

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) | ◎ | 住関連専門店 (従業員) | 単価の動き | ・例年と比べプレミアム付商品券の上限額が上がり、高単価の商品を購入する際に大きな後押しになっている。そのため客単価が例年と比べ非常に高くなっている。 |
| | ◎ | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・旅行シーズンを迎え、来客数や稼働率が通常時に比べると約5ポイント上昇している。また、客単価についても市内全体で増加している。 |
| | ◎ | タクシー（統括者） | 販売量の動き | ・乗務員採用の増加と比例して総収入も増加しており、この傾向は続くと見込まれる。 |
| | ◎ | ゴルフ場（従業員） | お客様の様子 | ・客から予約の電話や、県外や海外からの予約数が増加している。売上は天候に左右されるが全体としては好調である。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・当店では季節の商材を取り扱っているため、気温の変化に左右される。ようやく涼しくなり季節の商材が動き始めているため、売上が徐々に増加している。しかし、生活必需品のみの購入であるため、景気に余り変化はない。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・物価上昇による商品単価の上昇や観光客の増加による来客数の増加の影響で、売上は前年を上回っている。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・気候が落ち着いてきた影響もあり、来客数も多くなりキャンペーンへの反応も良くなっている。 |
| | ○ | 家電量販店（従業員） | 来客数の動き | ・残暑が長期間続いたが、一気に朝晩が冷え込んだため暖房商品の動きが活発化している。また、防犯関連の商品の売行きが好調で、消費者の自己防衛意識が急激に高まっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（役員） | 販売量の動き | ・メーカーからの国内配車の増加が進み、販売量が堅調に推移している。 |
| | ○ | 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が順調に推移している。今月は前年比150%ほどの配車があり、登録台数も増加し、売上と利益の確保ができています。 |
| | ○ | その他専門店 [コーヒー豆] (経営者) | 来客数の動き | ・2～3か月前と比較すると来店客はやや減少傾向にあるが、卸部門では寒くなり始めているため喫茶などでの使用量が増加しており、売上は若干良くなっている。 |
| | ○ | 観光型ホテル (営業) | 来客数の動き | ・10月は例年より活気があるが、一時的な状況だと考えている。 |
| | ○ | 旅行代理店（統括者） | 単価の動き | ・2019年比では、来客数や法人取扱件数は微減であるが、売上は100%を超えている。高付加価値な商品やサービスのニーズが高い状況である。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | それ以外 | ・消費活動が年末に向けて増加している。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・周りの企業は経費対策として費用を節減している。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・9月は異常に暑かったが10月になり少し秋めいており、これから商店街への来街客は増加すると見込んでいる。しかし、選挙の影響で来街客が非常に少なく、購入単価も以前より若干下がっており、やや悪い状態が続いている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・小売店は非常に厳しい状況である。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・寒くなり、ようやく秋冬の商材が動き出している。 |
| □ | 一般小売店 [精肉] (店員) | 単価の動き | ・引き続き高単価の商品が好調である。 | |
| □ | 一般小売店 [生花] (経営者) | 販売量の動き | ・当店は切り花メインの花屋であるため7月の異常な猛暑で売上が落ちている。今月も余り状況が変わらず景気は良くない。 | |

| | | | |
|--------------------------|----------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店 〔茶〕（販売・事務） | 販売量の動き | ・大雨の影響で仕入価格が高騰したが、販売金額を変更していないため利幅が少なくなり、加えて来客数も少ない状況であったため、売上は例年と比較し減少している。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・依然として婦人衣料の売上が伸び悩んでいるが、食料品・飲食は好調である。また、インテリア・雑貨の売上もやや改善している。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・アプリ導入の本格化や家電量販店、文具雑貨の老舗が開店したことで新規の来客が増加している。加えて、クルーズ船寄港で海外観光客が目立つようになり、周辺地域と店頭への観光客が一層増加している。また、毎年盛況の国内・海外物産展の会場はおなじみの名産品や酒が好調となり、イーティンコーナーや試食試飲実施により客のにぎわいで混雑が目立つほどで、催事期間中の平日は好調である。また、おせちやケーキの受注が開始し、土日祝は天候や選挙、地域・学校行事で来店に影響が出ている。友の会の買物券交換は例年と比べて出遅れているが、クレジットやコード決済は客単価及び商品単価の上昇をカバーしている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数の推移が以前と比較しても差異はない状況に鑑みると、景気動向はさほど変わっていないと判断している。10月からの更なる物価高騰で販売点数に若干影響が出ているが、営業成果の指標となる数値全体に大きく影響を及ぼすほどではない。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・上半期以降も消費者の消費意欲は向上せず、横ばいが続いている。単価上昇は続いているが所得の上昇は追いついておらず、消費意欲は低いままである。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | 単価の動き | ・トイレットペーパーやラップフィルムなどは品質の高いナショナルブランド製品より、そこそこの品質のプライベートブランド製品の方が売行きが良い。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・来客数はインバウンドがプラス要因となり、新型コロナウイルス感染症発生前より伸びている。しかし、買上点数と客単価は下落、売上は横ばいとなっており、生活必需品以外は購入しない傾向が更に強くなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・総選挙の結果によっては来客数に影響が出ることも考えられる。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が少ないため売上は伸びず、2～3か月前とほとんど変化がない。景気は悪いままである。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・3か月前と比較すると、身の回りの商品の価格が高くなっている実感がある。そのため、衣料品購入に余裕がない人も見受けられる。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（役員） | 来客数の動き | ・販売各社の大型イベント開催に伴い来客数が伸びており、同時に受注が増加している。 |
| <input type="checkbox"/> | 住関連専門店（経営者） | お客様の様子 | ・地元産業の祭りは天候にも恵まれ人出が多かったが、売上はやや少なかった。都市部でのキャンペーンでは来場者や売上が良くない状況である。 |
| <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〕（統括者） | 来客数の動き | ・10月に入って客足が鈍化している。 |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月は選挙前から客の動きが止まり選挙後も続いたため、かなり厳しい月になっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（専務） | 来客数の動き | ・コロナ禍が落ち着き、団体客が以前のように戻ってきている。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（管理） | 来客数の動き | ・宿泊単価は徐々に上がっているが、宿泊客数は伸び悩んでいる。 |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（販売担当） | 販売量の動き | ・宿泊は好調であるが、婚礼は減少しており前月と売上は変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（職員） | 販売量の動き | ・海外旅行は3か月前より売上が伸びたものの、国内旅行が低下したため総合的には変化がない状態である。 |

| | | | |
|---|----------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今月は雨が多く、予想より野球観戦の客が少ない。また、夜はタクシーの数が少なくなり、前年と状況は変わらない。 |
| □ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・相変わらずインバウンドや国内観光客は多くっており、タクシー需要は増え続け、アプリ配車も徐々に定着している。一方で、地元住民のタクシー需要はやや落ち込んでいる。 |
| □ | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・販売件数の低迷が続いている。 |
| □ | 通信会社（役員） | お客様の様子 | ・インターネットサービス契約者の動向は、大幅に増加する兆候はなく微減の状態である。 |
| □ | テーマパーク職員 | 来客数の動き | ・繁忙期であった3か月前と比較すると来客数は減少しているが、景気が悪くなっているとは感じない。 |
| □ | 競馬場（職員） | 販売量の動き | ・販売量の動きは横ばいであるため、景気の変化はみられない。 |
| □ | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前と比べると、現状の美容業界は緩やかで余り変化のない状況であり、活性化されるような材料はない。選挙の影響で動きが非常に悪く、おしゃれ業界のファッション性が非常に薄れている。夏の暑さが長引いているのも原因の1つであるが、市場の活況を重要視しており、今後も何か景気回復の策を期待したい。 |
| □ | 美容室（店長） | お客様の様子 | ・来客数には変化がないが、物価が高くなり慎重に購入する人が多い。 |
| □ | 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） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症の拡大は落ち着いているためサービスキャンセルは減少しているが、今年4月の介護報酬改定で主力の訪問介護が大きくマイナスとなっている。また、社員の高齢化に伴い社員数が減少しており、加えて、高卒の新卒採用も前年比からは大きく鈍っていることから、経営環境の厳しさが増している。 |
| □ | 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 | ・8月以降の販売数が若干上向く傾向にあったが、その動きは止まっている。 |
| □ | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・来場者数が少ない状況である。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・展示場の来場者数に関しては前月同様で推移しているが、Webによる資料請求や問合せは若干減少傾向である。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・前月までは厳しい暑さのため消費行動が鈍い状況であった。今月に入り、気候は平年並みに落ち着いてはいるものの消費の上向きにはならず、物価の上昇が続く限りこの現状は打破できない。 |
| ▲ | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | お客様の様子 | ・今が旬であるサバもほとんど入らず、たまに入ってもゴマサバで、マサバの入荷がほとんどない。海水温が依然として高く、魚種が変わってきており、地物の魚が減少している。アジ釣りの漁師はアジが1日10匹程度しかかからないと嘆いている。 |
| ▲ | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・9月から続く夏日の影響から、一部の好調なブランドを除き、秋冬商材の動きが鈍い。 |
| ▲ | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・3か月前と比較すると国内客の消費が落ち込んでいる。また、インバウンドの消費は3か月前から落ち込んでいたが、8月以降の売上と比較すると若干上向き基調に変わっている。 |
| ▲ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・10月に入っても真夏日が続き、秋冬の衣料品購入が例年より遅れており来客数が減少している。 |
| ▲ | 百貨店（営業企画担当） | 販売量の動き | ・物価高や気温が下がらないことに加え、衆議院選挙が重なり購買意欲の低下や来客数減少となっている状況である。 |

| | | | |
|----|----------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ▲ | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・異常気象の影響で季節商材の動きが鈍化しており、本来売れるべきものが売れていない。また、物価高が継続しているため、選挙などの動きと今後の政権に対する不安感もあり、客の購買心理は大きく下がっている。 |
| ▲ | 百貨店（経営企画担当） | 来客数の動き | ・前月までは前年同月を超えていた来客数が、今月に入ると前年同月を下回って推移しており、売上に影響が出ている。 |
| ▲ | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・米の値段が大きく上がり、様々な食品が値上がりとなっていくなか、客は購入点数や来店回数を減らすことで生活防衛を行っている。 |
| ▲ | スーパー（企画担当） | 販売量の動き | ・前年はプレミアム付商品券の発行が消費者の購買意欲の高まりに結び付いていた。本年はプレミアム付商品券の発行はなく、節約意識の高まりから購買意欲は落ち、買上点数が極端に減少している。選挙割などの施策に取り組むものの効果は限定的である。 |
| ▲ | スーパー（経理担当） | 単価の動き | ・10月は多くの商品の値上げがあり、景況感の冷え込みがみられる。2023年度から続く商品の値上げに賃金の上昇が追い付いていない状況である。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・買上点数の減少がみられる。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・今月は100品目以上の商品の値上げがあり、以前と比較すると20%以上の上昇である。客は物価上昇に敏感になっており、一部の客では買い控えもあり売上に影響している。近隣店舗の閉店もあり売上は大きく減少していないが、経営が厳しくなると心配している。 |
| ▲ | コンビニ（エリア担当・店長） | 単価の動き | ・単価が上昇する数量や種類が予想以上に多く、客離れが進んでいる。プラス1品の購入も少ない状況である。 |
| ▲ | 衣料品専門店（店員） | お客様の様子 | ・物価高の影響で客から商品が高いといわれることが多くなり、何も買わずに帰る客が増加している。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が前年比90%前後と、回復の兆しがみえない。 |
| ▲ | 家電量販店（店員） | 来客数の動き | ・当地域の飲食店で営業をやめる店が多くなっており、市場関係の悪化が懸念される。 |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・今月は県内どの拠点も販売量が増加せず、苦戦している。 |
| ▲ | 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） | お客様の様子 | ・3か月前は酷暑であったがプレミアム付商品券の影響もあり、当館の売上としては悪くない状況である。各店舗によって波があるが、新店舗の開業景気はまだ継続しており、冷感アイテムや盛夏商材は好調であった。一方で、現在はシネコンが前年比で苦戦しており、また、商圏内で開催されていた当地のスポーツイベントによる当館への好影響はなかった。キャラクターセンターも前年と近いタイミングでイベントを開催しているが、前年ほどの爆発力はなく、3か月前より定量的にみても景気動向は悪化している。 |
| ▲ | 旅行代理店（統括者） | 来客数の動き | ・9月と比べ来客数が減少しており、売上が下降気味である。 |
| ▲ | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・高速道路の災害により一部区間が不通となっていた期間は店舗の売上が20%減になっていたが、復旧したことにより見通しが明るくなっている。 |
| ▲ | 設計事務所（所長） | 単価の動き | ・材料や製品単価の上昇が続いているが、仕事の対価は上昇していない。物品販売は価格転嫁ができていないが、人件費の価格転嫁はできない状況である。 |
| × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・3か月前から売上や来客数が減少している。例年8月中旬より秋物を展開するが、気温の影響で今月まで秋物の動きが苦戦している。 |
| × | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・週末、平日共に大幅に来客数が落ちている。インバウンドは増えているが、売上増には足りない。 |
| × | 住宅販売会社（従業員） | 単価の動き | ・収入は変わらないが、買物に行くたびに商品の価格が高くなっている状況である。価格を計画的に上げている物もあれば、便乗している商品もあり景気は良くない。 |
| 企業 | ◎ | — | — |

| | | | | |
|----------------------|---|------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 動向 関連 (九州) | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | 受注量や販売量の動き | ・環境負荷を少なくするための一環として、大手運送会社の倉庫を視察し、倉庫の有効活用方法を教わっている。 |
| | ○ | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・完成の工事も多くあるが未着工の工事もある。受注に向けての態勢はできているが、現在は作業員不足であるため今後を危惧している。 |
| | □ | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年10月は涼しくなるとスーパーマーケット関連の商品が売れる月であるが、前月から続いている卵不足で鳥の出荷が滞り、商品の欠品状態が続いている。在庫分の販売で売上を何とか維持しているが、工場では原料不足で稼働率が悪く、計画に対し70～80%の予想である。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は依然として変化はなく、営業による効果も薄い。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・受注量にほぼ変化がない。 |
| | □ | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・ほぼ想定どおりの台数で生産が続いている。 |
| | □ | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・物価高で消費が冷え込んでおり、その影響で出荷量が落ちている。一方で、外食向け貨物などは堅調に出荷量が伸びており、景気が悪いという印象は受けない。 |
| | □ | 通信業（統括者） | 受注量や販売量の動き | ・地元企業の景況感に大きな変化はない状況である。業務効率化等に向けたDXの必要性は感じつつも、実際の投資行動には結びついておらず、受注量全体としては横ばいである。 |
| | □ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・住宅販売は伸び悩んでいるが、公共工事はやや増加している。また、雇用や所得環境が緩やかな改善傾向を示しており、百貨店やスーパーマーケット及びコンビニエンスストアの売上も増加傾向にある。ホテル・旅館の稼働率は上昇しており、飲食店の売上も増加傾向である。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・インバウンドや工事関係者数の増加でビジネスホテルなどの宿泊価格が上昇している。また、天候不順で露地物野菜の価格も上昇基調である。一方、気温が下がり始めたものの、秋冬の衣料の動きは今一つである。人手不足対策としては、セルフオーダーアプリを導入する飲食店が増加傾向にある。 |
| | □ | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・夏の需要は猛暑由来であったため余り伸長がなく、現在の消費マインドは大きく変わっていない。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・賃上げにより人件費が圧迫され、経営環境は厳しくなっている。 |
| | □ | 新聞社〔広告〕（担当者） | 受注価格や販売価格の動き | ・選挙関連の新聞広告があったものの、その他の材料は乏しい状況である。 |
| | □ | 広告代理店（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・物流倉庫移転の影響で流れが悪くなっており、その結果、受注量が落ち込み前月の売上は前月比や前年比では減少となっている。3か月前と比較しても状況に変化はなく、横ばいである。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | 取引先の様子 | ・取引先が人手不足で余裕がないため、新しい提案を持ち込んでも採用の見込みが低い。 |
| | □ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・受注件数や金額に大きな変化がない。 |
| | ▲ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前年度と比較すると売上が1割減少している。効率の良いふるさと納税が分散され、計画より売上が落ちている。また、地域の上乗関係などで現状を確認しても売上が大幅に減少しており、地域全体で景気が悪くなっている。 |
| | ▲ | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | 取引先の様子 | ・このところ生産状況が悪く、受注が少ない。その要因をメーカーに確認するが、理由が分からず困惑している。 |
| | ▲ | 輸送業（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・様々な物の価格が高騰しており、荷物の動きが多少落ちている。 |

| | | | | |
|------------------|---|--------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ▲ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・当県も物流施設が次々としゅん工しているが、しゅん工前に貨物が埋まる施設が減少しており、立地によってはしゅん工後も埋まらない状況である。既存倉庫も同様で、貨物がそれほど増えていないため、空坪が増加しており貨物の奪い合いになっている。2024年問題から拠点数を増やす荷主が増えてはいるが、物量としてはそれほど多くはなく消費の低迷が続いているため、在庫を抑える傾向になっている。 |
| | ▲ | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・中小企業全般において、新型コロナウイルス感染症関連融資の元金返済開始に加え、人件費や物価の上昇及び借入金の金利上昇により、資金負担のプレッシャーが経営者にのしかかっている。前向きな動きは見られない。 |
| | ▲ | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・このところ当社の受注状況は芳しくない。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・10月も下旬になりようやく秋らしくなっている。非常に夏が長く、天候も不順だったことから、経済的に余り元気がない月である。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・食品では、米やパンの売上が悪くなっており、特に酒やたばこの売上は大きく減少している。 |
| | ▲ | 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 | ・市町村からの調査や計画策定、設計等の業務の発注において極端に価格を下げて応札する企業は少ないが、それでも業務を取りたいところは3割引まで下げて応札する傾向にある。 |
| | × | 繊維工業（営業担当） | それ以外 | ・このところ発注が少なく、最低賃金の急な上昇についていけない企業が多い。従業員も時間を短縮したことにより、企業はその分の生産量が減る状況になっている。工賃の交渉は難しく、また、助成金申請も通らない状況である。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・物価高により人件費を上げなければ人が集まらないため、報酬交渉がスムーズに進みそうである。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人数は、取引がある企業が7割、新規取引先が3割程度増加しており、2～3か月前と比較すると倍近くになっている。また、求職者数の問合せも増えており、新規媒体に掲載するとすぐに反応がある。 |
| | ○ | 求人情報誌制作会社（編集者） | 周辺企業の様子 | ・当市は相変わらずインバウンドでにぎわっており、街は日本人よりも外国人が目立つようになっている。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（社員） | それ以外 | ・インバウンド景気は横ばいである。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・今月は内定式が多く、例年求人数が減る10月以降になっても大学4年生の求人数が多い。特に九州エリアでは絶対的に理系人材の人数が少ないため、求人数が増加している。 |
| | □ | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 採用者数の動き | ・多くの中小企業が新卒採用予定数の充足には至っておらず、ほぼ通年採用で活動を行っている。生産年齢人口が減少していくなかで、人材の獲得に注力している状況は依然続いている。 |
| | □ | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き | ・10月に入っても採用活動を継続している企業は多く、企業来訪件数は高い水準を維持しており、学生にとっては有利な状況が続いている。一方、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとっては人材確保が大きな課題になっている。人手不足の状況は今後も続くことが予想され、求人の動きは今後も拡大傾向にある。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・今月は新規求人の動きが余りなく、また直接雇用の案件も少ないため、求職者数のリクエストに応えられない状況が続いている。 |
| | × | — | — | — |