に新型コロナウイルスのクラスターが発生したことで、この1か月は動きが制約され、足踏みの状態が続いている。
	○	一般機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・半導体製造装置関連の金属加工部品の受注が、今月は増えている。
	○	電気機械器具製 造業 (総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・半導体関連の受注が継続して好調である。
	○	電気機械器具製 造業 (取締役)	取引先の様子	・半導体不足の影響はあるものの、自動車関連の設備投資や環境、都市インフラ、健康関連業種についても引き続き堅調である。
	○	建設業 (社員)	受注量や販売量 の動き	・型枠業者や鉄筋業者は、コロナ禍で人手不足や資材入荷が悪く不安を持っている業者が多いが、早めの対応を検討している。官公庁の発注が上半期で80%目標であるが、全く発注されていない状況である。
	○	新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量 の動き	・広告申込みの状況が良くなっている。
	□	農林水産業 (従 業者)	取引先の様子	・九州は果物を除き、1年間のなかで、今が一番生産量が少ない時期となっている。長雨の影響で露地栽培の冬春野菜は作付けが遅れており、メディアで報じられており、市況単価は高く物が無い状況となっている。
	□	繊維工業 (営業 担当)	取引先の様子	・取引先に新型コロナウイルス感染者が発生し、仕事量が慎重になっているが、そうでない企業では、少しずつ動き出している。また、最低賃金が上がる前の駆け込み需要がある。
	□	窯業・土石製品 製造業 (経営 者)	取引先の様子	・商社では新型コロナウイルスの影響で出張できないため、取引が順調に進まず、社員の休みを増やしている状況である。産地全体では、なかなか売上が上向きになる状態ではない。当社では、インターネット販売とふるさと納税がある程度順調にしている。
	□	金属製品製造業 (事業統括)	受注価格や販売 価格の動き	・引き合いは増加しているものの、半導体を始め東南アジアで生産している部材について、新型コロナウイルスが工場操業に影響し、入庫が遅れ受注や売上に影響が出ている。
	□	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・引き続き半導体製造装置の引き合いは好調であり、主要取引先からの受注も好調を維持している。
	□	輸送業 (従業 員)	受注量や販売量 の動き	・特に大きな変化はない。
	□	輸送業 (従業 員)	受注量や販売量 の動き	・海上運賃の高騰により、依然北米向けのコンテナブッキングが取れず輸出したくてもできない状況となっている。また、自動車関係では減産により工場に部品やタイヤがあふれているため、付近の倉庫は満杯となっているが、一時的な状況である。
	□	輸送業 (総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が減少しており、また、ワクチン接種がある程度進んでいることから飲食店等に客足が戻りつつあることを実感している。ただ、物量自体は大きく変わらず、依然工場等では生産調整している部分もあり、すぐに景気回復にはつながらない。
	□	通信業 (経理担 当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの対策に大きな変化がない。
	□	金融業 (営業)	取引先の様子	・飲食業や観光業等の状況は厳しく、それが長期間にわたっており、閉店も目立ち始めている。
	□	金融業 (調査担 当)	取引先の様子	・需要が旺盛な半導体関連や、EC化の広がりにより物流関連が堅調な一方で、好調だった自動車業界等では、半導体不足による減産が行われており、地場の部品メーカーにも影響が出ている。また、飲食店やホテル等のサービス業では、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で依然として客足が戻らず厳しい状況が続いている。景気は業種によりばらつきがあるが、総合的には3か月前と同様、景気は悪い状況である。

	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、企業全体では、新型コロナウイルスの影響度合いが数か月前よりも強まっている。人手不足感も総じて高まっているが、そのなかでも建設業の人手不足がより顕著である。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・前々年比で3か月連続30%超の売上減少が続いている状況で、景気回復の実感が感じられない。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客先からの業務依頼数、予算共に大きな変動がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業の会合ができず、情報が入手できないので現状と変わらない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に採用や教育等の人材投資について確認しても、特に変化がみられない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・3か月前と比較しても、取引先の状況は変わらない。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月の計画は例年よりかなり落とした計画であるが、それでも達成率は90%ギリギリである。やはり、新型コロナウイルスの感染が与える外食産業への影響は大きいものがあり、外食単体では対計画の40%を切る状況である。9月はスーパーマーケットや冷凍食品メーカー向けも例年と比較すると余り伸びていない。今まで、工場生産は順調であったが、実習生が入らず、人手不足が徐々に負担となってきたそうである。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注価格や販売価格の動き	・中国の不動産絡みでの下落が、金属系相場にも影響し落ち込んでいる。さらに、コロナ禍でまだ生産量も上がっておらず、ダブルパンチで打撃を受けている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店の売上は弱含みながら、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、家電販売は持ち直している。一方、新型コロナウイルスの影響で、旅行業始めホテル・旅館、飲食店等では厳しい状況が続いている。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・8月から当県では緊急事態宣言が発出され、飲食店を中心に営業時間の制限が続いており、売上も徐々に低下しているため、3か月前と比べてサービス業、観光業といった業種は景気が底にきている。全体的には、状況は悪くなっている。
	▲	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置により、時短営業等を強いられているため、一般的に人の流れが悪くなり閉店する店も多くなっている。3か月前よりも経済が沈滞している。
	×	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・飲食店の落ち込みが大きく、回復の兆しがみえない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの調査や計画策定支援の業務の発注はワクチン接種等で遅れており、通常、年度当初に発注されているものが、9月に入ってようやく入札の案内が入るようになってきている。既に入札が行われていたものは、ダンピングにより予定価格の4割以下で落札される傾向にあり、受注が困難な状況にあるために景気が悪くなっている。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・徐々に新しい生活様式に向けた動きのなかで、求人数が回復している。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・コロナ禍で求人取扱件数が激減し、経営が厳しい状況である。例年8月の後半から11月まで繁忙期であるが、今年の一部の業界を除いて動きが鈍い。緊急事態宣言が解除される10月を待つばかりである。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等が解除となり、人流や飲食店等の購買意欲にも動きがみられる。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数の前年比での増加が続いており、新規求人も20%以上の増加となっている。

○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・当県では緊急事態宣言が発出されていたが、前年より求人数は多く、業種による差はあるものの、やや良くなっている。また、各大学内で行われる3年生に対する就職支援につながる企業研究会の機会も増えているため、若干回復傾向にある。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・緊急事態宣言の影響により、キャンセル案件が相次いでいる。
□	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・フルタイムではなく時短や期間限定の求人、また業界経験必須を条件にしたシステムエンジニアや医療系の専門的な求人等が多い。また、求職者と企業に対するマッチングも厳しい状況が続いており、新しい雇用を生み出すのに苦戦している。
□	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・悪い状況は変わらず、決して楽観できない。新聞広告の量は、低迷が続いており、旅行、宿泊施設関連の広告は緊急事態宣言の解除を見越し9月中旬から復活しつつあるものの、それまでは皆無に等しい状況であった。催物の告知は、全てが中止ではなく、ある程度は行われているため、前年より広告の量も増えているが、低迷している状況には変わりはない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言が延長され、企業活動もリモート勤務が多くなり、会食や消費等の人と会わない状況が続いている。
□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2022年卒求人数の底堅さがあり、特に福祉系の求人数が活発になっている。その他の企業の採用活動も活発に動いており、内定報告者の数も前月より増加している。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が6月と比べると3割減少している。求職者数の動向はやや鈍っており、登録にくるスタッフ数も約1割減少である。求人を各媒体に出しても、問合せも少ない。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・令和3年6月の新規求人数は、5837人と令和3年4月以降最高数値となっている。令和3年7月以降の新規求人数は6月より低いが、増加傾向は継続している。しかし3か月前の6月と9月の新規求人数を比較すると減少している。
×	*	*	*