

10.九州（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) | 良く なっている | コンビニ（販売 促進担当） | 販売量の動き | ・今月は、量販店の売上が前年比101.8%、コンビニ エンスストアが同132.6%、ローカルスーパーが同 75.4%と、コンビニエンスストアが販売量を押し上げ る一方、ローカルスーパーが苦戦している。 |
| | | 通信会社（販売 部） | 来客数の動き | ・新商品の販売開始に伴い、販売数、来店数、電話問 い合わせが激増した。 |
| | やや良く なっている | 一般小売店〔精 肉〕（店員） | 販売量の動き | ・全商品の販売量が増えている。 |
| | | 百貨店（店舗事 業計画部） | 来客数の動き | ・大多数の客は連休や優待など買物の時期を絞り込ん でおり、天候や曜日配列に大きく左右される傾向は変 わらない。一方、従来季節商材の端境期は苦戦してい たが、店の固定客づくりが少しずつ進み状況が改善さ れつつある。反応が良くなりつつある。 |
| | | スーパー（店 長） | お客様の様子 | ・広告の形態を変えて、テレビのスポットCM等を入 れるようになって、売上が前年比107%で推移してい る。食料品は青果を中心に好調で同112～113%で推移 している。衣料品は前年並みで住居関連が同105% と、前年より好調に推移している。 |
| | | スーパー（経理 担当） | 販売量の動き | ・暑さが続くなか、飲料を始めとして依然として売上 が好調である。また、米など単価が下落しているもの もあるが、猛暑と水害で野菜の価格が上がっている。 |
| | | スーパー（統括 者） | 販売量の動き | ・消費者の動きは良くなったが、それ以上に他社との 競争が激化し、増益確保は容易ではない。 |
| | | 衣料品専門店 （チーフ） | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要でまとめたの購入が増 えている。 |
| | | 乗用車販売店 （従業員） | 販売量の動き | ・中間決算期で客の来店も多く受注が伸びた。 |
| | | 乗用車販売店 （総務担当） | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要からか、新車販売台数 が前年と今期計画を共に上回った。 |
| | | 住関連専門店 （店長） | お客様の様子 | ・客の価格に対する考え方が変化し、今まで単に値段 のみで判断されていたものが、商品の品質に対して、 設定された価格が安いかが高いかを判断する方が増えて きた。一般的に高額な商品でも、品質が客の価値観に 合えば、購入される機会が増えてきた。 |
| | | その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者） | 販売量の動き | ・年間で売上が伸びない時期だが、前年同月比ではわ ずかながら増加が見受けられる。 |
| | | その他小売の動 向を把握できる 者〔土産卸売〕 （従業員） | 販売量の動き | ・7、8月に続き、9月の売上も前年比を上回った。 販売単価に変化はないが、購入数量が多くなってい る。 |
| | | その他小売 〔ショッピング センター〕（広 報担当） | 来客数の動き | ・夏物から秋物への移行時期に気温の高い日が続き、 衣料品が苦戦している。住関連は、寝具を中心に昨年 を上回っている。食品については、秋の食材を中心に 好調である。天候不順による価格高騰により野菜の伸 びは大きい。食品がけん引し客数を押し上げている。 |
| | | 観光型ホテル （専務） | お客様の様子 | ・旅行者が昨年より多くなった。 |
| | | 都市型ホテル （スタッフ） | 単価の動き | ・宿泊部門、レストラン部門では8月あたりから客単 価がゆっくりと上昇傾向にある。今月以降も売上が前 年比102%程度で推移しており、客の消費志向が上昇 してきていると推測する。 |
| | | 都市型ホテル （副支配人） | 単価の動き | ・7～10月の宿泊単価が400円程度上がっている。 |
| | | 旅行代理店（従 業員） | 販売量の動き | ・9月に2度の3連休があり、宿泊を伴う国内遠方の 旅行需要が高まった。また最近、国内クルーズの人気 が高まり、中高年を中心に好調である。 |
| | | ゴルフ場（従業 員） | 来客数の動き | ・猛暑で客数がなかなか伸びなかったが、9月に入り 回復してきた。特に9月下旬になると土日も埋まっ て、それなりの実績を上げている。 |
| 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 | ・酷暑にて入院やサービスキャンセルの多かった顧客 が、9月に入りサービスを再利用しており、これに 伴って売上増が期待できる。 | | |
| 変わらない | 商店街（代表 者） | 来客数の動き | ・来客数が9月前半まで極端に減少していたが、中旬 以降から来客数が増加している。9月全体としては変 わらない。 | |

| | | |
|----------------|---------|---|
| 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街の来街客数が増えず、客の購入単価が上がらないので、地方の景気が良くなったという実感はない。 |
| 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・近隣のスーパーやコンビニエンスストアでは売出しを頻繁に行っている影響で、いくら涼しくなりつつあり食欲が増してくる時期だが商店街にはあまり来客がない。 |
| 一般小売店〔青果〕（店長） | それ以外 | ・この夏の猛暑で県外野菜が高騰している。彼岸過ぎると落ち着くかと思われたが、長野では霜の影響でレタスが高くなったり、県外の野菜が高いために引き合いが強くて県内のピーマンやキュウリまで高騰し、思うような販売価格の設定ができない。 |
| 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・当店はギフト中心の花屋で夏場は売上が落ちるが、3か月前と比べて暑さも残っており、全体的に良くない状況が続いている。 |
| 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・飲食関連の売上は前年を上回っているものの、アパレルやその他物販の盛り上がりには欠け、全体では回復感を感じられない。 |
| 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・買物への慎重な姿勢は変わらないが、珍しい商材や楽しい商材が集積する物産催事への関心が高く、長崎物産展が好調で、併催のアーケードでの蛇踊りも好評であった。また、店外のホテル催事も来店率が高かった。グループ各店舗でのカード利用のポイント付与への関心が高まり、カードの新規入会も好調である。やや購買心が高まりつつある。 |
| 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・一部富裕層の外商による高額商品の買い求めの動きは出ているが、肝心の店頭での売上実績は前年を割っている。 |
| 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・高額品・質の良いものを求めている方が増えているが、一般客はより購入に慎重になっている感があるため、全体の数字はやや減少している。 |
| 百貨店（営業統括） | お客様の様子 | ・9月に入り残暑が厳しく、衣料品・身の回り雑貨等の季節商材の動きが悪い。 |
| 百貨店（営業政策担当） | 販売量の動き | ・8月末の台風通過後、気温が一気に低下したことを受け、9月は初旬から秋物衣料品が好調に推移している。その後、残暑の吹き返しの影響がありながらも、売上は全体的に堅調に推移した。 |
| 百貨店（企画） | 販売量の動き | ・気候が秋らしくなるにつれ、ファッション関連商品が通常並みに上がってきている。 |
| スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・原材料等の値上げによる商品単価の値上げもあり、買い控えて客は必要以上の物を買わなくなっている。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・単面的には景気好転の傾向も若干みられるが、コンビニエンスストアやドラッグストア等、業態の違う相手との競合が厳しくなっている。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・客数は伸び悩んでいるが、化粧品、食料品は買上点数が増加している。昨年より気温が高いため秋物が動かず、衣料品は苦戦している。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・販売促進の強化により客数は戻りつつあるものの、客単価は落ちている。食品は回復傾向にあるが、非食品は特に衣料品が厳しい。 |
| スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・記録的猛暑の影響もあり、夏物季節商材の動きは良かったが、来店客数が若干減少したため、業績に大きな変化はなかった。競合他者も同様で、夏物商品の動きが良い一方、酷暑の影響で客足の減少を防ぐため、販売促進策を増やしている。競争激化によりコスト面が厳しくなっている。 |
| スーパー（業務担当） | お客様の様子 | ・食料品の売上は安定しているが、衣料品は高気温が影響して秋物の動向が鈍く、客単価も上昇してこない。 |
| コンビニ（エリア担当） | 競争相手の様子 | ・出店競争が激しく、大手コンビニエンスストアは強いが、中小のコンビニエンスストアは厳しい状況にある。きめ細やかなサービスやキャンペーンを実施し、売上増を図っていきたい。 |
| 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・鹿児島は好天が続く昼間の暑さは真夏並みで、来店客数は変化がないが、売上に影響が出ている。 |
| 衣料品専門店（店員） | 来客数の動き | ・9月は秋物の立ち上がりの月だが、あまりに暑すぎで秋物を見に来る客が少なかった。 |

| | | |
|--------------------------------------|--------|---|
| 衣料品専門店 (取締役) | お客様の様子 | ・残暑を引きずらずに急に涼しくなったので、思ったより秋物の動きがスムーズで売上が伸びている。ただし、富裕層の購買意欲はあるが、一般客は非常に慎重で秋物も単品買いで客単価はそこまで上がっていない。 |
| 衣料品専門店 (総務担当) | お客様の様子 | ・9月に入っても残暑が厳しいこともあるのかもしれないが、一旦購入を決めても考え直すなど非常に慎重な態度が目につく。 |
| 家電量販店(店員) | 販売量の動き | ・家電では、テレビや冷蔵庫、洗濯機など核となる商品がまだ伸びてこない。悪い状況ではあるが、前年と同程度の売上を維持しはじめたきらいはある。 |
| その他専門店 [ガソリンスタンド](統括) | お客様の様子 | ・9月は2回3連休日があったが、当地を訪れる観光客は例年並みのようだ。ただ、観光客及び常連顧客のなかには、燃料油の小売価格が上昇しているため、満タン給油から数量指定に変更する人が若干増加したようだ。 |
| その他専門店 [書籍](地区支配人) | 販売量の動き | ・企画商品や話題になっているものを扱った内容であれば、よく売れている。しかし、それ以外の商品が厳しいので、店全体として伸びない。 |
| 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 | ・天候不良の影響もあったが、総じて前年より販売高は伸びている。 |
| 高級レストラン(専務) | 来客数の動き | ・皆財布のひもは堅く、買物や食事などの客が増えない。安い方のメニューを注文する傾向にある。 |
| 高級レストラン(支配人) | 来客数の動き | ・客数が平年、前月と比較すると少ない。 |
| 一般レストラン(経営者) | 単価の動き | ・夏休みが終わり県内の客が主流となったが、一番安価なコースに偏っており追加オーダーもほとんど出ない。加えてアルコール等の飲料も伸びが悪い。客自体は減っていないので、景気が悪いとは言えないが、オーダー内容から察すると伸びているとも言えない。 |
| 居酒屋(経営者) | 来客数の動き | ・平日の客入りはまあまあだが、週末特に金曜日が以前ほど忙しくなくなった。 |
| 都市型ホテル(販売担当) | 単価の動き | ・東京大阪など主要都市はアベノミクス効果があるかもしれないが、地方特に北九州の中小企業中心の都市では果たしてどうなのか分からない。 |
| 旅行代理店(企画) | 販売量の動き | ・9月の国内旅行は、人員、販売額ともに前年並みだが、海外旅行が人員、販売額共に約8%減となっている。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・地元稲佐山への県外観光客が多く、比較的暇な日曜日の稼働率が高かった。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・例年9月は季節変動などにより客数が減少するが、今年は安定的に維持できた。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今月は思った以上に客の動きが良く、売上も前年同月と比べて2割ほど増して、予約状況も後半大変良くなった。期待できそうだ。 |
| 通信会社(企画担当) | 販売量の動き | ・キャンペーンを行っても十分な手ごたえがなく、販売量が伸びない。 |
| 通信会社(総務局) | 販売量の動き | ・新規契約数は前年並みで推移しているが、1件当たりの単価は若干上昇傾向にある。 |
| 通信会社(業務担当) | 販売量の動き | ・9月は、前半が人気シリーズの新商品発売に伴い客の買い控えで販売数は激減、後半の新商品発売後は行列ができるほど販売数が伸びたものの、他の商品の売上減もあり、月間を通して厳しい状況であった。 |
| ゴルフ場(支配人) | 来客数の動き | ・8月末から9月初めにかけて台風の影響もあり連日雨続きで客足を止める結果となった。その後、秋らしい天候になったが残暑が続き、客足は大きく回復しなかった。例年の残暑、猛暑を想定した極安料金が多々出回っており集客に苦戦した。 |
| 美容室(店長) | 来客数の動き | ・景気が良くなっているという話はよく聞くが、実際に景気が良くなっている実感はない。 |
| 設計事務所(所長) | 来客数の動き | ・引き合いが3か月前と変わらない。 |
| 住宅販売会社(従業員) | お客様の様子 | ・宅建業の分譲関係はマンション、戸建とも消費税増税前の駆け込み需要の動きはあまりなかった。建築着工数はあまり変わりなく、値付け等を間違わない限りは確実に売れており、買い控えもない。通常通りの動きがみえている。 |

| | | | | |
|----------------|-----------|-----------------|--------------|---|
| | やや悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・来店客数の減少に加え、購入意欲はあるものの購入に至らない客が多く、購入客数が減少している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・郊外のディスカウントショップによって来客数が前年比より大幅に減少している。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・猛暑の続く夏を過ぎて9月に入っても、なかなか客足が戻ってこなかった。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・残暑の影響で秋物衣料品の動きが遅い。例年同様の傾向ではあるが、特に今年の状況は厳しい。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 販売量の動き | ・例年、敬老の日には贈答品としての進物がでていたが、今年は異常な暑さで注文が減少した。まだ残暑もあり、売上に相当響いている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 競争相手の様子 | ・3か月前の6月は、クリアランスの前倒しで、売上が前年比112.8%と非常に良かったが、その反動で今月は同102.4%と下がったため、やや悪いと選択した。今のところ、消費についてはさほど落ち込むような要因がないが、10月発表の消費税増税が懸念材料である。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・野菜等は相場の上昇で売上は良いが、販売量が少なくなっている。それ以外の商品についても、運動会の時期であるがお弁当の材料も非常に動きが悪くなっている。 |
| | | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・前年比で売上が落ちている。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | 単価の動き | ・コンビニエンスストアオリジナルのコーヒーを提供しているが、100円と単価が安い。客数が若干前年割れしているのに加え、客単価が下がり売上も下がっている。たばこの販売数も前年より出でおらず、プラス1品買いの客が減っている。 |
| | | 家電量販店（総務担当） | 販売量の動き | ・夏物季節商材も一段落し、売上の柱になる商品が見当たらない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 来客数の動き | ・9月は台風等の雨の影響で週末の客足が良くなかった。毎月のキャンペーンは前半不調だったが、後半は大物が動き売上は前年同期の水準となった。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | 来客数の動き | ・宿泊の稼働率が思いのほか伸びておらず、宴会等も非常に厳しい状況であった。 |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・アベノミクスに期待している。東京の景気は良いだろうが地方の熊本はとても悪い。 |
| | 悪くなっている | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | 来客数の動き | ・来店客数が少なく商売と言えない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・来客はぼちぼちあるが、ほとんどが見るだけの客で購買意欲がない。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月は会社関係の接待が非常に少なかった。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・例年ゴルフ客が多い時期だが、連休や運動会の行事でタクシー利用が少なかった。 |
| | | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・消費税増税が現実味を帯び、買い控えが非常に多くなってきた。サービス産業は特に敏感に影響が現れるため、客の動きが非常に悪い。 |
| 企業動向関連 (九州) | 良くなっている | 金融業（得意先担当） | 取引先の様子 | ・土木建設業関連では、水害に伴う災害復旧関連工事の本格発注に伴い、各企業ともに受注量が増加している。完工高、利益共に前年比を大幅に上回る状況が続いており、業況は良いと判断している。 |
| | | 新聞社（広告）（担当者） | 受注価格や販売価格の動き | ・太陽光発電のPRで住宅設備関連企業の出稿が約2倍に伸びているほか、通販関連も前年並みの出稿となり売上は全体で約110%の伸びとなった。 |
| | やや良くなっている | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・9月に入り秋らしい気候になってきたが、残暑が続いており、ビール消費関連商品の炭火焼、たたき等の居酒屋向けやスーパー向け商品を中心に需要が多い。加工向け原料肉の引き合いも強いが、原料不足で機会ロスが生じている。 |
| | | 農林水産業（営業） | 受注量や販売量の動き | ・業界内の状況は需要供給バランスが好転したので、荷動きが順調になってきている。 |
| | | 家具製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・今月は、コンラクト家具を製造している小規模木工所の多くが受注過多で、当社の短納期に対応できず困っている。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | 受注量や販売量の動き | ・景気の回復が、受注量に直接的な影響を与えるようになった。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・全般的に受注量が増えて安定してきた。受注量の拡大で気分は良いが、生産量の増加に伴いコストが増加しているのが気がかりだ。 |

| | | | |
|-------|------------------------|--------------|---|
| | 電気機械器具製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・取引先では、努力をしているところ、時流に乗っているところは調子が良い。太陽光発電関連については現状突出している感じである。 |
| | その他製造業（産業廃物処理業） | 取引先の様子 | ・取引先電機メーカーの生産が若干上向きである。ただし、大幅な動きではないので注意が必要である。 |
| | 輸送業（総務） | 受注量や販売量の動き | ・荷物の量が少しずつ増えてきている。 |
| | 通信業（経理担当） | それ以外 | ・設備投資が活発で特に情報設備投資においても積極的な動きがみえつつある。10月より後半に向けての受注が好調である。 |
| | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・資材の値上がりや人件費アップを懸念する先がみられるが、自動車関連企業のほか、食品の生産も増加している。また、コンビニ・スーパーなどの小売業や外食産業の売上が増加するなど、個人消費も持ち直してきている。 |
| | 不動産業 | 取引先の様子 | ・売買物件の動きが多少ある。 |
| | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・複数の取引先から、受注が増え人手が足りないという話を聞くようになってきた。 |
| 変わらない | 農林水産業（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・畜産物販売は現状なかなか厳しく、価格は伸びていない。 |
| | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・当社や、同業他社の話を聞いても売上の伸びはない。 |
| | 繊維工業（営業担当） | それ以外 | ・原油の値上げにより、関係商品が全て1割以上も値上がった。最低賃金も11円上がるので、通常の営業で年間200万円以上の負担が出る。営業自体は順調に動いても、業績の足を引っ張る要素が多過ぎる。長崎県はレギュラーガソリンが170円、山口県だと150円と20円も差がある。 |
| | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・9月は8月と比べてあまり変わらない状態である。例年は秋口に向かって商品が動き出すが、今年は台風や大雨でなかなか焼物業界に消費が向いていない。消費税増税前の駆け込み需要で高額商品である住宅や自動車は結構動いているようだが、末端の我々の業界に動きはない。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量がなかなか上がってこないのが気になる。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・先月同時期の受注状況とほぼ変わりなく、やや高止まりしているものの、若干半導体の受注量が目減り傾向にある。客先の声として、年末商戦の設備投資が一段落とのことである。 |
| | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・手持ち工事の増額で技術者、作業員が不足気味の状況が続いているが、最盛期ではないようだ。官公庁の発注がこのまま続いてほしい。 |
| | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・建設業を中心に受注数量は増えている。ただし、資材や人件費など建設コストの上昇により利益転嫁できていない。むしろ利益面は低下傾向にあり、現状は変わらない。 |
| | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・小売業等、消費拡大の話がよく耳に入ってくる。東京オリンピックを含め、消費財を中心に売上が好調のようだ。 |
| | 金融業（営業） | 競争相手の様子 | ・景気が上向くと期待感は大きく決して下向きではないが、製造業、小売業、サービス業とも需要が増加している様子はなく、横ばいとなっている。 |
| | 経営コンサルタント | 受注価格や販売価格の動き | ・コンサルタント契約が1つ成立したが、非常に価格が低く苦勞している。 |
| | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・焼酎業界の売上が低迷している。新商品での売上アップをねらっているが貢献していない。消費者の嗜好の変化がウイスキーに変わっている。 |
| | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・9月は、熊本の場合、最初の3連休にお祭りがあったので、人も非常に多く販売量に結びついたが、後半の3連休は人出が少なかった。おおむね平均的な状況であった。 |
| | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | 取引先の様子 | ・市町村の9月補正予算において、予算化された建設関係や調査委託業務が少ない。業務によっては、相変わらず入札時にダンピングがみられる。発注量が少ないため受注する機会が少なくなっている。 |

| | | | | |
|-----------|----------------------|----------------|---|--|
| | その他サービス業〔物品リース〕（支社長） | 取引先の様子 | ・小売店舗の新規出店を計画している顧客があり、ロードサイドの空き地情報などを求めている。小売・運送・燃料卸など数社業況のヒアリングを行ったが、損益は前年並みの推移が多い。運送業は燃料代が高止まりを脱し、若干低下してきているとのことである。調達金利についても銀行から条件悪化の兆しはない様子である。東京オリンピックが決定し、受付ロボットや電動バイク、期間限定のレンタル商材など次年度以降ビジネスチャンスが見いだせるとの意見もあった。 | |
| | やや悪くなっている | 精密機械器具製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・上期は黒字が決定したが、今月は受注量が減少している。受注量が増えたり減ったりで落ち着かない状態にある。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・預かっている荷物の荷動きが非常に悪くなっている。先週、荷主の倒産も発生した。 |
| | 悪くなっている | - | - | - |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| (九州) | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・長期派遣の案件が増えてきたようだ。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・再就職支援事業については、オリンピックへの期待感からか企業の大型人員整理が停滞している。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | それ以外 | ・パーティコンパニオンの派遣を行っているが、秋の発注は新規企業が多く景気は回復する。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・当社への注文も増えており、企業の求人欄や求人誌への掲載も多くなってきている。大型店舗のテナント入替えなどもあり、新規求人も多い。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・公共事業の発注増、住宅着工件数増により建設業を中心に人手不足が続いており、求人数全体を押し上げている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・8月の新規求職者数は、前年同月比で9.2%減少しており、有効求人倍率も0.12ポイント改善した。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き | ・大学4年生を対象に調査した8月上旬までの内定者数は前年度より増加しているが、月別の報告者数では顕著な伸びは認められない。 |
| 変わらない | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・9月に入っても依然、求人数の動きに衰えがなく、堅調に推移している。 |
| | | 人材派遣会社（営業） | 求人数の動き | ・求人数の動きに大きな変化がない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・一部の製造業、小売業で業績が伸びている企業もあるようだが、円安に伴う原材料や燃料費高騰の影響を価格に転嫁することが難しく、全般的に厳しい状況にあるようである。 |
| | | 民間職業紹介機関（社員） | 求人数の動き | ・夏枯れの状態が続いている。法改正で単発案件が受注不足となっている。単発・短期案件は今後も多くは期待できそうもない。 |
| | | 民間職業紹介機関（支店長） | 求人数の動き | ・求人数が前年同月、前月に比べて減少はしていないが、まだ伸びているという状況ではない。 |
| やや悪くなっている | | 求人情報誌制作会社（編集者） | 求人数の動き | ・例年9月になると求人情報の取扱件数が増えるが、9月に入り失速気味に推移している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・求人状況を各社に取材するが、パートタイム中心で、正社員の求人、賃金の上昇につながるまでには至っていない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が前年同月に比べて多くなっている。それに伴って月間有効求人倍率も高くなってきている。 |
| | 悪くなっている | - | - | - |