

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 (九州) | ◎ | 家電量販店（店員） | ・ワクチン接種率が上昇し、新型コロナウイルスの新規感染者数が驚くほど減少している。消費欲が高まってきているため、年末年始に爆発的に売上が上がると予想している。まだ、あと何波かあるかもしれないが、良い波になることを期待している。 |
| | ◎ | 住関連専門店（従業員） | ・ここから本格的な冷え込みが想定されるため、秋冬商材が好調に動くと思われる。 |
| | ◎ | 一般レストラン（スタッフ） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に減少し、外食の機会が増えると予想され、更なる経済政策に期待している。 |
| | ◎ | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理） | ・今年4月以降は、7月と10月以外に新型コロナウイルスの新規感染者数が拡大し、景況感としては最低の状況であったため、今後は良くなると予想している。しかし、新規感染者を抑止できた理由の把握や無症状感染者を把握できる体制の構築は必須である。 |
| | ◎ | 観光型ホテル（専務） | ・新型コロナウイルスの感染が収束すればGo To Travelキャンペーンも始まり、団体客が増えていく。先の予想が全く立たないが、景気回復に期待する。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | ・第6波の不安もありつつ現状の回復状況が続けば、インバウンドは困難だが、イベントの開催や観光客の増加等、タクシー利用の期待要素は大きい。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・これから食欲の出る時期となり、12月はクリスマスや忘年会を控え、購買力が増してくるため、期待をしている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・ワクチンの接種率も高まり、新型コロナウイルスを抑えることができれば、年末に向けて景気は良くなる。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・年末に向けて来客の増加に期待するが、商店街のチラシや各店のダイレクトメールには反応がまだまだ鈍い。飲食関係や観光産業には様々な支援策が政府より出されているが、地方の商店街では恩恵が少ないプレミアム付商品券等の支援が少なく、今後行政の支援が必要である。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・新型コロナウイルスの感染状況が現在の好転した状況を維持していけば、徐々に客が戻ってくる。12月は年末商戦のため、今後消費が増加することを期待している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、徐々に客足は戻ってきている。この勢いそのまま景気が上向きになることを期待している。 |
| | ○ | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・少しずつではあるが、景気が良くなっている。以前のような状態に戻るのには難しいが、その状況に合わせて対応していき、少しでも売上を伸ばしていきたい。 |
| | ○ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・年末から年始にかけて正月用の花とお供え用の花の注文が入るため、売上が増加する。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | ・年末年始の消費や購買が見込める。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | ・物産展のような大型催事に関しては客の期待感もあり、集客増加が見込める。旅行需要も増え、例年並みの寒さになれば、重衣料や寝具といった季節商材が動くと思われる。前年できなかった集客策を実行することで、今月から徐々に回復する。 |
| | ○ | 百貨店（経理担当） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、食品催事やチラシ広告が積極的にできるようになり、来客数も増加傾向で、衣料品・化粧品等が若干ではあるが好調に推移している。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、来客数も戻りつつある。年末年始は来客数、売上共に上向いていく。 |
| | ○ | 百貨店（経営企画担当） | ・緊急事態宣言の解除を受け、徐々に客の来店が戻りつつある。年末に向けて回復基調が継続する。 |
| | ○ | スーパー（店長） | ・現在の新型コロナウイルスの新規感染者数減少に伴い、様々な行事が再開されつつあり、人の動きが出てくる。また、各自自治体クーポン施策の拡大が進んでいる。 |
| ○ | スーパー（店長） | ・今月に入り、当県での感染者は1日10名前後になり、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に驚いている。日常における新型コロナウイルス関連の規制緩和により、行動範囲と環境変化が良い方向へ結び付いている。 | |

| | | |
|---|-----------------------------------|--|
| ○ | スーパー（企画担当） | ・新型コロナウイルスの第6波は確実に訪れるという予測だが、ワクチン接種率が高くなるにつれて人の動きが活発になり、影響も薄れてくる。選挙後の経済対策に期待している。 |
| ○ | コンビニ（経営者） | ・緊急事態宣言の解除後、飲食店の時短要請も解除され、企業の出社率も上がり、自店商圏の人の活動が活発化する。 |
| ○ | コンビニ（経営者） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少している。 |
| ○ | コンビニ（経営者） | ・新型コロナウイルスの感染が収束に向かっており、人通りが元に戻りつつある。来客数増加に結び付いていくことに期待している。 |
| ○ | コンビニ（店長） | ・新型コロナウイルスの沈静化が継続すると、徐々に上向いていく。 |
| ○ | コンビニ（店長） | ・衆議院選挙後までは、一時的にコロナ禍は沈静化しているが、今後は第6波を見据えてどのような対策を講じるかにかかっている。 |
| ○ | 家電量販店（店長） | ・新型コロナウイルスの第6波が発生しても、恐らく大きく人流を抑えることは難しいと予想されるが、ワクチン接種率も増加しており、前年同様の冷え込みにはならない。 |
| ○ | 家電量販店（店長） | ・緊急事態宣言が解除され、明らかに人流が動いている。再び第6波が発生する可能性もあり、今後も流動的で、しばらくはこの状況が続く。 |
| ○ | 家電量販店（従業員） | ・当県における新型コロナウイルスの新規感染者なしが続いていることで、人出が増加している。また、地元メディアの報道が、商業施設や行楽地での人出増加を好意的に報道するなど変化もある。 |
| ○ | 家電量販店（従業員） | ・気温が下がり、暖房器具の需要が増えていく。 |
| ○ | 乗用車販売店（従業員） | ・納期遅れに対する慣れが生じるとともに、年末商戦に期待している。 |
| ○ | 乗用車販売店（総務担当） | ・徐々にメーカーの生産が回復してくる。年明けから最大の需要期を迎え、新車の配給さえあれば経営状況は改善する。 |
| ○ | その他専門店 [コーヒー豆]（経営者） | ・年末にかけて寒くなっていくので、季節性のインフルエンザウイルスも流行する一方、新型コロナウイルス感染症は収束しており、客の流れは若干増加する。年末はコーヒーの消費も増加する傾向にあるので、売上の増加も期待している。 |
| ○ | その他専門店 [書籍]（副店長） | ・新型コロナウイルスの第6波が不安ではある。 |
| ○ | 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） | ・2021年は新型コロナウイルスの感染拡大により、隣県で緊急事態宣言が発出され、当県では2020年末に感染者数1000人を超えた都市がテレビ放送された影響もあり、初売りから冬の特売期間の人手に大きな悪影響を及ぼした。本年は商圏内においてもワクチン接種が進んでおり、徐々にショッピングセンターとしても集客イベントを解禁した。また、年末にかけて新型コロナウイルスの感染拡大が発生しても重症化する事例が減れば、客足への影響も小さくなると見込んでいる。 |
| ○ | 高級レストラン（経営者） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、このまま年末まで続くことを期待している。しかし再度、新規感染者数が増加する可能性もあるため、12月までの人の動きは不透明で危惧している。 |
| ○ | 一般レストラン（経営者） | ・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、政治も安定し、Go To Travelキャンペーンや県独自の補助事業等充実してくれば、元の活気が戻ると考えている。 |
| ○ | 観光旅館組合（職員） | ・第6波への懸念もあるが、国のGo To Travelキャンペーン等が始まれば、旅行者も増える。 |
| ○ | 旅行代理店（職員） | ・自治体の旅行補助金キャンペーンやGo To Travelキャンペーン等の需要促進策が出てくる。 |
| ○ | タクシー運転手 | ・衆議院選挙もあり、政権がどのような枠組みになるかによって景気の動向が変わる。また、新型コロナウイルスの第6波が一番の懸念材料である。 |
| ○ | 通信会社（営業担当） | ・緊急事態宣言がなくなり、人の動き、企業の動きも更に活発になる。 |
| ○ | 通信会社（企画担当） | ・光回線のエリア拡大が予定されており、販売量の増加が期待される。 |
| ○ | ゴルフ場（従業員） | ・Go Toキャンペーンが始まれば、しばらく入場者は順調に推移する。 |

| | | |
|---|----------------------------------|--|
| ○ | ゴルフ場（営業） | ・緊急事態宣言が解除され、今まで抑制されていたレジャー欲が解放された状態になっている。これが一時的なものなのか、今後も継続して来店するのがまだ判断できる状況ではない。 |
| ○ | 競馬場（職員） | ・少しずつ客の消費行動は改善されつつある。 |
| ○ | 美容室（経営者） | ・自粛生活が長期間だったので、今まで以上におしゃれに関心を持つと考えられる。新商品も増え、新しい形での商売も増加するため、忙しくなり年末には景気は向上する。 |
| ○ | 美容室（店長） | ・やや良くなるが、用心しながら行動することになる。 |
| ○ | 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） | ・ワクチン接種率の向上により新規感染者数が激減しており、病院も含めた客紹介が活発になる。 |
| ○ | 設計事務所（代表） | ・このまま新型コロナウイルスの感染が収束すれば、良くなる。 |
| ○ | 住宅販売会社（従業員） | ・郊外に分譲地販売は好調に推移しており、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が今後続けば、客の動きも出てくるので景気も良くなっていく。 |
| ○ | 住宅販売会社（従業員） | ・新型コロナウイルスの対策で効果があり、ワクチン接種率も増加していることで新規感染者数が減少しており、社会生活も元に戻りつつある。このまま順調にいけば、景気も上向きになる。新型コロナウイルス変異株の海外からの持込みが懸念されるが、国内では対策が効果的であるので、景気も上向きになる。 |
| □ | 商店街（代表者） | ・人流が一気に増加したため、売上等は増加しているが、気候的には減少傾向となるはずなので、一定量になると状況的には今と変わらない。 |
| □ | 商店街（代表者） | ・状況の悪化が変わらず、特に、国の選挙となると景気が落ち込む傾向にあり、良くなる兆しが無い。業種によっては給付金が給付されているが、どのように使われているか疑問である。 |
| □ | 商店街（代表者） | ・このような状況が続くと、正直先がみえない。ただ、来客数は減少しているが、自社製造の方は上昇しており、今後利益が出るかどうかは分からない状況である。 |
| □ | 商店街（代表者） | ・変わらず現状の商況が続くと覚悟している。休日の商店街の客足は、郊外大型店の集客力により、まばらである。 |
| □ | 一般小売店 [茶]（販売・事務） | ・通常であれば、年間を通して一番の売上になる期間であるが、新型コロナウイルスの発生前の売上に戻すには更に努力が必要である。景気回復が最短でできるような政府のこれからの提案に期待している。 |
| □ | 百貨店（総務担当） | ・今後の新型コロナウイルスの影響が不透明であるため、予測が付かない。 |
| □ | 百貨店（企画担当） | ・第6波への懸念、治療薬の進捗等、先行きの不透明さが依然大きい。 |
| □ | 百貨店（営業担当） | ・来客数の急速な回復は難しい。店頭外のサテライトショップやギフトショップ、ネット受注や店頭での客単価、商品単価は、自家需要商材や好性の高い舶来雑貨や時計、リビング用品、また、県内への旅行等は堅調である。一方、県外旅行や帰省の緩和や物産催事の再開でも慎重な行動姿勢と自衛意識は継続しており、来店による自家需要中心の購買は依然継続する。 |
| □ | 百貨店（業務担当） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少したものの、先行きを心配している客が多い。もう1度年末にかけて、第6波が発生する可能性があり、不安を抱いている客が多いことを考えると回復までにはまだ時間が掛かる。 |
| □ | スーパー（経理担当） | ・新型コロナウイルスの影響が薄れつつあり、内食の割合が下がってきている。スーパーマーケット業界は前々年の売上水準で推移すると推測する。 |
| □ | スーパー（統括者） | ・自社の強みの深化と販促の深化の継続で、競合店の台頭もあるが、変わらない状況で推移する。 |
| □ | コンビニ（経営者） | ・景気自体は、以前と変わらない状態に戻ると予想されるが、10月以降は最低賃金の値上げで経営的には厳しい状況になる。採用してもほとんどのアルバイトが長続きせず、研修等の人件費も掛かり、今後の懸念される。何とか利益増加を考えている。 |

| | | |
|---|-----------------------------------|--|
| □ | コンビニ（経営者） | ・新型コロナウイルスの感染拡大次第だが、コンビニエンスストアの使われ方は変化しないと考えている。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | ・年末商戦に向けて消費回復を期待しているが、現実的には分からない。 |
| □ | コンビニ（エリア担当・店長） | ・新型コロナウイルスの第6波に影響されると考えられるが、このまま新規感染者数の減少が続けば、売上が伸びるが、再度、緊急事態宣言が発出された場合は、売上が減少する可能性がある。この先が不透明であるため、見込みの検討が付かない。 |
| □ | 衣料品専門店（店長） | ・低下した景気が元に戻るには時間が掛かる。対策を考え直さなければ、元どおりになることはないかもしれないと心配している。 |
| □ | 衣料品専門店（店員） | ・第6波がどのようになるか予測ができない。 |
| □ | 衣料品専門店（取締役） | ・リモートでの働き方が定着し、洋服を買うという購買意識の減少により、在庫を抱えたままの厳しい運営が続く。できる限りの営業努力を続ける。選挙後に何が変化するか予測が付かないが、新型コロナウイルスの感染状況を踏まえて判断していく。 |
| □ | 家電量販店（店員） | ・現在のやや悪い状態の要因がはっきりしないが、このまま継続すると予想している。現状は、新型コロナウイルスの影響よりも、それに伴って前年に施行された施策の影響がある。家電は頻繁に替えるものではないので、そのことが今年の売上に関係している。 |
| □ | 住関連専門店（経営者） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が驚くほど減少している。しかし、世界では、ワクチン接種しても、新規感染者数が増加している国もあり、油断はできない。新規感染者数の増加は景気の低迷につながる。 |
| □ | 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） | ・第6波次第であるが、新薬等に期待する。 |
| □ | タクシー運転手 | ・これから行事が増えてくるため、年末に期待したいところであるが、先行き不透明で期待はできない。 |
| □ | 通信会社（企画担当） | ・緩やかながら増加を続けている。 |
| □ | 通信会社（営業担当） | ・新型コロナウイルスの感染状況次第であり、変わらないというよりは分からない。 |
| □ | 通信会社（統括者） | ・来客数を前年と比較すると減少傾向である。自店舗に客を誘導するような施策を実施するために、ショッピングモールなどで、スマートフォン教室開催等でイベント出展し、客との接点を増やすように努めている。ほかにも新しい施策を考慮しているところである。 |
| □ | 観光名所（従業員） | ・現在は新型コロナウイルスの感染が落ち着いているが、2～3か月先に発生している可能性もあるため、先行き不透明で予想ができない。 |
| □ | 理容室（経営者） | ・生活に関連している業種であるため、休業要請の影響がないが、一時的に新型コロナウイルスの影響を受け、客の来店日数の間隔が少し長くなっている。しかし、全体的には横ばいが続いている状態である。 |
| □ | 美容室（経営者） | ・新型コロナウイルスの影響で、まだ客は安心できず、外出自粛が長引いていたこともあり、出歩かないのが普通になっている。景気対策に期待している。 |
| □ | その他サービスの動向を把握できる者（所長） | ・客先の見積り引き合いは微増ではあるが、受注から生産までに要する期間が長いこともあり、2～3か月先の景気好転は見込めない。 |
| □ | 設計事務所（所長） | ・今月の景気の状態が、3か月先も継続して変わらない。 |
| ▲ | 一般小売店 [青果]（店長） | ・新型コロナウイルスの第6波で、再度客足が鈍ると予想される。また、青果業は、気温が下がると全国的に商品の出荷が少なくなり、当県の野菜価格が高騰するため、商売がしづらくなる。 |
| ▲ | スーパー（総務担当） | ・このまま新型コロナウイルスの感染が収まっていくと、以前にも増して食品小売業界のディスカウント競争が激しくなる。そうなる大量仕入れ業態やドラッグやディスカウント業態との単純な値下げ競争に勝つのは難しいものがあり、勝つためにはその他自社の特徴を存分に出す必要がある。 |
| ▲ | 乗用車販売店（代表） | ・新型コロナウイルスの影響が、今から出てくる。 |

| | | | |
|----------------|---|------------------|--|
| | ▲ | 高級レストラン（経営者） | ・11～12月の予約が少しずつ入り始め、新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着き、来店客も5人以上で食事に来ている。このまま年末の売上を維持できることを期待している。 |
| | ▲ | スナック（経営者） | ・緊急事態宣言は解除されたが、気温低下に伴い、再度新規感染者数が増加することが予想される。緊急事態宣言が発出されないとしても、新型コロナウイルスへの感染を危惧して、会社関係の外食や会食機会は減少する。前年の年末も緊急事態宣言の発出がないにもかかわらず来客数が減少しており、今年も同様の流れになる可能性がある。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・年末年始で人の移動が増え、移動の制限が出れば、売上低迷は続く。宴会需要も見込めず非常に厳しい状況にある。 |
| | × | 設計事務所（所長） | ・新型コロナウイルス感染症の推移が不透明な上に、収入は減少し、支出は増大している。 |
| 企業 動向 関連 | ◎ | 輸送業（総務担当） | ・目に見えて経済が回り、人流も増加しているため、同時に貨物の流れも増加していることから、景気は良くなると期待をしている。 |
| (九州) | ○ | 農林水産業（経営者） | ・新型コロナウイルスの第6波の不安はあるが、これからの年末需要を含め、厳しい状態であった外食産業もある程度は動きが戻ってくる。冷凍食品メーカー向けも年末年始仕様やおせちの食材納品で期待ができ、量販店も年末に向けて動き始める。ただ、今まで順調だった工場生産が、研修実習生の入国制限により厳しい人手不足になり、状況が悪化している。戻りつつある販売を逃さないように、対策を講ずる必要がある。 |
| | ○ | 化学工業（総務担当） | ・事業所で扱っている製品は、今後も堅調な出荷量である。 |
| | ○ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・前年同様に、ふるさと納税を利用する人が年末にかけて増加していくため、12～1月にかけて売上は増加する。 |
| | ○ | 金属製品製造業（事業統括） | ・例年下期型であるが、やっと例年並みに戻ると見込まれる。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業（経営者） | ・半導体の動きが良くなるにつれ、それに関連するパーツ生産の動きも良くなる。この2～3か月は景気は上がる。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | ・第6波への警戒は大事だが、新型コロナウイルスへの耐性ができつつあることは大きい。取引先に関しても、動きが出始めている。 |
| | ○ | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | ・回復基調であり、今後は生産も増加してくる。冬に向けて新型コロナウイルス感染が拡大しないことを祈っている。 |
| | ○ | 建設業（社員） | ・年度末にかけて公共事業の補正予算が計上されることを望みたいが、災害の復旧費のみである。地方自治体は新型コロナウイルスに予算を取られ、公共事業には予算が回らないようである。地方の建設業者を見捨てず、対策をしてほしい。 |
| | ○ | 金融業（従業員） | ・災害復旧工事を含め公共投資が高水準で推移しており、住宅販売も持ち直している。緊急事態宣言が解除されたため、飲食店や旅行・観光関連事業者では来店客や問合せ等が増加しており、先行きの見通しが明るくなってきている。 |
| | ○ | 金融業（営業） | ・新型コロナウイルスの感染が現状のように沈静化していれば景気は徐々に正常化する。新型コロナウイルス次第である。 |
| | ○ | 金融業（営業担当） | ・新規感染者数がかかなり減少し、緊急事態宣言も解除されている。第6波を懸念する声もあるが、これから気候も良くなり、年末にかけて中小企業のような業種で、人の動きや金の動きが活発になると予想される。今後、政府による金を動かす政策が打たれば、より良くなる。 |
| | ○ | 金融業（調査担当） | ・新型コロナウイルスの沈静化に伴い、年末年始に向けて景気回復の期待は高まるが、長引くコロナ禍の影響で、肥大化した借入金の対応に苦慮している事業者は少なくない。第6波への懸念も払拭されず、景気回復は限定的なものにとどまる。 |
| | ○ | 新聞社〔広告〕（担当者） | ・旅行関連は広告が更に増える。 |
| | ○ | 広告代理店（従業員） | ・緊急事態宣言が前月末で解除され、ワクチン接種が進んできたことにより、日常の経済活動が戻り始める。 |

| | | | |
|----------|---|---------------------------|--|
| | ○ | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・規制が解除された後で、人流の動きが大きくなっている。道路も非常に混み、公共交通機関も客が戻っている。しかし、選挙を控えており、少し動きが抑えられているが、年末から新年にかけて新型コロナウイルスの感染が落ち着けば、コロナ禍前の生活様式に戻るような動きが出てくるはずだが、経済的にはすぐに元に戻るのとは考えにくい。 |
| | ○ | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・少しずつではあるが、投資を再開する取引先が増えている。 |
| | □ | 家具製造業（従業員） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は急減しているが、すぐに市場の景気回復につながるとは考えにくい。また、材料費も軒並み高騰しており、受注しても利益確保に苦戦を強いられる状況になっている。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | ・現段階では、受注量の大きい変化はなく、営業努力を続け、受注拡大を狙う。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・中国の電力問題等不安要素もあり、若干不透明感がある。 |
| | □ | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・海外部品の供給不足による生産台数の制限が、引き続き行われる。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | ・新型コロナウイルス感染者が落ち着いたとしても、消費者の行動は急には変わらない。 |
| | □ | 通信業（経理担当） | ・急激な変化よりも段階的な回復の方が現実的である。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | ・緊急事態宣言が解除され、長らく厳しい状況にあったサービス業を中心に、状況は改善している。ただし、これまでも新規感染者数は、減少しては増加することを繰り返しており、現在の新規感染者数の水準を今後も維持できるか不透明である。治療薬の開発や新規感染者数の増加に耐える医療体制の構築ができない限り、人流の抑制を軸とした感染対策からの脱却は難しい。一進一退の状況が続く可能性があり、総合的には、景気は変わらない。 |
| | □ | 不動産業（従業員） | ・賃貸物件の入居率は、横ばいで推移している。 |
| | □ | 広告代理店（役員） | ・3か月予想が相変わらず厳しい。取引先の投資構造が新型コロナウイルスにより変化している。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | ・急激な変化はないが、訪問することができないのでDM作戦を進めている。この販路開拓で良い動きになることを期待している。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | ・10月より値上げが進んでおり、消費者の財布のひもは固い。人の流れや生活様式も変わりつつある。 |
| | □ | その他サービス業 [物リース]（職員） | ・新型コロナウイルス第6波などの懸念もあり、大きく改善することは考えにくい。緊急事態宣言の発出がない場合は、現状程度にとどまる。 |
| | ▲ | 食料品製造業（経営者） | ・原料の伝染病の影響で、今後は生産量が低下し、売上にも影響があると予想している。 |
| | ▲ | 繊維工業（営業担当） | ・肝腎の工賃が十分に増加しないため、最低賃金の上昇をどうしても補えない状況である。 |
| | ▲ | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・予定受注量の動きは、やや悪くなる。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注は引き続き好調であるが、材料や消耗品等で品薄状態が続いており、今後の生産に影響が出ると予想される。 |
| | ▲ | 建設業（従業員） | ・大型物件の受注活動ができておらず、厳しい状況が続いている。 |
| | ▲ | 輸送業（従業員） | ・売上を伸ばしているプロテインの原料の入手が困難になっている。買占めも発生しており、原料価格が高騰しているため、その影響が今後発生する。 |
| | ▲ | 通信業（職員） | ・官庁が施主である営業案件数と受注予想額が伸びていないことに加え、半導体不足により機器の販売価格や納期に影響が出ている。 |
| | × | その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役） | ・11月は市町村の委託業務に関して受注のめどが立たない。また、発注されても同業者は同じ状況にあるため、入札時にかなり不当販売して落札されている。このため、受注できる見込みが低く、景気が悪くなる。 |
| 雇用 関連 | ◎ | 人材派遣会社（社員） | ・求人数が新型コロナウイルスの発生前を上回る速度で推移している。 |
| (九州) | ◎ | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・新型コロナウイルスの長期的な影響で、商業が相当傷んでいる。これから年末年始の需要の取り込みに、当社も含め各社共に社運を賭けて取り組む状態である。 |

| | | |
|---|----------------|---|
| ◎ | 職業安定所（職員） | ・9月の新規求人数は、ピークだった6を上回っていたが、10月はそれを更に上回る勢いである。また、新型コロナウイルスの影響を受けた企業からの雇用調整助成金の相談及び受付件数等は、9月の126件から大幅に減少し、10月は80件程度となることが予想される。 |
| ○ | 人材派遣会社（社員） | ・年末年始の短期単発の注文を受けている。例年と同じ規模の注文数である。 |
| ○ | 人材派遣会社（社員） | ・第6波の状況で動向は変わるが、今後緊急事態宣言が発出されても、今までのような自粛にはならないと予想している。 |
| ○ | 人材派遣会社（社員） | ・新型コロナウイルスの影響で現状維持をしてきた企業から、体制を立て直すため、新しい求人の相談を受ける等、少しずつ景気回復の傾向がある。 |
| ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・このような状況が続けば、徐々に人出や消費行動は活発になってくる。また、年末年始が到来するため景気は上向く。 |
| ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・これから年末にかけて、来年度から採用の求人募集が増え始めている。業種によりアフターコロナの求人数が増えるものもある。ただ、介護等の業種が中心で、女性の事務職のような限られた職種は募集人数が少ない状況が続く。 |
| ○ | 職業安定所（職員） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数減少により、宿泊業や飲食業が従業員を募集する動きが出ている。 |
| ○ | 職業安定所（職員） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きが継続している。観光業では修学旅行の生徒が目立つようになっている。また、求人や求職、就職の増加傾向が続いている。 |
| ○ | 職業安定所（職員） | ・新規求人数が、前年との比較では、回復傾向が顕著となりつつある。 |
| ○ | 民間職業紹介機関（職員） | ・新型コロナウイルスの第6波、第7波が見通せず、難しくはあるが、企業の経済活動が活発になり、就職環境も良くなっていく。ただ、インバウンド需要は依然としてないままのため、新型コロナウイルスの発生前と比べるとまだ良くない。 |
| □ | 新聞社〔求人広告〕（社員） | ・現状より更に良くなるとは考えられない。第6波の懸念もある上に、今年のインフルエンザは強力との見方もあり、流行拡大のおそれもある。最近の新規感染者数の落ち着きを考えると、急激な落ち込みは想定しにくいだが、良くて現状維持である。 |
| □ | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・ワクチン接種が進んだこともあり、新型コロナウイルスの感染状況が格段と改善され、経済活動への制限が緩和されている。油断ができない状況はしばらく続くが、企業にとっては、徐々に明るい兆しがみえてきている。この状況が続けば、2023年卒採用活動にも好影響を与える。 |
| ▲ | — | — |
| × | * | * |