

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)	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・高価格の商品がよく売れている。
	◎	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・旅行用にコート等の重衣料を探するため、来客数が増加している。今月の売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年とほぼ同等になっている。
	◎	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・秋冬寝具が動き始めている。保温性を重視する秋冬寝具の販売は、日中の温暖な気候に左右される。今年は厳冬の長期予報もあるため、備えをする客が多くなっており、好調に推移している。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、全国旅行支援等の国や自治体の補助事業による効果もあり、新型コロナウイルス感染症発生前に近い来客数になっている。また、県外からの来店や予約も多く、確実に売上も伸びている。
	◎	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ブロック割に続き全国旅行支援が実施され来客数が多い。11月は紅葉のシーズンであるため、例年以上に予約が入っている。
	◎	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減り、加えて全国旅行支援等も実施され、宿泊者数の増加と地元の会議や宴会、結婚披露宴も増加傾向である。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、インバウンドと国内観光客が大幅に増えている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、インバウンドや国内旅行に関しての規制緩和で活発に動き始めている。しかし、これから冬に向かって第8波が発生した場合は、状況が変わってくる。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・秋物が品ぞろえしており、来客数が僅かに増加し、販売量も増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が増加したため、販売量も増加している。新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和され、人の動きが良くなり衣類の需要が増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が全国的に減少していることで、旅行など人の動きが活発になっており、人通りや買物する時間が徐々に増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍の影響も随分減少し、商店街の通行量も8割程度まで戻ってきており、売上や販売数、来客数が増えつつある。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・本業に加え、地域のイベント活動やメーカーの新発売が重なり仕事量は増加しており、9月から景気が良くなっている。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・10月分に入って暑さは和らぎ、県内産の野菜が出回る状態になり、かなり価格が落ち着いている。また、台風14号の影響で、ピーマンやきゅうり、トマト、にら等はかなりの被害を受け、倍以上の価格に跳ね上がる野菜もあったが、月末には全体的に落ち着いてきている。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（店員）	販売量の動き	・ひとりの自粛ムードから脱却し、飲食店では客足が戻りつつある。一方、相次ぐ値上げに窮した一部の店では、卸業者からの仕入コストを少しでも下げようと、激安商品を求めて奔走している状態である。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・特に週末は、遠方からと思われる客が散見される。また、海外の客も増加傾向である。
○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・全国旅行支援により旅行需要が喚起され、衣料品が好調に動いている。また、気温低下の影響で、コート等の重衣料も先行している。外商客を中心とした高額商品の催事でも非常に好調に推移しており、以前よりも全体的に改善傾向にあると考えられる。	
○	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店3店の10月の売上見通しは前年比107.4%となっており、3か月前の売上前年比96.1%と比較すると上向いている。催事等の動員も良くなり、インバウンドも若干ではあるが回復がみられる。	

○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きに加え、毎年人気の物産催事や全店催事・クレジット催事開催、友の会で店頭への来客数は増加している。購買意欲も増し、来客数や滞留時間が延び、客単価や商品単価に勢いが出ている。早期取組で、おせち受注も店頭や通販共に好調となっており、サテライトショップやギフトショップも依然堅調である。また、人混みを避ける慎重な外出姿勢に変化がみられるようになっている。
○	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・9月から10月にかけてプレミアム付商品券が発行されたことにより消費喚起が促され、客の購買意欲が高まっている。
○	スーパー（店長）	販売量の動き	・前月から新型コロナウイルスの新規感染者数が減少している。衣料関連が好調に推移し始めており、旅行や外出時に使用される商品動向の変化が顕著に表れている。
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・物価は高止まりしているが、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しており、消費者の意識と行動に変化が出ている。実際に来客数は伸長しており、販売点数がけん引されている状況である。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が一段落したことで、企業の勤務形態がほぼ出社型に戻り、人の行動が活発になっている。加えて、政府の全国旅行支援等もあり、来客数が増加している。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は良くなっている。しかし、その要因が、客単価の上昇によるところが大きい。来客数は前年を上回るようになったものの、新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていない。値上げの影響で、客はコンビニエンスストアからスーパーマーケットへ流れている状態である。
○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・食料品のほとんどの商品が値上げされたため、購入単価は上昇している。来客数は横ばいであるが、値上げ分が売上増加につながっている。
○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・単価の動きが良くなっているが、来客数が若干減少している。値上がりしている分の客単価は上がっているため、全体的な売上は若干伸びているが、来客数は横ばいである。
○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の追い風もあり、前月、今月と売上が大きく伸長している。
○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月の景気は、若干良くなっているが、一時的な状況である。
○	家電量販店（従業員）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポン券利用が当初の想定よりも多い。また、自治体のプレミアム付商品券利用による購入も増加している。店内のほぼ全ての商品が値上げし、一部商品では更なる値上げも実施され、消費の減退傾向が続いていたが、これらの需要喚起策により、消費者の購入意欲が刺激されていると感じられる。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・10月から新車供給が上向きに転じている。新型車効果も重なり、10月の利益は久しぶりに計画を上回っている。
○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新型車発表効果により、来客数が増加している。
○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、今月中旬から気候的にも寒くなっているため温かい飲み物が出ており、コーヒーの消費も増え、来客数も増加傾向にある。
○	その他専門店 [ドラッグストア] (企画担当)	来客数の動き	・インバウンドによる売上が、若干増加している。
○	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)	来客数の動き	・3か月前の当地では、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、消費動向が鈍っていた状態である。また、一部の店では、前年にGo To Eatキャンペーンで食事券が販売されたが、今年の販売の数値は前年より大きく落としている。物価高騰は消費動向にもやや悪影響を及ぼしているが、前年の7月と比較すると、新型コロナウイルスの新規感染者数に関係なく、一定の集客はできているようである。

○	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〕 (統括者)	来客数の動き	・全国旅行支援の開始や海外観光客の規制緩和により、明らかに来場が戻りつつある。
○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・県外からの旅行者が若干増加しているが、曜日によって落差が激しくなっている。当県では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向でインバウンドも少し増えているが、首都圏では新型コロナウイルス感染症が感染拡大しており、先行き不透明である。
○	スナック(経営者)	来客数の動き	・10月に入り、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前のほぼ9割に戻っている。
○	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	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大が一段落し、人の動きが再開したことで外出する人が増えており、景気は良くなっている。しかし、仕入原価の高騰や電気代の大幅値上げなどの影響が大きいいため、結果的には若干の回復となっている。
○	観光型ホテル (総務)	来客数の動き	・来客は多くなっているものの、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には程遠い。
○	旅行代理店(職員)	販売量の動き	・全国旅行支援の影響で、販売量が増加している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、国内旅行者数の増加と共にインバウンドも増えており、円安や物価高騰が続くなかでも当地では、タクシー業の景気回復が続いている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・急に客が増加しており、乗務員や配車の対応が間に合わない状態になっている。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・消費活動が以前より活発化している。
○	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・繁忙期で天候にも恵まれているため、予約が順調であることに加え、海外からの問合せや予約が増えている。
○	競馬場(職員)	販売量の動き	・外出を自粛していた高齢層の客足に回復がみられる。
○	美容室(経営者)	販売量の動き	・3か月前と比較すると少しずつ販売量が増加している。新型コロナウイルス感染症も徐々に落ち着いてきており、気持ちにも余裕ができ、旅行にも動きが出ている。そのため、ファッションにも影響が出ており、美容業界は徐々に景気が出ている。
○	美容室(経営者)	お客様の様子	・全国旅行支援の開始や旅行の規制が緩和し、新型コロナウイルス感染症も落ち着いているため、長期にわたり来店がなかった客が来店するようになっている。
○	美容室(店長)	お客様の様子	・全国旅行支援が始まり、ホテルなど予約が取れず満室の状態である。客は、新型コロナウイルス感染症を警戒しながら行動している状況である。
○	学習塾(従業員)	お客様の様子	・問合せが増加している。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・今月中旬以降、新型コロナウイルスの新規感染者数は若干落ち着き、全国旅行支援など実施された影響で、観光業や旅行業では、人の動向が多いようである。一方、商店街ではなかなか販売までに至らず、来街来客数は悪い数字であった7月や8月と変わらない。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・仕入価格の高騰により、販売価格も値上げせざるを得ない状況である。そのため、若干客足が減少している。
□	一般小売店〔生花〕 (経営者)	販売量の動き	・徐々に涼しくなっているため、切り花が長持ちするようになり、企業の来客が増えている。
□	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・行動制限が緩和され、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻ろうとしている客が多いが、物価の上昇に危機感を持っている客も多い。円安や株安が続けば、消費への金が抑制されると予想され危惧される。
□	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・相次ぐ食料品の値上げの影響で、客単価はやや上昇しているが買上点数が減少しており、さらに、来店頻度も減少している。

□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・原料の価格高騰を要因とした商品価格の値上がりで、商品売上は上向き傾向にあるが、客の買上点数は頭打ちとなっている。値入率の低下により収益としては横ばいか下回る傾向にある。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も少しずつ良い方向に向かっているが、商品の価格高騰により、消費マインドは慎重になり景気は変わらない。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・当店では高額で上質な衣料品を販売しているが、外出自粛していた客が徐々に来店し、購入する状態までに戻っている。しかし、買い回りをしている客は、来店しても購入までには至らない。その状況から景気はまだ戻っておらず、今後も不安である。
□	乗用車販売店（役員）	競争相手の様子	・新型車効果は継続しているが、生産側からの現行車種の受注停止や打切りが進み、県内の受注台数は前年割れの見込みである。販売台数は改善がみられるが、安定供給には程遠い状況である。新型コロナウイルス感染症の影響が和らぎ景気改善の兆しはあるが、極端な変化はない。
□	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は久しぶりにイベントがあり、人出が戻りそれなりの売上もあったが、10月からのメーカーの値上げで、新規事業部門では9月に売上があった分、10月は振るわない状態である。
□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・10月の来客は、8月、9月と比較すると若干来客数があった程度で余り伸びず、横ばいである。
□	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・今月後半からプレミアム付商品券の利用が増えており、観光客の動きが増加している。
□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話等の販売は前年並みで推移している。計画値との比較では、利益面が厳しくなっている。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が低迷している。
□	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	・客は輸出企業であるため、適度な円安は好感感であったが 現在の水準では海外からの調達品の価格高騰にもつながり、思わしくない状況になっている。
□	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）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第7波の拡大に伴うサービスキャンセルは減少傾向にあるが、第8波も懸念され、加えてウクライナ情勢に伴うエネルギー高騰による価格上昇の影響も大きく、損益が前期比で悪化している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・小売店では、客がなく魚が売れない状況である。魚が少ないため、同じ魚を販売することになるため、ノドグロ等高級魚を販売したいが、倍以上の価格になるため、販売できる状況ではない。今年で廃業する店も多いのではないかと同業者間で懸念している。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・物価が上昇しているため、仕入価格も上がり利幅は減少となっている。また、来客数も減り、苦しい状況である。季節的に売上は伸びる時期であるが、コロナ禍になり売上が伸びることはなく年々落ちており、今月の売上と来客数は、前年より減少している。
▲	スーパー（経理担当）	お客様の様子	・各種原価上昇に伴う価格転嫁を行い、売価が上がっている。そのため、1品当たりの単価が上昇しており、客は買上点数や来店頻度を減らしながら生活防衛をしている。電気やガソリンなど生活必需品も値上げが続いているため、可処分所得の内食品を切り詰めている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・相次ぐ値上げ報道で、客の消費マインドがより節約志向になっている。コンビニエンスストアでもお買い得商品への反応は良いが、全体的には厳しい。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・様々な商品の価格が上昇しており、客の反応が悪くなっている。
▲	観光名所（従業員）	来客数の動き	・9月に発生した台風14号の影響により、有名な観光名所の遊歩道や貸しボートの利用ができない状況になっている。そのため、ボート目的の客は、旅行のキャンセルが多い。
▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントやオープンハウスなどに来場が少ない。

	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・外出自粛が多かったが、新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着いてきたため、人の動きが増加している。駅前の駐輪場も満杯である。また、円安による海外旅行の緩和で金の動きが出てくると予想される。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・イベントと展示場の来客数は減少傾向になっており、契約者数も若干減少している。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街では、円安の時期にはインバウンドが多くなるが、火災の影響が残っており、今年は全くいない。
	×	設計事務所(所長)	単価の動き	・材料や製品の価格が高止まり、又は上昇しているため、収入は目減りしている。
企業 動向 関連	◎	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・取引先は、全般的に状況が良くなっており、特に病院関係が非常に良くなっていることに驚いている。
(九州)	○	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節商材の需要で繁忙期のため、販売や生産共に比較的順調に推移している。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一時期、半導体製造装置関連の受注量が減少傾向となっていたが、今月は増えている。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は上がっているが、材料の調達がうまくできない状態である。その要因としては、円安や半導体の需要に供給が間に合わないことにある。先行き不透明で危惧される。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・電気自動車関連では、引き合いが強い状況が継続している。
	○	輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・全体的に出荷量が増えている。ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあり、景気がやや良くなっている。
	○	金融業(従業員)	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケットのほか、乗用車の販売が回復傾向にある。また、旅行取扱額や宿泊施設の売上も増加しており、企業の求人数も増加している。
	○	金融業(営業)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が一段落したとの認識が広がっており、行動制限が緩和されている。外食や旅行などの消費行動が拡大している。
	○	金融業(営業担当)	取引先の様子	・観光バス業や旅行業は、政府の支援等があり、盛況であるが、全体的には円安もあり、中小企業の原材料の価格高騰に影響が出ている。行楽シーズンとなり人の動向は、盛んになりつつあるため、徐々に景気は良くなっている。
	○	新聞社[広告](担当者)	受注量や販売量の動き	・通信販売に加え、旅行の新聞広告が増えている。
	○	広告代理店(役員)	受注量や販売量の動き	・多くのカテゴリーの客において、発注量や売上共に若干であるが増えている。競合プレゼンテーションの件数も増加傾向にある。
	○	経営コンサルタント(社員)	受注量や販売量の動き	・飲食店が活性化しており、業務用卸の売上が回復している。
	○	経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・受注件数や売上共に増加しており、企業の人材教育に関する投資意欲が上向いている。
	□	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波の発生以降、まだ若干の新型コロナウイルスの新規感染者数はいるものの、以前のように騒がなくなっている。会合などが感染策を講じながら開催されるようになってきているため、外食部門では売上が随分回復しており、冷食メーカーでは、鶏肉の引き合いが相変わらず強く、要求に対応できない状態である。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・原材料等の高騰により、価格転嫁を行ったが、販売数量は変わらず、むしろ減少している。また、コロナ禍の影響で減少していた飲食店向け業務用の注文が、少しずつ戻り始めており、もうしばらく時間が掛かりそうである。
	□	繊維工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・円安の結果、国内での生産が増え、工賃などの条件も少しずつ改善の見直しがされている。まだ取引先の値上げが続いており、段階を踏んだ調整を望んでいる。国や自治体、商工会などの助成金は、金に余裕がある事業所しか使えず、先行き不安である。

	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・半導体不足が改善傾向になる予測で動いていたが、なかなか解消されず、いまだに製造が遅れている。
	□	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて景気が良くなければいけない時期であるが、令和5年度の繰越工事として、大型の補正予算での発注を期待している。
	□	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下げ止まっているが、収束が見えない。秋の行楽シーズンになり全国旅行支援が実施されており、夏の台風や豪雨で被害を受けた観光地では、施設や周辺道路の整備復旧が急がれている。原油価格の高止まりは、ボイラーを使用する施設園芸農家のコスト負担を増強させている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・全国旅行支援の実施や新型コロナウイルス感染症の規制緩和等で、人流が増加し、非製造業の来客数を下支えしている。しかし、原材料価格が高騰しており、価格転嫁は途上であることから、業況の改善状況は限定的であり、製造業での供給不足は、一部で改善はみられるものの、先行きは不透明である。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・同業他社との会合では、良くも悪くもない状況である。
	□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波はかなり落ち着いてきている。しかし、外国との金利差による円安の影響が大きく、物価高騰に歯止めが掛からない状況が続いている。当社の受注単価も上げざるを得ず、景気が回復している実感はない。
	□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・ダイレクトメールを出しても反応が少なく、仕事仲間の会合でも、新しい動きや話題が少ない。
	□	その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役）	取引先の様子	・市町村では、新型コロナウイルス感染症対策のため国庫支出金を住民や事業者向けの給付金等に充てており、現在もこの傾向は変わらず、これまで、市町村が予算を当てていた行政計画の策定や調査等の業務が実施されないままである。このため、コンサルタントへの計画策定や調査、設計等の発注業務の減少が続き、受注の機会が減少している。
	▲	金属製品製造業 （事業統括）	受注量や販売量の動き	・これまで好調であった受注量が、一部の業態で低下傾向にある。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の状況は、今期は横ばい若しくは若干の減少傾向になり、来期前半に掛け減少が継続する見込みである。要因には、韓国デバイスメーカーからの受注減少の影響が大きい。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連客の一時的な在庫調整などで、若干売上が落ちている。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円安による影響で、輸入関係の荷主は軒並み厳しい結果となっている。単籠り需要の時期もあったが、現在は落ち着き海上コンテナ取扱本数が減少し、海上運賃も低下している。円安の影響で収益が増加している荷主もあるが、やはり物流費高騰により営業利益は収益ほど上がっていない。各社とも従来の方法では利益が増加しないため、新規事業を検討し続けている。同業他社も倉庫に空坪がある状況は続いている。
	▲	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・半導体不足による納期遅延や燃料が高騰している。また、円安の影響を受け更に経済環境は着実に悪化しており、取引先においても業種にかかわらず下降に転じている。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料の価格高騰で、燃料や陶土の値上げ、下請関係の値上げが2割ほどあり、製品に添加する値上げを商社にも依頼しているが、受注関係が思わしくないのが現状である。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人では、特に建築系、電気・機械系、情報系など理系の求人数が増えているが、学生の内定率も高く求職者がいない状況である。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベント案件の引き合いが増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数や直接雇用などが増加傾向となっており、登録者数も伸びつつある。

○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ 今月に入り、求人数が増え、前月と比べると約2割増加している。欠員に対する注文だけでなく、増員の注文も多くなっている。
○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・ 例年9月から10月には、歳暮需要のための人員確保をするためメーカーなど求人需要が高まるが、まだその勢いには乏しい。物価高騰などによる先行き不安もあり、慎重に動いている。当社でも印刷会社の今年2度目の値上げが予定されている。
○	新聞社[求人広 告](社員)	周辺企業の様子	・ 3か月前は、新型コロナウイルスの新規感染者数が多かったにもかかわらず、行動制限がなかったため、回復しつつあった。また、旅行会社や宿泊施設からの新聞広告にも大きな影響はなかった。その後、一旦復活しかけた海外旅行向けの広告にブレーキが掛かるなど影響が出たものの、現在の海外旅行の広告は、期待されたほどの勢いはないが、円安の影響で3か月前と比べると増加傾向にあり、景気は改善方向である。
○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・ 建設業を除いたほとんどの産業で、有効求人数が増加している。特に宿泊業や食品品製造業、道路、旅客運送業の求人数は、前年比100%を超えている。
○	学校[大学] (就職支援業 務)	求人数の動き	・ 現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数も一定数ある。また、今年は追加募集や年間を通じた採用活動を行う企業が、前年度と比較して増加している。前年度には余りなかった事業拡大に伴う追加採用を行う企業も増えている。2024年卒採用に向けたインターンシップや1日のみの仕事体験を実施する企業も前年度と比較して増加している。
□	*	*	*
▲	新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・ 新聞の折込広告が減少している。新聞販売店の経営者は、年々経営状況が厳しくなると嘆いている。原因は少子高齢化にあり、新聞購読者の高齢化とネット世代の若年層による部数の減少のようである。今後更に減少していくのではないかと懸念している。
▲	学校[専門学 校](就職担 当)	それ以外	・ 円安による物価高騰で、若干景気は落ちている。
×	—	—	—