

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<br>動向<br>関連<br><br>(九州) |              | 商店街（代表者）                 | 来客数の動き                                     | ・10月からの消費税引上げに対する駆け込み需要が多く、来客数や販売が好調である。商店街の中でも業種によっては、恩恵がある店舗、ない店舗の双方が存在する。10月の落ち込みが心配である。  |
|                            |              | 家電量販店（店長）                | お客様の様子                                     | ・消費税引上げ前の駆け込み需要が、想定よりかなり上回っている。売上と入店客数の前年比に大きなプラスかい離が出ており、商品の単価も各カテゴリーで、ほとんどが前年を上回っている。  |
|                            |              | 家電量販店（店員）                | 販売量の動き                                     | ・景気上昇ではなく、消費税引上げ前の駆け込み需要の影響で、売上が上昇しているのが現状である。   |
|                            |              | 家電量販店（広報・IR担当）           | 販売量の動き                                     | ・消費税引上げ前の駆け込み需要により、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコンディショナー、パソコン等主要商材が好調で、平均単価も上がっている。   |
|                            |              | 住関連専門店（店長）               | 販売量の動き                                     | ・消費税引上げ前の駆け込み需要により、良くなっている。  |
|                            |              | 一般小売店〔青果〕（店長）            | 販売量の動き                                     | ・朝晩が涼しくなり、当地の地物野菜も増え、全国的な相場も落ち着いている。客の出足も増加し、前月より数字が良くなっている。   |
|                            |              | 一般小売店〔生花〕（経営者）           | 販売量の動き                                     | ・涼しくなったことに加え、大型ショッピングセンターでも新店舗を開業したことにより、テナントに贈る花の需要があり、通常の売上と新店舗の売上が伸びている。  |
|                            |              | 百貨店（営業担当）                | 販売量の動き                                     | ・猛暑や台風接近、降灰や耐震工事による売場拡縮移動で、来店客数は伸び悩んだが、DM催事や自社カードポイント催事の開催により、目的買いの客の来店で、日祝日の来店客数や販売数量、単価共に上昇している。耐久消費財の家具家電や化粧品等の消費税引上げ対象商品の需要により、売上伸長率、購買単価が好調に推移している。 |
|                            |              | 百貨店（営業担当）                | お客様の様子                                     | ・消費税引上げ前の駆け込み需要に期待していたが、前回の消費税引上げより、その効果は、6割の緩やかな動きになっている。今月中旬の台風の影響で、今月後半に消費税引上げ後の駆け込み需要があり、月末の土曜、日曜日を中心に生活必需品や高額品の購入が多く、売上は大きく上昇している。                  |
|                            |              | 百貨店（売場担当）                | 来客数の動き                                     | ・今月は、改装オープンや催事、イベントの強化、消費税引上げ前の駆け込み需要等もあり、前年を超えて推移しているが、ここ数か月は連続して前年を切っている。消費税引上げ後、消費マインドの落ち込み具合が心配である。  |
|                            |              | 百貨店（売場担当）                | 競争相手の様子                                    | ・全店の売上が、今月は前年比103.9%と3か月前から0.5ポイント上昇している。今月は消費税引上げ前の駆け込み需要があり、当店では、台風後に2けた増加で、かなり追い上げている。特に化粧品130%、宝飾170%となり、身の回り品も良い状況である。一方、食料品は91%で落ち込んでいる。           |
|                            |              | 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                                     | ・ラグビーワールドカップ開催により、試合会場でもある大分、熊本で酒類の売上が伸びている。また、大型複合商業施設の開業により、熊本地区の売上が伸びている。消費税引上げ前の特需も一部商品のみであるため、その影響は僅かで、10月の反動は少ないと見込んでいる。                           |
|                            |              | 観光型ホテル（総務）               | お客様の様子                                     | ・事業所が位置する中心市街地に、大型複合商業施設がオープンし、市外からの買物客で、人の流れに勢いを感じる。当該施設への集客が、周辺に好影響を与えている。   |
|                            | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き                   | ・インバウンドは苦戦しているが、それを国内からの送客で補っている。          |  |
|                            | 美容室（経営者）     | お客様の様子                   | ・10月から消費税引上げが実施されるが、9月に駆け込み購入をする話題をよく耳にする。 |  |
|                            | 設計事務所（代表）    | 来客数の動き                   | ・消費税引上げ前の駆け込み需要が、若干出ている。                   |  |

|  |        |   |
|--|--------|---|
| 商店街（代表者）                                 | お客様の様子 | ・ 9月は天候不順があったが、当市は台風の影響を免れてはいる。しかしながら、地方からの農水産物の品薄や、消費税引上げにより、零細企業の商店街は、売上が上がっていない。   |
| 商店街（代表者）                                 | 来客数の動き | ・ 9月は台風や雨がが多く、来店客数も前年と比較して減少した。   |
| 商店街（代表者）                                 | 来客数の動き | ・ 来月からの消費税引上げの駆け込み需要を多少期待していたが、台風と残暑の影響で、売上が前年の60%となり、客足がまばらである。  |
| 一般小売店<br>〔茶〕（販売・事務）                      | 来客数の動き | ・ まだまだ暑い日が続いており、来店客数も例年に比べ減少している。消費税引上げのまとめ買いで、来店客数に期待をしていたが、全く問合せもなく、通常販売と変わらない。   |
| 百貨店（総務担当）                                | 販売量の動き | ・ 消費税引上げ前の駆け込み需要は、一部テナントにはあるものの、全体的に客数が減少し、売上も上がらない状況が続いている。  |
| 百貨店（企画担当）                                | お客様の様子 | ・ 前半は消費税引上げに関する需要がほとんどなかったが、後半になり、特に時計や宝飾品の売上が、堅調に推移している。ただし、景気の良さからではなく、消費税引上げの影響と考えられるため、10月以降が心配である。   |
| 百貨店（業務担当）                                | お客様の様子 | ・ 客との会話では、消費税引上げの話題が多くなっている。駆け込み需要のまとめ買いは、前回の消費税引上げ時より少ない。消費税引上げで、購入を控える客が多くなっており、まとめ買いによる無駄遣いを控えている状態である。  |
| スーパー（店長）                                 | 来客数の動き | ・ 消費税引上げ前の影響で、売上は上昇傾向だが、客数に大きな変動はない。  |
| スーパー（店長）                                 | 来客数の動き | ・ 来店客数が、前月からは、0.3%上がり、前年比の99.8%まで上昇している。住居関連は、衛生品や紙おむつ、トイレットペーパー等消費税率が引き上げられる商品の売上が上がっている。酒類のまとめ買いで、4～5%上昇している。今月は消費税引上げの駆け込み需要の影響により、前年比100%を超えると見込んでいる。 |
| スーパー（店長）                                 | 来客数の動き | ・ 10月の消費税引上げ前の駆け込み需要に期待していたが、全体の売上は伸びていない。日用雑貨や家庭用品等の買いためはみられるが、食品や衣料品は、前年を割っている状況が続いている。   |
| スーパー（統括者）                                | お客様の様子 | ・ 特売日とそれ以外の日との売上高の差が、大きくなりつつある。競合他社のそれぞれの特売日に合わせて、買い回りしており、チラシ効果は限定的になっている。   |
| コンビニ（エリア担当）                              | 来客数の動き | ・ 消費税引上げ前のたばこの駆け込み需要がある。  |
| コンビニ（エリア担当・店長）                           | 来客数の動き | ・ 月末の公共料金支払は増加しているが、買物客は近隣の量販店に流れている。消費税引上げの客への影響は、余り感じられない。  |
| 乗用車販売店（総務担当）                             | 販売量の動き | ・ 新車販売台数が伸びない。消費税引上げの駆け込み需要を期待したが目立った動きはない。   |
| 住関連専門店（経営者）                              | 販売量の動き | ・ 今月は、週末に大雨や台風が重なり、また、消費税引上げ前の駆け込み需要が、予想していたほどではない。   |
| その他専門店<br>〔コーヒー豆〕<br>（経営者）               | お客様の様子 | ・ 9月までの売上状況は、ほぼ前年と同じ推移をしている。10月からの消費税引上げに伴う駆け込み需要も若干あるが、10月以降は、客の消費が慎重になると予想される。  |
| その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（統括）                 | 販売量の動き | ・ 燃料油の小売価格は、やや下げの傾向である。9月前半の3連休は、天候にも恵まれ順調に燃料油及びカーケア商材の販売ができたが、後半の3連休は台風が接近し、販売は不調であった。9月最後の土曜日、日曜日の消費税引上げ前特需に期待したい。                                      |
| その他小売の動向を把握できる者<br>〔ショッピングセンター〕<br>（支配人） | 販売量の動き | ・ 当月の状況としては、前年比で約5%伸長しており、若干良くなっている。しかし、消費税引上げ前の駆け込み需要の一時的な好影響であるため、10月からは減少も予想され、全体の動向としては、変わらないと考えている。  |

|                  |         |  |
|------------------|---------|--|
| 観光型ホテル<br>(専務)   | 来客数の動き  | ・最近、大型台風が日本を直撃しているが、以前より予報が正確のため、事前の報道により、宿泊予約が控えられている。台風がそれと同時に予約が入ったこともあり、天候に左右されることを痛感している。             |
| 都市型ホテル<br>(スタッフ) | それ以外    | ・景気の状態は変わらないが、宿泊施設数の増加と韓国からの訪日減少の影響は、稼働率に顕著に反映されている。   |
| 旅行代理店(企画)        | 販売量の動き  | ・日韓関係が悪化し、香港では、デモ鎮静化がみられない。九州の海外旅行シェアを大きく占める方面の情勢不安定により、更に悪化している状況である。                                     |
| タクシー運転手          | お客様の様子  | ・夜の宿泊客は、日中バス利用が多いため、タクシー利用が少なく、夜の街に外出する程度で、状況は変わらない。   |
| タクシー運転手          | 来客数の動き  | ・訪日外国人の観光客は減少しているものの、タクシーアプリを利用する若者が増加しており、キャッシュレス決済も進んでいるため、全体のタクシー売上は、現状を維持している。週末の夜の繁華街も、活気付いている。       |
| 通信会社(企画担当)       | 販売量の動き  | ・光インターネット提供エリアの拡大に伴う特需はあったが、その影響以外は特に目立った動きがない。  |
| 美容室(経営者)         | 販売量の動き  | ・消費税上げの駆け込み需要に一時的な期待をしていたが、余り購買がない状況である。先行き不透明で、心配な景気状態が続く。  |
| 住宅販売会社(従業員)      | お客様の様子  | ・消費税上げに対する駆け込み需要を予想していたが、沈静化しており、景気に影響はない。住宅販売もゆっくりしている。   |
| 商店街(代表者)         | お客様の様子  | ・消費税上げ前の駆け込み需要もなく、年金問題も不安要素で節約傾向が続いている。  |
| 商店街(代表者)         | 販売量の動き  | ・猛暑の影響もあり、来店数が少なく、売上も減少している。原因としては、年配客が多いため、暑さで来街が減っていることや年金の減少等が考えられる。                                    |
| 商店街(代表者)         | 来客数の動き  | ・前年から9月が最も低迷している。その原因は、現状では分からない。  |
| 一般小売店[鮮魚](店員)    | お客様の様子  | ・客との会話では、今月に、また1人廃業するほど売れてない。好調な企業は、ほんの一握りである。魚の絶対量が少ないのに対し、魚価がほとんど上がっていない。                                |
| 一般小売店[精肉](店員)    | 販売量の動き  | ・販売先の飲食店が、人手不足により営業の一時休止や営業時間の短縮等を行っており、販売量が落ちている。   |
| 百貨店(プロモーション担当)   | 販売量の動き  | ・日韓の政治情勢の影響もあり、訪日外国人の消費はマイナス傾向である。   |
| スーパー(総務担当)       | お客様の様子  | ・消費税上げ後の還元ポイントの影響なのか、今月中旬より客の買い控えがあり、これまで以上に厳しい数字となっている。   |
| スーパー(経理担当)       | お客様の様子  | ・食品スーパーマーケットでは、一部雑貨や酒等の動きは良いが、食品の動きは、長雨や台風等の影響で、野菜や魚の相場による不振も大きく、悪い状況が続いている。                               |
| コンビニ(経営者)        | 競争相手の様子 | ・近くに競合店があり、状況が足踏み状態である。  |
| コンビニ(経営者)        | 販売量の動き  | ・10月の消費税上げ前の駆け込み需要は、予想より少ない。たばこ需要が多少増加している程度で、恩恵は受けていない。売上も前年度と変わらず、厳しい状況が続いている。                           |
| コンビニ(経営者)        | 来客数の動き  | ・例年と比較すると、台風や長雨の影響により、傘の売行きは良かったが、天候不順により客数が減少している。当店のようなビジネスは、消費税上げ前の駆け込み需要があるような経営でないため、新たな需要の喚起ができていない。 |
| コンビニ(経営者)        | 来客数の動き  | ・夜の来店客数が非常に減少している。要因としては、天候の悪化や消費税上げ前の駆け込み需要に全く影響がなかったことにある。   |
| コンビニ(店長)         | 販売量の動き  | ・天候不順が原因である。   |
| 衣料品専門店(店長)       | 来客数の動き  | ・秋物の走りになり、また台風の影響もあり、客の動向が鈍い。  |

|                        |  |                           |   |
|------------------------|--|---------------------------|---|
|                        | 衣料品専門店<br>(店員)                                   | 来客数の動き                    | ・消費税引上げ前の駆け込み需要を見込んでいたが、現実<br>は、前年割れの実績である。   |
|                        | 衣料品専門店<br>(総務担当)                                 | それ以外                      | ・今月は、来月の消費税引上げを控え、駆け込み需要による<br>一時的な売上増加を見込んでいたが、全くその兆しがない。<br>景気が悪くなっていると判断せざるを得ない。   |
|                        | 乗用車販売店<br>(従業員)                                  | 販売量の動き                    | ・消費税引上げ前の駆け込み需要は少なく、状況判断してい<br>る客が多い。   |
|                        | その他小売の動<br>向を把握できる<br>者[ショッピング<br>センター]<br>(統括者) | 来客数の動き                    | ・訪日外国人の売上が悪化している。韓国との情勢悪化か<br>ら、韓国からの観光客が激減している。  |
|                        | 高級レストラン<br>(支配人)                                 | 来客数の動き                    | ・ランチは、ある程度の集客があるが、ディナーの集客が、<br>伸び悩んでいる。   |
|                        | 一般レストラン<br>(経営者)                                 | 来客数の動き                    | ・前年から比較すると、天候不順が大きく影響し、確実に来<br>客数が減少している。   |
|                        | 旅行代理店(従<br>業員)                                   | 販売量の動き                    | ・10月の消費税引上げ前の買い控えが感じられる。日韓問題<br>の影響による取消しは落ち着いたが、前年並みの集客には<br>戻っていない。   |
|                        | 通信会社(営業<br>担当)                                   | 販売量の動き                    | ・施策の影響もあるが、前年比で10%近くの下げ幅となり、<br>販売数が大きく落ち込んでいる。   |
|                        | 観光名所(従業<br>員)                                    | 来客数の動き                    | ・台風接近や長雨により、観光目的の客は、来町を中止する<br>状況になっている。  |
|                        | ゴルフ場(従業<br>員)                                    | 単価の動き                     | ・徐々に、割引券の利用や安い料金設定日に予約が集中する<br>傾向になっている。加えて、消費税引上げ分の料金改定に対<br>し、理解が得られない状況である。  |
|                        | 美容室(店長)  | 来客数の動き                    | ・今月前半は、来客数が多かったが、中旬からは減少して<br>おり、月末が予想できない状況である。  |
|                        | 設計事務所(所<br>長)                                    | 単価の動き                     | ・材料費、人件費、各種料金が上昇しているが、仕事の対価<br>は上がっていない。また、生活用品等小売では、同額でも中<br>身が減少しており、実質値上がりしている。  |
|                        | 住宅販売会社<br>(従業員)                                  | 販売量の動き                    | ・客の動きは、依然減少傾向であるが、さほど受注減少には<br>なっていない。  |
|                        | ×  | コンビニ(エリ<br>ア担当)           | 来客数の動き<br>・夕夜間の客の流れが減少している。   |
|                        | ×  | 衣料品専門店<br>(店長)            | 来客数の動き<br>・来街者や来客が、ほとんどない。  |
|                        | ×  | 高級レストラン<br>(経営者)          | 来客数の動き<br>・今月の状況は、近年にないほど、客の入り具合が少ない。<br>その原因が分からず、かなり深刻な状態である。   |
|                        | ×  | スナック(経営<br>者)             | 来客数の動き<br>・連休中の台風の影響もあり、週末の売上が伸びない。消費<br>税引上げ前の高額消費の影響と考えられる。   |
|                        | ×  | 都市型ホテル<br>(販売担当)          | 来客数の動き<br>・日韓情勢の悪化により、韓国からの団体送客がない状態<br>である。若干の個人客はあるものの、良い状況ではない。  |
|                        | ×  | タクシー運転手                   | それ以外<br>・ラグビーワールドカップが開催されるが、日韓関係でイン<br>バウンドの動きがかなり落ち込んでおり、加えて、10月には<br>消費税引上げを控え、消費者の気持ちが後ろ向きになっている。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(九州) | *  | *                         | *   |
|                        |  | 出版・印刷・同<br>関連産業(営業<br>担当) | 受注量や販売量<br>の動き<br>・消費税引上げ前の駆け込み需要により、納入件数が増加し<br>ている。   |
|                        |  | 一般機械器具製<br>造業(経営者)        | 受注量や販売量<br>の動き<br>・2～3か月前の受注量と比較すると、9月に入り、徐々に<br>上向きになっている状態である。  |
|                        |  | 建設業(社員)                   | 競争相手の様子<br>・災害が発生し、災害復旧に尽力するあまり、公共工事は上<br>半年の発注予定に到達していない。仕事量は多く景気は良い<br>が、単年度に集中せず、次年度まで繰り越してほしいのが希<br>望である。同業者は、仕事を選択しており、入札参加者の辞<br>退等が多くなっている。    |
|                        |  | 農林水産業(経<br>営者)            | 受注量や販売量<br>の動き<br>・10月の消費税引上げ前の駆け込み需要を期待していたが、<br>ほとんど影響がなく、9月の売上は計画どおりに達成でき<br>るか微妙である。原料となる鶏の発生も落ち着き、例年より若<br>干多く、工場の稼働も7～8月と比較しても安定した生産活<br>動ができる。 |

|                      |            |   |
|----------------------|------------|---|
| 家具製造業（従業員）           | 受注量や販売量の動き | ・日韓関係や米中貿易摩擦の影響で、景気停滞状況が続いている。消費税引上げ前の駆け込み需要は、家具小売には大きな影響はない。前回の消費税引上げ前の駆け込み受注は、前年比2割の増加であったが、今回は微増に終わっている。     |
| 窯業・土石製品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き | ・焼き物は例年秋口には良くなる傾向であるが、今年も8月より上向いている。通常ルートの販売は、停滞気味であるが、ネット販売やふるさと納税が加味している状態である。                                |
| 電気機械器具製造業（経営者）       | 取引先の様子     | ・今月の受注もほぼ変わらない。   |
| 電気機械器具製造業（取締役）       | 取引先の様子     | ・米中貿易摩擦により、中国からの受注内容に不安がある。   |
| 輸送業（従業員）             | 受注量や販売量の動き | ・10月から消費税引上げが実施されるが、倉庫内貨物の入出庫は、余り増加していない。また、例年であれば半期決算月により物量が増加するが、今年は、大きな動きがない状況である。                           |
| 通信業（経理担当）            | 取引先の様子     | ・消費税引上げに伴う設備投資等が必要な反面、中小企業は、設備導入が間に合わず、対応が遅れており、実需に結び付いていない。  |
| 金融業（従業員）             | 取引先の様子     | ・人手不足を背景に、緩やかながら雇用者所得が増加傾向にある。しかし、百貨店やスーパーマーケットの売上が伸び悩んでいるほか、住宅販売は、高水準ながらマンション中心に売行きが鈍化傾向にある。                   |
| 金融業（調査担当）            | 取引先の様子     | ・日用雑貨や身の回り品は、好調であるが、あくまでも消費税引上げを見据えたまとめ買いによる一過性の動きのため、本格的な景気回復とはいえない。   |
| 新聞社〔広告〕（担当者）         | 取引先の様子     | ・ラグビーワールドカップ等のトピックがあるにもかかわらず、広告出稿量が増えていない。  |
| 広告代理店（役員）            | 受注量や販売量の動き | ・規模は小さいものの、競合プレゼンテーションの発生数が安定している。  |
| 経営コンサルタント（代表取締役）     | 取引先の様子     | ・消費税引上げの特需により、忙しい取引先も一部あるが、多くの取引先は業況に変化がない。   |
| 経営コンサルタント（社員）        | 受注量や販売量の動き | ・受注の問合せ等動きがない。  |
| その他サービス業〔物品リース〕（支社長） | 取引先の様子     | ・業況好調な取引先が多く、節税ニーズも高い。設備投資では、金融機関と競合するケースが多いが、税制活用や補助金の提案は内定しており、金融の競合はし烈である。経営者は、消費税引上げに対する社員への昇給も検討している企業もある。 |
| 食料品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き | ・天候不順による原料の生育不足で、製造量が限られ、販売も伸びていない。   |
| 金属製品製造業（事業統括）        | 取引先の様子     | ・中国向け輸出案件で、投資延期や見合せが続いており、年度末売上減少となる見込みである。   |
| その他製造業〔産業廃棄物処理業〕     | 取引先の様子     | ・米中貿易摩擦が影響し、半導体や電子部品関係の生産量が激減している。  |
| 輸送業（従業員）             | 取引先の様子     | ・健康食品受託製造は、受注量や受注価格が下降気味である。前年同期は半年先まで受注生産が埋まっていたが、今期は空き状態である。  |
| 輸送業（総務担当）            | それ以外       | ・消費税引上げの影響が既に出始めている。ドライバー不足により、無理な出荷や在庫過剰等が重なり、配送が追い付かない状況である。倉庫スペースが足りず、作業生産性が極端に落ちる等弊害が出ており、どこも悲鳴が上がっている。     |
| 金融業（営業担当）            | 取引先の様子     | ・日韓関係の悪化により、旅行客が減少し、小売業や観光地の収入が4割以上減少しており、悪い状況になっている。   |
| 金融業（営業）              | 取引先の様子     | ・製造業の需要は、世界的な景気下降局面を迎え、明らかに減少している。また、人手不足が継続している。   |
| 経営コンサルタント（社員）        | 受注量や販売量の動き | ・焼酎メーカーは、毎年1億円前後の減少がみられる。販売促進を行っているものの効果が出ていない。   |

|           |                              |         |  |
|-----------|------------------------------|---------|--|
|           | 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 | ・市町村から調査・計画・設計の委託業務を受注する際に、指名競争入札の場合は、これまでアンケート調査や計画等の役務業務で、低価格競争が激しかった。設計等の建設コンサルタント業務でも価格競争が激しくなっており、予定価格の6割程度から落札する傾向にある。 |
| x         | 繊維工業 (営業担当)                  | それ以外    | ・応募者が集まらないどころか、当社では、最賃の支給だけでも精一杯のため、ボーナスがある介護職に転職等、辞めていく若い人が増加している。大変苦しい状態である。   |
| 雇用関連 (九州) | -                            | -       | -  |
|           | 人材派遣会社 (社員)                  | 周辺企業の様子 | ・新規注文が2割ほど増えており、内容も増員という注文がほとんどである。お歳暮に関する注文や新規企業からの問合せがあり、また、以前に取引があった企業からの注文も受けている。  |
|           | 新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)           | それ以外    | ・中心市街地再開発により、バスターミナル及び商業施設がオープンしている。来場者数もすぐに100万人を達成し、人の動きを実感できる。また、ラグビーワールドカップも開幕し、ファンゾーン等も盛り上がっている。                        |
|           | 人材派遣会社 (社員)                  | 採用者数の動き | ・求人、求職共に市場の動きが鈍い。また、同一労働、同一賃金の流れもあり、今後の雇用状況の変化を注視している。   |
|           | 人材派遣会社 (社員)                  | 求人数の動き  | ・上期下期の変わり目である9月は、長期派遣の需要も見込まれる月であるが、依頼自体が少ない。しかしながら、台風15号・17号による損害保険会社からの台風被害の事務処理要員の依頼がある等特需的な依頼が入っている。                     |
|           | 職業安定所 (職員)                   | 求人数の動き  | ・求人数は、緩やかに減少傾向にある。直接雇用を避け、派遣や請負で状況判断しているケースが増えている。   |
|           | 職業安定所 (職員)                   | 求人数の動き  | ・求人数は横ばいで、求職者は、引き続き減少傾向にある。しかしながら、人手不足感も同時にあり、全体として景況感、余り変化がない。  |
|           | 職業安定所 (職員)                   | 求人数の動き  | ・求人数は、前年と比較して若干減少しているが、一方、有効求人倍率は、引き続き高い水準となっている。  |
|           | 職業安定所 (職員)                   | 求人数の動き  | ・8月の求人数が、前年比で20%以上減少している。建設業が最も大きく落ち込んでいるが、他の産業も徐々に減少している。   |
|           | 学校 [ 大学 ] (就職支援業務)           | 求人数の動き  | ・求人受理件数は、前年比で減少している。景気動向による求人数の減少ではなく、就職活動を継続している学生が少ないと考えた企業の動向と捉えている。  |
|           | 求人情報誌製作会社 (編集者)              | 求人数の動き  | ・当社に多く掲載していたビルメンテナンス等の求人数が、落ち込んでいる。その要因の1つに、求人手段の多様化や収益悪化による経費の削減が挙げられる。また、10月からの最低賃金大幅アップの影響も考えられる。                         |
|           | 新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)           | それ以外    | ・北部九州のインバウンド需要は堅調であるが、韓国の政治的状況もあり、これまで、韓国人観光客により店に行列ができるような状況であったが、当市内での韓国人観光客をほとんど見かけなくなっている。                               |
| x         | -                            | -       | -  |