

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	・3～4月に比べると、特別定額給付金の効果もあって、確実に客の出足が戻っている。
	◎	一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・今シーズンのマンゴーは、相場は前年並みで、全体的に動いている。関東方面でも引き合いが強く、全国的に物が動き始めていると実感している。
	◎	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店合計の比較では3か月前76%、今月は90%で14%ほど上昇している。要因として、一部店舗での衣料品が、110%を超えているのが特徴である。ただし、レストランや食料品は、60%の売上である。特別定額給付金の効果も出ており、3月よりかなり改善されている。
	◎	家電量販店（店長）	お客様の様子	・特別定額給付金が行き渡り、購買意欲の高い客が非常に多い。
	◎	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、3～4月は非常に落ち込んだが、5月の中旬から特別定額給付金が支給され、家電の需要の数字が大幅に上昇し、落ち込んだ分を十分取り戻している。
	◎	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる自粛で、巣籠り生活向けの調理家電を筆頭に、ほぼ全分野の商材が売れている。加えて、特別定額給付金10万円の追い風の影響も大きい。
	◎	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる外出自粛が解除され、また、特別定額給付金の給付も始まったことにより、客数や販売が共に伸びている。しかし、特殊要因でもあるため、今後の状況を注視していく。
	◎	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客の来場が大きく減少していたが、少しずつ来客数が増えており、購買意欲が高い客も増えている。買い控えがなくなり始めたようである。
	◎	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・在宅率が高い影響で、チラシ広告が過去にないほど費用対効果の高いものになっている。また、外出自粛期間に自宅の掃除・整理がなされ、家具や寝具の買換えをする来店客が多くなっている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・県をまたいだ移動自粛がなくなったことで、ビジネス客を中心に、宿泊数が徐々にではあるが増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・緊急事態宣言による外出自粛が発令された県に比べると格段に消費行動が活発になっている。前月までは、お得意様にダイレクトメールを出しても来店客がほとんどなかったが、今回のダイレクトメールには新型コロナウイルス発生以前並みの反応がみられている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による3～5月の最悪な状況からは脱しており、商店街の客数や単価共に上昇している。特別定額給付金10万円の給付やキャッシュレスポイント還元が今月で終了することで、若干の駆け込み需要や余裕が出て、自粛していた客が買物に来ている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる深刻な状態から、今までどおりではないが動き出している。まだ再開してない店もあるが、徐々に上向いてきている状態である。しかし、楽観視できない。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・3か月前と比較するとやや良くなっているが、紳士・婦人衣料品や宝飾関連は、相変わらず厳しい。食品は、悪いながらも何とか頑張っているが、相対的には厳しい状況である。
○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言解除後、不調であった衣服住部門の売上が確実に改善傾向にある。特に、日用品の回復は顕著であるが、一方で旅行関連やアウトドア関連商品の動きは余り良くない。巣籠り需要要素の高い商材は、確実に回復している。	

○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止対策の緊急事態宣言が解除されて以降、街中には徐々に人の流れが戻っている。
○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言解除後、当たりくじ等のイベントもあり、集客はやや上向きである。
○	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・3か月前と比較すると確実に客数は増加している。
○	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・館内のレストラン利用客が、週末に限り徐々に増えている。しかし、夜間の飲食客は依然低調である。宿泊客もようやく稼働率が上がっている。
○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客の動きが鈍化し、業種によっては予算が変更になるところもあるものの、予定どおりの企業も多く、一気に動き出している。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が、増加している。
○	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると緊急事態宣言が解除されてから、客足が徐々に動いている。しかし、まだ慎重になっているため、やっと動き始めた状態である。
○	美容室（店長）	お客様の様子	・3か月前は、最低の来店客数であった。今月はやや良くなっているものの、まだ、見通しが立たない。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来店客数や売上が悪い。自粛要請が解除されたため、先行きは明るくなると思われるが、現実には厳しい。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、大幅な売上減少を想定していたが、横ばい、又は上昇である。要因としては、定期的に製造業の受注があったことにある。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・催事場での3密防止対策を実施し、平日は時短営業、下旬から土日祝の時間延長で全館営業しているが、依然周辺商店街を含め活気が戻っていない。店内では来店時間に変化があり、平日は午前中に、土日は昼間の来店が多く、共に16:00以降は減少している。目的買いの来店が多く、買物が終わると店内回遊はせずに帰宅する客が目立つ。お中元ギフトは早期受注コーナーと通信販売の開始を早め、成果が出ているが、感染防止対策販売スタイルによる来店客の違和感は減少している。来店客数や購買客数は回復していないが、目的買いの来店で紳士婦人衣料雑貨、リビング自家需要商材を主に、客単価・商品単価共に好調に推移している。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの自粛はある程度解除されたものの、感染発生のニュースもあり、客はまだ慎重である。多くが必要な外出にとどまっておき、入店状況も以前より回復したとはいえ、まだ例年とまではいかない。
□	百貨店（プロモーション担当）	販売量の動き	・客の消費には回復の兆しもみられるが、県をまたぐ遠方客及びインバウンドの復活は、まだしばらく時間を要する。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・来店客数は前年比97%で推移しているが、買上点数は、前年より0.4点多くなり、1人当たりの買上金額が前年比107%で推移、売上は前年比105%で推移している。食品は、絶好調である。しかし、新型コロナウイルスの影響により、衣料品は前年の97%までには上がってはいるが、依然として苦戦が続いている。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来店客数は前年比で1割減少しているが、客単価が高くなっており、売上はどうか前年並みに回復している。客単価が高い状態が継続すると、売上は上昇していくが、客単価や買上点数が低くなると徐々に前年割れになると予想される。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・依然として商店街に人が出がないため閑散とし、来店客もない。

□	衣料品専門店 (取締役)	それ以外	・3か月前は休業しており、売上の先行きが見えず、真つ暗な状態であったが、今月は若干買い回りもある。ファッション業界では季節商材を扱っているため、既に値引きを始めなければ、売れない状態になる。利益幅は非常に少なくなっているが、3月に比べれば、若干の動きはある。
□	衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・3月は新型コロナウイルスの影響で、4月は緊急事態宣言が発令され、5月にはやっと解除されたが、来客が戻る気配はない。
□	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言解除により、客足が戻っている。また、キャッシュレスポイント還元が今月末日で終了し、駆け込み需要もある。
□	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・2～3か月前と比較すると来店客は若干減っているが、新型コロナウイルスによる巣籠りの影響もあり、1人当たりの購入量が増加しているため、売上はほぼ横ばいである。
□	その他専門店 [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、上昇傾向である。5月の燃料油の販売量は、前年をやや下回っていたものの、6月は前年並みに戻っている。
□	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)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによるマイナス影響は、緊急事態宣言発令時よりは薄れてきたものの、テナントの多くは経営状況が厳しく、予断を許さない。自粛期間中の反動で客の購買意欲は上がってきており、回復の兆しは出ている。ただ、核店舗であるシネマコンプレックスやアミューズメント施設は、まだ前年比で20～30%であり、早期回復を期待したい。
□	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の緊急事態宣言は解除になったが、まだまだ影響を受けている。店を再開はしたものの、来店客数は非常に少ない。ただ、ほんの少しではあるが、月後半に若干来客数が増えている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・少しずつ元の状態に戻りつつあるとはいえ、イベントやインバウンド、国内観光客の回復すらままならない現状では、タクシー利用者の増加は望めない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は、若干人の動きがあるが、タクシーの客は増加していない。
□	通信会社(営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響は大きく、少しずつであるが改善されると考えられるが、その効果は、今後現れてくる。
□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が、まだ続いている。
□	競馬場(職員)	来客数の動き	・引き続き無観客での営業となっているため景況は悪い。
□	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	・客へパーティや会場貸しのサービスを行っているが、予定していたイベント等が、この数か月ほとんどない状態である。客との打合せでも、しばらくこの状態が続くのではないかと懸念している。
□	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	・新型コロナウイルスの影響で、客からのキャンセルが継続しており、売上高・利益減につながっている。
□	設計事務所(所長)	来客数の動き	・県境越えの移動が解除されているものの、観光客は土日でも2割程度しかなく、平日は増えていない。
□	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスも収束に向かい、通常の状態に戻りつつあるが、景気は、上下に動いておらず、横ばいである。
□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・緊急事態宣言解除後、受注状況は若干上向き傾向になっているが、展示場来場者数等新型コロナウイルスの影響はまだ大きいと実感している。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が解除されたが、本市では、外出が多くなるほとんどの夏のイベントが、第2波、第3波を恐れて中止になっている。客は外出をまだ控えており、百貨店や商店街、露天商では、最悪の状態である。
▲	一般小売店[生花](経営者)	来客数の動き	・夏に近づいているため、生花の持ちも悪くなり、客の動きも微妙になっている。

▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3月の後半から入店客数の減少が続いていたが、緊急事態宣言が解除され、若干入店客数や売上が回復傾向ではあるが、まだ戻りきれていない。
▲	スーパー（総務担当）	単価の動き	・2月以降降いてきた巣籠り需要は、客単価や買上点数の上昇が一番の要因であるが、新型コロナウイルスの状況も一定の落ち着きを見せ始め、これらの数値が段々と落ちている。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの自粛が落ち着いているが、3密にならない販売方法の影響で、客数は大幅に落ちている。経済活動の活性化が始まり販売量も徐々に前年割れに戻っているが、野菜は高値が続き販売額も大きい、それ以外は落ち込んでいる。
▲	スーパー（統括者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、内食率が上がり、売上もかなり上昇しているが、緊急事態宣言解除後は、次第に勢いも弱まりつつある。社会経済が、全体的に通常に戻っていると考えられる。
▲	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による地域活性化のため、市や県の宿泊への補助金支給の施策により、多くの宿泊がある。しかし、この補助にも期限があるため、その反動がとて不安である。その上、団体の宿泊客がないため、いつ回復するのか先がみえない。
▲	タクシー運転手	それ以外	・外出自粛要請が解除され、人々が街に戻っているが、新型コロナウイルスに対する不安があり、第2波のことを考えると、このままでは収束が不可能である。
×	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、景気が回復していない。今年はこのまま低迷状態が継続すると予想され、厳しい状況である。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言解除になってもかわらず、来客数が、急激な下向き傾向である。
×	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、飲食店への販売量が依然として減っている。
×	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	お客様の様子	・店頭販売では、徐々に客の入店も戻り始めているが、まだ完全ではない。客は高齢者が多く、慎重に行動している。外商販売はまだ通常の半分も戻っておらず、テレワークがそのままできる状態の企業では継続されている。売上が戻るには、相当な時間が必要である。
×	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きく、特に飲食テナントのランチは幾分回復傾向はみられるものの、ディナーや宴会需要は全く回復できていない。また、行政を含め夏の祭りやイベントの中止により、浴衣や水着等の季節商材が全く動かず、今月末からのアパレルクリアランスセールも状況も見通しは暗い。
×	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客数は、2～3割減少になっているが、客単価は創業以来の最低レベルの数字になっている。1人でも多くの来店があることを望んでいる。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は、いまだに続いている。来店客数は増加傾向にあるが、前年の数字には程遠く、売上も前年を下回っている。商品別では、プリペイドカードやゲームカード等自宅でできるものの売上が伸びているが、やはり売上は厳しい。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス緊急事態宣言前の人の行動パターンには戻っていない。テレワークの増加、行楽やイベントの減少、外食、飲み会の頻度が減少しており、人の動きが少なくなっていることで客数の減少につながっている。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、月の1週目は、客の出足がほとんどない状態であったが、月中旬から、ぼつぼつ来客が出ている。
×	乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来店客数が大幅に落ち込んでいる。新車販売台数が減少し、売上及び利益が確保できず、非常に厳しい状態が続いている。

	×	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〕(統括者)	来客数の動き	・営業再開したが、新型コロナウイルスの影響で外国人観光客の来店がなく、売上が上がらない。インバウンドが復活するまでは厳しいと考える。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・まだまだ、新型コロナウイルスの影響が大きく、会社関係の会食や接待の予約が入らない。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客の動きが全くなく、前月比95%以上の減少になっている。当店は、海外や県外からの観光客がほとんどで、また、歓送迎会、イベント打ち上げ、移動等の食事会など、人との集まりが全くゼロになり、ひっ迫している。
	×	一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・観光客が激減し、低迷している。
	×	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緊急事態宣言が解除され、4～5月の最悪期から比較すると改善はしているものの、落ち込みが大き過ぎたため、通期の業績見通しは厳しい。また、3月以前と比較しても元には戻りきっていないのが現状である。感染拡大抑制が最優先であるが、観光業や飲食店を促進する政策により、各地域での消費が増加し、納入業者にも活力が戻ることに期待している。
	×	都市型ホテル(販売担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による宿泊者激減により、秋までの販売数が伸びていない。
	×	旅行代理店(従業員)	それ以外	・国内はGo To Travelキャンペーンの効果に期待したいが、詳細がまだみえない。海外アウトバウンドは、外務省の感染症危険レベルの引下げ、相互国間の隔離施策解除、航空機の運航等がそろわないと復活は厳しい。
	×	観光名所(従業員)	来客数の動き	・例年の数値に比べると非常に悪い。新型コロナウイルスの移動自粛は緩和されたが、不要不急な外出を控えている人が多い。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、売上がかなり減少し、5月の回答をする気にもならないほど、店の危機に陥った。様々な制約もあり、商売が深刻である。倒産にはならないように持ち直したい。
	×	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕(営業)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による利用減少や利用停止のため、状況は悪い。
	×	設計事務所(代表)	来客数の動き	・イベントを行っても新型コロナウイルスの影響により、来客が少ない。
企業動向関連(九州)	◎	—	—	—
	○	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・4～5月の売上は、今までにない落ち込みであった。外食部門向けの販売が、前年比20～30%とひどい結果であった。6月の後半になり、徐々に戻っているが、5割程度の回復である。また、スーパーマーケットや冷凍食品加工向けの4～5月の伸びは、全体で7～8割の伸びが現状である。
	○	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・需要が落ち込んでいた製品が、持ち直している。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、1～3月及び4～5月期が最悪の状況になり、従業員の休業を余儀なくされている。下半期は戻りつつあるが、予断を許さない。休業に関する政府の対応が遅く、深刻な状態である。
	○	建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注が多くなり、受注者の偏りはあるものの、多くの企業が受注できている。受注工事は多くはないが、少しずつ増加傾向にある。新型コロナウイルスの影響で国体が中止になったことで、今後の仕事量にも影響が生じる可能性があるかと危惧している。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先の業種によって、好不調の差があるが、全体的には厳しい状況が続いている。

□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社の場合、化粧品の売行きは低迷している。特に、外出を控えていることで、日焼け止め等は影響を受けている。一方、健康食品は好調で、野菜不足による青汁等が好調である。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の解除により、人々の動きがやや活発化したことで、小売業等、業績が底打ち状態から上向き傾向となった業種もあるが、例年に比べると、売上高や最終的な利益は深刻であり、景気が悪い状況が続いている。
□	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響による、企業や個人事業主への資金繰り支援の必要性は、高い水準で横ばいである。特に、エステやまつ毛エクステ等の零細な個人事業主からの申出は、むしろ増えている。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・企業全体に2～5月に掛け、セーフティーネットや政策金融公庫による融資を介して、中小企業の事業者は、資金繰り面では落ち着いているが、緊急事態宣言後、飲食業やサービス業の客の戻りが5～6割しか達しておらず、悪い状況は変わらない。
□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・悪いなりに新型コロナウイルスが一段落し、今後客からのオーダーが少しずつ戻っている。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・3月と比較すると、4～5月が非常に悪い状態だったため、3月に近づいてきている状態で、良くはないが若干回復している。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・多くの取引先の営業活動は、在宅勤務が続いているため、まだ訪問営業を控えており、受注活動が停滞している状態が継続している。
□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・仕事量は変わらないが、物が売れない状態が続いている。
▲	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテル用家具の需要は大きく落ち込んでいる。建築着工予定のホテルの多くは、開業してもインバウンド需要が見込めず、インバウンド向けホテルの多くはペンディングとなっている。内需向けの観光ホテルには、やや動きがあるものの積極的に開業するところは皆無である。
▲	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・機器販売の4～5月の売上状況は前年比50%、受注高は90%、メンテナンスサービスでは受注高前年比60%と大きく落ち込んでいる。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス発生の影響もあるが、製造業は貿易問題の方が大きく、動きが段々と悪くなっている。世界的な政治経済の不安定さが、各取引先を始めとする製造業者には、大きな打撃になっており、この状態がいつまで続くのかが心配である。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の仕事が減少しており、外注先まで回せる仕事がない状況である。また、コストが下がって利益を確保できない仕事が増えている。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・主要取引先では、新型コロナウイルス以外の影響で、受注が低迷している。
▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除されたが、新型コロナウイルスの感染症問題が尾を引き、百貨店やホテル、飲食店等の売上回復には程遠い。また、国内の様々なイベント等が徐々に営業再開しているものの、経済活動や市民生活に対する不安感は根強い。
▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・観光地や宿泊施設の客足は戻っていない。飲食店では、プレミアム付商品券の発行等集客アップ策を講じているが、新型コロナウイルスに対する人々の警戒心は根深く、V字回復には至っていない。
▲	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・面談ができず、メールだけの対応に限定されている。新しい動きが話題にならず、新型コロナウイルス対策が焦点となっている。
▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・投資の先送りをしている企業が、多数見受けられる。
×	農林水産業（従業者）	それ以外	・第一次産業は、基盤がしっかりしているため、直接のダメージは少ないが、消費者の景気が悪化していることもあり、悪くなることは分かっているが、肌感覚が薄いという奇妙な状況となっている。

	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・大きな工場の閉鎖が相次いでいる。周りの工場でも、衣料の生産はほとんどなく、マスクや防護服を生産している。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、6月は5月よりも状態は悪く、前年と比較すると4割の売上である。産地全体が分業体制であるが、焼き物の動きが悪いため、関連業者の型屋や生地屋、卸商社等ほとんどがこのような状態であると予想される。
	×	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・新型コロナウイルスの第2次感染拡大への警戒感から、まだ生産ラインの縮小が続いているところもあり、全体的に落ち込んだまま継続している。
	×	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、物量が戻らない。人件費ばかりが負担増となっており、最低賃金上昇・有期雇用の正社員化が足かせとなっている。
	×	通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、企業の事業活動が停滞している。
	×	新聞社〔広告〕（担当者）	取引先の様子	・自治体関係の広告出稿は比較的あるものの、他業種が完全に止まっている。電子媒体、広告代理店を見ても状況は厳しい。
	×	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	・市町村からの調査や計画策定、設計の委託業務の発注について、当初予算化されていた高齢者福祉や障害者福祉に関する計画策定業務等が中止となり、新型コロナウイルスの対策の予算に使われている。このため、委託業務の発注量が減少し、受注できる業務量が減少している。
雇用関連	◎	—	—	—
(九州)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスで休止していたテレビ番組ロケが復活しているため、派遣も増加している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスによる自粛が始まった3か月前から、急激に景気は悪くなった。それを考えれば、自粛要請も緩和され、少しは景気が良くなっている。これまでに客との信頼関係を築いている人気店等では、それなりに客足も戻っている。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で派遣就業決定件数が減り、逆に派遣就業終了件数が増加している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・6月に入り、求人数が前月の倍、3か月前との比較では、同数の注文数になっている。また、求職者も前月より増加している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響による立ち直りに、相当の時間が必要である。本来なら夏の商戦に向けて、今がパートやアルバイト採用のピークになるが、取引先も先が見えにくい状態になっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月に8割以上減少した派遣事業所からの求人が、以前のような勢いはないが、徐々に戻りつつある。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数が少ない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・3か月前と比較するとやや悪くなっているが、外出自粛も緩和され、新聞広告や新聞折込広告共に、緊急事態宣言中の最悪期を脱した状況である。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・新型コロナウイルスによる自粛解除となり、経済は動き出したが、休業補助等が受けられず、売上が下がった企業では、会社の整理や従業員の解雇が多い。特に、定年後のスタッフ職や契約社員が、まず解雇されている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人が、前年比約25%減少している。その後も新規求人数が回復傾向にない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年比20%以上の減少が継続しており、有効求人数は、3か月前までは1.0倍であったが、今月は0.7倍と急落している。また、休業の申請も変わらず行われている。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人がないため、状況をみながら転職を考える求職者が増加しており、動きが停滞している。また、派遣の求人数も激減している。
	×	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、求人受領件数が減っており、採用が鈍くなっている。