

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)	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時短要請が解除されたことにより、飲食店向けの販売量が大幅に増えている。
	◎	競馬場（職員）	来客数の動き	・客の来場が増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街では、春先と比べると客の通行量が増え、微弱ではあるが活気を取り戻しつつある。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・高齢者のワクチン接種が進み、一般の来街客が多くなるかと期待していたが、まだまだ少なく、商店街の主な客層である高齢者も少ない。3か月前と比較すると若干改善しているが、特に前々年からの比較では、非常に厳しい状況である。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除されたこともあり、ようやく物が動き始めている。土用の丑の日が近いということもあり、ウナギの売行きは良いが、同時に新型コロナウイルスの感染者数増加が大変危惧される。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、夏休みにも入ったことから、少しずつ客が増えている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第4波の影響が大きかった4月後半から5月と比較すると、来客数は増加傾向である。夏休みに入り子供向けのイベントも開催している。しかし、東京オリンピック開催による巣籠りの影響もあり、回復のスピードは鈍い。
	○	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店合計について、4月の前年比は179%で、当月の見通しでは前年比112%になっている。前々年の4月との比較は78.5%、7月は90.2%となっており、若干良くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年が新型コロナウイルスの影響により、来客数を大きく落としたため、手放しで喜べる状況ではないが、ひとまず底を打ったのではないかと考えている。外食が控えられるなか、コンビニエンスストアでは、ある程度の品物がそろえられるように野菜や果物の品ぞろえを強化し、そのことが売上に貢献している。しかし、経営的には余りスペース効率が良い商品とは言いがたいところもある。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は、順調に推移している。夏に入り天候も良く、来店客も多くなり、特に飲料水やアイスクリームの売上が大きく上昇している。前月までの厳しい状況から一転して良くなりつつある。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・セール等のイベントに対して、客の反応がよくコロナ禍以前の状況と変わらない。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	それ以外	・従来の客の動きからでは、5～6月は変わらないが、取引先である一部の地区のホテルや旅館関係では、クーポン等の行政からの後押しもあり、宿泊客が若干増加している。それに伴いコーヒーの卸も増加傾向で推移すると予想される。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・当県では、新型コロナウイルスの感染も落ち着き、ワクチン接種の普及もあり、少しずつではあるが回復傾向である。しかし、感染状況次第では景気も変わるので安心できない。
	○	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	・2021年4月下旬から5月にかけての酒類提供停止期間と比較すると状況は良くはなっている。しかし、根本的な感染拡大防止とはなっておらず、緊急事態宣言が解除された直後に感染者が急増し、再び緊急事態宣言発出となっている。同じ施策の繰り返しで、今回の飲食店への時短営業や酒類提供停止による景気悪化を懸念している。
○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ワクチン接種が普及してきたが、都市部での新規感染者数は減少傾向にない。当県内では観光事業支援は1人当たり県割り5000円、市割りが5000円の補助があり、地元の個人客は増えてきてはいるが、平日はまだ従来の来客数には戻っていない。	

○	観光型ホテル (総務)	販売量の動き	・運営するホテルの平均客室稼働率が、本年度初めて40%台に回復、館内レストランも週末は予約で満席状態になり、売上は軒並み上昇している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、7月は夏休みに入るため、昼夜を問わずはじけるように人出が多くなり、タクシーの売上は増加している。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・買物先のスーパーマーケットや店舗来客数が多くなっている。
○	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で密を避けた社交需要として、世界的なゴルフブームとなっている。加えて、平年より早い梅雨明けで、天候にも恵まれたことにより順調に予約が推移し、実績にもつながっている。
○	美容室(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスに対してまだ恐怖心はあるが、気分転換で来店する客が増えている。
○	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	・高齢者のワクチン接種が進み、コロナ禍の新しい生活様式にも慣れてきたことにより、感染を恐れたサービスキャンセルが激減しており、前年比及び前月比でも来客数が増加している。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・当市の夜間の飲食店が少し緩和されたが、不要不急の外出自粛や第5波による営業時短要請があり、売上が上がらない。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・依然として来客数が戻らず、セールをしても前々年の70%である。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、売上が上向くのではないかと予想していたが、状況は変わっていない。また、ワクチン接種の効果も期待していたが、やはり客はまだ慎重な心理状態で、人の動きもなく、売上は増えていない。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・なかなか客が商店街に戻ってこない。組合では、7～8月分の組合費を免除している状況で、景気回復にならない。
□	一般小売店[茶](販売・事務)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増え続けており、外販での注文も減少している。店頭販売も、毎日暑い日が続いていることも要因の1つではあるが、新型コロナウイルス発生前までには戻っていない。
□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・ワクチン接種は進んだが、県内への夏休みの旅行や帰省への警戒感が強まり、依然早急な回復は難しい。一方、店頭外のサテライトショップやギフトショップ、ネット受注は期待できる。また、店頭の自家需要商材や紳士雑貨、リビング用品、家電製品やし好性の高い舶来雑貨・時計美術工芸等は依然堅調である。客単価や商品単価は維持しているが、慎重な行動と生活防衛は継続しており、物産催事の再開や県内外との往來の回復は見込めず、自家需要中心の来店と購買は継続する。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・前月と同様に食品関連が健闘し、衣料品や住余暇関連商材の苦戦状況には、大きな変動はない。
□	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の増減により、巣籠り需要も増減し、それが売上にそのまま影響をしている。ディスカウント店等の台頭により、来客数の減少は常態化しており、巣籠り需要による客単価の上昇が望めない時期は、売上も前年比マイナスとなる。
□	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・巣籠り需要の傾向は変わらないが、夏休みに入り、イベント開催時の来客は徐々に増えつつあることから、イベント待望感はかなりあると考えられる。しかし、販売量は前年に及ばず、売上高の増加には至っていない。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今月半ばにまん延防止等重点措置が解除され、多少人の動きが戻りつつある雰囲気であったが、今週に入り、新型コロナウイルス感染者数の増加で、8月から約1か月の飲食店への営業時短要請が発出された。これにより、再び人の動きが抑制され、景気回復は遠のいていく。

□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・レジの前に購入を誘うためのプラス1品商品を置いているが、必需品以外の購入は余りなく、思うようには売れていない。
□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、4月下旬と比較してもほとんど変化がなく、来街者数の減少により、来客数の減少が継続している。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電での7月は、季節に大きく影響を受ける月であるが、今年は平年並みで、状況は変わらない。
□	乗用車販売店（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスによる影響で状況は悪い。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・コロナ禍や半導体不足の影響で、新車販売台数が伸び悩んでいる。
□	住関連専門店（経営者）	それ以外	・来客はあるが、なかなか購入には至らず下見が多い。都市部でのキャンペーンもアクセスが減少している。
□	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）	来客数の動き	・前年の4月が緊急事態宣言だったこともあるが、今年は異常値で、見極めが難しい。売上を前年比でみると5月以降もシネマコンプレックスの影響で超過をしており、7月についても、複数の前提条件を仮定しているものの、前年を超過する見込みである。ただ、当県のまん延防止等重点措置や感染者数増加の影響から、消費者心理としては、アパレル等の嗜好品に対してはやや低下気味な印象を受ける。2019年対比でも既存店では、ニュートラルな水準に戻っている点から景気は変わらない。
□	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）	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、来場者は戻らず、苦戦している。インバウンドやGo To Travelキャンペーン等の施策の復活が期待される。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月中旬にやっと緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除され、通常営業が可能になっているが、中高年の客層はまだ外食を控えている。
□	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・来客数は上がっているが、低単価で推移している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・人流が少しずつ戻り、予約も徐々に増え始めていたが、新型コロナウイルスの感染拡大で、再び先行き不透明になっている。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスに起因する需要増加が、まだ続いている。
□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話の販売台数の見込みは、前年を上回り、前々年とほぼ同額で計画している。手数料の収入等は厳しい状況である。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前は春先になるため、美容業界では景気が良くなる傾向であるが、今は夏枯れ状態で売上が上がらず、自粛期間も長くなり、数字は横ばいが続いている。東京オリンピック閉幕後の景気回復は難しい状態である。
□	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	・予定していた受注が、経費削減の見直しで遅れて発注され、発注回数や施工方法も簡易なものになってきている。このような状況が続き先行きを不安視している。
□	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	・サービス業や観光業への新型コロナウイルス感染症拡大による影響に、回復傾向がみられない。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場の来場者数は、横ばいの状況が続いている。
□	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、自粛になり夜の飲食業は大変であるが、家計ではその分の浮いた費用が他の部分に回せることになり、物の買換えや趣味、投資等の支出につながっており、景気としては悪い面ばかりではない。しかし、状況としては、余り変わっていない。

▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・5月から緊急事態宣言の影響で、来店客が減少している。今月は新型コロナウイルス感染の拡大も要因の1つではあるが、更に猛暑も加わっている。
▲	一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・かなりの来客数減少となっている。要因として暑さが最も影響している。夏物野菜が、地物から県外物となっており、単価も高くなっているため、購入しにくい状況である。現在、新型コロナウイルスも感染拡大で、3か月前とは客の様子に変化がある。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・今の時期は花の購入が少なく、売上は落ちると予想される。
▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・自粛の動きはまだまだ強く、夏物処分期に入っているものの、例年の夏休みやお盆休みにある需要がなく、購入が大きく減少している。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・直近の動向として、気になるのが買上点数の減少である。その要因は、消費者の買い控え傾向が見受けられることによる。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年の落ち込みに対して、ある程度回復する見込みでいたが、前年同様に余りかんばしくない。7月上旬は雨が多かったが、それ以降は気温の高い快晴が続き、客の買上点数が減少している。
▲	スーパー（統括者）	販売量の動き	・来客数は何とか前年水準を維持したものの、1人当たりの買上点数減少により客単価が低下したため、売上は前年から3ポイント下がっている。また、家飲み需要が続いており、酒は絶好調で、中食である総菜やインスタペーカーも売上は前年水準をクリアしている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人流を伴う仕事、行楽、イベント等の減少が続いており、週末、祝日を中心に来客数の減少が目立つ。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・ワクチン接種が進み来店客は増えてきたが、外出自粛で新しい服を必要としないため、購入せずに店を出る人が多い。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・ボーナス支給月であるが、購買意欲を感じない客が多い。前年の給付金や各自治体による地域振興券等で先食いした感も受ける。
▲	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・梅雨明けしたものの、朝晩は過ごしやすいため季節商材の動きが鈍く、東京オリンピック開幕でテレビ等の拡販に期待したが、こちらも大きな伸びがみられない。
▲	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・自動車業界全体が半導体不足に悩まされており、納期の見通しが立たないまま商談を進める必要がある。
▲	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・例年と比べ、夏に動きにくい冬物寝具が動いており、単価は高い。しかし、事業を実店舗のみで展開しているため、酷暑で人通りが少なくなるこの時期は、必然的に来客数が少なくなる。過去3か月前と比較すると、業績は落ち着いている。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大で、再び人の流れが悪くなっており、売上に影響している。
▲	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・飲食店への営業活動を行っているが、緊急事態宣言の影響により、店が閉まっているケースが多く、訪問件数が減っている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・中心部から離れば、新型コロナウイルスの影響も少なくなるが、街中で店をしていると新型コロナウイルスの感染者数にとっても敏感になり、結果に出てくる。
▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・木材や鉄骨等の材料単価が上昇しているが、建設予算は下がっている。
▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントが開催できず、集客に困っている。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・地方の商店街は、都心部の商店街と違い、人通りがなく来店客がない。新型コロナウイルス感染に応じた対策は、一般小売店には非常に厳しいという声が事務局にも寄せられる。皆の疲弊が少し現れている。
×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ワクチン接種が進んでも、都市部からの人の流れが、悪影響を及ぼすと判断している。

	×	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・夏物おしゃれ着の動きが鈍い。新型コロナウイルスの影響で外出機会が減り、商品の動きがない。
	×	衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・4月は季節変わりで、外出自粛からのマインドにも変化があり、客の買い回りもあり、まとめ買いがあった。しかし、7月は東京オリンピック開催前から新型コロナウイルスの感染者数も増えていき、客の購買も慎重で、買い回りもなく、売上も厳しい状態である。
	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・若干客からの電話が入っている。当店では社用としての利用が多いが、会社の接待としての動きがないため、非常に厳しい状況である。
	×	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大の第5波が発生しているが、感染対策ができていないことに疑問を感じている。これでは、景気が上向くはずがないと考える。
企業 動向 関連 (九州)	◎	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの増産対応要請があり、更なる受注増加が見込まれる。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・客が電子部門関係の業者のため、半導体の動きに左右されているが、緩やかに回復してくる見通しは立っている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前月まで、取引先の受注量が思わしくなく、受注量が増えてなかった。今月中旬頃から新規の客からの引き合い見積りが増えており、月末にかけて受注量も若干増えている。
	○	電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・売上見込みが、やや上昇傾向にある。
	○	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・半導体関連が、好調を維持している。
	○	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・これまでの半導体部品の遅れを徐々に取り戻すために、全体的に増産体制になっており、どこもフル稼働状態である。
	○	建設業 (社員)	受注量や販売量の動き	・各発注機関の入札執行が多くなっているが、災害の発生があった地域では参加者のいない入札が多くなっている。当社の地域では、まだまだ不足気味で、もっと発注を望んでいる。
	○	輸送業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・関東では緊急事態宣言が発出され、物量は3か月前と比べ増えている。新型コロナウイルスに慣れ、ワクチン接種への期待等様々な要因が考えられる。
	○	新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック関連の広告出稿が増えている。
	□	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・7月に入り梅雨明けに期待をしていたが、外食部門はかなり厳しい売上が現実となっている。今期はかなり落とした計画であるが、それでも計画の90%を若干上回る程度の状況である。ここに来て、好調な量販店も前年より落ち込んでい。新しくネット販売も立ち上げたが、全体の落ち込みを補うことはできず、この状態が継続しているため、今後が懸念される。
	□	金属製品製造業 (事業統括)	取引先の様子	・3か月前には新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、引き合い数が増加していたが、結局受注まで至らず客の動きも停滞している。前年と比較しても大きく改善したわけではない。
	□	輸送業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍であるため、従来のような日常生活に戻っておらず、一部の業界では巣籠り需要等で新型コロナウイルス発生以前より良くなっている話も聞く。しかし、ほとんどの業界では回復しておらず、ワクチン接種が進んでも新型コロナウイルス発生以前に戻ることはないため、収益の柱を別の方向で対策する必要がある。
	□	輸送業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で健康食品の販売上昇は落ち着き、価格低下の兆しである。逆に低調であった化粧品の受注が、基礎化粧品を中心に増加している。全体的には受注量、販売量共に横ばいである。
□	通信業 (経理担当)	取引先の様子	・ワクチン接種は進んでいるものの、感染者数増加に対する歯止めが掛かっていない。	

□	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店の売上は弱含みながら、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの売上は持ち直しの動きがみられる。また、乗用車や家電の販売も持ち直してきている。一方、新型コロナウイルス感染者数が再び増加しており、労働需給や雇ユーザー所得とも弱い動きとなっている。	
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・夏季休暇シーズンを迎え、飲食店や歓楽街の人出には増加の兆しがみられる。また、県独自の観光事業の施策により、宿泊施設の稼働率にも期待が高まっているが、活況状況には施設のグレードによるばらつきもみられる。住宅部門ではマンションの需要が堅調である。	
□	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は、長期間継続しており、景気低迷が続いている。消費活動は、コロナ禍が落ち着くまで現状が継続する。	
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業では、自動車や半導体関連を中心に持ち直しの動きがみられる。しかし、飲食店やホテル等のサービス業では、緊急事態宣言が解除され、通常営業に移行しているものの、客足は十分に戻らず、依然として低水準での推移が続いている。業種によっては回復傾向もみられ始めているが、総合的には3か月前と変わらず、景気は悪い。	
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先は、前年からのセーフティネットの資金がだぶついており、資金面での需要はない。飲食業を含めた観光サービス業は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除されたものの、利用者は少なく、さらに、新型コロナウイルス感染者はここ数週間増加傾向であるため、現状は変わらない。	
□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客業務がなかなか活性化していかない。競合プレゼン案件は若干増えているが、レギュラー案件が伸びない。	
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・今月の例会においても、新しい取組を始めている会員はいない。	
□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・宅配マーケットは復調してきているが、業務用マーケットの売上は、80%ダウンが続いている。	
□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況のヒアリングをしても、大きな変化がみられない。	
□	その他サービス業 [物品リース]（職員）	受注量や販売量の動き	・ワクチン接種も進んでいるが、まだ完全なる収束には程遠い状況である。経済活動においても受注量は、3か月前と大きな変化はない。	
▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・果物は堅調であるが、野菜は軒並み前年より安く、5年平均で見ても低い。	
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造販売の商品に季節性があり、今の時期が端境期に当たるため、一服した状況である。	
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係も若干下火になっており、Web関係でも前年と比較すると落ち込んでいる。東京オリンピックで休日となり、窯も休止ということで、売上の減少がかなりひどい状況である。	
▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・5～6月の前々年比は、30%近い減収となっており、今月も売上の増加は厳しい状況で、景気回復には程遠い状況である。	
×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・経営維持のため、新型コロナウイルスの影響を必死に耐えているが、この状況下で最低賃金が上がると経営が苦しくなる。このところ、上がり続けているため、新人もベテランも最低賃金になっており、負担になっている。必ず資材や運賃は上昇するため、下請としては苦しい立場である。	
×	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	・市町村に営業に回っても、保健福祉等の担当は、ワクチン接種等の対応に追われており、当初予算に上げられていた福祉計画等に関する調査や計画策定支援等の予算の発注が遅れている。そのため、入札等の案内は少なく、受注が見込めない状況にある。	
雇用	◎	*	*	*

関連 (九州)	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が5割増しになっている。増員の求人もあるが、後任の注文も増加傾向にある。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ワクチン接種が始まり、秋のイベント案件の受注も出ている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・まん延防止等重点措置で、求人の動きはかなり停滞していた。一時解除された3月下旬から4月初旬は一気に回復したが、その後すぐに冷え込んでしまった。7月に入り、解除後の求人の動きは活発になっているが、人の動きはさほど感じられない。
	○	新聞社[求人広 告](社員)	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置も終了し、旅行業やホテルの広告がスローペースながら復活しており、3か月前と比べれば若干良くなっている。イベントも、コロナ禍前ほどではないが、徐々に行われつつあり、それに伴う広告出稿もある。ただし、求人広告は、回復の兆しが余りみえない状況が続いている。
	○	新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・飲食店の時短営業が解除されたり、ワクチン接種が進んだりしたこともあり、人の流れが多くなり、少なくとも3か月前と比べれば景気は良くなっている。この夏の地元観光地も人出は上向いている状況である。
	○	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染のリスクはあるが、緊急事態宣言も解除され、ワクチン接種が進み、飲食店等は消費が少しずつ回復している。また、ワクチン接種等自治体関連の派遣業務が増え、人材派遣は好調である。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・有効求人数が3か月連続で、前年比増加となり、新規求人数も増加している。また、有効求人倍率も前年を上回る月が3か月継続している。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求職者が希望する中心地の事務案件は乏しく、派遣求人数も新型コロナウイルス関連の求人以外は厳しい状況が続いている。
	□	民間職業紹介機 関(職員)	採用者数の動き	・学生の就職先決定状況は文系と理系で差がある。学科にもよるが理系であれば8割は決まっているが、それに対して文系は5～6割程度で厳しい状況となっている。これはメーカーの採用が増えていることとも関係している。
	□	学校[大学] (就職支援業 務)	求人数の動き	・2022年卒業の求人数については、例年とほぼ変わらない状況であり、企業の採用活動も活発に動いており、求人の底堅さが感じられる。また、内定報告者の数も前月より増加している。
	▲	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・業種にもよるが、新型コロナウイルスの感染拡大により、事業を廃止する動きが具体化している。
	×	*	*	*