

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） | 単価の動き | ・高額単価の商材が順調に売れている。 |
| | ◎ | 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感染症が落ち着き、予約が増加し、来客数も多くなっている。ただし、物価高騰等もあり食事単価は伸び悩んでいる。 |
| | ◎ | 観光型ホテル（専務） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、県民割の来客数が激増している。ほとんどが家族連れで、一時は全くなかった高齢者連れの客が多くなっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・少しずつ来客数と売上が上向きになっている。台風の影響で来客数が停滞していたが、やや良くなっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・行動制限が緩和され、加えて気温も下がったため、客の気持ちにもゆとりができ、景気動向が上向く。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | お客様の様子 | ・旅行や帰省客が多く、またインバウンドも増加している。以前と比べ、目的なく回遊されている客も多く見受けられる。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着き、来客数は上向きに推移している。台風の影響でマイナス要素もあったが、後半3連休の来客数は非常に好調であった。宝石の催事も好調であり、徐々に回復傾向にある。 |
| | ○ | 百貨店（経理担当） | 競争相手の様子 | ・市内大型店3店の売上は、見通しでは前年比109.9%、3か月前の売上前年比100.2%と比較して上昇している。衣料品では、依然として苦戦しているが、酒類を含み食品は値上げ前の駆け込み需要がみられる。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・街のにぎわいが戻ってきている。新型コロナウイルス感染症の落ち着きや大型台風による休業はあったものの、来客数は上向いている。ターゲットを絞った催事や恒例の物産催事への来場も好調で、客の興味の上に加え、おせちの受注や堅調なWeb・通販部門、し好性の高い舶来雑貨・時計、自家需要の高いリビング用品や敷物・食品・和洋酒のほか、スポーツ関連も堅調である。台風の影響により来客数が減少したが、客単価や購買単価を維持している。 |
| | ○ | 百貨店（経営企画担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の感染状況は落ち着きつつあり、外出等での消費の意識は、以前と比べ上向きである。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・店舗での全ての販売量が、前年を上回っている。特に、サイクル・寝具・生活雑貨など住居余暇関連及び婦人衣料品関連商材が好調に推移している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の国の対応及び国民の意識は、ほぼインフルエンザ並みになりつつあり、社会全般の活動は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・来客数減少の状況が続いていたが、やっと前年を上回り始めた。また、客単価も上回る状態が継続され、売上は好調に推移している。客からは、新型コロナウイルス感染症からの開放を感じられる。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・朝食を目的とした来客が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っており、通勤通学の客による売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年に近づいている。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当・店長） | 販売量の動き | ・客単価は、3か月前との比較では若干上昇しているが、買上点数は横ばい、あるいは下降している。商品の値上げが影響していると考えられる。 |
| ○ | 衣料品専門店（店員） | お客様の様子 | ・今まではほとんどなかった披露宴等の需要が増えている。 | |
| ○ | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・市場が全体的に厳しく、来客数が減少しているものの販売個数は増加している。10月からの値上げ情報に客が反応している影響もある。 | |
| ○ | 乗用車販売店（役員） | 来客数の動き | ・新型車が発表された効果で、来店客が増加している。 | |

| | | | |
|---|--|--------|--|
| ○ | 乗用車販売店 (総務担当) | 販売量の動き | ・ 今月は新車の配給が久しぶりに平年並みとなっている。今後、この好調な状態が継続されるか先行き不透明であるが、年度前半の収益が確保でき、安心している。 |
| ○ | 住関連専門店 (従業員) | 単価の動き | ・ 秋になり、羽毛布団など高単価の秋冬商材の需要が高まっている。また、大型台風による休業があったものの、景気には大きな影響はなく、若干良くなっている。 |
| ○ | その他専門店 [コーヒー豆] (経営者) | 来客数の動き | ・ 来客数の前年比は、増加傾向である。9月も月末に近づくにつれ、気候も涼しくなっており、熱いコーヒーを求めに来店する人が多くなっている。 |
| ○ | 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) | お客様の様子 | ・ 新型コロナウイルス感染症は収束しつつあり、非常に定性的ながら消費動向が良化している。売上は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に左右されず、新型コロナウイルス感染症の第7波の影響もほぼ薄れており、気候も良くなっている。このため、秋物の衣料品や雑貨が順調に稼働し始めている。 |
| ○ | 観光型ホテル (総務) | 来客数の動き | ・ 8月は新型コロナウイルス感染症の影響で客は減少したが、9月には6月や7月を上回ることができている。 |
| ○ | 都市型ホテル (販売担当) | 販売量の動き | ・ 団体客が少しずつ戻っており、宿泊稼働率が上昇している。 |
| ○ | 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・ 行動制限がないため、旅行需要が高まっているのが感じられる。 |
| ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ 連休の台風や物価上昇等の影響にもかかわらず、全体的に若者を中心に国内旅行が多く、予想以上に好調を維持できている。 |
| ○ | 競馬場 (職員) | 販売量の動き | ・ コロナ禍による景気の落ち込みから回復傾向である。 |
| ○ | 美容室 (店長) | お客様の様子 | ・ 物価の上昇も気になるが、出張や旅行の動きが、徐々に出てきている。行動範囲が広くなり、マインドも開放的になっている。 |
| ○ | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が減少するにつれ、商店街等へ外出する客の動きが大きくなっている。人が動けば金も動くため、景気が良くなっている。 |
| □ | 商店街 (代表者) | 来客数の動き | ・ 新型コロナウイルス感染症が2年続いているが、団塊世代の客が多い当店では、販促事業をしても、通年だと客のにぎわいを感じられるお盆前から売上に響いていることを実感している。 |
| □ | 商店街 (代表者) | お客様の様子 | ・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、今回の新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大はこれまでと比較して最も身近に影響があった。外出を控える傾向は変わらないが、加えて物価の上昇による影響が大きく、買い控えはしばらく続く。 |
| □ | 一般小売店 [鮮魚] (店員) | お客様の様子 | ・ 景気の悪さが続いている。魚が非常に少なく、来客数も更に少なくなっている。そのため、仲卸の仕事にも影響が出ており、先行きが懸念される。この業界の将来が非常に心配である。 |
| □ | 一般小売店 [生花] (経営者) | お客様の様子 | ・ 自粛要請等が発出されていた頃より、様々な物が動いている。開店や周年祝いの花の注文を受けており、商況は悪くない。 |
| □ | 百貨店 (業務担当) | お客様の様子 | ・ 秋らしくなり、本来であれば衣料品を中心に衣替えの需要も高まり、売上が伸びてくる時期である。しかし、光熱費を含めた値上げで、客の消費は非常に慎重になっている。円安報道もあり、先行き不安な客が多く、今後の売上は厳しくなる。 |
| □ | スーパー (店長) | 販売量の動き | ・ コロナ禍ではあるものの、行動規制のない社会になり、少しずつ景気は回復傾向であったが、円安や原油価格の高騰で消費支出は下げ止まっている。営業成果の指標となる数値では、来客数は前年割れとなり、プラス1品販売の点数は変わらず減少傾向である。また、必需品やお買い得な商品を購入し、無駄な物は買わないといった意識の高まりを感じる。 |
| □ | コンビニ (エリア担当) | 販売量の動き | ・ 全体的な値上げ基調のために、新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきても、大きな販売増加がみられない。 |

| | | | |
|---|---------------------------------------|--------|---|
| □ | 衣料品専門店 (店長) | 来客数の動き | ・景気の変化は3か月前との比較で、悪い状態に変化はない。 |
| □ | 乗用車販売店 (役員) | 販売量の動き | ・県内の新車受注台数は、引き続き堅調である。新型車効果もあり、客の動きも活発である。 |
| □ | 住関連専門店 (経営者) | お客様の様子 | ・売上の前年比は若干下がっているが、下見の客は順調である。都市部でのキャンペーンも売上は少ないが、客単価が高くなっている。 |
| □ | 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感染症の行動制限緩和により、来場は前年と比べるとよい状況であるが、新型コロナウイルス感染症発生前とは程遠い状況に変わりはない。 |
| □ | 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感染症の第7波が始まった約3か月前と比較して、現在はそれ以上に悪くなっていることはなく、若干回復傾向ではあるが、忙しい状態には程遠い状態である。 |
| □ | 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感染症の発生以来、悪い状態が継続している。インバウンドや夜の来客が増えるまで、まだまだ時間が掛かりそうである。 |
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・ゴルフシーズンであるが、考えていたほどタクシーの需要が増えず、新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いている。 |
| □ | タクシー運転手 | それ以外 | ・報道では、景気の回復度は業種により、極端に落ち込む業種と回復傾向にある業種とはっきり2極化されている。 |
| □ | 通信会社 (統括者) | 販売量の動き | ・携帯電話等の販売台数は、前年をやや下回っている。しかし、新商品が発売され計画値どおりで販売が推移している。 |
| □ | ゴルフ場 (従業員) | 来客数の動き | ・単価の低下や、一時的な予約数の伸び悩みはあったものの、天候にも恵まれ順調に入場者を確保できている。 |
| □ | 美容室 (経営者) | 販売量の動き | ・3か月前と比較すると、新型コロナウイルス感染症も収まってきているため、徐々に景気回復が見込まれる。 |
| □ | その他サービスの動向を把握できる者 (所長) | それ以外 | ・行き過ぎた円安による物価上昇、また、商品のほとんどが値上がりしているが、当社からの価格転嫁は厳しい状況である。 |
| □ | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・9月は台風の影響により、イベントや展示場の来場者数が大幅に減少している。 |
| ▲ | 商店街 (代表者) | 来客数の動き | ・前年は9月の売上が最も悪かった。今年は前年ほどではないが、下降気味である。 |
| ▲ | 商店街 (代表者) | 来客数の動き | ・今月は新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、加えて、台風も来襲し、商店街では閉店や臨時休業する店が多くなっている。また、イベントも催したが来街者は非常に少なかった。ここ3年の来街者は減少しており、厳しい状態になっている。 |
| ▲ | 商店街 (代表者) | 販売量の動き | ・円安などの影響で、仕入価格が上昇しているため、販売価格の値上げをしなければならない状況である。したがって、多少買い控えが発生している。 |
| ▲ | 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の新規感染者数は減少傾向であるが、売上は伸びていない。新型コロナウイルス感染症対策が継続されており、来店せずWebで注文ができるため、経費は縮小され、外販も減少している。 |
| ▲ | スーパー (総務担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の制限が徐々に緩和され、消費者の足がレジャーや外食等に向かい始めている。そのため、来客数が減少していると考えている。 |
| ▲ | スーパー (企画担当) | 販売量の動き | ・物価上昇により、明らかに買上点数が落ちている。商品単価が上がれば売上も上がるが、特売品等に購入が集中するため、売上の伸長につながらない。 |
| ▲ | スーパー (経理担当) | 単価の動き | ・大型台風の影響で、売上が今一つであるが、今後も続く値上げの影響が消費意欲減退の原因となっている。商品単価が上がっているため、それに伴い買上点数や来客数が大幅に減少している状態で、客は家計を節約している。 |

| | | | | |
|----------------|---|---------------------------------|------------|--|
| | ▲ | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・特殊立地である病院内店舗であるため、新型コロナウイルス感染症の増減で客足に大きな変化がある。日々動きが違うため、定期的な売上や利益を確保できず、厳しい状況が継続している。 |
| | ▲ | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・今後の物価高騰の動きが心配である。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・6月は、まだ新型コロナウイルス感染症が心配であったが、9月と比較すると集客はあった。9月は新しいシーズンとなり、本来であれば現状より高水準の来客数を見込むが、全体的な原材料や燃料などの値上げの影響で、集客が厳しい状況である。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・9月は上半期決算にもかかわらず、期待していたほどの販売量がない。 |
| | ▲ | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・光ブロードバンド回線の販売件数が減少している。 |
| | ▲ | 通信会社（役員） | それ以外 | ・身の回りの物価が確実に値上がりしているが、地元企業の賃金は上がっていない。 |
| | ▲ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・3か月前は、新型コロナウイルス感染症を警戒していたが、1週間ほど前から外出が多くなっている。 |
| | ▲ | 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） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症の第7波は、収束方向に向かっており、サービスキャンセルも減少している。しかし、エネルギーを主とした価格上昇が経営を圧迫し、減益の大きな要因となっている |
| | ▲ | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・物価高騰が影響し、景気が悪くなっている。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・4月と8月に火災があった場所には、生鮮食品を扱う店が多かったため、客は他の商店街やスーパーマーケット、コンビニエンスストアへ流れている。 |
| | × | 一般小売店〔青果〕（店長） | 単価の動き | ・台風14号の影響で、宮崎産のトマトやピーマン、きゅうりの価格が高騰している。県外からの野菜も1～2か月前と比較するとかなり高くなっており、涼しくなるにつれ販売量が増加すると予想していたが、厳しい状況が続いている。 |
| | × | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・台風の影響で停電になり営業ができなくなったこともあるが、今月も全体の販売量が悪く、来客数も非常に減少している。 |
| | × | 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 | ・7月以降、販売量は減少傾向にある。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したことによる外食自粛が要因である。足元では新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しており、国の観光推進の施策により、今後外食産業に人が戻ってくることを期待している。 |
| | × | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・3連休が2度あったが、台風14号の影響で旅行をキャンセルする客が相次いだ。 |
| | × | 設計事務所（所長） | 単価の動き | ・材料や製品の値上げが続いているが、今後も値上げが予告されており、住宅等の建築に大きな負担が掛かっている。また、生活必需品の価格上昇も重なり、自由に使える金が少なくなっている。 |
| 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 | ・8月はお盆を挟み催事が多くあったが、工場等で新型コロナウイルス感染症が発生し、想定通りには生産できず、客に迷惑を掛けることになってしまった。9月は生産が元の状態に戻り、不振であった居酒屋など外食産業からの受注も徐々に戻りつつあり、少しずつ安定しているところである。9月の売上は、計画を達する状況である。 |
| | ○ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・閑散期にスポットの受注があり、そのまま繁忙期へと入っているため景気が良くなっている。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・半導体関連の受注が好調である。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・半導体や車載関連の取引先からの引き合いは依然強いが、将来はエネルギー高騰が不安材料である。 |
| | ○ | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・9月に入り、受注が多くなり非常に良い状態である。同業者で入札等を辞退している企業も多くなり、手持ち工事が増加している。年度末に向け、良い状況である。 |

| | | | |
|---|---------------------|--------------|--|
| ○ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しているほか、ホテル・旅館等の宿泊施設や飲食店の売上也緩やかながら回復傾向にある。また、雇用情勢も改善している。 |
| ○ | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・人の流れは戻ってきている。新型コロナウイルス感染症第7波も峠を越えたようであり、旅行やイベント等が戻りつつある。 |
| ○ | 経営コンサルタント（代表取締役） | それ以外 | ・若干新型コロナウイルス感染症が落ち着いたこともあり、飲食店への来客数も増加傾向にある。全国旅行支援が実施予定のため、宿泊関係は非常に好調であり、2か月前と比較すると景気は回復傾向にある。 |
| ○ | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響は和らぎ、人の流れが多くなっているが、円安や値上げで販売単位が減少し、消費拡大には至っていない。 |
| □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体製造装置関連の機械加工部品の受注が落ち着いてきている。 |
| □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注は3か月前と比較するとほぼ横ばいで推移しているが、今後は生産調整に入る。 |
| □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・例年9月は上半期決算のため取扱量が増加傾向であるが、今年は通常月と変わらない荷動きである。輸入は円安のため厳しい状況であるが、輸出では一部の業界のみ好調である。米国の景気停滞等で現地工場の在庫が過多となり、輸出したくても在庫調整が続いている企業もあり、その影響で国内生産が停滞しており、今月も厳しい状況が続く。 |
| □ | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症による景気への影響は収まったかにみえたが、物価高騰や急激な円安に見舞われ、予想以上に在庫量が増えず、停滞感が漂っている。 |
| □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は漸減傾向にあるが、沈静化にはもう少し時間を要すると考えられる。観光客やビジネス客は徐々に増えつつあるが、歓楽街の客足の戻りは弱く、地元では、新型コロナウイルス感染症発生前ほど出歩かなくなっている。 |
| □ | 新聞社〔広告〕（担当者） | 受注量や販売量の動き | ・新聞広告関連では、大きな発注量の動きはない。 |
| □ | 広告代理店（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・円安進行のため、物価の上昇が止まらず、従業員給与は据え置かれており、景気が上向いている実感はない。また、最近では当社を含め受注価格や販売価格の上昇が続いている。 |
| □ | 広告代理店（役員） | 受注量や販売量の動き | ・客からの全体的な発注量は増加しているが、売上では横ばいが続いている。 |
| □ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・取引先の業況は変化がない状態である。 |
| □ | 経営コンサルタント（社員） | それ以外 | ・販売促進用ダイレクトメールを200通近く送付したが、反応がないため状況は変わらない。 |
| □ | その他サービス業〔物品リース〕（職員） | 取引先の様子 | ・円安での仕入価格高騰などが徐々に影響しているが、3か月前と比較すると、特に変わらない状況である。 |
| ▲ | 繊維工業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・最低賃金や様々な物価が上昇している。工賃の値上げを取引先へ打診したが、反応は良くない。毎年のように工賃価格の値上げを相談する厳しい状況である。 |
| ▲ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・ガスやゆう薬といった原材料価格の上昇や、最低賃金の引上げなどで、先が見えない状況となっている。商社間でも値上げの2割アップがほとんどであるため、今後の売行きに支障を来すのではないかと懸念している。 |
| ▲ | 金属製品製造業（事業統括） | 受注価格や販売価格の動き | ・材料費やエネルギーコストの高騰が続くが、製品価格に転嫁できず、苦しい状況である。 |
| ▲ | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | 受注量や販売量の動き | ・お盆の連休もあり生産が落ちている企業もあるが、原材料の価格高騰で生産したくても利益が確保できず、縮小傾向の企業もあることから全体的な生産数量が減っている。 |

| | | | | |
|------------------|---|----------------|------------|---|
| | ▲ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・行動制限は適用されていないものの、新型コロナウイルス感染症再拡大で人流が抑制され、非製造業の業況を下押ししている。製造業では、供給不足で生産抑制が継続している。 |
| | ▲ | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・円安が続き、また、新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減少しないため、人の購買意欲や消費活動、行楽地への観光等の動きが鈍く、全業種で原材料の価格高騰や消費者動向の低迷で売上は変わらず、むしろ低下しているところが全般的に見受けられ景気が悪い。 |
| | ▲ | 不動産業（経営者） | 取引先の様子 | ・円安などの影響により、客先から景気の良い話題が少ない。 |
| | × | 農林水産業（従業者） | 受注量や販売量の動き | ・南九州では、台風14号による影響で多くが水没し、被害を受けた果実の破棄が行われており、受注量が不足している。加えて、北海道も不作のため、出荷量の枯渇が懸念材料となっている。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・コロナ禍は継続しているが、人の移動制限が緩和され、特にサービス業の動きも新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況へ戻っており、九州でも多くの業種で、人材不足の状況である。サイトの掲載や合同セミナーの企業の申込みだけでなく、早期から学校へも求人を持参する企業も増加している。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・イベントスタッフなどの派遣は、10月、11月と発注が増えている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・事務職などの求人数が増えており、有料の人材紹介や紹介予定の派遣などから直接雇用への切替えも積極的に実施する意向の企業が多い。 |
| | ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症の感染状況が3か月前と比較すれば落ち着いてきており、人出や飲食などは持ち直している。イベントも中止にならず、開催されることが多くなっている。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・今月に入り、注文数が伸び悩んでいる。例年だと、9月は増える傾向にあるが、今年は前月と同じ状況である。また、増員での注文よりも後任補充での注文が多い。求職者の動向は例年よりも鈍い。 |
| | □ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・求人の取扱件数は減少傾向にある。8月後半から11月にかけての需要が見込めない状況である。 |
| | □ | 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新規感染者数が増加していたが、行動制限がなかったため、第6波のような悪影響はなく回復傾向である。海外旅行の広告が抑制されるなど、若干の新聞広告の出稿への影響は出ていたが、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な減少で、減少していた新聞広告も回復基調にある。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、全国旅行支援等が実施されるものの、マスク生活が続く間は、このまま景気は変わらない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・有効求人数の前年比が、17か月連続して増加しており、その増加幅も10%以上が4か月続いている。また、大型の公共工事が一段落した建設業を除いた全産業の求人数が、前年比を増強している。 |
| | □ | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き | ・現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数も一定数ある。また、今年は追加募集や年間を通じた採用活動を行う企業が、前年より増加している。加えて、2024年卒採用に向けたインターンシップや仕事体験を実施する企業も増えている。 |
| | ▲ | — | — | — |
| | × | — | — | — |