

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：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 (中国)	◎	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・予約宴会の来客数は、依然として、前年の85～90%台で推移しているが、ランチタイムやディナータイムの一般の来客数は前年を上回っている。食事主体の利用が大半で、アルコール類の利用客は前年の75～80%となっている。このため、客の滞在時間は従来より短くなっている。
	◎	都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で予約数が回復してきている。
	◎	通信会社（企画 担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが常態化し、感染予防の生活習慣が定着したことで、日常の経済活動に戻りつつある。新サービスや更新への関心度が元に戻り、ネット需要も以前より高まってきている。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・飲食店等はいろいろな支援策で少しずつ回復しているが、小売店はまだまだ良くなっているとは到底言い難い。
	○	一般小売店 〔茶〕（経営 者）	来客数の動き	・少しずつ観光客も増加しているように感じるが、売上は増加していない。
	○	一般小売店〔印 章〕（経営者）	販売量の動き	・Go Toキャンペーン等の影響か、人の動きが多少良くなっている。
	○	一般小売店〔眼 鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年の8割程度まで戻ってきている。
	○	一般小売店〔洋 裁附属品〕（経 営者）	お客様の様子	・イベントが開催されたため、客の動きが多少出ている。
	○	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着いてきているが、前年と比べると厳しい。7月はバーゲンセール、今月は定価商品という違いもあるが、上旬に比べ急に気温が下がっていることもあり、中旬以降、羽織物などが動き始め、売上も少し回復している。
	○	百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・例年であれば10月にコートなどの重衣料が動き出すのが、リモートの傾向が強く、外出する人が少ないため、動きがなく、ジャケットさえ厳しい状況である。ニットや羽織物が動くくらいで、客単価も上昇せず、3か月前よりはやや良くなっているものの、厳しい状況が続いている。
	○	百貨店（営業企 画担当）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンにより県外客の動きも回復してきている。前年に消費税の引上げ後の買い控えがあったため、今月の実績は前年を上回っている。
	○	スーパー（店 長）	販売量の動き	・前年に消費税の引上げで落ち込んだため、今月は前年を上回る来客数、購入金額になっており、売上も増加している。
	○	衣料品専門店 (代表)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン利用客が衣類を探しに来るケースが増加している。今まで自粛していた人も徐々に動き始めている。
	○	家電量販店（販 売担当）	販売量の動き	・高単価な物がたくさん売れるようになっている。
	○	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・販売量が増加している。
	○	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・呼び込み活動に抵抗がなくなってきており、展示会でのにぎわいも戻りつつある。
	○	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・例年この時期は来客数が伸びないが、今年は新型コロナウイルスの影響で行事が少なく、来客数が前年の85%まで回復している。
○	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・10月の販売台数は前年比110%とやや持ち直している。	
○	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・大きなイベントは実施していないが、来客数が徐々に増加している。	
○	その他専門店 〔和菓子〕（経 営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果が大きく、景気はやや良くなっている	

○	その他専門店 〔土産物〕（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域クーポン利用客が増加し、土産品などをたくさん買ってもらえるようになっている。1人当たりの販売量が増加しており、客単価が上昇している。
○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルス第2波の影響で、再び外出自粛ムードが高まっていた時期だったが、今月は、Go Toキャンペーンの効果もあり、徐々にではあるが、出張、旅行需要も高まり、客の動きも活発化している。
○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・Go Toキャンペーン等の景気回復施策を実施したり、テレビなどで外出を促す放送をしたりしていることで、新型コロナウイルスの感染者は出ているものの、以前より危機感が薄れている。ただ、買物をするというよりも楽しみに来ているという感じで、財布のひもはまだ固い。
○	高級レストラン （事業戦略担当）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンや各自治体の援助策などの効果もあり、景気はやや良くなっている。個人の動きは良いが、団体の動きはまだ鈍い。
○	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・いろいろな施策の実行が客の財布の緩みにつながっている。特に地域クーポン等の直接効果の感じられる施策が来店動機につながっている。
○	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの効果が出ているため、3か月前と比べて来客数は約10%増加している。観光客も増加している。
○	観光型ホテル （営業担当）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンのお陰で来客数が増加している。
○	観光型ホテル （副支配人）	販売量の動き	・宴会の予約は依然として少ないままであるが、Go Toキャンペーンの割引を利用して宿泊の予約をする客が多く、宿泊関係は順調に推移している。
○	都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・ビジネス客や旅行客が増加していることで、週末を中心にレストランの利用も増加してきている。
○	都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染リスクはあるが、Go Toキャンペーン等の需要喚起策が起爆剤となり宿泊の稼働率も90%を超え、ほぼ前年に戻っている。クーポン付与の効果で土日や祝日の観光客だけでなく平日のビジネス需要も増加し、レストランの利用客も増加している。駅周辺のショッピングセンター店などもその恩恵を受けている。
○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンで客が多少動いてきている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・他のタクシー会社は厳しいようだが、自社の乗車率は前年の80%まで回復している。
○	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・新サービスについての問合せなどが多く、サービスを検討していた客の加入が増加している。
○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いていることで景気はやや良くなっている。
○	テーマパーク （業務担当）	来客数の動き	・天候に恵まれ、大型イベントを開催できたこと、コスモスの生育が良かったことなどから、週末を中心に多くの客が訪れている。
○	テーマパーク （管理担当）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンの影響で景気はやや良くなっている。
○	観光名所（館長）	お客様の様子	・9月の4連休から来客数が増加している。Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンで客単価も増加傾向にある。
○	観光名所（館長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに東京が加わり、全体的に旅行に対する抵抗感が薄れてきたことで、来客数が増加している。
○	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンで多少県外客が動き始めている。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍でも客が精神的に落ち着いており、消費行動にも積極性が出てきている。他社も含め契約数も増加傾向にある。
○	住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・総合住宅展示場の来客数は集客イベントがない状況でも前年並みまで戻ってきており、回復基調にある。

<input type="checkbox"/>	商店街（理事）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が若干薄れ、Go Toキャンペーンが実施されたことで、外出の動きが出てきているが、購買の回復には十分ではない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・買い控えによる来客数減少とともに、購買単価も低下している。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	お客様の様子	・売上は少しずつ元に戻りつつあるが、商店街の人通りは依然として少ない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	販売量の動き	・人出は増えているが、購買につながっていない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・食品スーパーは、巣籠り需要が堅調に推移しており、依然として好調である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔靴〕（経営者）	来客数の動き	・店舗での売上は減少が続いているが、インターネットを通じた問合せが微増している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年の売上を上回りそうな部門が半分くらいあるが、前年は消費税の引上げ後で売上が悪かったので景気が良くなったとは考えにくい。観光部門はGo To Travelキャンペーン等が実施されているが、売上は前年の半分程度しか回復していない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに対する考え方に変化が表れてきている。自己防衛をしっかり行いながら行動するということで、来客数も徐々に回復しつつある。9月以降、物産展を復活させたが、大型催事2つとも大盛況で終始している。ただ、婦人服中心のアパレルは依然として厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ラグジュアリーブランドのジュエリー等が売れたため、今月は好調である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は継続しており、3か月前と比べても厳しい状況に変わりはなく、客の購買心理に大きな変化は感じられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ1年間、来客数が前年比95～97%で推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数も売上も3か月前とほとんど変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が安定しており、増加も減少もしていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンがスタートし、競合する外食が増加したこともあり、週末の客単価が3か月前と比べると減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・来客数や購買単価の変動は少なく、落ち着いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・気温が低下していることで衣料品や寝具用品が好調で、売上は前年比137%、来客数も前年比149%と堅調に推移している。また、取扱商品がテレビや雑誌等で多数取り上げられたため、来客数が大幅に増加している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・客単価や購買点数に大幅な変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・Go Toキャンペーンで来客数は増加しているが、一過性の可能性もあり、今後、売上につながるかも判断し難い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数が全く変わっていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・週末や夕方～深夜の来客数の伸び悩みが続いている。客のライフスタイルの変化が大きく、また、たばこの税の引上げもあって、来店動機が減ってきている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・秋に入り、夏物商材の動きが落ち着いてきて、消費をけん引する商品が少なくなったため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が大幅に減少しているが、購入単価が上昇しているため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数も売上も変化がない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量が低水準で推移している。世の中が動き始めれば我々の業種も遅れて上向くが、今はまだである。

□	その他専門店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染予防の影響かどうかは定かではないが、日によって、来客数の増減が激しい。
□	その他専門店 [布地] (経営者)	お客様の様子	・人出が多少増えているようであるが、地方では安心して街に出掛ける人がまだ少ない。
□	その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気に変化はない。
□	旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンは宿泊数や販売額の増加をもたらし、地域経済にも少なからず好影響を与えている。ただ、団体については修学旅行を始めとした教育関連が動き出したものの、一般企業を始めとする法人需要が回復しないため引き続き厳しい状況となっている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で様々なイベントの中止や多人数での飲み会の自粛等が続いており、人の動きはまだまだ通常の状態ではない。Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの発行により旅行者が増加し、宿泊施設はにぎわっているが、タクシー利用客は若干増加しているだけである。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・10月に入り、Go To Travelキャンペーン等で県外からの来客数が増加しており、タクシーの利用も増加している。ただ、夜は依然として閑散としている。
□	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・ここ数か月延滞金額の大幅な上昇もなく、家計の支払能力もある程度留保されている。
□	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・新築住宅の引き合いの低迷した状態が続いている。新型コロナウイルスが終息しないので、客が住宅のような大きな投資を考える状況ではない。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・建築業界は新型コロナウイルスの影響で客が外部の人を中に入れたがらないこともあり、リフォームの話が進まないなど厳しい状況である。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が非常に少なく、売上も増加しない。
▲	百貨店 (営業担当)	単価の動き	・消費税の引上げで売上が落ち込んだ前年と比べると売上は戻っているが、依然として厳しい状況が続いている。来客数もまだ戻ってきていないが、購買単価の低下が売上減少の大きな要因となっている。秋冬商材の品ぞろえの減少や客の購買意欲の低下も大きな問題となっている。
▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数が3か月前より5%減少している。
▲	スーパー (業務開発担当)	販売量の動き	・一時期内食でスナックなどの品切れ状態が続いたが、既にお買いだめした商品を消費したり、客が節約モードに入ったりしていることで買上点数が減少している。
▲	スーパー (財務担当)	単価の動き	・これまで来店頻度の減少を買上点数の増加や1品当たりの単価の上昇でカバーしていたため、既存店売上は前年を上回っていたが、1品当たりの単価が前年を下回ってきている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減少している。
▲	スナック (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの対象から外れている業界のため、何のメリットもなく、ますます悪化の一途をたどっている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・非常に乗車が少なく、特に夜の乗車が少ない。
▲	通信会社 (総務担当)	販売量の動き	・固定インターネットの新規加入数が少なくなってきている。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・引き続き節約傾向が強くなっており、客が月々の出費を必要最小限に抑える傾向があり、特に高齢者が将来不安で出費を抑えている。
▲	競艇場 (企画営業担当)	販売量の動き	・西日の影響等による発売時間の短縮で、3か月前と比べ、売上が減少している。

	▲	住宅販売会社 (営業所長)	販売量の動き	・販売量や客単価が減少傾向にある。
	×	コンビニ(エリア 担当)	来客数の動き	・競合店が9月に新店出店したため、来客数が減少している。また、夜に飲食に出る人が減少していることもあり、客の帰宅時間が早まり、特に21時以降の来客数が減少しているため、売上が前年比で20%くらい減少している。
	×	家電量販店(店 長)	来客数の動き	・巣籠りやテレワーク需要が落ち着き始めており、それにあわせて来客数が減少している。
	×	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・季節商材の動きが悪い。
	×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・いろいろなことを企画するが、来客数が増加しない。
	×	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・人の動きが非常に悪く、週末に多少人出があるものの、若者ばかりである。
	×	通信会社(広報 担当)	お客様の様子	・購買行動がほぼなく、あるとしても値下がりを持ってから購買している状況である。
	×	美容室(経営 者)	来客数の動き	・年配の客が戻らず大変である。
	×	美容室(経営 者)	お客様の様子	・依然として新型コロナウイルスを警戒している客が多いため、客の来店間隔の長い状態が続いている。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・景気に回復の兆しがみられる。
(中国)	◎	通信業(営業企 画担当)	取引先の様子	・企業のシステム更新や新しいシステム構築の動きが出ており、システムを設置するデータセンターやクラウド利用の引き合いが増加してきている。また、データセンター見学なども増加してきている。
	○	農林水産業(従 業員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの影響が少しずつ緩和し、小売関係が戻りつつある。
	○	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・量販店が比較的好調で、土産品や業務用の注文も若干増加傾向にある。
	○	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・Go Toキャンペーンにより、外食産業やホテルなど飲食関係が上向いていることから、製造数量が増加している。
	○	木材木製品製造 業(経理担当)	受注量や販売量 の動き	・前年に比べるとまだまだ回復していないが、新型コロナウイルス対策に対する政府の様々な経済対策で景気は回復基調にある。
	○	化学工業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・主力原料となる苛性ソーダの単価が国内需要の低迷により10~20%下落している。各メーカーの価格対応による売り込みも激化している。
	○	窯業・土石製品 製造業(総務経 理担当)	受注量や販売量 の動き	・生産量の減少から雇用調整を実施していたが、注文量の回復から休業総日数が減少している。生産量自体も徐々にではあるが回復している。
	○	鉄鋼業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注が回復傾向にあるため、景気はやや良くなっている。
	○	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量 の動き	・電子材料関連や自動車関連の受注は徐々に回復しつつある。
	○	輸送用機械器具 製造業(経営企 画担当)	受注量や販売量 の動き	・主要客からの受注量は新型コロナウイルス禍前の水準となっている。
	○	輸送業(総務担 当)	取引先の様子	・客からの受注量に回復がみられる。
	○	輸送業(支店 長)	受注量や販売量 の動き	・ネット通販比率の上昇が宅配需要を押し上げており、特に、B to Cの宅配需要が伸びている。また、最近では小さい荷物の需要が増加している。
	○	金融業(融資企 画担当)	取引先の様子	・地元完成車メーカーの世界販売は、新型コロナウイルスの影響による低迷から徐々に回復してきている。このため、地元部品メーカーの受注は、依然として前年を下回っているが、単月で黒字が確保できる状況まで好転してきている。
	○	会計事務所(経 営者)	取引先の様子	・景気は徐々に回復しているが、完全に元に戻ってはいない。
	□	鉄鋼業(総務担 当)	取引先の様子	・景気に大幅な変化はない。

	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・依然として受注が生産能力の50%程度しかないため、雇用調整助成金を活用して休業や教育訓練を週2日行っている。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが発生する前までではないが生産量は戻りつつある。
	<input type="checkbox"/>	通信業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・通信機器やネットワークサービスは、新型コロナウイルスの影響による極端な需要の落ち込みがないものの、例年よりも受注量や受注額が伸び悩んでいる。サブスクリプション系サービスはまずまずである。
	<input type="checkbox"/>	不動産業 (総務担当)	それ以外	・来客数に変化はないが、成約件数は若干減少している。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注量も上向かず、景気は悪い状況が続いている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業 (監査担当)	受注量や販売量の動き	・2～3か月前までは売上が増加していたが、今月は減少している。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・大型工事の物件比率が高い状況で新型コロナウイルスの影響などで工事着手が遅れるケースが増加しているため、予定している技術職員が手待ちになっている。手待ちの期間を埋める受注がポイントになっている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業 (総務・人事担当)	受注量や販売量の動き	・中国向け輸出の注文が低調であり、前年から半減している。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業 (貸付担当)	取引先の様子	・売上は回復しつつあるが、総じて新型コロナウイルス発生以前の水準には戻っていない。取引先によって差が大きい。
	<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業 (財務担当)	取引先の様子	・現在は2022年納期の商談が主戦場になっているが、2021年後半納期の船台を確定できていない造船所もある。契約の範囲内で納期を後ろ倒しにする等の操業調整を行い、仕事をつないでいるケースも多い。
雇用 関連 (中国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・景気は底を脱し、上向きになっている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社 (経営戦略担当)	求人数の動き	・新規求人数は新型コロナウイルス第2波発生時の最悪期を脱した状況である。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・依頼の経緯は様々だが、3か月前と比べ、求人の依頼が増加している。地方の企業では新卒採用が予定どおりに進んでおらず、引き続き採用活動中である。通年採用となると費用面やマンパワー面で負担が多いのが悩みの種となっている。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社 (経営者)	求人数の動き	・現時点では年末に向けての求人が増加している。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関 (職員)	採用者数の動き	・一時期採用活動をストップしていた企業が活動を再開し始めている。喫緊ではないが、将来を見据え複数の役員候補探しに着手している製造販売会社もある。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社 (支社長)	求人数の動き	・求人数は前年比7割程度で落ち着いている。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人倍率が夏場から回復しているため、景気は底を脱した感がある。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社 (広告担当)	採用者数の動き	・次年度の新卒採用人数を若干減らす企業はあるが、採用の予算を減らす企業は少ない。新型コロナウイルス禍で売上に影響を受けた企業は多いが、新卒採用をしないという考えの企業はなく、次代を担う新卒採用は継続する。中途採用に関するサイトへの掲載社数は大幅に減少したまま、特殊な技術職、不人気業種以外は採用を見合わせている傾向がある。
	<input type="checkbox"/>	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率は全国トップレベルながら、長引く新型コロナウイルスの影響が重くのしかかり、今後の見通しも立たないため、企業活動は停滞、減退状態に陥っている。

□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、比較的規模の大きな温泉旅館で求人再開の動きがあったものの、小規模旅館や地元の小規模店舗に動きがないことから、宿泊業・飲食サービス業が前年比で6割の減少となっており、全体でも3割の減少となっている。
□	職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスによる人員整理、倒産等が増加している。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で新規求人数は前年と比べ25.3%の減少、有効求人数は27.4%の減少となっている。新規求人数の直近3か月を前年と比べても27.4%の減少となっている。産業別新規求人数も、建設業、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業を除いて減少している。有効求人倍率は、7月1.42倍、8月1.45倍、9月1.44倍で推移している。また、9月末時点の来春の新規学卒予定者対象の求人状況は、高卒で求人件数が前年と比べ15.9%の減少、求人数が26.3%の減少となり、大卒等では求人件数が前年と比べ32.0%の減少、求人数が31.0%の減少となっている。
□	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	採用者数の動き	・求人は出しているが、以前のような人手不足感はなく、優秀な人材が来れば採用するというスタンスの企業が多い。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・例年と比べると求人数が減少しており、景気の悪化が続いている。
▲	学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・企業の倒産などで景気は悪くなっている。
×	—	—	—