

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)	◎	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店舗の売上は、3か月前の前年比は79.7%、当月の前年比128.1%となっているため前年比ベースでは回復傾向にみえるが、当月の前々年比は70.1%であり、前々年比ベースではあまり回復していない。ちなみに北海道物産展の売上について、前年は開催をしていないので比較はできないが、前々年との比較は57.4%になっている。一方、衣料品関係がけん引している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・今月は一大イベントである母の日があり、売上を伸ばすことができている。新型コロナウイルスの影響もあり、生産量を減らしているため、仕入価格が高くなったが、何とか売上上昇することができている。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・感染拡大により物産催事中止やオンラインへの変更になり、加えて集客を抑制したため、来客数は感染拡大前には戻っていないが、直近3か月は来客数が回復傾向にある。高齢者を含め滞留時間の短縮は継続しているが、午後の来客数はやや改善している。オンラインでの物販や物産催事の受注が多くなった。地方サテライトショップ、ギフトショップでは、遠出を避けた地元の客による購買傾向が継続している。周辺商店街の人通りも増加している。
	○	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出後、新型コロナウイルスの病床利用率が危険区域に達したことや、緊急事態宣言の延長が決定したことから、前年ほどではないが、巣籠り需要のための来客数の増加や客単価の上昇等が見受けられる。
	○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・来客数と売上高は、共に前年と比べて増加している。依然として前々年には及ばないが、緊急事態宣言の延長もあり内食需要が続いている。前年落ち込んでいた刺身やすし、総菜関係の伸びが大きい。
	○	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・徐々に夏らしい気候となり、夏物の寝具需要が高まっている。また冬物寝具を片付けるタイミングに差し掛かるため、買換え需要もみられる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、非常に売上が悪い。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線サービスエリア拡大で、販売量が増加している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・例年は今の時期には、販売量が大きく伸びるはずであるが、今年は3か月前と比較すると販売量の伸び幅が小さい。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・飲食店が多いこの商店街には、日頃は来街者が多いが、新型コロナウイルスの感染拡大により、時短営業の要請や不要不急の外出を避けるため、ほとんど来店客がいない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出され、商店街を買い物で回遊する客が非常に少ない。都市部でひっ迫しており、地方でも外出を控える人が多くなり、特に高齢者はその傾向が顕著である。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスに大変影響されている。購買意欲が落ちている上に、当地では変異株の感染者数が増加している状況で、全体の購買力に影響を与えている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月中旬から持ち直しの傾向があったが、再度の新型コロナウイルス感染者数の増加により、中心市街地で営業している店舗が最悪の状態に戻っており、他チェーンに譲る予定である。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、昼の来客数が減少している。ただし、夕方に酎ハイ等の酒の需要が伸びている。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の影響で、周りの飲食店が時短営業をしており、また、夕方からは酒類の販売量が若干伸びている。

□	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの終息がみえないため、来街者はほとんどいない。
□	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらず、景気に変化がない。
□	家電量販店(店 長)	販売量の動き	・緊急事態宣言が発出され、新型コロナウイルスも落ち着く状況ではないが、以前のような新型コロナウイルス特需はない。先行きの不安から財布のひもが固く、高単価商材の販売量が減っている。
□	家電量販店(広 報・IR担当)	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言時は休業店舗数が多く単純に比較できないが、大きく落ち込んではいない。買換え需要も底堅く、現状維持の状況である。
□	住関連専門店 (経営者)	それ以外	・前年は新型コロナウイルスの感染拡大によりイベントが全て中止になったことで、大幅な売上減少となり懸念していたが、今月は下見に来ていた客の購入が多く、売上が伸びている。
□	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・客の動きは、2～3か月前と比較すると若干減少傾向にあるが、巣籠り需要の影響で客が購入する量は増加している。したがって客単価の増加のため、前年と比較すると売上は横ばい状態である。
□	その他専門店 [書籍](副店 長)	販売量の動き	・緊急事態宣言と梅雨入りが重なり、来客数と販売量が共に減少している。
□	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	・都市を中心に緊急事態宣言が出ており、当県は飲食店の時短要請があるものの、比較的マイナス影響は少ない状態が続いている。緊急事態宣言の影響で、シネマの一部と厳しい状況が続いている旅行代理店以外は、前年比2けたの増加で好調に推移している。2019年比でも、約90%と回復傾向にあり、緊急事態宣言が解除されることを期待する。一方、旅行代理店は壊滅的な状況であり、支援策が早急に必要と考えている。
□	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感染拡大で緊急事態宣言が発出され、時短営業要請によりレストラン業務が全く機能していない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・前年と比較すると県外からの客が増えず、キャンセルも多い。
□	タクシー運転手	それ以外	・コロナ禍で緊急事態宣言が発出されているが、状況が変わっておらず景気は最悪である。
□	通信会社(統括 者)	販売量の動き	・前年は時短営業になり比較できないが、販売等は前々年並みで推移している。
□	競馬場(職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、加えて延長も検討されているため、来客数が激減している。
□	美容室(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大で外出自粛していた客の気持ちに、余裕が出てきており来客数が若干増加している程度で、余り変化はない。
□	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	・落ちていた新型コロナウイルスの感染が、ゴールデンウィーク後急激に拡大し、イベント会場の使用や予約がほとんどない。
□	学習塾(従業員)	来客数の動き	・現状では少しずつ上向いているが、3か月前と比べると余り変わらない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・受注状況は、この3か月ほぼ変わらず推移している。
▲	商店街(代表 者)	来客数の動き	・例年より20日早い梅雨入りになり、また、新型コロナウイルスの影響も続いており、商店街の通りも減少している。
▲	商店街(代表 者)	来客数の動き	・これ以上の下げ幅がなく、余裕がない状態である。飲食や旅行関係だけではなく、大半の店が新型コロナウイルスの影響を受け、悲観的になっている。
▲	商店街(代表 者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後には新規感染者数が増加しており、特に5月中旬に100人以上の感染者が出てからは、来街来客数が減少しており、売上も大きく落ち込んでいる。
▲	一般小売店[鮮 魚](店員)	お客様の様子	・飲食店向けの小売店だけでなく、一般向けの小売店も客は少ない。魚価は安いにもかかわらず、売上が上らず利益が出ない。しかし補償はなく、大変ひっ迫している。

▲	一般小売店 〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・再度の緊急事態宣言や飲食店の時短営業で休業している店も多いが、当店は飲食店にも納品しているため、売上にかなり影響している。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・土日の休業要請が発表され、営業している売場が限られており、明らかに減少している。
▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・コロナ禍でのまん延防止等重点措置における外出自粛により、来店客が大きく減少している。加えて、各種のイベントや行事が中止になり、人の動きがなくなり、需要も大きく減少している。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出により更に人の流れが抑制され、来客数が減少している。コロナ禍から約1年経過し、消費者の購買行動も明らかに変化している。店舗での購入より、Webでの市場が急拡大している。
▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・コロナ禍の影響で、巣籠り需要が普通になっているが、新しい生活に慣れてきて、購買動向に変化が出ている。買いだめや家庭での調理が減り、持ち帰り総菜や必要以上の購入を控えるなど、巣籠りの在り方に変化がみられる。したがって、来客頻度は上がったが、販売量は以前より低下している。
▲	スーパー（統括者）	単価の動き	・前年のコロナ禍との比較では、来客数は維持しながらも客単価の減少が影響し、全体的に売上が下がっている。一方、総菜部門は好調で水産や酒が健闘している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・例年であればゴールデンウィークは、人の動きが活発になり、家族連れを中心に買上点数が増加し、売上も上がるが、今年はゴールデンウィークに入った途端に客足が大幅に鈍くなり、大きく前年を割っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言下でも、新型コロナウイルス感染者数の減少がみられず、20時以降は極端に人出が減少し、来客数が伸びない。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加で、売上の落ち込みが著しい。
▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、百貨店は土日が臨時休業となり、客足も悪くなっている。
▲	衣料品専門店（総務担当）	それ以外	・緊急事態宣言が発出されたために、来街者数が激減し、その結果、来店や売上が非常に落ち込んでいる状況である。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・前年の巣籠り需要や特別定額給付金特需が大きいのしかかっており、かなり厳しい状況である。客の購入は、1回の来店が決まらないことが多くなっている。
▲	家電量販店（総務担当）	来客数の動き	・5月に入り来客数が激減している。新型コロナウイルス関連の特需も一段落したことに加え、端境期が重なったことが要因と考えられる。夏商戦までは、今の厳しい状況が続く。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・年度末商戦が終わり、新車の需要は下がっている。
▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客は大きな出費に対して、慎重に判断している。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・自動車販売では、コロナ禍の影響をほとんど受けずに順調に販売を続けてきたが、半導体供給不足のため新車製造が落ち込み、販売店への供給が少なくなり、新車販売台数の減少が続いている。
▲	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの報道もあり、余り感染者がいない地域でも来客数への影響は大きく、売上が余り望めない状況にある。
▲	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第4波で、県外からの人の流れが止まっている。運営するホテルの客室稼働率は5月は25%前後、6月の予約は更に落ち込み、平均15%の状況である。レストランでも酒類提供自粛要請が響き、ランチ、ディナー共に週末以外は閑散としている。

▲	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・コロナ禍が続いているが、当県では前月まで緊急事態宣言が出ていなかったため、近隣の客が若干来店していた。しかし、緊急事態宣言の発出により、客足が止まってしまっている。補助金は底を突き、借入れをしなければならない状態で、この先が非常に危惧される。
▲	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・早めの梅雨入りの影響もあるが、新型コロナウイルスの感染拡大により県外からの来場自粛が多くなり、また近隣の市町村では感染者数が増加していることで、地元や企業のコンペが中止となり、予約数が大幅に減少している。
▲	ゴルフ場(営業)	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の影響で、予約はキャンセルとなり、客は減少している。
▲	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	・5月に入り緊急事態宣言が発出された影響で、サービスキャンセルが発生し、売上が減少している傾向である。
▲	設計事務所(所長)	単価の動き	・食品等生活必需品の価格が上がっている。
▲	設計事務所(代表)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響でイベントの開催ができず、来客数が減っている。
▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・緊急事態宣言により外出が抑制され、住宅関係の展示場への集客がしづらい状況である。そのため物件の動きもなくなっていくという悪循環に陥っている。賃貸関係では、新型コロナウイルスの感染が先行き不透明のため、引越先を送りする人が多い。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・小売に関して来客数が大幅に減少している。来客数減少の要因として、例年5月は売上が減少するという季節性と、緊急事態宣言の影響が挙げられるが、それぞれ減少にどの程度寄与しているかは判然としない。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・4月後半から来客数が激減している。
×	一般小売店[精肉] (店員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策による時短営業要請や休業要請の影響で、飲食店向けの販売量が激減している。
×	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され外出自粛が要請されており、来客数は大幅に減少している。午前中に買物を短時間で済ませる傾向にあり、夕方の来店は少なくなっている。最近では、郊外店におけるファミリーの入店が特に減少している。
×	スーパー(店長)	お客様の様子	・食品以外への支出は全体的に抑えられている傾向である。売上動向について、食品関連では新しい生活スタイルが普及し、健闘している一方で、衣料関連は新型コロナウイルス第4波の影響で低迷しており、住宅関連は前年の新型コロナウイルス予防商材特需の売上と比較すると苦戦している。
×	コンビニ(経営者)	それ以外	・緊急事態宣言発出によるイベントの中止や感染者数増加による近隣学校の休校やオンライン授業再開、テレワーク等により、人の動きが大幅に減少し、来客数が減少している。生活必需品や外出自粛生活での購入状況も自粛疲れで鈍くなっており、当店は厳しい状況である。
×	コンビニ(店長)	それ以外	・ホテル内にあるコンビニエンスストアのため、宿泊客数減少に応じてかなりのダメージを受けている。
×	衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・通常では2月が一番売上が悪い状態であるが、今月は緊急事態宣言や時短営業の要請の影響で、消費者の外出が少なくなっており、来店客が非常に少ない状態である。購入はあったものの、外出自粛により売上にはつながらず、厳しい月である。
×	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	・緊急事態宣言が発出され、客の動きが鈍くなっている。また、商業施設への時短営業や休業要請等もあり、状況が悪くなっている。

	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークはほとんど来店客がおらず、テイクアウトの注文が若干あった程度である。また時短営業の要請があり、ほぼ予約がない。時短営業期間でも客の来店はあるが、注文が20時まで、閉店が21時までとなると大変厳しく、繁華街には人が動いていない状況である。
	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・若干良くなっていたが、緊急事態宣言が発出され、外出自粛や休業要請があり、酒の提供ができず、県外からの客や市内でも夜歩いている人はいない。当店でも休業しなければならず、ほぼ売上がなくなっている。
	×	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・時短営業による自粛で、状況が悪くなっている。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言による営業自粛で休業中のため、状況は深刻である。
	×	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	・景気下向きの理由として、飲食店の酒類提供禁止が挙げられる。飲食店は苦しい状況ではあるが、時短営業や休業要請で休業支援金や雇用調整助成金を申請できる。一方で飲食店の取引先には補償がなく、苦しい状況である。
	×	都市型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、対応の仕様がいない状態である。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・再度の緊急事態宣言により、夜のタクシー営業が再び停止になり、昼間だけの営業で売上は、通常の2～3割であり、売上歩合制度のため休業補償と併せても、苦しい状態である。
	×	美容室(経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言発出後、人の動きが悪く、おしゃれ産業の景気が徐々に悪くなっている。売上高が落ちており、先行きが不透明なため、打開策を見いだすことができない状態である。
企業 動向 関連	◎	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の影響により、半導体事業関連が増産傾向である。
(九州)	○	出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量の動き	・今月は、客のオーダーメイド地図が好調である。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体の動きが良くなるにつれて、他の電子部品の動きも良くなっている。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	受注量や販売量の動き	・前年4～6月の売上が最低だったこともあり、若干良くなっている。
	○	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・自動車向けデバイスが若干上向きになっているが、まだまだ回復には至らない状況である。
	□	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・4月は予想に反して好調であったが、5月の連休後に厳しい状況になっている。少し戻りかけてきた外食部門が、新型コロナウイルスの影響で、伸び悩んでいる。量販店や冷食加工向けの納品は、好調な動きを示している。
	□	農林水産業(従業者)	受注量や販売量の動き	・例年より2週間早い梅雨入りにより、春野菜や一番茶は、5月下旬の出荷量減少と単価の上昇が起こっている。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年の水害被害から復興が進んでいるものの、売上、生産共に急には元に戻らないため、今後も懸念材料が多い。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年と比べると、受注は回復している。
	□	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、今年度も最大のイベントである陶器市開催が中止になった。前々年と比較すると陶器市中止による落ち込みはあるが、前年より商品の動きは良くなっており、売上が上向いている。
	□	金属製品製造業(事業統括)	受注量や販売量の動き	・前年比での受注量はほとんど変わらない。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前月は少し持ち直しの気配があり受注額が伸びていたが、今月は受注額の伸びが鈍化している。
	□	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・引き続き主要取引先からの受注が好調である。

	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注予定がようやく出そろっている。平準化やゼロ債等の予算で、発注も多くなるかと期待をしたが、例年と変わらない。社員の勤務のこともあり、民間や下請でも受注できるように営業を強化していく。
	輸送業（従業員）	取引先の様子	・前年から高止まりが続いているが、コロナ禍で健康食品が急伸している。
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が延長となり、状況としては変わらない。相変わらず物量は低水準のままである。
	通信業（経理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス対策に、具体策がみられない。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店の売上はやや弱含みながら、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの売上は緩やかながら持ち直しており、また住宅販売も上向きの兆しがある。一方、新型コロナウイルス感染者数が多いため、地元企業の求人が減少しており、雇用者所得は伸び悩んでいる。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・半導体や工作機械等製造業で一部持ち直しの動きがみられる。一方、緊急事態宣言の発出により宿泊や飲食店等のサービス業の需要は回復しておらず、依然として低水準の推移が続いている。業界によって景況感に温度差はあるものの、全体としては3か月前と同様に景気は悪い状況である。
	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・自治体関連の広告には動きがあるが、民間の動きは少ない。
	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・収益が回復している客もいるが、コミュニケーション費用の削減が客内で常態化してきている。
	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・今月の連絡会議はまだ開催していないが、全体の景気動向に変化がみられない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注件数や受注金額に大きな変化がない。
	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・緊急事態宣言が発出されているが、新型コロナウイルスへの対応が分かるようになり、客への訪問も以前より断られるケースが減少し、業務に余り変動はない。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が発出され、飲食店を中心に営業自粛が続くため、関連する食品会社、飲料会社等取扱量が2019年の5～6割程度と落ち込み、倉庫の在庫は減少している。またウッドショックにより木材の輸入が大幅に減少し、木材の価格高騰が続いている状態である。
	金融業（営業）	取引先の様子	・緊急事態宣言の影響は、第1波ほどではないにしても、マイナスに作用している。宿泊施設や飲食店の打撃は大きい。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の発出、延長により、酒の提供をする業種はほぼ売上が上がらない状態が続いている。したがって、他の業種のマインドとは大きく異なり、業種によって2極化している状況である。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・飲食店等では新型コロナウイルスの影響による時短営業が続いており、繁華街は閑散としている。ゴールデンウィーク中の行楽地の人出は、前年からは回復したものの通常には程遠い。
	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	・市町村からの委託で調査や計画策定支援等の業務を行っているが、新型コロナウイルスの感染拡大が収束せず、今月に当県でも緊急事態宣言が発出されたため、当初予算の執行が遅れている。例年では、5月には一定の発注が行われているが、まだ発注されていない業務が多い。このため景気が悪くなっている。
	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・マスクや防護服の受注がなくなり、既製品の仕事はないに等しい。ほとんどの工場では、雇用調整助成金頼みになっているが、経営として苦しい状態である。
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・業務用商材の売上に急激な落ち込みがあり、休業を余儀なくされている企業がある。
雇用	◎	—	—

関連 (九州)	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2年連続で前年比が増加しており、増加率は40%である。さらに、有効求人倍率は、0.82倍と約2年ぶりに前年比を上回っている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・前年同時期と比べて内定している学生が増えている。その点では、緊急事態宣言は発出されているものの、長期的には良くなりつつある。しかし外国人留学生に関してはかなり厳しい状況で、全体的にはやや良いという状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・好条件の派遣案件でもなかなか人選に苦労している。新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、派遣業界に関しては、受注の停滞や求職者の動き等をもみても、景気の上向きを感じる材料が乏しい。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・求人情報誌の求人広告取扱件数が、前年比30%のダウンで推移している。景況感は、5月の連休前まで活発に動いていたが、緊急事態宣言が発出されると人の動きや休業する店も増え閑散としている。
	□	学校〔大学〕 （就職支援業務）	求人数の動き	・2022年卒業の求人は、業種により差があるものの、ほぼ例年通りに動いており、企業の採用活動も前年よりは順調に動いている。内定を得ている学生も前月より増えている状況である。
	▲	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・退職者の後任を取らない企業が3割ほど出ており、新規注文も前年と比較して半分以下という月が続いている。さらに勤務しているスタッフの時間縮小の相談も数件ある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言を受け、周辺企業の広告活動が再び弱含みとなっている。当社では例年5月に求人特集を行っているが、大幅な落ち込みをみせた前年を更に大きく下回っている。また旅行・ホテル関係の広告もほぼ止まっており、緊急事態宣言の延長もあり今後も見通せず、景気は悪い。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・5月半ばからまん延防止等重点措置が実施されたため、飲食店での酒類提供も制限され、休業している飲食店も多い。それにより人の流れも抑制され、中心市街地等の人出も少ない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・緊急事態宣言の発出により、国や自治体で様々な感染対策や事業者への支援が行われている。しかし、一時的には効果があるかもしれないが、求人広告の動向も春先から比べやや下向きになっており、更に長引けば、解雇等の動きが出る可能性もある。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・緊急事態宣言発出により、取引先の休業や披露宴のキャンセル等が続いている。
	×	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の大幅な減少がみられる。
	×	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響で、収益減となり廃業する事業者が出ている。また引き続き休業している事業者も多く、今後が心配される。