

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (九州)	◎	競馬場（職員）	・営業再開が、徐々に認知されている。
	○	商店街（代表者）	・喪中や年賀状、年末商戦関係が増加する。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・年末年始の会食、忘年会、新年会を控える状況となり、コンビニエンスストアでの購入により、酒やおつまみ類の需要があり、売上が伸びると予想される。客単価や客数が増えることで、売上が好調な伸びになる。
	○	家電量販店（従業員）	・寒くなり、暖房器具の需要やクリスマス、年末に向けての購入が増える。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年末から年明けに掛け、販売量のピークが来ると予想される。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒー業界は年末に掛けて繁忙期に入るが、今年は新型コロナウイルス禍の状況で、どれだけの来店があるかが不透明である。しかしながら、既存客の注文は継続されており、売上は増加傾向ではないが、2～3か月先は微増になると予測している。
	○	一般レストラン（経営者）	・今後の新型コロナウイルス感染の状況次第で変わってくる。拡大の兆しがあり、先行きが懸念されるため、事前の対策を講じてほしい。
	○	観光型ホテル（総務）	・宿泊やレストランの予約状況が好転している。延期を繰り返していた婚礼宴会で、年度内開催決定が出てきた。会場の新型コロナウイルス感染防止対策が評価されてきたことを感じる。
	○	通信会社（企画担当）	・通常の受注に新型コロナウイルス対策情報やGo To Travelキャンペーン向け情報の掲載、取材の業務が追加で入ることも多くなっている。今後、付加価値として少しずつ浸透していくことを期待している。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響もあるが、年末年始になり、人や物の動き、また、ファッションにも関心が出てくるため、景気回復に期待している。
	□	商店街（代表者）	・Go Toキャンペーンが話題になっているが、商店街では余り適用できる店舗がないため、プレミアム付商品券を発行している。近隣客を大切に、年末商戦に臨みたい。
	□	商店街（代表者）	・客の動きは、感染拡大初期の頃と比較すると新型コロナウイルスの状況を把握できつつあるが、再度の感染拡大で患者が増加しており、客の警戒感から動向が鈍くなっている。すぐにワクチンや特效薬ができるとは考えられないため、この悪い景気は続いていく。
	□	商店街（代表者）	・年末年始の新型コロナウイルス感染状況や来年のワクチン開発等不確定要素が多くあるため、一概に判断できない。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、安全宣言が出るまでは景気回復は難しい。
	□	商店街（代表者）	・第3波の新規感染者が増加しており、これから気温が下がっていく。このまま新型コロナウイルスが終息するとは考えられないため、今の悪い状態が2～3か月継続すると考えられる。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・来月末が例年並みでなくても、少しでも多く売上が伸びることに期待している。新型コロナウイルスが終息しなければ、先行きが懸念され、景気は回復できない。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから年末に向け、退職や異動、イベント、また、正月の花の需要がある時期に差し掛かっており、上向きになる予想であるが、新型コロナウイルスの影響で、余り好材料がなく、どれだけの需要があるか心配である。	
□	百貨店（企画担当）	・クリアランスや福袋といったイベントが、密を避けるために、計画や実施方法を見直す必要があり、当初からの売上は見込めない。また、新型コロナウイルス第3波に対する警戒心やGo Toキャンペーンの見直し等で、来店も若干減少傾向にあり、一進一退の状況が継続する。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・お歳暮の早期受注やおせち料理は好調である。加えて、年末年始の需要やGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンでの土産購入、Go To Eatキャンペーンでの飲食店への来店やプレミアム付商品券の販売も好調である。また物産催事のWeb・通販展開、自家需要を中心とした紳士・婦人衣料雑貨、家電製品や一部し好性の高い舶来雑貨や工芸品も堅調で、購買意欲を感じる。一方で、県外客との接触警戒による地元客の外出自粛や帰省客の減少で、3世代来店や購買は依然として少ない。当店もDMの抑制や催事の中止をしているが、慎重な生活防衛意識は継続しており、街への外出自粛の意識が強く感じられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・一部の店舗で、来店客数が88%まで回復している。各店舗に客が戻りつつあり、新型コロナウイルス感染者も当地では余り出でおらず、マスクをしながらの買物状況ではあるが、活気も出始めている。また、シネマでは、人気漫画映画の上映により、来場が120～190%と非常に上昇している。加えて、冬物の動きが活発になり、クリアランスセールを前倒しすることで若干、売上は上がると予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・緊急事態宣言解除後も来店客数は前年を下回って推移しているが、購買単価は上昇傾向にあり、売上は回復傾向にある。しかしながら、新型コロナウイルス第3波リスクにより、先行き不透明な状況が継続している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染次第である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルス第3波のGo Toキャンペーンへの影響は少ないと予想するが、消費自体の冷え込みが進むのではないかと懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスに慣れたこともあり、春先のように巣籠り需要による恩恵を被るようなことはなく、むしろGo To EatキャンペーンやGo To Travelキャンペーンの影響により、内食需要の減少が予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（統括者）	・新型コロナウイルス禍の対策として、安心価格の強化等により、客に少しでも喜んでもらえる販売促進を実施しており、何とか売上維持、上昇に努めていく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が減少傾向ではあるが、客には警戒心があり、買物に出掛けるには、まだまだ抵抗がある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの第3波発生もあり、商店街から人影が全く無くなり、来街者減少状態であることは変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・例年2月は、数字が落ちるが、新型コロナウイルス第3波の影響で、3か月先が読めない状況である。社員の健康を守り、コスト削減と客への配慮を心がける。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・悪条件が重なっているが、今後これ以上悪化することはない、変わらない。しかし、新型コロナウイルスの状況によっては、更に悪化することも考えられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・感染者が増えれば悪くなり、減少すれば良くなるため、新型コロナウイルス感染拡大状況に景気は左右される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染が拡大しており、テレワーク関連商品や高級調理家電、また、内食需要で大型冷蔵庫の好調が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・第3波が来ており、来店客数は減少しているものの、来店客は目的の商品を購入している。最近では、加湿器や空気清浄機が多く出でおり、新型コロナウイルスの影響をそれほど受けていないのが実情である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（総務担当）	・年末年始休暇を含めて巣籠り傾向は継続すると考えられ、映像家電や調理家電の需要も好調を維持していくと期待している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（広報・IR担当）	・新型コロナウイルスの影響が不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・先行きは、新型コロナウイルス感染状況によるため、不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・景気回復は、まだ見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が心配されるが、2～3か月先は繁忙期を迎えるため、現状の好調を維持できる。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（従業員）	・例年であれば、高価格の商材が動く年末であるが、今年は新型コロナウイルスの影響が出ている。第3波を警戒して、中高年層も少なくなっており、再度経済が停滞する可能性が大いにある。

□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・灯油販売のシーズンに入っており、気温が冷え込み販売量が増加することに期待しているが、今後の燃料油の小売価格は、予測が難しいため、今後余り変化がない。
□	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）	・新型コロナウイルス第3波の影響で、再び来場、売上共に苦戦が予想されるが、4月の状況よりは良いと予想される。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・第3波の影響が、いつまで続くか不安である。
□	通信会社（企画担当）	・販売を後押しするイベントもなく、現状維持を見込んでいる。
□	通信会社（営業担当）	・業種柄、新型コロナウイルスに余り影響を受けない。
□	美容室（経営者）	・経済が現状より悪くならず、維持ができるよう期待をしている。
□	理容室（経営者）	・例年の12月は良くなるが、新型コロナウイルスの影響で、飲食関係では忘年会中止も出ており、厳しくなる。
□	美容室（店長）	・客が新型コロナウイルスを警戒しているため、すぐに景気が良くなるとは考えられない。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・地域によっては、まだ新型コロナウイルスの影響は多くないと考えているが、全世界での影響は大きく、物流が回復する気配はない。そのため、重要客の仕事量回復も期待はできず、景気回復は期待が薄い。
□	設計事務所（所長）	・今月の結果は2～3か月先に出るため、良くない状況が継続する。
□	住宅販売会社（従業員）	・今月から販売を掛けており、実際に誓約入金になるのは、早くて年明けになるため、実際の売上として計上出来ない。そのため、会社の状況が良くなるのは、まだまだ先になり、景気としては変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・今後、新型コロナウイルス感染が再拡大していけば、来場者や受注にも大きく影響が出てくる。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの終息が見通せない限り、消費者の外出が減り、ファッション関連業種は苦戦が続く。
▲	商店街（代表者）	・寒くなり、新型コロナウイルスが流行し始めている。自粛状態になると予想されるため、街全体の売上も一段と厳しい師走となる。
▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、外食が減り、飲食店向けの卸売が減少する。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・株価は上昇しているが、日本の景気は決して良いとはいえない。業種によっては過去最低である。近辺でも長く営業していた店舗が数店閉店している。通常であれば、これから3か月は売上が上がる月であるが、今後は期待できない。
▲	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が更に悪化傾向であるため、買い控えが進むと考える。
▲	百貨店（企画担当）	・本市の新型コロナウイルス感染者数は比較的落ち着いているものの、首都圏の感染者拡大ニュースのインパクトが強く、心理状態が下降している。一方、株価は上昇しており、富裕層の購買意欲は衰えていないが、今後、首都圏の緊急事態宣言等が発せられた場合の懸念が絶えない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染者数が増加傾向にあるため、来店客数の減少が予測される。
▲	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス禍で迎える初めての年末年始となるが、人の動きも含め、かなり自粛されると考えられる。人の動きが止まると物の動きも止まることから、これから2～3か月は厳しい状況になる。
▲	百貨店（プロモーション担当）	・年末年始に掛け、Go Toキャンペーンの規制等により、人の動きが制限されてくることが予想される。
▲	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスが再度感染拡大すると、再度巣籠り需要が発生し、食品スーパーマーケットは潤うと考えられるが、当社においては、近隣に競合先が新規オープンしたり、また、大手ショッピングセンターのリニューアルオープン等で、当面は厳しい状況が続く。しかし、年末商戦は、例年の傾向から、当社の生鮮食品の人気は高く、一定の売上増加が期待できる。
▲	コンビニ（経営者）	・3か月後に新型コロナウイルス感染が減少しているとは考えられず、近隣施設でのイベントも減少しているため、まとめ買いもない状態である。改善の見込みは、当分ないと危惧している。

▲	コンビニ（経営者）	・たばこの値上げがあったが、売上としては、粗利が非常に少ないため、利益に大きく影響はないが、客数の減少要因になり、たばこ購入のついで買いに影響が出ている。また、Go Toキャンペーンの地域共通クーポンの利用も目立っているが、前年を上回る要因になるほどのインパクトは感じられず、今後も悲観的な状況である。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染が再拡大していることで、テレワークや飲食店の時短営業が増加し、コンビニエンスストアも客数減少の影響を受ける見込みである。
▲	コンビニ（エリア担当）	・冬が本格化し、新型コロナウイルスの状況から、再度引締めムードが高まる。
▲	コンビニ（店長）	・今後の新型コロナウイルス第3波、第4波感染状況の影響による。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染者の増加が、懸念される。
▲	衣料品専門店（店員）	・第3波がいつまで続くのか不透明で、不安である。
▲	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの状況次第である。5～7月は特別定額給付金の給付により、家電では良くなっていたが、今年の3～4月は前年比60%であったため、予測ができない。
▲	住関連専門店（経営者）	・収束し始めた新型コロナウイルスの感染が拡大しつつあり、今月後半Go Toキャンペーン事業の見直しが始まっている。飲食店や宿泊業の回復見込みが遠のき、消費者もここ2～3か月が我慢のしどころだと考え、先行き不透明で不安な状況である。
▲	高級レストラン（経営者）	・当店は国内外の客対象の営業であるため、人口の多い都市からの移動が制限され、その状況が続くことにより、売上の減少が懸念される。
▲	一般レストラン（スタッフ）	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの施策状況にもよるが、今後の新型コロナウイルスの影響は計り知れない。年内は、まだ外出ムードがあるが、寒くなる年明けの新型コロナウイルス感染者数次第では、過去最低の水準に陥る可能性が想定される。
▲	スナック（経営者）	・10月で新型コロナウイルス禍の来客数最悪の状況を抜け出したかにみえたが、第3波の影響で、大きく来客数が減っている。気温の低下で、新型コロナウイルス感染者の増加が予想され、外食や宴会の自粛が広がる可能性が高く、景気が上向く気配を全く感じない。
▲	居酒屋（経営者）	・寒くなり、新型コロナウイルスの感染者が増加していき、今後更に影響が出てくる。
▲	観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルス禍の状況次第であるが、Go Toキャンペーンが終了した後に、団体客の動きがあるかがとても不安である。
▲	旅行代理店（職員）	・ここ数か月Go To Travelキャンペーン効果は出ていたが、11月と比較すると、Go To Travelキャンペーンの一時停止に影響され、1～2月出発旅行の買い控えがあり、やや悪くなる。
▲	通信会社（業務担当）	・新型コロナウイルスの影響が出ると、また売上が落ち込む可能性がある。
▲	ゴルフ場（従業員）	・前年は多少あった海外からの来場者は、今年は見込めないため、10～12月の繁忙期が過ぎると今より悪くなる。
▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルスの再流行の兆しで、年末年始の人の動向が鈍化し、全体的に経済の流れが悪くなる。また、新型コロナウイルスのワクチンの有効性も不明瞭である。
▲	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）	・新型コロナウイルス第3波の拡大が懸念され、利用者のキャンセルや利用自制につながる可能性があり、通所系サービスの営業自粛も考えられる。
▲	設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの状況次第である。
×	一般小売店〔青果〕（店長）	・これから年末になり、お歳暮のギフト商戦になる。お中元商戦では、心理的なものもあり、前年と比較するとかなり数字が悪かったため、厳しい状況になる。
×	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス第3波感染拡大に対して、客は慎重になり、特に小売では金が回っていない状況である。それに反して、株価が上昇しているが、一部の人のみに影響があるだけである。お歳暮ギフトは11月が中心になるが、店頭では25%のマイナスで非常に厳しい状態である。それに反して、Webの受注がかなり伸び、売上全体では10%のマイナスになっている。

	×	スーパー（店長）	・11月に入り、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの影響による人の動きで、新型コロナウイルス感染第3波へ突入している。それにより、客の防衛意識が高まり、今後、食品以外の需要は間違いなく低迷することが懸念される。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染が収束しない限り、人の行動は制限されたままであり、小売業やサービス業、飲食店、観光業等、業種によっては厳しい状況が続く。
	×	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）	・新型コロナウイルス感染第3波の影響が懸念されている。特に、東京都が時短要請を出したと同時に客足が鈍り出しており、このまま冬の年末年始商戦を迎えることになるため、非常に不安である。ワクチン開発に期待が高まっているが、この冬の感染拡大には間に合わないため、感染拡大と経済のバランスを考慮した政府方針に期待したい。
	×	高級レストラン（経営者）	・11月はGo Toキャンペーンで、何も問題なかったが、4週目になり当地で新型コロナウイルス感染者が増え始め、また、都心部のGo To Travelキャンペーンの客も減少し、キャンセルも出ている。繁忙期である12月には、団体客の予約は入らず深刻な状態である。
	×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・年末年始に見込んでいた売上が、今年は例年のようには見込めないため、悪くなると見込んでいる。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・人の往来が増えたことで、新型コロナウイルスの感染者が増えている。ワクチンが行き渡らない限りは、景気は安定しない。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が三度急増しており、不安要素が大きく、予断を許さない。
	×	タクシー運転手	・他の地域では、新型コロナウイルス感染の第3波が発生しているが、感染者が少ない当市でも同じ状況になると予想される。そうすると、繁忙期である12月にかかりの影響を受けると懸念される。
	×	観光名所（従業員）	・Go Toキャンペーン事業は継続されるが、シーズンオフに入るため、入場状況は悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染拡大により、賃金やボーナスがカットされており、今後この影響が出てくると予想され、新增改築等の住宅建築への大きな支出は先送りされると考えられる。また、地方は都市部よりも遅れて影響が出る傾向がある。
企業 動向 関連  (九州)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向け、予算消化の見込みが残っているため、若干の期待はできる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・若干良くなる見通しであるが、新型コロナウイルスの感染状況が年末にかけ不安定になっており、今後も注視が必要である。
	○	広告代理店（役員）	・11月以降のプレゼンテーション業務が増えている。特に、アカウントの多い競合プレゼンテーションが増えている。
	□	農林水産業（経営者）	・12月は繁忙期で、新型コロナウイルス禍でも若干の期待を持っていたが、鳥インフルエンザの発生により、原料調達に影響が出てきそうである。工場の稼働も例年の約70%に落ちると予想され、近年にない悪い年末になる。1～2月は、消費が伸びないところに12月調達予定の原料が先延ばしできないため、工場は稼働しなければならず、最悪の状態になると危惧している。また、在庫負担に苦しむ年明けになると予想している。
	□	化学工業（総務担当）	・自動車部材原料の出荷が上向いているが、他の不透明要因と合わせると変わらないと考える。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・Webでは、ふるさと納税が前年より売上が上がっているが、地元産地の卸商社からの受注は、ほとんど横ばいである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の体制が、はっきりしないことが一番の問題である。恐らく取引先でも社内的な締め込みがあるため、外注である当社に対してもそれなりの要求があるのではないかと危惧している。現況から良くなるとは、とても考えられない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いや見積りが若干増えているが、まだ予断を許さない。新型コロナウイルス第3波によって、更なる影響が出ないか心配である。

□	電気機械器具製造業（経営者）	・現在と同じ程度の受注が、3か月後も続くと考えられる。
□	精密機械器具製造業（従業員）	・まだまだ受注量の軽減が続き、生産量が厳しい状態にある。今後も受注量の動きがみえず、現状が続くと予想される。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・前月に引き続き、当初計画台数より高い台数で維持されている。今後、生産台数を増やす計画はない。
□	建設業（従業員）	・今期の受注額は、達成できている。また、見積案件は多くないが、受注に向けて配置人員等を考慮していきたい。新型コロナウイルスの影響が、この冬の業績にも影響するため、今後の動向に注視したい。
□	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルスが落ち着くには、まだまだ時間が必要である。また、収束しても従来のような貨物の入出庫にはならないと荷主は考えており、新しい供給方法を考える必要があるため、当面は景気は変わらないと推測する。
□	通信業（職員）	・受注額が安定しており、年度末ごろまではこの状況が続くと考えられる。
□	通信業（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響に変化の兆しが見られず、先行き不透明な状況が2～3か月先も継続する。
□	不動産業（従業員）	・ホテルの稼働率は、低調な横ばいで推移している。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・景気が悪い業種がある一方で、良い業種もあるため、全体的景気はプラスマイナスゼロである。
□	経営コンサルタント（社員）	・外出しづらい状況のため、人と面談できず、新しい動きも期待できない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数、問合せ件数に変化がない。
▲	食料品製造業（経営者）	・受注はある程度見込めるが、原料の農産物が夏場の悪天候や産地での病気等の影響により、潤沢に仕入れができない状況である。
▲	繊維工業（営業担当）	・また、自粛ムードになってきたため、販売は大変な状況になる。したがって、生産側はもっと厳しい状況に置かれると予想される。
▲	家具製造業（従業員）	・新規案件や見込み案件も低調な状態のまま、新型コロナウイルス感染症の第3波の影響が重なり、打開できる材料が全く見当たらない。また、数少ない大型物件は、競合激化に拍車が掛かり、厳しい単価での競り合いが予想される。
▲	金属製品製造業（事業統括）	・毎日の感染者数が心配であり、先行き不透明なため、今後の見通しが立たない。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、受注量が読めない。
▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・これから寒くなり、新型コロナウイルス感染者が増加すると予想されるため、再び工場稼働率が下がり、生産低下を予測せざるを得ない。
▲	建設業（社員）	・今は忙しいが、年度末や新年度のことを考えれば受注しておきたい一方、技術者不足により、入札に参加できていない。官公庁の発注も少ないが、平準化で発注がされないため、発注時期が偏っている。発注時期の勘案があれば、受注に参加する同業者は多い。
▲	輸送業（従業員）	・6か月先の発注まで、低単価製品の受注が増加している。卸や小売でも仕入れを控えており、広告も絞り、低迷が続く見込みである。
▲	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加しており、Go To Travelキャンペーン等の運用が一部厳格化されてきているため、ホテルや旅館、飲食店等では、先行きを不安視する企業が再び増加している。
▲	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染者が急増しており、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンの盛り上がり、経営者や事業者のマインドが年末に掛けて下がる傾向になり、人の動向も鈍ると考えられる。今後2～3か月は若干景気は悪くなる。
▲	金融業（営業）	・新型コロナウイルスの第3波の影響により、消費は下向きである。国際的な景気も悪化すると考えられ、景気は、政策により積み上がっている分の剥落が予想される。

	▲	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染再拡大やG o T oキャンペーンの縮小等の懸念材料が浮上しており、4～6月のピーク時ほどではないが、景気に冷え込みが予想される。また、今後は米国大統領就任後の施策や動向、世界経済に及ぼす影響についても注目していく必要がある。
	▲	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染拡大に対する不透明感が強まるなか、今後の資金繰りを懸念する声が多方面から聞かれる。年末年始の消費喚起イベントの規模縮小や自粛が見込まれる等景気回復の足取りは重い。
	▲	経営コンサルタント（社員）	・飲食店の客数減少が影響し、景気は悪くなる。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・国内での新型コロナウイルスは増加傾向にあり、先行きは不透明さが増している。
	×	輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染が再度拡大している。G o T oキャンペーンも見直しを迫られており、経済にかなり影響を与えることは疑いの余地もない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・通常、9月と12月に追加で調査等の委託業務が予算化され発注されるが、今月に入っても追加の発注等の動きが少ないため、新たな業務を受注できる見込みが低い。このため、景気が悪化することが予想される。
雇用 関連  (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染の拡大状況にもよるが、上半期に終了した契約の穴埋めの求人が、増加傾向にある。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの給付金事業等が落ち着き、新型コロナウイルス禍は長期戦となっている。プラス要因が今の時点ではみえないため、新年度の雇用供給は横ばいの予想をしている。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染者数の増減に伴い、求職者の行動が変化している。企業からの注文も、落ち着いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・雇用調整助成金の延長実施が検討され、現状より企業の景況感が悪くならないと予想される。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・良くなってほしいという期待はあるものの、新型コロナウイルスの影響が続く限り、人の動向の鈍さは続く。G o T oキャンペーンの影響で動きがあるが、第3波が懸念されており、悲観的になっている。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染者の増加というマイナス要因もあるが、現状では商業施設の複数新設等のプラス要因が上回っている。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染拡大が続いているが、4～5月のように全面的に経済活動等をやめるとは考えにくい。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は継続すると考えられる。長期にわたる業績の悪化等により、新卒採用者数の調整は、更に進むと考えられるが、将来的な企業活動の継続を勧奨すると、多くの企業で採用者数を大幅に減少させることは考えにくい。また、オンラインによるインターンシップの実施を検討するなど、採用選考活動に向けた動きがみられる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス第3波の状況により、受注が減少する。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	・九州では新型コロナウイルスの感染者数が少ないこともあり、現時点では新聞広告量にも目立った影響が出ていないが、既に旅行広告に陰りが見え始めている。気温の低下とともに、九州でも感染者数の増加は十分に予想されるため、先行きは楽観視できない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染拡大の第3波が発生し、地方でも感染者は少ないながら、連日新規感染者が発生している状態である。年末年始の移動や宴会等の飲食は抑制され、それに伴い消費行動も下向きになると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比減少幅は、飲食サービス業も含め小さくなっており、特に宿泊業は、G o T oキャンペーンの効果で増加している。しかし、新型コロナウイルスの感染が拡大しているため、再び求人数が減少すると予想している。
▲	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の特例措置等が延長されたものの、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化することで、厳しい状況となる可能性が否めない。	

▲		民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響で厳しい状況のため、人件費の抑制や、仕事減少により採用数減少になっている。効果的なワクチンが開発され、以前の経済活動ができるまでは、特に九州のような地方は厳しい。
×		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・冬を前に新型コロナウイルス感染拡大が心配されているが、年末年始の会合も家庭や個人レベルになると予想される。企業や団体から忘新年会中止の連絡が増えており、例年の動きが縮小されると、経済にかなりの影響が出ると考えられる。