

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 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|--------------------|---|--|
| 家計 動向 関連 (九州) | ◎ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・例年12月の売上は、卒業シーズンの3月や母の日がある5月と同様に売上が多い月である。年末から正月のお花の需要で売上が伸びるが、仕入価格の高騰があり、どのようにして利益を確保していくかを考えていかなければいけない。 |
| | ◎ | スーパー（店長） | ・インバウンドや全国旅行支援等による景気回復は確実にくと予測できる。実際に地域クーポンの利用率も想像以上に多く、業績に大きく貢献している。 |
| | ◎ | 乗用車販売店（従業員） | ・経営計画では、年度末に合わせて増加し、販売施策も豊富になることが予想される。 |
| | ◎ | 乗用車販売店（役員） | ・製造側は年頭から具体的な改善策を提案しているため、今月から納期の改善が少しずつ感じられる状況である。客の購入意欲については、量販車種での新型車効果で更に向上することを期待している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・客が増加している要因として、新型コロナウイルス感染症の規制が緩んでいることがある。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しても各人で対策をする習慣が付いていることから、行動範囲が広くなり、消費活動につながっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波により新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。店の販売対象年齢は50歳から60歳までの女性が多く、4回目のワクチン接種済の客がほとんどのため、注意を払いながら安心して買物しており、年末年始の売上は前年よりやや良くなると予想される。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・引き続き年末商戦で広報関係や年賀状などオーダーメイド製作が増加する。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・当市や商工会議所、近隣の商店街との協力により、一丸となって買物しやすい商店街作りを目標としている。 |
| | ○ | 一般小売店〔精肉〕（店員） | ・現状が続くと予想される。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | ・今月末は、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、店頭への来客数が増えている。自家需要商材やし好性の高い紳士、婦人雑貨、スポーツ関連、舶来雑貨、時計、家電は好調な状態が継続している。官民一体の景気販売促進策や非接触キャッシュレス決済利用の促進でお歳暮、正月商戦への来客数の回復や購買が期待できる。また、人気物産催事の終了後は、減少していたWebや通販の受注が回復しており、和牛の全国大会での受賞効果もあるため、県内外からの受注の増加やお歳暮正月主戦の活気が期待できる。 |
| | ○ | 百貨店（経営企画担当） | ・年末年始は、前年以上に行動範囲が拡大することが予想され、贈物や衣料品の需要が高まると考えられる。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・人の流れが増加し、活気が出ている。しかし、商品値上げによる客離れが懸念される。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・インバウンドの回復もあり、年末年始は前年までの自粛ムードの反動から人の動きは活発になる。物価上昇で価格に敏感になっている客も増え、コンビニの基本商品の動きは良くなる。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザの感染を危惧する報道もあるが、世界的には新型コロナウイルス感染症に対する恐怖感は薄れ、行動制限もないため、新型コロナウイルスの感染症対策への意識も薄れている。政府の全国旅行支援等も継続される見込みであり、人の動きは更に活発になる。 |
| | ○ | 家電量販店（従業員） | ・年末年始やボーナス時期もあり、家電の買換えが増えるため景気はやや良くなる。 |
| | ○ | 家電量販店（従業員） | ・行動制限が緩和され、初売りや新生活の需要が期待される。 |
| ○ | 乗用車販売店（役員） | ・減産問題も少しずつ改善し、納車が早くなることで、販売台数増加へつながっていく。 | |
| ○ | 住関連専門店（従業員） | ・12月初旬より気候が大きく変わるという予報があり、そこを皮切りに秋冬寝具の需要が高まる。 | |
| ○ | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・最近では、プレミアム付商品券等が多くみられる。取引先である旅館やホテル関係では、コーヒーの注文が3か月前から増加傾向にあり、宿泊旅行が多くなっていると推察される。12月から正月の旅行需要もあるため、売上は伸びていく。 | |

| | | |
|---|------------------------------------|--|
| ○ | 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) | ・インバウンドの増加で消費が期待できる。 |
| ○ | 高級レストラン (経営者) | ・コロナ禍で3年ほど耐え忍んでいたが、最近では外出も多くなっている。まだ、新型コロナウイルス感染症への対策をしている状況ではあるが、ワクチン接種も行き、人の流れが活発化することを期待している。 |
| ○ | 一般レストラン (経営者) | ・新型コロナウイルス感染症の第8波が懸念されているが、今のところ行動制限等もなく年末の繁忙期を迎えるため、非常に期待している。また、今後の補助事業にも期待している。 |
| ○ | 観光型ホテル (支配人) | ・全国旅行支援が年明け以降も継続されることになり、宿泊を中心に需要が見込まれる。 |
| ○ | タクシー運転手 | ・新型コロナウイルス感染症の第8波や、インフルエンザの同時流行、賃金増加を上回る物価上昇などの不安要素のなかでも、それを上回る景気の上昇が続いており、当面は維持できると考えている。 |
| ○ | タクシー運転手 | ・年末に近づいているため、人の動きが活発になると予想される。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、加えて様々な財の価格上昇もあり、来年の影響の予測が付かない。 |
| ○ | 通信会社 (企画担当) | ・年度後半も官公庁の予算の動きは鈍っていないため、通信関係にも好影響があることを期待している。 |
| ○ | 通信会社 (社員) | ・人の流れが以前と比べて多くなってきたため、景気は徐々に良くなっていく。 |
| ○ | 観光名所 (職員) | ・新型コロナウイルス感染症の第8波が3か月以内に発生するか見通せないが、現在来客数が増加しつつある傾向は3か月先も続くと考えており、新型コロナウイルス感染症の第8波が発生した場合でも、重症化する割合が低くなれば、経済的には影響はないと予想している。 |
| ○ | 美容室 (経営者) | ・年末年始の忙しい時期になるため、景気が回復すると予想される。クリスマスや年末調整に期待をしている。 |
| ○ | 美容室 (店長) | ・外出の機会が多くなり、来客数も多少増加すると予想している。 |
| □ | 商店街 (代表者) | ・物価の急上昇により、収入が増えない限り、景気は上向かない。特に高齢者の年金生活者は購買意欲がない。 |
| □ | 商店街 (代表者) | ・寒くなるため、新型コロナウイルス感染症の爆発的な増加が心配されるが、現在は円安や燃料不足等により先々を不安視する人が多くなり、売上は伸び悩むと予想される。 |
| □ | 商店街 (代表者) | ・今後の新型コロナウイルス感染症の状況がつかめないため、今後が不安である。 |
| □ | 一般小売店 [青果] (店長) | ・年末年始には大型スーパーマーケットやコンビニエンスストアは営業しているため、年末のまとめ買いへの期待が数年前から薄くなっている。寒さも厳しくなると、客の行動範囲も狭くなるため、来客数も減少し厳しくなっていくと想定している。 |
| □ | 一般小売店 [鮮魚] (店員) | ・今年は魚の養殖物が高くなっており、年末商戦が厳しくなる。また年明けも例年以上に落ち込むと予想され、好材料がなく期待が持てない。厳しい年であったが、来年こそ景気回復に期待をしたい。 |
| □ | 百貨店 (企画担当) | ・今後、来客数は回復していくと予想されるが、大きな改善はないと見込まれる。節約志向が強まり、生活必需品等は苦戦傾向が続く。一方、高額品等の動きは順調であることから消費の2極化が進むと思われ、全体で見ると現状維持程度の水準である。 |
| □ | 百貨店 (企画担当) | ・バレンタインやお歳暮等のギフト需要は堅調に推移し、自家需要は物価高騰の影響を受けると予想している。 |
| □ | 百貨店 (経理担当) | ・12月はギフト及びおせちの売上が伸びてくる。衣料品以外の売上は若干良くなっているが、衣料品全般では依然として売上が余り見込めない状況である。 |
| □ | スーパー (経理担当) | ・電気代等の料金が高止まりし、食費に回す出費が抑えられる傾向にある。また、外食がある程度復活し、スーパーマーケットでの買物が減少している。加えて、商品の値上げが続き、先行き不透明である。 |

| | | |
|--------------------------|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者） | ・今後の状況が変わるとは考えられず、何らかの景気対策が早急に必要なため。政府には期待できないため、先行きが懸念される。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | ・値上げの影響は続く見込みである。今後の生活インフラの値上げがどこまで影響するのか懸念される。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当・店長） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、3か月前より客は頻繁に来店している。来客数の伸び悩みは予想されるが、売上点数や売上単価が高くなり、売上を伸ばしていくと予測され、若干景気は良くなる。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長） | ・年末には若干売上が良くなると考えられるが、状況は変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店員） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念もあるが、消費行動は現状と変わらないと予想している。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（取締役） | ・2月は季節の変わり目になるが、ファッション業界は非常に天候に左右され、その時期の売れ筋も読めない。現在のような閉塞感のある状況が続くと、先行きは余り変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長） | ・新型コロナウイルス感染症の影響は、発生当初とは状況が変わっており、人流抑制等はなくしているものの、巣籠りによる駆け込み需要で、厳しい状況が続くと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店員） | ・やっと底を脱したとは考えられるが、予断を許さない状況であり、冬物家電が売れなければ、景気は伸び悩むと予想している。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店員） | ・半導体不足や円安の影響で、電化製品は同じ性能でもかなり値上げしている。販売量は少ないが、単価が高くなっているため、3か月前先までは全体でそれほど変わらないと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（総務担当） | ・先行き不透明であるため、景気動向は判断できない。メーカーからの新車増産に期待している。 |
| <input type="checkbox"/> | 住関連専門店（経営者） | ・通販部門は9月までそれなりに売上があったが、前年からの商品値上げが止まらず、10月、11月はかなり落ち込んでいる。耐久消費財である家具の購入は、しばらく様子見が続くと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 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） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波の報道がされ始めても大きな悪影響が出ていないが、エネルギーや物価上昇により一般家庭の支出に影響が出ており、長期化が予想される。食物販売に関して物価上昇は激しく、また、アパレル等への影響も小さくない。そのため、消費者への心理的影響も拭い去れない。 |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン（経営者） | ・例年12月は忘年会シーズンとなり忙しくなるが、当県でも新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加し、新型コロナウイルス感染症の第8波の発生が心配である。企業関係の客が中心であるため、忘年会を控えるのではないかと予測をしている。 |
| <input type="checkbox"/> | スナック（経営者） | ・10月、11月と続けて売上が伸びたが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、再度外出自粛が予想される。11月末には来客数の鈍化がみられ、外食に関しての景気復調傾向は11月で頭打ちになるのではないかと危惧される。 |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理） | ・物価が下がるか、若しくは所得が上がらない限り、個人での景気が良くなるとは考えられない。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（専務） | ・先行き不透明であるため、新型コロナウイルス感染症の影響が全く分からないが、全国旅行支援が継続すれば客が多くなると予想している。 |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手 | ・利用客も増加しているが、寒くなると新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの今後の状況が分からないため、景気は変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（統括者） | ・店舗でのサービスを必要とする客が、僅かながら減少している。今後、業界の最需要期に向け、マーケットが活性化することに期待したい。 |
| <input type="checkbox"/> | ゴルフ場（従業員） | ・今後3か月間の予約状況も順調であり、これからもこの状況が続くと予想される。後は、物価上昇がどこまで進むかが問題である。 |
| <input type="checkbox"/> | 競馬場（職員） | ・身の回りの物価上昇が続いているため良くなる展望はないが、販売量が落ちていないことから、順調に推移する。 |

| | | |
|---|---------------------------------|--|
| □ | 理容室（経営者） | ・業種的に例年11月の景気は若干悪いが、12月は良くなる傾向にある。年度末は期待したいが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため、高齢者は行動を控えており厳しくなっている。 |
| □ | 設計事務所（所長） | ・結論が出る時期が3か月先になるため予測は難しいが、今月の状態が続き変わらない。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | ・これから本格的な冬に向かい、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行が考えられるため、人の動きや景気が上昇するとは考えられず、景気は悪くなると予想される。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | ・物価上昇により買い控えが進み、景気は良くならない。零細企業は、電気代の高騰が響き、廃業するのではないかと危惧している。 |
| ▲ | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・売上が増加する時期ではあるが、公共料金の値上げや物価の上昇により、更に財布のひもは固くなり、今後が心配である。 |
| ▲ | 百貨店（販売促進担当） | ・年末年始を終え、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、加えて、商品の値上げにより購買意欲が低下していると予測される。 |
| ▲ | 百貨店（業務担当） | ・先行きに対する不安を抱いている客が多い。物価上昇がいつまで続くのか分からないため、限られた年金では自分で使える金が目減りし、我慢する状況になっていると嘆いている客が多くなっている。 |
| ▲ | スーパー（店長） | ・円安や原材料及び電気代高騰、新型コロナウイルス感染症の第8波の到来により景気は悪くなるが、インバウンド増加や年末年始の帰省などで今後の状況に変化が出てくる。 |
| ▲ | スーパー（総務担当） | ・食品の値上げに加えて、エネルギー価格の高騰もあり、更なる消費マインドの減退につながっていく。 |
| ▲ | スーパー（企画担当） | ・年末商戦はある程度の来客が見込まれるものの、その後の買い控えが来客数減少につながるのではないかと懸念がある。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | ・急激な物価高により明らかに買い控えが発生している。以前の売価を把握している客が多く、現在と価格を比較しているため、成約率が落ちている。 |
| ▲ | 一般レストラン（スタッフ） | ・年末に向けては一時的に良くなると考えられるが、新型コロナウイルスの感染拡大や原料の価格高騰、商品値上げ等による消費の冷え込みが予想される。 |
| ▲ | 観光型ホテル（総務） | ・例年2月が底であるため、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響を考えると、1月から2月にかけて、厳しい状況になる。 |
| ▲ | 通信会社（役員） | ・身の回りの物価上昇が続いており、業務関係でも機器や部材の納入単価の値上がりが続いている。今後本格的に冬の気温低下が進むと光熱費の上昇を招き、地域の消費者心理も停滞すると予想される。 |
| ▲ | 通信会社（営業担当） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波に入りつつあり、それによる影響が出ると考えている。 |
| ▲ | ゴルフ場（営業） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波と世界経済の後退が少しずつ現れている。 |
| ▲ | その他サービスの動向を把握できる者（所長） | ・今後の先行きは不透明感が強く、危惧される。 |
| ▲ | 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） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波が徐々に拡大傾向になり、再び大幅なサービスキャンセルによる減収が見込まれる。 |
| ▲ | 設計事務所（代表） | ・物価高騰や金利の上昇が影響し、景気は悪くなる。 |
| ▲ | 住宅販売会社（従業員） | ・新型コロナウイルス感染症の影響で、制限されていた旅行や外出が緩和された影響で、観光客も増え、旅行業界等では売行きが良くなっていると思われる。一方、円安による物価高騰もあり、家計は苦しくなり、景気は若干悪くなる。 |
| ▲ | 住宅販売会社（従業員） | ・こどもみらい住宅支援事業の交付申請率は8割を超えており、若干の駆け込みは予想されるが、申請受付後は客の落ち込みが懸念される。 |
| × | 百貨店（総務担当） | ・原材料の価格高騰により、景気は悪くなる。 |
| × | 乗用車販売店（代表） | ・新型コロナウイルス感染症や物価高騰の影響等により悪くなっていくと予想される。 |

| | | | |
|----------------------------|---|-------------------|---|
| | × | 観光名所（従業員） | ・全国旅行支援の延長が決定したが、今週に入り来客数が激減している。寒さと新型コロナウイルス感染症の第8波が原因だと考えるが、先行きが不安である。 |
| | × | 設計事務所（所長） | ・まだまだ材料や製品の価格上昇の予告が続いており、いつ落ち着くのか先が見えない。 |
| 企業 動向 関連 (九州) | ◎ | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・落ち込んでいた衣料関係も含めて、ここ1か月で好転している状況であるため、今後新型コロナウイルスの感染拡大で影響が出て、回復していくと考えている。 |
| | ○ | 農林水産業（経営者） | ・現状を踏まえると、1月は厳しい状況が続くが、2月からは需要が活発化していくと考えられる。鳥インフルエンザが早く終息することを望んでいる。コロナ禍ではあるが、活発な需要に応えるために投資を考え、生産の安定や拡大を図っていく計画である。問題は、深刻な人手不足の解決である。 |
| | ○ | 農林水産業（従業者） | ・全国的に曇天が多く、日照不足で、高温傾向のため、出荷のピークは遅れる傾向にある。露地野菜の出遅れに伴い、野菜は全体的に高値傾向にある。この傾向が肥料や資材、重油、物流コストの高騰で苦しむ農業産地の助けとなることを期待したい。 |
| | ○ | 家具製造業（従業者） | ・業界的には年度末に繁忙期を迎えるため、一定数の案件情報や受注は見込めると予想される。 |
| | ○ | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・年度末に向けた予約注文が控えているため、景気は良くなっている。 |
| | ○ | 化学工業（総務担当） | ・現時点での状況を踏まえると当面は販売等堅調に推移する。 |
| | ○ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・例年、11月より12月にふるさと納税が多くあるが、値上げがどの程度販売に影響するか心配である。しかし、11月より売上は良くなると予想される。 |
| | ○ | 金属製品製造業（事業統括） | ・受注量の増加に伴い受注残も増加傾向にある。例年下期には受注残が減少してくるが、今年は受注残の増加傾向が続いている。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業（経営者） | ・この業界では半導体の動きに左右される。各社とも半導体の供給がうまくいっていると考えられ、今後の動きが現況から変わりつつあると予測される。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | ・取引先からの引き合いが継続している。 |
| | ○ | 金融業（従業員） | ・住宅販売はおおむね横ばいで推移しているが、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しており、飲食業の売上も回復している。また、旅行業者の取扱額が大幅に増加している。 |
| | ○ | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・問合せが増えており、企業の投資意欲の高さを感じる。 |
| | □ | 繊維工業（営業担当） | ・工賃は上がったが、募集してもオペレーターが入らないため、景気は変わらない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・今後3か月も極端な受注減少はない。 |
| | □ | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・3か月内示計画の数量では、現状より多い生産が見込めるが、過去の状況と比較すると低い水準で横ばいであり、海外調達品の供給不足による影響が今後も心配される。 |
| | □ | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | ・生産ラインはできているが調達が間に合わないため、先送りになっている。全く見通しが付かず危惧している。 |
| | □ | 建設業（従業員） | ・大型の見積案件、受注物件の予定はなく、景気は今と変わらない。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | ・国内の観光需要が回復しても、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ることはしばらくない。中国の状況が好転しても新しい生活様式が根付いていることもあり、飲食関係の回復も難しいと推測される。 |
| | □ | 輸送業（総務担当） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況にもよるため、先行きは不透明である。 |
| | □ | 通信業（職員） | ・材料不足により携帯基地局工事の完成が予想ほど伸びておらず、売上目標に対して厳しい状況となっている。 |
| | □ | 通信業（経理担当） | ・売上目標に対して、実績は堅調に推移している。しかし、現時点では大きく上振れする見込みはない。 |
| | □ | 金融業（営業） | ・消費行動は復活してきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波の到来が予想される。経済活動は止めないと考えられるが、高齢者を中心に自粛は広がると予想され、全体的には現状と変わらない。 |

| | | | |
|------------------|---|--------------------------|--|
| | □ | 金融業（調査担当） | ・製造業、非製造業共に回復に向かってはいるものの、先行きの不透明感は拭えない。 |
| | □ | 金融業（営業担当） | ・これから年末年始にかけて、消費者動向は盛り上がりと考えられる。また、人の行動も活発になると予想されるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、加えて、商品の価格が上がり続けているため、全体としては余り変わらない。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | ・物価高で企業経営が厳しさを増すなか、年末に向けて資金繰りの切迫による倒産増加が懸念されている。新型コロナウイルス感染症の終息が見えず、インフルエンザの流行に対する不安も高まっており、所得環境の改善も期待は薄く、景気は現状程度での推移を見込んでいる。 |
| | □ | 不動産業（従業員） | ・賃貸オフィスの入居率が横ばいに推移している。 |
| | □ | 新聞社〔広告〕（担当者） | ・安定した好材料がない。 |
| | □ | 広告代理店（従業員） | ・政府が打ち出している景気対策も即効性があるとは考えられないため、3か月程度で景気回復は厳しい。 |
| | □ | 広告代理店（役員） | ・ここ数か月、客とのコミュニケーションでは、景気が回復しているように思えるが、実際の数字では変化がない。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | ・現状のなかで、いかに過ごしていくかを各自模索している状態である。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | ・今年送ったダイレクトメールにも反応が余りなく、当分このような状態が続くと予想される。 |
| | □ | その他サービス業〔物品リース〕（職員） | ・今後も景気が大きく改善することは考えられず、現状が横ばいに継続する。 |
| | ▲ | 一般機械器具製造業（経営者） | ・自社努力にも限界があり、このまま仕入コストが上がれば先行きが大変不安である。 |
| | ▲ | 建設業（社員） | ・12月を迎えるのに官公庁も民間も発注が全くなく、現状では景気は悪くなる。早期の発注に期待したい。 |
| | ▲ | 不動産業（経営者） | ・客先や同業社間では、余り景気が良くなる話がない。 |
| | × | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | ・市町村の12月補正予算で、調査や計画策定等の予算化は少なくなると予想され、今後受注できる機会が少ないと考えられる。このため、景気は悪くなると予想される。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況にもよるが、国は経済活動を優先させており、第4四半期は期待をしている。当地のマーケットは中国からの観光客がないため厳しいと考えているが、今後の動きが注視される。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | ・観光客の増加に伴い、観光やホテル関連の求人数が増加している。年末年始も控えており、更に増加が見込める。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | ・年度末へ向けて人が動く時期になり、年末からの短期注文も既に受注している。しかし、以前注文があった企業へ打診しているが、増員を検討しているという回答がほとんどである。 |
| | ○ | 新聞社〔求人広告〕（社員） | ・今年の冬は、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザとの同時流行が心配され、新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向になるという懸念材料はある。しかし、3か月後の広告活動に影響が出るような状況にはなく、現状の緩やかな回復が続くとみている。インバウンドも確実に増加しているが、新聞広告の増加にはつながらない。ただし、再び行動制限や緊急事態宣言の発出となった場合は、景気に大きな影響が出るのが予想される。 |
| | ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・新型コロナウイルス感染症の状況次第であるが、年末年始での人流の活発化、また、それに伴う消費の活発化が期待できる。来年春には空港のリニューアルオープンなどもあり、景気は上向いていくと予想される。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | ・新型コロナウイルス感染症だけでなく、物価上昇の影響により予算が少ない案件が増えている。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | ・求職者が正規雇用への転向などに向かっており、直接的な売上に大きな変化はない。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波や、インフルエンザなど広がりつつあり、新型コロナウイルスの感染状況次第では飲食など外出自粛傾向になるのではないかと危惧される。一方で、コロナ禍の生活や消費行動に慣れてきており、景気は変わらないと予想される。 |

| | | |
|-------------------------------------|-----------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・新規求人数は増加傾向で、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談は減少している。景気が上向くプラス要素はあるものの、長期化しているウクライナ情勢や物価高騰、新型コロナウイルス感染症の第8波などが予想されており、その影響によりマイナス要素も懸念される。 |
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・飲食サービス業や宿泊業、小売業の事業所は、人手不足となっている。コロナ禍のため従業員を減らしたいという影響もあり、観光客の回復や年末の繁忙時期による人手不足が顕著となっている。一定数の雇用の回復があれば、求人数の増加の主たる要因が解決すると考えられる。また、今後の新型コロナウイルス感染症の拡大が懸念される。 |
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・新規求人数は、前年を上回る状況が続いているが、物価上昇や新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念材料もあり、今後の状況を注視する必要がある。 |
| <input type="checkbox"/> | 民間職業紹介機関（職員） | ・この1年、コロナ禍で採用を抑制していた企業も徐々に採用を開始している。ある程度景気が回復してきたため、これ以上の上向きは限られるが、悪くなる要因も見当たらないことから、景気は変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 学校 [大学]（就職支援業務） | ・政府の新型コロナウイルス感染症の水際対策緩和が実施され、また、インバウンド増加や新型コロナウイルス感染症の防疫と経済活動の両立が進み、日本経済には明るい兆しがある。その反面で、新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に増加しており、今後新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザ流行の予測が報道されるなど、まだまだ予断を許さない状況である。また、ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後もしばらく物価高騰が続く見通しであり、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はしばらく続くと思われるが、一方で企業の新卒採用意欲の底堅さも感じており、今後も経過を注視したい。 |
| <input type="checkbox"/> | 学校 [専門学校]（就職担当） | ・収入、支出共に大きな変化はないと予測している。 |
| <input type="checkbox"/> | — | — |
| <input checked="" type="checkbox"/> | — | — |