

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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・若い世代は活動的であるが、高齢者は新型コロナウイルス感染症の感染拡大で外出を控えている。街の人通りは少なく、活気がない。
	◎	スーパー（店長）	来客数の動き	・新しい生活様式が通常となり、行政の支援策等の影響もあり、人流が活性化しているのが実感できる。特に来客数の増加が顕著で、12月より回復傾向である。また、年末年始商戦もほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の数値まで回復している。
	◎	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車効果もあり受注は好調である。メーカーからの需給改善が徐々に進んでおり、販売量も上向き傾向にある。
	◎	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・1月12日から韓国からのチャーター便が運航され、寒さで高齢者の来場が減少するこの時期に、前年を上回る来場者を確保できている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・年明けから売出しに入り、販売量や客単価が増加している。
	○	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	単価の動き	・近隣の同業者が閉店し客が流れてきていることに加え、寒さのため徐々に売上は上がっている。しかし、商品値上げの影響を受け、1人当たりの単価は低いのが現状である。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・年末年始を中心に動きが活発である。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波も収束に向かいつつあり、寒波の影響はあったものの来客数は回復傾向にある。物産展は盛況で順調に推移しており、子供向けの衣料も若干ではあるが改善している。
	○	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店の売上は、1月の見通しが前年比114.2%となっており、3か月前の前年比105.2%より改善している。前年のまん延防止等重点措置の影響はあるものの、衣料品含め全般的に良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・1月下旬の雪による交通混乱はあったが、新型コロナウイルスの感染対策を施した初売りや催事や恒例の物産催事開催に加え、新型コロナウイルスの感染対策は縮小し、全国旅行支援による県内外から街への人出が増加したことで来客数が戻っている。商品価格の上昇で買物の節約傾向は続いているが、クレジット催事や物産展、バレンタインギフト会場は客でにぎわい、プレミアム付商品券の利用やキャッシュレス決済利用が増え店頭への購買客が戻っている。紳士・婦人用品雑貨やリビング用品等自家需要商品の購入単価や客単価が増加している。目的の売場から店内回遊を楽しむ姿がみられるようになっている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動規制緩和により、客の生活スタイルが新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあることが景気上向きの要因となっている。それに伴い全体の来客数や客単価が伸長している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は落ち着いてきているが、客単価の上昇が続いている。しかし、商品点数は増えておらず、商品値上げによる分の上昇と判断されるため、買い控えが懸念される。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・企業の勤務形態が、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、また国内外からの旅行者も徐々に増えたことで、来客数が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価は前年比6%増加している。来客数の減少を商品単価の上昇で補うことになるが、購買の勢いは元に戻っており、景気は回復傾向にある。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数は前年と変わらないが、客単価が上がったため、売上は前年を上回っている。値上げの分とまとめ買いで、3か月前より売上は増加している。
○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・久しぶりに行動制限のない年末年始の売上は、当初の見込みより好調に推移している。加えて、寒波やプレミアム付商品券等の経済刺激策もプラスに影響している。	

○	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・1月のメーカーの新車配給は前年比150%である。新車は売上構成比が高いため、会社全体の売上や利益がかなり改善している。
○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・前年と比較すると、行動規制緩和により客の動きが若干多い。しかし、気温が低いため、寒い日は来客数が少ない。
○	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)	販売量の動き	・インバウンドの回復に伴い景気も回復基調にある。しかし、まだ新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。
○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・1月は当地でフグがおいしい季節になる。前年や前々年と比較すると個人の予約が多くなっており、景気は上昇傾向にある。
○	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が若干増えてはいるが、慣れもあり来客数に変化はない。少しずつではあるが、来客数も増加し売上は伸びている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・観光需要は相変わらず好調である。
○	通信会社(営業担当)	それ以外	・複合施設や飲食店の来客数が増えている。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたため、平日の客が以前と比べ増加している。インバウンドも徐々に増え、市内飲食店の来客数が増加傾向にある。
○	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	・12月末からの新型コロナウイルス感染症第8波の影響による減収とともに、エネルギーも含めた物価高騰によるコスト増が影響し、損益が前年比で悪化傾向にある。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・1月初旬から中旬にかけて、天候も良く客の出足は好調であったが、下旬になると寒波の襲来により客足が途切れ、前年並みに戻っている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街では、火災の復興に向け全員一丸となり頑張っているが、火災後の商店街離れで、以前の客が余り見受けられないため、懸念している。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・天候や新型コロナウイルス感染症の影響で、販売量の動きが全くない。
□	一般小売店[青果](店長)	来客数の動き	・今月はかなり寒い日もあったが、来客数の伸びや単価や総合的な売上は3か月前と変わらない。寒さで入荷は少ないが、野菜の相場が上がりきらず、購入しやすい状況が続いているため、売上に変化がないと考えられる。
□	一般小売店[精肉](店員)	販売量の動き	・大きな変化はない。
□	百貨店(経営企画担当)	お客様の様子	・初売りで開店を待っていた客の人数は、前年以上であったにもかかわらず、来客数や売上は共に前年に達しなかった。客は、必需品をクリアランスセールで単品買いする傾向にある。寒波で売上が厳しい日もあるが、天候が回復した日に売上を取り返している状況にある。
□	スーパー(企画担当)	来客数の動き	・食料品は、商品値上げによる客単価引上げで、売上が上がっている。しかし、来店頻度が前年より落ちており、かなり買い控えの傾向になっている。衣料・住宅商品については買い控えの傾向がより強く、クリアランスセールシーズンであるがなかなか伸長しない。
□	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・大型寒波の影響で、鍋物材料などの冬物商材が売れているが、需要が多い日と少ない日をはっきりしている。また、点数は減少しているが、1品単価は高くなっているため、売上自体は上がっている。しかし、来店回数は減少しているため、根本的に客の支出が増えているだけで、利益増加につながっていない。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・インバウンドを含め観光客は増えているが、当店へは直接影響がなく、足元の景気は変わらない。
□	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・年明けの売上は、順調な出だしであったが、月末には天候の影響もあり、売上が悪くなっている。

□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価高の影響が大きすぎるため、買い控えが続いている。財布のひもが固く、商品自体は値上がりしているが、単価が上がらない。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・販売量は維持しているが、前年と比較すると価格が大きく乱れており、客がなかなか購入しない状況である。
□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・話題性の高い新型車の発表があり、引き続き来客数は増えている。
□	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・初売りは芳しくなかったが、中旬より若干盛り返している。都市部でのキャンペーンは、月初めは良かったが、2回目のイベントは思わしくない。新規事業は、値上がりの影響により、秋口以降余り良くない状況である。
□	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〕（支配人）	お客様の様子	・10月は、年末年始の売上与大きく変わっていない。電気代を始め物価高騰が、ネガティブなニュースとして報道されているため、商圏内の消費動向にも影響を与えている。一方で新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられる報道は、ポジティブに捉えているテナントや消費者が多いが、所得状況と照らし合わせると、引き続きし好品への支出は抑えると予想している。
□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・前月から人の流れが若干出てきたが、人の動きが活発になると新型コロナウイルス感染症が拡大と収束を繰り返す。日によって感染状況が変わっており、今後の見通しが立たない。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・相変わらず法人の団体利用はないものの、常連客を中心に個人利用が前月と比べ増えている。
□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・春節のためインバウンドが増加している。一方、全国旅行支援は継続しているものの、割引率が下がったためか利用者は以前より減少している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・物価高騰や新型コロナウイルス感染症などマイナス要因が多いにもかかわらず、インバウンドや国内旅行の増加、またコンサート等のイベントの完全復活など当地では予想以上の活気である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・土曜日の利用客は増加しているが、平日はまだ戻っていない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドの解禁がかなり好影響を与えているが、一般の客にとって物価高は、じわじわとこたえている状態である。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の需要を喚起する販促施策や機会が見つからない。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響からの回復が一服し、前年比で同じくらいの販売量となっている。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・行動規制は緩和されているが、依然として景気は悪いまま継続しており、物価高のため美容まで消費に回らない。
□	美容室（店長）	来客数の動き	・外出の目的で来店するが、何もなければ来店を伸ばしているため、来店回数が減っている。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の行動規制が緩和され、客の集客が増加している。また、商店街の人通りは増加し、飲食店もにぎわっているため、景気は上向きである。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・1月は前月と比べ客の動きがやや出ているが、景気の先行きを懸念して、状況をみている客が多くなっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・現在の消費減退は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による影響よりも、物価上昇による買い控えが影響を与えている。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・年末は思ったほど良くはないが、年明けは一段と悪い状況である。とにかく魚が少なく、十分な品ぞろえができない。売上が悪いのにもかかわらず高額な魚の購入をしなければならぬため、利益が少なく、赤字状態で暗い話ばかりである。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・生花店であるため、花が枯れやすい夏よりも売上は良いが、さすがに寒波の襲来や燃料の価格高騰、加えて、ビニールハウスでも寒さで開花せず、来客数が少ない上に花の価格が高くなっている。

▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・コロナ禍による行動制限は緩和しているが、電気代や身近な食料品の値上げが、客に一番影響している。しばらくは必要以外の出費を控える客は多く、いつ元に戻るのかも分からない不安が大きい。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・12月からの冷え込みも好影響になっているが、鍋物食材等生鮮を中心とした食材が比較的好調に推移している。全般的には値上げによるマイナス影響が大きく、来客数が前年割れしている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今月は、前月からのクリスマスや歳末商戦により1年で最も売上が伸びる時期であるが、客足が悪く売上は前年を大幅に割っている。また、経費の上昇による収益の減少で、このままでは経営自体が厳しい状況である。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・電気代や商品の値上がりで売上が悪くなっている。
▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・特に高齢者が報道に左右されやすいこともあるが、寒波の影響で23日以降フロアは閑散としており、売上が落ちている。
▲	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月はバーゲンセールシーズンであるため、11月と比較すると商品は割引しており利益率が低くなっている。加えて、買い回り人数が少なくなっており、値上げに対する対策や懸念などで、洋服の優先順位が低いのが実態である。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・年始は、例年より販売量が落ちている。
▲	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・高単価の商品が好調に推移する一方、中価格帯の需要が伸びきれない。例年と比べ、より多くの客が、買い控えや予算を抑えている。
▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	それ以外	・生活必需品の価格は大幅に上がり、給与やボーナスは変わらないため、個人の景気は悪くなっている。
▲	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響によりキャンセルも多い。
▲	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・今月は3か月前と同様に全国旅行支援が実施されているが、来客数や販売量を比較すると下回っている。
▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・増税の報道やインフレ等で、客のスマートフォン購入に対するマインドが悪くなっている。
▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・生活に関わるインフラや生活必需品の値上げが続いており、当社の加入世帯を含む地域の景気は改善されていないと感じる。
▲	観光名所（従業員）	来客数の動き	・閑散期に入り、寒波が襲来したため当地までの道路が凍結しており、冬用タイヤやチェーンなど装備がされていない客が非常に多い。来客数が非常に減少している状況になっている。
▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較するとやや景気が悪くなっている。年末年始の連休入りや新型コロナウイルス感染症の拡大、天候不順などにより、販売量の動きが悪くなっている。1、2月の景気は若干悪くなる。
▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・為替も一時期と比較すると、行き過ぎた円安から少し戻したことで、電力費の燃料調整費等下がってくることを期待していたが、期待に反し値上がりしており、その影響は大きい。
▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・物価高騰と金利上昇の影響で、客の動きが止まっている。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末商戦が終わり、落ち着いている。また、天候にも左右されており、気温が低い日が続いているため客足に影響が出ている。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では、初売り時期の来街数が少なかった。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、商品の値上げも重なり高齢者の来客数が減少している。
×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の影響もあり、12月は若干良かったため、今月は落ち込んでいる。
×	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の値上がりが続いており、建築やリフォームの費用が高くなっている。また、生活必需品の値上がりも続いているが、収入は増えておらず、自由に使える所得が減っている。

企業 動向 関連  (九州)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（取締役）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感の薄れもあり、駐輪・駐車場運営機器、健康器具等の販売が持ち直しの兆しがある。また、電気代高騰の影響はあるものの、半導体事業の商談が増加中である。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・家電や住宅の販売はほぼ横ばいであるが、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直している。また、旅館・ホテル、飲食店などの売上也増加しており、雇用環境も緩やかに改善に進んでいる。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・小売業や宿泊サービス業においては、中国人観光客の来日が待たれる状況ではあるが、インバウンド消費が回復基調で推移している。自動車製造業においては、依然不安定な状況にはあるものの、生産状況に改善がみられる。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症との共存の動きが加速しており、人の流れは、元に戻りつつある。製造業・建設業は材料不足が続いているが、値上げもある程度実行され、受注残の水準は高い。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・自治体や旅行関連の広告出稿が増えつつある。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・11月より受注量が増え始め、12月も増加傾向である。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前から比較すると70%を下回っており、やや良くなっている状態である。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いた状態ではないが、3か月前と比較すると若干良くなっている。様々な業種のなかで、売上が良くなっている方である。
	○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いているため、慎重に品定めをしており、来客数や購入数が減少している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・取引先から研修の依頼を受けることが増えており、企業が人材教育投資に力を入れ始めていることが分かる。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鳥インフルエンザの影響で、大変な原料不足に陥っている。工場稼働にも大きな影響を与えている。今月は取引先の需要が大きく、原料不足で供給できていない。特にコロナ禍ではあるが、外食部門の引き合いが強く、本来1月の需要は期待できない月であるが、今年は品不足により引き合いが近年にない動きになっている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・比較的順調に受注が推移している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先は、在庫調整をしている状況であるが、受注量は3か月前とは変わりなく、横ばいが続いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から注文が減少するとの連絡があったものの、現時点では状況は変わらず安定している。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・1月は余り稼働日数がないため、生産が少し落ち込んでいる。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・為替の影響を考慮し、先行して輸入を検討する荷主がいる。一方で、今後の先行きが不透明であるため状況を踏まえ、輸入を抑えている企業もある。貨物の引き合いについては、以前と比べ減少しており、新規の話も少ない。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・通常、年明けは出荷量が激減するが、今年は余り減少していない。景気が回復方向に進んでいることに変わりはない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・資材や燃料費の高騰を受けた価格転嫁に苦慮する企業が増加している。年始の人流には回復の兆しがみられたが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準にはまだ遠い。娯楽やスポーツイベントにおける入場・人数制限の撤廃・緩和が進展している。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客からの発注件数は若干増加しているが、単価が低下しており、総じて横ばいである。
	□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・1月の新年会で近況報告をしたが、目立った動きは見られない。

	▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・報道の影響もあり、賃金の上昇が当たり前の風潮があるが、中小企業の現況では、対応が十分にできない。工賃は値上げできたが、毎年の交渉は非常に難しい。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・案件は豊富であるが、材料不足や価格高騰、加えて人手不足により、工事案件が進まない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が下降気味で、今月に入り下げ止まりの状況である。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁や民間工事の発注が第4四半期に入り極端に減少している。年度初めへ向け繰越し工事やゼロ国債やゼロ県債等の発注を期待している。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・インフルエンザや新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で夜の出足が少なく、特に飲食業やサービス業への影響が出ていることから、実際には12月より景気が悪くなっている。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の会話で、不景気がうかがえる。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・物価の上昇が顕著であり、長期金利が上昇傾向にあることから、景気は悪化の傾向にある。
	▲	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	・市町村の福祉やまちづくりに関する調査、計画策定、設計の委託業務を請け負っているため、1月には、来年度の業務の入札やプロポーザルの先行が行われるが、今年度はその回数が減少している。入札が行われた場合、予定価格の50%以下で応札する業者がいるが、50%以下では利益は残らないことから、受注は難しい状況にある。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外	・資材関係の企業で、後継者不足と受注関係で廃業に陥る企業が2件あり、下請でも値上げと後継者不足により廃業や3割の値上げを告げられた状況である。当社も人手不足と高齢者で危機を感じている。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・新卒の就職環境がかなり良くなっている理由として、就職イベントへの企業の参加意欲が高く、学内での就職案内への参加人数がかなり少なくなっており、企業からの求人数の増加が挙げられる。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの求人数が長期の多業種で問合せが多くなっている。また、直接雇用を前提とした派遣などの問合せも増えており、最初の募集内容で反応がなければ採用条件を見直す企業も多い。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・展示会などの催事案件が増えている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前は、まだ様子を見ている状況であったが、徐々に採用も積極的になっている。特にホテル業界の求人需要が高まっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の増加が続いている。特に宿泊業や卸小売業、運輸業が堅調に推移しており、宿泊業については、11月から事業所の来館者が増加している。その要因は、過去3年間で従業員を減少させているため、急速に人手不足になっていることにある。今後も来館者は増加の見込みで、求人募集は当面続く。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・内定状況は、前年と比較して少し良くなっている。現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数が今年は増えており、年間を通じて採用活動を行う企業も増えている。また、2024年卒採用についても企業の採用意欲は高く、業種によっては、採用人数を増やす企業が多くなると予想される。そのため、2024年卒の求人状況は好転すると見込んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・行動制限が緩み、旅行や宿泊施設の広告の動きは好調である。なかなか回復しなかった海外旅行やクルーズの広告も再開し、コロナ禍で行動を控えていた高齢者層も動き出している。一方、巣籠りが終了し、金は行動資金となっているため、通販広告には、一時期ほどの勢いがみられないのが気掛かりである。年明けは、外出を控える傾向にあるため、通販広告のレスポンスが好調になることが多いが、今年は例年ほどの勢いはない。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているが、新しい生活様式が実践され、中心市街地や飲食店等への人出はそれなりの活発さである。しかし、物価上昇などの影響もあり、右肩上がりではない。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	それ以外	・求人数、求職者数及び企業採用における採用意欲に変化を感じない。
▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣登録希望者が、3分の1以下になっており、正社員への転職希望の問合せも止まっている。また、求人についても問合せが鈍い。
▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の応募数が悪く、募集費が上昇している。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・大手企業の賃上げ報道はあるが、地場中小企業の売上の現状では賃上げは難しいようである。働き方改革で休暇や残業削減などはあるが、実際に給与や賃金が上がったという声を聞かない。
×	—	—	—