

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） | お客様の様子 | ・年末商戦に向けて広報案件が増加している。 |
| | ◎ | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・規制緩和で今までできなかったイベント等が開催されるようになり、当店でも集客イベント開催ができ、確実に集客につながっている。 |
| | ◎ | 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き | ・インバウンドの需要も増え、大変好調に推移している。物価高騰の影響で国内需要は厳しいと考えていたが、順調に来店があり新型コロナウイルス感染症の発生前に近づきつつある。 |
| | ◎ | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・インバウンドの来客数はまだ戻っていないが、新型コロナウイルス感染症の発生前と変わらない水準まで来客数は改善している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・前月から来客数も増加し、まとめ買いの客が増えている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・今までは商店街へ足を運んでも来客はなかったが、最近では商品を手にとって購買につながる客が増加している。 |
| | ○ | 一般小売店〔青果〕（店長） | 販売量の動き | ・9月を過ぎて暑さも和らぎ、当地で生産が多い野菜である大根、人参、白菜は、出荷が多くなり単価も安くなったことで、客の購買意欲をくすぐるような状態になっている。徐々に3か月前より良くなっている。 |
| | ○ | 一般小売店〔精肉〕（店員） | 販売量の動き | ・需要は旺盛であるが、供給が追い付かない状況である。 |
| | ○ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・11月は、8月より気候が良くなり、ギフトがメインの花屋であるため、生花を選ぶ客も多くなっている。開店祝いや周年祝いなどの高単価の胡蝶蘭も8月より11月は不足するほど需要がある。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・土日だけではなく、平日の来客数が増加している傾向である。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、人気の物産催事会場では3週間にわたり盛況であった。また、全店催事・クレジット催事、友の会により店頭への来客数が増え全店がにぎわっている。加えて、物産協会やプレミアム付商品券の利用で購買意欲が増し、来客数や滞在時間の伸びが続いている。おせち受注も店頭・通販共に好調で、高額商品から品切れが続いている。下旬には、お歳暮ギフトセンター開設で来客数の期待ができ、慎重な外出姿勢に変化がみられている。一方、今月は店頭への来店増加により、オンラインやサテライトショップ、ギフトショップへの来店が影響を受けている。 |
| | ○ | 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影響はほぼ感じられず、行動制限の緩和に伴う消費意欲の拡大が見受けられ、物産展や外商企画催事の売上は特に好調である。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・店の売上全体は前年を上回っているが、カテゴリー別では大きな開きがある。食料品関係では伸長傾向であるが、衣料関連は温暖化の影響も含め厳しい状況が続いている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・長い間、低迷を続けていた来客数も前年を上回る状況になっているが、新型コロナウイルス感染症の発生前には戻っていない。現状は、客単価の上昇により、売上は前年を上回っているが、幅広い商品の値上げで、低所得層の客が減少している。 |
| ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・人の動きは明らかに活発化しており、来客数が増加しているものの、新型コロナウイルス感染症発生前までの回復には至っていない。しかし、前年比で売上が回復した要因の1つは、物価高騰における商品値上げの影響が大きい。 | |

| | | | |
|---|--|--------|--|
| ○ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻っており、当店においても出勤、通勤客の朝、昼、夜の来店が増加している。週末の行楽、催事関係での利用も増えており主力の米飯類、加工食品の売上は好調である。前年に自家需要増加で売れた酒類やおつまみ類の売上は足下で減少しているが、商品全体の売上は回復している。 |
| ○ | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・新商品やキャンペーン商品に対する客の反応が良くなっている。ディスカウントストアの値上げの影響が大きく、コンビニエンスストアとの価格差が薄れていることも一因である。 |
| ○ | コンビニ（エリア担当・店長） | 来客数の動き | ・来客数は伸び悩んでいるが、買上点数と客単価が伸びたため、前年より売上が増加している。 |
| ○ | 衣料品専門店（店員） | お客様の様子 | ・旅行や外出用の洋服を探す客が増加している。新型コロナウイルス感染症発生前の日常が少しずつ戻ってきている。 |
| ○ | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・2か月前は完全に底の状態であった。今月は、まだ寒さが到来しておらず、売上は良くないが、最近やっと数字が動き出している。 |
| ○ | 家電量販店（従業員） | お客様の様子 | ・行政主導の景気対策により、全国旅行支援クーポン券やプレミアム付商品券の利用で需要が喚起されている。 |
| ○ | 乗用車販売店（役員） | お客様の様子 | ・半導体不足による新車納期への影響が客に理解されており、販売側も長納期に向けた販売方法の対策ができていく。物価上昇で客の購入意欲に変化が現れるのではないかと心配していたが、予想より高止まりの状況である。 |
| ○ | その他専門店 [コーヒー豆] （経営者） | お客様の様子 | ・例年、年末に差し掛かるとコーヒーの需要が伸び、一般の客から卸関係まで全体的に売上が上がってくる。新規の来店もあり、売上は今後も上昇していく。 |
| ○ | 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] （統括者） | 来客数の動き | ・国内観光客やインバウンドが増加している。 |
| ○ | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・12月も間近になり、忘年会や新年会、おせちなどの予約が始まるが、当県では新型コロナウイルスの新規感染者数がかかなり少なく、観光客も増加しコロナ禍前と比較して7割まで回復している。 |
| ○ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・初めて新型コロナウイルス感染症発生前の売上水準に戻った月となっている。 |
| ○ | 観光型ホテル（総務） | お客様の様子 | ・宴会の動きが活発化し、新型コロナウイルス感染症への恐怖感が薄れており、新型コロナウイルスの感染拡大は避けられない。 |
| ○ | 観光型ホテル（専務） | 来客数の動き | ・全国旅行支援を利用した客がととても多い。延長が発表されたため、この景気はしばらく続くと予想される。団体客が増えてきているが、まだまだ以前のように多くない。 |
| ○ | 都市型ホテル（販売担当） | 来客数の動き | ・全国旅行支援により、現在の売上は好調である。 |
| ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や物価上昇が続いているにもかかわらず、国内観光客やインバウンドの回復、イベントの復活など順調に回復している。また、下旬には早めの忘年会もあり、夜の街も活気を取り戻している。 |
| ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・インバウンドの再開により、海外からの客がかかなり増加しており、好結果につながっている。 |
| ○ | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・全国旅行支援の事業が始まり、コロナ禍で旅行自粛していた多くの人が来館している。 |
| ○ | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・全国旅行支援の効果で、市内への来訪者が増えており、飲食店街の人通りも徐々に増加している。 |
| ○ | 競馬場（職員） | 販売量の動き | ・円安や物価の上昇など外部要因は厳しい状況がそろっているが、販売量は引き続き前年を上回り好調に推移している。 |

| | | | |
|---|----------------------------------|---------|--|
| ○ | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・来客数は、3か月前と比較すると増加している。街の人も増加しており、活気がかなり戻っており、新型コロナウイルス感染症発生前より良くなっている。しかし、売行きが良くなっているわけではない。 |
| □ | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に増加している。極端に売上が影響を受けるわけではなく、商店街への人出に変化がない状況である。 |
| □ | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症への対策に伴う規制は緩和され、商店街への来客は増加しているが、食料品や生活インフラの値上げにより消費動向は慎重であり、購買意欲はない。 |
| □ | 商店街(代表者) | 単価の動き | ・仕入単価が上昇しているため、売価を値上げしたことで、売上が良くなっている。 |
| □ | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・当商店街では、2度の火災で大変な被害を受けたが、企業やクラウドファンディング等により、仮設住宅の建設や、年末に向かい総力を挙げて来客を迎える準備をしている。 |
| □ | 百貨店(経理担当) | 競争相手の様子 | ・11月の市内大型店3店の売上見通しは、前年比99.7%で3か月前より売上が戻りつつある。催事及び新ブランドの導入効果による売上は上昇しているが、暖冬の影響もあり衣料品全般が低迷している。 |
| □ | スーパー(総務担当) | 来客数の動き | ・食料品値上げの影響で、来客数や買上点数は前年割れをしているが、客単価が上昇している分、前年比をやや超える売上となっている。しかし、利益の確保という点では、原価の上昇分をいまだ回収できていない。 |
| □ | スーパー(経理担当) | 販売量の動き | ・冬型の売場を展開しているが、11月にしては気温が高く、鍋材料等の冬物商材の動きが例年と比べて悪い。また、商品の値上げが続き、単価は上がっているが来客数や買上点数が減少し、売上自体は微減の状態が続いている。 |
| □ | 衣料品専門店(店長) | お客様の様子 | ・今一つ客の動きがなく、新型コロナウイルスの感染状況が心配である。 |
| □ | 衣料品専門店(取締役) | お客様の様子 | ・客は、3か月前より目的を持って来店するが、以前のように必ずしも購入するとは限らず、慎重に買物をする。冬物商材であるため、客単価は増加するが、必要な物だけを購入するカリフォルムをしており、財布のひもは固くなっている。そういった行動から商品の値上げの影響を反映している。 |
| □ | 乗用車販売店(総務担当) | 販売量の動き | ・メーカーからの新車生産が安定しない。今月は前月と比べ7割程度の配給しかない。販売店の売上、収益は新車販売の割合が高いため、会社収益は一進一退が続く。 |
| □ | 乗用車販売店(役員) | 来客数の動き | ・新型車発表が続き、来客数が減少していない。 |
| □ | 住関連専門店(従業員) | お客様の様子 | ・温暖な気候もあり、例年と比べて秋冬寝具の需要が少ない。また、最近の物価上昇の影響を受け、客も買い控えや予算を抑える様子も多く見受けられる。 |
| □ | 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 | ・人気映画の効果により、全館で売上は好調であった8月と比較すると、現状の推移は変わらない。新作映画の公開もあり順調な動員となっており、映画全体に好影響が現れている。一方、物価の上昇もあり、特に食物販売や衣料を中心に客単価は上昇するものの来客数が伸びず、消費者の財布のひもは固い。新型コロナウイルス感染症の第8波の悪影響はないが、物価の上昇が施設全体的に悪影響をもたらしている。 |
| □ | 高級レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・11月は前月同様に来客が少なかったが、中旬以降には来客数が多くなり忙しい月である。 |
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・昼夜タクシー客が戻っているが、新型コロナウイルス感染症の影響で乗車員が不足している。 |
| □ | 通信会社(統括者) | 販売量の動き | ・スマートフォン教室開催等を合わせた来客数は、前年比で若干減少している。携帯電話等の販売台数も前年比や計画比をやや下回っている。 |
| □ | ゴルフ場(従業員) | 来客数の動き | ・単価はなかなか上昇しないが、前年より天候にも恵まれて順調に入場者を確保することができている。 |

| | | | |
|---|----------------------------------|--------|--|
| □ | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前より売上回復を期待していたが、景気は上向いていない。これから年末に向かって、売上が増加する見込みであるが、新型コロナウイルス感染症の影響がまだあり、売上が伸びない要因になっている。 |
| □ | 美容室（店長） | 来客数の動き | ・3か月前と状況は変わらない。 |
| □ | 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 | ・受注金額は幾分伸びたが、それを打ち消す最低賃金の上昇や物価高騰の影響で、その結果景気は変わらない。 |
| □ | 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 | ・新型コロナウイルス感染症の第7波は落ち着いたが、国の感染防止に対する緩和施策により、病院からの退院や紹介による在宅サービス利用客が減少している。8月の新型コロナウイルスの感染拡大時から客の減少が続いている。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・客の動きは、展示場来場数が前月比で減少傾向が続いている。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・全国旅行支援等の影響により人が動き始めているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、商店街への来街客が徐々に減少しており、それに伴い売上も落ちている。旅行客は増加しているようであるが、商店街ではその影響がみられない。 |
| ▲ | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | お客様の様子 | ・客との会話でも、来客がないため、魚が売れない状態である。仲卸の仕事として、荷ぞろえをし、小売の客に販売するが、売れ残ることが多い。荷ぞろえを落とすと売れなくなるため、何とか厳しい状態を切り抜ければいけない。 |
| ▲ | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の発生から人通りも少なくなり、商店街の活気は失われている。原材料の値上げにより物価高騰になり、経費の出費は増加し、売上はかなりの影響を受けている。 |
| ▲ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、来客数が減少傾向であり、特に高齢の客の反応が悪い。全国旅行支援により観光客は増加しているものの、効果は限定的である。気温も高く、前月好調であった衣料品の動きも鈍化している。 |
| ▲ | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症による行動規制がないため、景気回復を見込んでいたものの、夏からのガソリン代高騰、また、秋からの食料品を中心とした物価高騰や電気代の値上げで買物がしづらい状況になっている。 |
| ▲ | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・物価上昇が続いており、来客数が前年比で2%ほど減少している。一方で、商品単価が上がっているため客単価は上昇しており、買上点数がどのように推移するのかが、今後の売上に影響する。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・店の主力商品のほとんどが、10月、11月に更に値上げをしており、多くの客は諦めて購入はしているが買い渋り傾向で、売上全体では減少している。また、人件費の高騰で経営自体は苦しい状態が続いている。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・販売価格を下げなければ売れない傾向にある。財布のひもが非常に固い。 |
| ▲ | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理） | それ以外 | ・業績は回復してきたが、個人の給与等は上がらず、光熱費や物価は上がる一方であるため、個人の景気としては悪くなっている。 |
| ▲ | 通信会社（役員） | 単価の動き | ・前月に引き続き、ケーブルテレビの契約で安価なプランへの変更がみられる。 |
| ▲ | 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） | 来客数の動き | ・フィットネス健康サービス業や観光業では、いずれも地方の回復が遅れている。 |
| ▲ | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・資料請求の数が減少しており、景気が悪くなっている。 |
| × | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・各種値上げにより、売上が減少している。 |
| × | 乗用車販売店（代表） | それ以外 | ・飲食業など景気の良い話を聞かない。 |

| | | | | |
|----------------|----------------------|------------------|---|--|
| | × | 設計事務所（所長） | 単価の動き | ・ 建築材料や製品の価格上昇が続いている。生活必需品の価格上昇もあるが、それに対して収入は増えていない。 |
| 企業 動向 関連 | ◎ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・ 飲食業や宿泊業、観光業はかなり良くなっている。 |
| (九州) | ○ | 農林水産業（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 市況は高値傾向である。しかし、重油などコストも高くなっていることから、決して農業者の所得が上がっているわけではない。 |
| | ○ | 金属製品製造業（事業統括） | 受注量や販売量の動き | ・ 受注量が増加しており、生産が追いつかない状況である。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 半導体の動きが徐々に良くなっており、それに伴い景気の状態も上向き始め、まだ満足できる数量ではないが、若干回復している。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・ 新型コロナウイルス感染症への心配が薄れ、通常の業務で引き合いが続いている状況である。ただし、部材納入の遅延等の影響により、今期の収支に反映できない物が時々発生している。 |
| | ○ | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・ 年内の景気は活発な状態が続くが、後の発注が全くみえないため不安である。大型の補正予算やゼロ国債、ゼロ県債の年度内発注が活性化すれば心配はないが、繰越工事も含めて早めの発注が欲しい。 |
| | ○ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・ 家電販売はほぼ横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直している。また、旅行商品の販売や飲食店の売上も増加している。 |
| | ○ | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・ 新しい生活様式が浸透し、消費行動は日常を取り戻している。コロナ禍の間にWeb会議が浸透したため、対面の会議や研修は減少したものの復活している。また、旅行業も明らかに回復がみられる。 |
| | ○ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・ 新型コロナウイルス感染症に対する水際対策の緩和を背景に、インバウンド需要が急速に回復している。製造業における供給不足については、先行きの不透明感はあるものの、改善がみられる。 |
| | ○ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・ 企業が人材採用や教育に関する投資を積極的に行っている。 |
| | □ | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 例年、11月は落ち込む時期であるが、今年はコロナ禍にも関わらず、各方面から強い引き合いがある。しかし、鳥インフルエンザ発生により、原料調達不足により取引先に供給することができない状態である。このままでは、12月の繁忙期に取引先へ商品を提供できなくなることを非常に危惧している。 |
| | □ | 繊維工業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 賃金が上がった分、工賃を値上げしたことにより経営を持ちこたえることができている。ベテランのオペレーターと新人の差が付けられず、また、パート時間も短くなっている状態である。海外向けの仕事に戻っているが、新人は入らず、オペレーターは年齢が上がり少なくなっている。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 前年と比較して売上が5%落ちている。ふるさと納税でも、前年度より1割落ちている。商品値上げの要請をして徐々に商品価格を上げてはいるが、受注関係では見合った状態での加工が少なくなっているのが現状である。下請があるところでは、商品の価格が非常に高くなり、その意向も踏まえて、苦しい状態である。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 仕入コストが上がっているが、何とか自社努力で耐えている。 |
| □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 取引先から今後の受注は減少すると通達されたが、現状では、受注残等で年内は落ちることはないと考えている。 | |
| □ | その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕 | 取引先の様子 | ・ 原料調達ができるようになり、生産増加の見通しを立てていたが、急にそれらが遅れることになり、思うようには調達ができず困っている。 | |

| | | | | |
|------------------|---|--------------------------|--------------|--|
| | □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・円安の影響やウクライナ情勢による物価高騰で賃金が追い付かず、消費者の財布のひもが固くなっている。その影響で物の荷動きが悪く、特にコピー用紙などは、付加価値がある商品ではなく、拠点統合なども進み、リモートワークや環境への影響を踏まえ大幅に減少している。 |
| | □ | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・一時的に出荷量が膨れ上がったが、現在は落ち着いている。物価の上昇が消費に歯止めを掛けており、良くもなく悪くもないといった状況である。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・大型イベントが多かったこともあり、宿泊施設の客室稼働率が上昇している。新型コロナウイルスの新規感染者数は緩やかに増加しているが、以前と比べ全体的な警戒感は薄らいでいる。運送業ではドライバー不足が深刻となっている。物価高の影響で、子供の教育費を削減する動きがみられる。 |
| | □ | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・旅行業界などは、行動制限が緩和され売上が増加しているが、全体としては、原料や資材等の価格高騰で利益が圧迫されており、景気は変わらない。 |
| | □ | 新聞社〔広告〕（担当者） | 受注量や販売量の動き | ・旅行関係の広告を出稿したが、コロナ禍でもあり停滞している。 |
| | □ | 広告代理店（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・第3四半期の売上は横ばいで、回復の兆しがみえない。3か月前と比較しても売上については悪い状態から脱してはいない。 |
| | □ | 広告代理店（役員） | 受注量や販売量の動き | ・期待していたほどには、発注量や競合プレゼン頻度が伸びていない。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・長い期間の自粛生活が体に染みついており、また、各種の値上がりで全てにおいて買い控えは続いている。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | 取引先の様子 | ・コロナ禍において医院などでは客の動きがあるが、それ以外は顕著な動きはない。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・一時的な在庫調整などの判断から、受注の見込みは若干悪くなる。 |
| | ▲ | 不動産業（経営者） | 取引先の様子 | ・客との会話では、景気の後退が感じられる。 |
| | ▲ | 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 | ・ウクライナ情勢による円安が継続し、加えて、燃料費や資材の高騰等により企業の費用がかさみ状況が厳しくなっている。 |
| | × | 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 | ・市町村の委託で、アンケート調査や計画策定、設計の業務を行っているが、5年ごとに実施される調査や計画策定の市町村の予算が安いことから、新型コロナウイルス感染症関係で予算の配分が少ないと予想される。このため、指名競争入札で価格を下げて応札するのが難しいが発注量が少ないため、業者によっては、低価格で応札しており、受注の機会は限られている。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・前年比130%で推移している。2019年度との比較では90%前後であるが収益は回復している。新型コロナウイルス感染症が落ち着き、需要が伸びると期待していたが、状況を判断している客が多い。年末の繁忙期は第8波が懸念される。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人数が数か月前と比べると多くなっている。社員の欠員補充や、他社派遣の交代枠などが多く、転職等で人が動き出している。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・後任だけでなく、増員で募集する企業も増えており、事務系や接客業の求人も多くなり、求人数が約2割増加している。 |
| | ○ | 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新規感染者数は増加傾向であるが、行動制限等はなく人の動きも回復しつつあり、新聞広告の出稿増加につながっている。今月上旬は、全面広告の量も多くなり、カラー広告のスペースも満杯になる日も続くなど、久々の活況である。残念ながら海外旅行については、動きは出てきたようであるが、新聞広告の増加にはつながっていない。 |
| | ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・全国旅行支援が始まり、駅や空港などの人出も多くなり、駅ビルや中心市街地も以前と比べてにぎわいが出ている。 |

| | | | |
|---|----------------|--------|--|
| ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・10月からの全国旅行支援等の影響で県外からの旅行客でにぎわいをみせ、市内の屋台などでも観光客の姿が多くみられた。 |
| ○ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・有効求人数の増加が続いており、特にパートの求人数が多くなっている。有効求人倍率は、2か月連続で増加しており、フルタイムやパートタイムが共に100%を超えたのは7か月ぶりである。小売業や飲食サービス業のパート増加率が高くなっており、業務の繁忙さがうかがえる。 |
| ○ | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・新卒の就職市場においては、依然売手市場が続いている。 |
| ○ | 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、求人依頼件数はまだ多くある。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、前年度よりかなり増えていることから、就職活動継続中の学生にはまだまだチャンスがあり、追い風となっている。24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加している。 |
| □ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・発注案件のキャンセルや縮小などで伸びが少ない。 |
| □ | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・新卒では、現在は3年生の就活が本格化している。例えば、合同企業説明会や大学が実施する説明会に参加する企業が増えている。一方で、学生の参加率が悪い状況である。景気が良くなると学生の参加が悪くなる傾向にあるため、そういう意味でも景気が良くなっていると実感している。 |
| ▲ | — | — | — |
| × | — | — | — |