

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	・新型コロナウイルスの感染が日常生活に入り込み、感染者数の推移を考えなくなっている。
	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時間の短縮要請が解除され、飲食店向けの販売量が大幅に増加している。
	◎	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・行動制限が解除され、外出用の服を探しに来る客が増加している。
	◎	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感染者は一定数いるが、外食する人が増え、販売量は回復している。観光需要も増加し、景気対策の効果が出ている。
	◎	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・ホテルの団体宿泊客数が伸びている。宴会とゴルフ、観光等をセットにした、企業の社員旅行が徐々に戻っている。出張のビジネス客も増加傾向である。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、行動制限のない長期休暇になり多くの客が来町したが、新型コロナウイルス発生前の状況にはまだ届かない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が回復基調にあり、増加している。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していることが要因である。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・行動制限の緩和に伴い、来街者も増加し、徐々にではあるが消費行動も活発になっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の規制があったが緩和されたため、解放気分になり商店街への来客数が増加し、それに伴い売上も上がっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの重症化などの数字に余り変動がないため、若干人通りが増えている。2か月前より良くなっている兆しである。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策が緩和され、街のにぎわいも回復している。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは県外客や帰省客が増え、土産を購入する客が多く見受けられた。ゴールデンウィーク後は、平日夕方以降の食料品売場のにぎわいや休日の複数名での来店もみられ、ショッピングなど外出に対する抵抗感が薄れている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、高止まりした状況が続いているが、ゴールデンウィークの来客数も順調に回復している。それに伴い、旅行需要や外商客へのイベントも順調に推移している。
	○	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店4店の5月上半の見通しは、前年比123.9%であり、3か月前の前年比93.6%と比較して改善がみられる。食品催事が好調で来客数も伸びている。衣料品、飲食を含め全般的に良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・商業施設の新規オープンには感染症対策を講じて物産催事を開催したが、客の午前中心の日祝日・平日共に来客数や滞留時間が伸び、また、商店街を含め観光客も目立ち街のにぎわいが戻りつつある。しかし、目的買いの来店のため、買い回りでの波及効果は少ない。土日祝日と平日夕方の滞留は減少し、公共交通機関の利用は少なく、駐車場利用や店舗周辺での路上駐車は依然多い。一方、オンライン利用、県下のサテライトショップやギフトショップ利用は堅調で、地元店舗での購買傾向は強く、感染症対策で外出自粛は継続している。
○	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、依然高止まりであるが、客の様子が2か月前とは明らかに違う。行動制限が緩和され、来客数が増加している。	
○	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・行動制限のないゴールデンウィークとなり、帰省や外出での需要が拡大している。	
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が沈静化しており、社会生活が新型コロナウイルス発生前の状況に近づきつつある。	

○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が前年を上回る傾向が続き、来客数も追い付いている。売上は今月の目標を達成したが、商品の値上がりが散見された。現状は客の消費マインドが冷え込むという段階ではないが、今後は気になるところである。客単価増の要因としても、商品の値上がりが反映されている部分がある。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニエンスストア主力客層の外出が増加し、米飯やファーストフードの販売は好調になっており、新型コロナウイルス発生前の人の動きに戻りつつある。このため、自粛による総菜や加工食品の特需は減少し、売上は微増であるが、状況は良くなっている。
○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの活況及び気温の上昇により、客足が伸び、テレビパブリシティに対する客の反応も良好になっている。
○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスへの警戒意識が薄れ、また、ワクチン接種も浸透しているため、人の動きが増加傾向である。
○	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・2月の閑散期と比較すると、やや良いというレベルである。ゴールデンウィークから徐々に、買物に出始め、巣籠りしていた客が来店している。
○	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	・3か月前は、まん延防止等重点措置の影響等で非常に厳しかったが、今月はゴールデンウィークを含めて順調に推移している。特に、客単価以上に来客数が伸長しており、消費者動向として回復の兆しがみえている。
○	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	・新型コロナウイルスの規制緩和で、客の動きが以前より良くなっている。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・県民割の効果もあり、新型コロナウイルス発生前には至っていないが、徐々に回復傾向にある。
○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ブロック割が6月末まで延長されたため個人客の動きはあるが、団体客の動きは悪い。一部の社員旅行や募集は少しずつ予約が入っている。
○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・県民割とブロック割が6月まで期間延長されたことで、5月出発の新規予約が増加している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・催しの観客動員数の緩和や国内旅行客の増加、また、夜の繁華街もほぼ新型コロナウイルス発生前と変わらないほど復活しており、タクシー売上も順調に回復している。
○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新しい生活様式が浸透しており、客の動きが活発になっている。
○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大や資源価格の高騰など経営上の懸念材料はあるものの、ゴルフブームや天候に恵まれて、入場者は大幅に増加している。
○	競馬場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策による規制が緩和され、人の動きが活発化しつつある。
○	美容室（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも落ち着き、春先から初夏に向けファッションシーズンとなり、マスクも緩和されたことで、美容業界も景気が良くなっている。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用中の3か月前と比較すると、少し落ち着いた状態になっている。
○	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	・直近1～2か月に掛けて、新型コロナウイルス第6波によるサービスキャンセルが減少している。また、新型コロナウイルスの新規感染者数は抑制傾向にあり、客は増加している。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスも落ち着き、来客数も増加しているため、消費金額も多くなっている。景気は日常に戻りつつある。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントにより来客数が少し増加している程度で、前年と比較すると2019年以前には、なかなか戻らない。

□	商店街（代表者）	来客数の動き	・4月頃から来客数が減少している。ゴールデンウィークを過ぎ、買い控えが顕著に表れている。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・今のところ、中央市場の相場は余り変わらない。当地の野菜も数多く出回っているが、今後は価格が上昇すると考えられる。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・卒業式や退任式、また、5月は母の日があり、そこそこ生花の売上がある。しかし、これから夏場になるため心配している。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・原油高や原材料の価格高騰、ウクライナ情勢を起因とする小麦を始めとした穀物不足などの影響が出ている。そのため、商品値上げの影響で買上単価は上昇し、来客頻度は減少しており、売上をどうにか維持しているのが現状である。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・客はここ1～2か月、必需品以外の買物を控えている。
□	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客の足が鈍い。県民割などがあるが、利用状況が今一つである。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客にとっても納期の長期化が常識となっており、売手側のアプローチを変えなければ、新車の成約が難しい。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産は一向に改善せず、状態が悪化している。通常の半分にも満たない台数しか配給がなく、自動車販売店の売上構成比で大きく占める新車部門での減収が、経営にかなりの痛手である。
□	住関連専門店（経営者）	それ以外	・様々なイベントが始まっており、都市部では競合した売出しもしているが、集客は減少している。
□	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・大きな催事が数日あり、高単価商材が動いたために売上は十分伸びている。しかし、1か月の間に、気候が大きく変化しなかったため、夏物を見に来る客は少ない。
□	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感染状況により、客の流れが全く変わるため、若干回復したり、休日の感染拡大で外出自粛をしたり、先行き不透明で不安定な状況である。
□	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会需要はやや戻りつつあるが、宿泊は稼働が伸びない。外国人の入国制限解除は必須であるが、国内旅行は盛り上がりには欠けている。
□	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスの発生以来、以前の景気の動向とは違った消費動向が、ほぼ定着している。この業界でも、新型コロナウイルス発生前に戻ることは難しい。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・県外からの人の動きが徐々に戻りつつあるが、元に戻ったわけではない。
□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話等の売上は、前年を超過するが、事業者からの手数料が変更になり、事業計画の利益は厳しい状況である。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・今月も景気が良くなっているわけではないが、人の流れが少しずつ増えており期待している。
□	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	・取引先ではフル稼働で景気が上向くと予想していたが、半導体や電子部品、その他組立に関わる部品などの調達遅れで、予想以上に稼働されていない状況である。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示場やイベント来場者数は、時期的な増減はあるが、状況は変わらない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の火災により一部が閉鎖され、客が通行できない状態である。そのためスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどに客が流れ、商店街に客足が戻らない。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・小売店の状況は、とにかく売れていない。飲食店に卸している店は、若干良くなっているようであるが、新型コロナウイルス発生前の状況まで回復するには、時間が掛かりそうである。

▲	一般小売店 [茶] (販売・ 事務)	来客数の動き	・原材料の仕入れが高騰している。新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりし、規制も緩和されているが、ここ数年の来客数は減少し、厳しい状況は変わらない。
▲	スーパー (店 長)	それ以外	・新型コロナウイルス予防対策である行動制限が緩和され、景気の回復を期待していた。しかし実際には、来客数は上昇せず、消費支出や買上点数は減少している。消費者の購買意識や行動が変化しており、その変化に対応できていない。
▲	スーパー (店 長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策の規制緩和により、家食から外食へ移行している。そのため、都市部の店舗で、特に酒類の数値が下降していることが顕著に表れている。
▲	スーパー (総務 担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを見せており、消費がレジャーや外食等に向けられ、来客数が前年から減少している。また、相次ぐ食品価格の値上げで、消費者の節約志向は徐々に強くなっている。
▲	スーパー (経理 担当)	販売量の動き	・ウクライナ情勢による各種農産品の値上げや、ガソリン等生活必需品の高騰で、消費者の購買意欲が下がっている。
▲	コンビニ (経営 者)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間の客足は例年より悪く、コンビニエンスストアの利用客は少なかった。月初の来客数不足が響き、月末の売上は大幅に減少し、厳しい状況である。
▲	家電量販店 (店 長)	お客様の様子	・上海ロックダウンの影響や世界的な半導体不足の影響で、主要メーカーの商品供給が厳しいため、買い控えが起こっている。
▲	家電量販店 (店 長)	それ以外	・海外のロックダウン等の影響で、販売する商品の供給が不安定になり、影響を及ぼしている。
▲	家電量販店 (従 業員)	お客様の様子	・来客数は前年比100.2%と前年を維持しているにもかかわらず、売上が前年比96.5%と前年割れになっている。買上点数と単価が同時に減少しており、身の回りの値上げを背景に生活防衛意識の高まりが感じられる。
▲	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・3か月前と比較すると、ゴールデンウィーク時期には、外出も多くなり、来客数も比較的多かった。しかし、ゴールデンウィークを過ぎると客足が一段落した状態である。
▲	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・前月は、新型コロナウイルス発生前に少しずつ戻りかけた。新型コロナウイルスという特別な状況の前年や前々年と比べると流れはあり、電話も入るようになっている。しかし、ゴールデンウィーク後から余り動きがなく、なかなか戻らないのが現状である。
▲	都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・燃料の価格高騰や団体客減少、加えて、インバウンドがまだ戻っておらず、景気回復にはまだ遠い。
▲	通信会社 (企画 担当)	販売量の動き	・光回線サービスの提供エリア拡大が終了し、販売拡大が難しくなっている。
▲	通信会社 (業務 担当)	単価の動き	・ウクライナ情勢による影響を受けている。
▲	設計事務所 (代 表)	来客数の動き	・イベントの来場者数が減少している。
▲	住宅販売会社 (代表)	競争相手の様子	・建設業界では、ウッドショックから始まり、コンテナや原油高の問題、また、ウクライナ情勢の影響で、仕入単価が上がっている。売上が現状と同じでも、実質の粗利率が圧縮され、工務店を含め景気が悪化している。
×	家電量販店 (店 員)	来客数の動き	・今月は、来客数が顕著に減少している。今まで商品の動きで判断していたが、今月は来店がないため、商品の動きも大幅に落ち込んでいる。
×	設計事務所 (所 長)	単価の動き	・原材料や製品の価格が上昇しているのに加えて、生活必需品の価格も上昇している。しかし、業務に対する対価は変わらない。
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月は上々の動きであったが、5月はコロナ禍ではあるが、各方面からの引き合いが強い。不振であった外食部門も3年前にはまだ至っていないが、商品によっては、対応ができないくらいかなり回復している。量販店は安定した動きで注文があり、加工メーカーの伸びも春先から注文量が増加している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体の動きが少しずつ良くなっているため、取引先の体制が回復しており、良い状況に戻りつつある。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・半導体関連での新規引き合いはあるが、部品の調達は引き続き厳しい環境状況にある。
	○	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	受注量や販売量の動き	・生産量が、年の初めと比べ4割ほど増えている。その要因として、コロナ禍でも工場を止めず、材料を確保できていることが挙げられる。
	○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・4年度の県発注予定が5月末に発表されるため、景気は良くない。市役所の発注は徐々に始まっており、これから期待したい。
	○	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・上海ロックダウンの影響で国内への輸入品が滞り、在庫不足が続いている。輸入品が追いつかない状況から、やや景気が上向き傾向であると推測する。例年5月は物量が少ないが、今年是最悪の年と比較すると出荷がある。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・ロシアによるウクライナ侵攻などにより原材料費の値上がりが目立つが、新型コロナウイルス感染症による影響が和らいでおり、百貨店やスーパーマーケットの売上が改善している。一方、半導体の供給不足などもあり乗用車の生産・販売は伸び悩んでいる。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・少しずつ新しい生活様式へ移行しており、経済活動も徐々に通常ベースに向かっている。
	○	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客からの受注案件が、伸びている。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・全企業の景気が良くなっているわけではないが、半数以上の企業の数字が好転している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・採用を増やす取引先が多い。
	□	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・受注残は増加傾向にあるものの、売上まで結び付かず、前月と大きな変化はない。材料の遅延が続いている状態で建築設備機器を生産しているが、納期延期が続いている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造関連の受注量が多く、他の分野の受注量は厳しい状況である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化なく推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当初の計画に対して、急な非稼働の影響で計画している売上が減少している。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・海外から原料・資材の入荷待ちが続く状況や、製造できる量は、今までと変わらない。受注は半年先まで満杯であるが、景気は変わらない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中国のロックダウンの影響や東南アジアの港の状況などから国際物流が低迷しており、商品等の輸入が大幅に減少し、倉庫に空坪が目立つ。一方、九州は半導体の影響が大きく、1000坪単位の空坪を探している企業もあり、2極化している。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・人流の増加で、対人サービス業の利用者数は増加しているが、いまだ回復の途上にあると考える。また、製造業では、材料の供給不足が続いていることに加え、上海ロックダウンに起因するサプライチェーン混乱の影響を聞く。	

	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークの主要観光スポットの観光客数は、顕著な回復傾向を示している。飲食店では、時短営業やアルコール提供の制限が解除された後も客足の戻りは、今一つである。ロシア・ウクライナ情勢の影響で、生コン価格等が上昇しており、関連業界では先行きを不安視する声が強まっている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・飲食店では、ゴールデンウィークやショッピングモール等の開業で、売上は増加している。しかし、物価上昇により、消費者は若干買い控え傾向であり、全体的には景気に変化はない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・新聞広告の受注量低迷が続いている。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・人の流れは増えたが、早く帰宅する習慣が根付いている。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業の新規契約成立の話題は、ほとんど聞かれない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・各企業共に、大型設備投資には慎重であり、3か月前と比較し大きく変動はない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料の価格高騰と品薄で、受注を満たすことが難しい。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外	・5月の営業は、ガスや原材料の価格高騰、最低賃金の値上げをイベントで補うことができ、イベント開催は盛況に終わることができた。しかし、夏場に掛け通常の営業が難しくなると心配している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・上海のロックダウンやロシアのウクライナ侵攻などで客の部材調達が難しくなり、当社の受注に影響が出ている。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が前年暮れに収まる兆しがみえていたが、今年に入り第6波の新規感染者数の高止まりが続き、受注量が回復してきたとはいえない。また2月24日のロシアのウクライナ侵攻が消費者物価の上昇を招き、一段と景気が冷え込んでいる。
	×	繊維工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・エネルギー高騰により重油や灯油、電気、資材の値上げが大きくなっている。助成金の対象には当てはまらず、古くなっているCAMも点検や修理ができない状態である。また、昇給のために、取引先へ工賃の値上げ交渉を早急に始めなければいけない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの委託により、福祉やまちづくりに関する調査・計画策定の業務を行っている。市町村による発注時の入札では、提示された予算の3分の1以下で応札する業者が出ており、ダンピングが前年度より激しくなっている。市町村の予算が減少したため、発注の機会が減っていることも影響しているが、無理しても採算がとれない状況となっている。
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関連の規制緩和に伴い、婚礼やイベントの発注が増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・新型コロナウイルス対応の特需案件だけでなく、通常の派遣募集や人の補充に対し、動きが活発になっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの行動制限も緩和され、また県民割も後押しとなり、旅行業や宿泊業を中心に新聞広告の出稿再開の動きが見られる。旅行業・宿泊業はGo Toキャンペーンの再開まで活性化しないのではないかと危惧していたが、想定以上の回復傾向である。イベントの告知も、新型コロナウイルス発生前と比べると力強さを感じないが、徐々に戻りつつある。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・学生の採用動向は、ITに関連する技術者の人材不足が顕著で、IT関連人材の採用数も多い。高等専門学校の学生は特に人気が高く、即戦力になる点が評価されている。求人数は、今後も増える見込みである。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人の問合せ等の件数が少なく、契約成立が少ない。企業からの注文も増員でなく、後任の注文が多い。派遣登録数も3割減っている。

□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響による経済停滞が改善し始めており、期待をしているが、現時点で大きく変化はない。
□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求人数は増加傾向にあるものの、新規求職者数が前年比で減少しており、人の動きに活発さが出ていない。
□	民間職業紹介機関(職員)	採用者数の動き	・新卒採用は景気とは違い、中長期的な視点で考えるため、昨今のウクライナ情勢や円安の影響は余り受けないと考える。大学4年生の内定状況は、各学校の学科構成等で違いはあるが、現在平均すると3割ほどで、前年とほぼ同じ状況である。
□	学校[大学] (就職支援業務)	求人数の動き	・2023年卒の求人数は、前年と比較して増加しており、今月からは内定報告を行う学生も増える。ただし、現在のウクライナ情勢の緊迫化が続けば、日本経済にも大きな打撃を受けることになり、企業の求人にも影響が出るのではないかと心配している。
▲	求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・当県の有効求人倍率は前年を超えているが、月を追うごとに弱含んだ推移を示している。当月の前年比は110%であるが、前々年比は60%となっており、回復感がない。また、取扱求人件数も伸びない。
▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が11か月ぶりに前年比で減少している。新規求職者数は3か月連続で前年比を下回り、有効求人倍率も前年比を割っている。
×	—	—	—