

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<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | ◎        | －                                 | －  | －  |
|                            | ○        | 百貨店（企画担当）                         | 販売量の動き   | ・国内の売上が前年比100%を超えており、過去3か月前と比較しても上振れている。   |
|                            | ○        | スーパー（経理担当）                        | 来客数の動き   | ・12月の来客数は上向きで前年比100.9%であったが、1月の来客数は値上げや12月に多くの購買をしていることが原因で、同98.7%と下向き傾向になっている。          |
|                            | ○        | コンビニ（経営者）                         | 来客数の動き   | ・時給を上げなければアルバイトが集まらないという状況で経営的には厳しいものの、来客数が前年を上回っており、にぎやかさがある。                           |
|                            | ○        | 衣料品専門店（店員）                        | お客様の様子   | ・暑い秋からようやく冬らしい寒さとなり、ニットやコート等の重衣料を求める例年同様の購買行動に戻っている。                                     |
|                            | ○        | 家電量販店（従業員）                        | 販売量の動き   | ・年明け以降寒さが厳しくなり、防寒グッズやインフルエンザなど感染症に対する予防関連商品等が個人消費をけん引している。                               |
|                            | ○        | 乗用車販売店（総務担当）                      | 販売量の動き   | ・新車の販売が順調に伸びており、販売店にとって良い状況である。メーカーの新車生産が予定どおりに推移している結果である。                              |
|                            | ○        | 乗用車販売店（役員）                        | 販売量の動き   | ・受注残からの販売供給量が堅調である。  |
|                            | ○        | 住関連専門店（従業員）                       | 単価の動き  | ・仕入価格の高騰により販売価格も値上げせざるを得なくなっているが、客もインフレに抵抗が少なくなっており、販売量に大きな変化はない。                        |
|                            | ○        | 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か月前の10月は厳しい商況であったが、今月の状況は良くなっている。10月は明確に不調要因があり、その点を差し引くと、劇的な改善というわけではない。              |
|                            | ○        | 旅行代理店（統括者）                        | 販売量の動き   | ・法人に対する売上は、好調な企業業績に連動して大型インセンティブ旅行が増加している。個人客の売上は、来客数の増加傾向が顕著となっており売上も2019年と比較すると上回っている。 |
|                            | ○        | タクシー（統括者）                         | 単価の動き  | ・客の増加と乗務員の増加が業界全体で進んでいるため、需要の奪い合いが発生している。単価を上げる改定を実施するため、単価上昇が期待できる。                     |
|                            | ○        | 通信会社（企画担当）                        | お客様の様子   | ・業種によるが、今年度の業績が予想より良く予算に余裕がある客もあり、年度内の駆け込み相談の対応が多くなっている。                                 |
|                            | ○        | 通信会社（営業担当）                        | 来客数の動き   | ・飲食店の来客数が良くなっている。  |
|                            | ○        | 通信会社（業務担当）                        | 販売量の動き   | ・年末年始の大手企業のサイバー攻撃事案がきっかけで当社の顧客のセキュリティ意識が突然高まっており、年末からセキュリティ端末の受注が続いている。                  |
|                            | ○        | 観光名所（職員）                          | 来客数の動き   | ・来客数が増加しており、コミュニティバスが増えてきている。  |
|                            | ○        | 学習塾（従業員）                          | 来客数の動き   | ・問合せが増えており、若干景気が良くなっている。学業に金を使う家庭が増えている状況である。  |
|                            | □        | 商店街（代表者）                          | お客様の様子   | ・年末年始の食材がまだ残っている家庭もあるとみているが、最近の物価高で鍋料理にしても野菜の値段が高くなっているため、客の購買力が伸びていない。                  |
|                            | □        | 商店街（代表者）                          | お客様の様子   | ・来客数が減少しており、定価が下がっている商品について関心を示すものの、いざ購入をしようとするときに購入をやめるという状況が多い。                        |
|                            | □        | 商店街（代表者）                          | 来客数の動き   | ・景気の状態は3か月前と比較すると余り大きな変化はない。   |
| □                          | 商店街（代表者） | 来客数の動き                            | ・新年のイベントには来客はあったが、なかなか購買には結び付かない状況である。         |  |
| □                          | 商店街（代表者） | 来客数の動き                            | ・飲食店で食事する人が若干減少している。客は値上げで今後を不安に思っており、買い控えている。 |  |

|                          |                |        |   |
|--------------------------|----------------|--------|---|
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔精肉〕（店員）  | 単価の動き  | ・一般客用の販売では高単価の商品はやや低調であるが、業務用販売では引き続き高単価の商品が好調となっている。   |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・年末の繁忙期も終わり2月までイベントはないが、花の単価はかなり上がっている。客は祝い事がなければ来店をしない。そのため、売上は増加もせず、減少もしない状況である。  |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（企画担当）      | 販売量の動き | ・クリアランスセールであるためバーゲンセール価格になっても購入に至るまでシビアに検討している。まとめ買いなどもなく、苦戦している。   |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（企画担当）      | お客様の様子 | ・長い連休となった年末年始であるが、初売りは来客数や売上共に前年を下回っている。食品など日用品は堅調であったが、衣料品や高額品の購入までには至っていない。実質賃金が上がらないこともあり、客の財布のひもが固い状況が続いている。  |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経理担当）      | 販売量の動き | ・雪の影響もあるが、来客数が減少しており売上が全般的に良くない。衣料品や婦人雑貨の売上は厳しいが、インテリア・時計においては高額品が売れている。また、インバウンドの売上は若干ではあるが順調に伸びている。   |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当）      | お客様の様子 | ・毎年好評の物産催事やクレジット催事、バレンタインデーギフト開催による来店促進により土曜の来客数は好調であったが、寒さにより平日、日曜の来客数に伸びがない。春節の連休が始まり海外直行便が増便、クルーズ船寄港増により空港・ホテル・街にインバウンドが増加している。また、国内外の観光客は増加しており、インバウンドに人気のし好性の高いブランド品・舶来雑貨は好調となっている。国内客や地元客の自家需要商材やし好性の高いブランド品・舶来雑貨の購入意欲は継続しており、販売数量や来客数の減少を価格上昇で補っている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（業務担当）      | お客様の様子 | ・物や光熱費、ガソリン代の値段が上がったため、客の多くが消費を控えなければいけないと考えている。物価高を実感している客が非常に多く、節約しなければいけない状況となっている。今後もこの傾向は続いていくと考えている。  |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経営企画担当）    | 販売量の動き | ・初売り初日から前年の売上を割り込むスタートとなり、主要催事についてもほぼ前年未達成となっており、ここ数か月は厳しい商況が継続している。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長）       | 販売量の動き | ・物価高騰は続いており、ガソリン価格が再び高騰したため更に消費者の節約意識は高まる傾向にある。景気は現況と変わらないと判断している。当社の数値でも傾向は変わらず、販売量の動きは相変わらず前年を割り込んでいる。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長）       | 販売量の動き | ・3か月前と比較し、景気は低位のまま変わっていない。収入の伸びはなく単価だけが上昇を続けており、可処分所得の減少が大きな要因と考える。   |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当）     | 販売量の動き | ・商品の値上げにより単価も上がっているが、販売量が伸びないために売上が前年並みという状況が続いている。生鮮食品では青果が相場高となっており売上が伸長しているが、精肉は原価高で売上不振が続いている。寒さとともに衣料品の動きが回復しており、寝具は不振が続いていたがようやく回復している。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）      | 来客数の動き | ・物価高のためコンビニエンスストアで買物をする人が減っている。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）      | お客様の様子 | ・節約ムードが改めて顕著になっている。そのため、価格に敏感な消費行動になっており、バーゲンセール品等の動きが良くなっている。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）      | 来客数の動き | ・来客数が前年比でほぼ変わらない。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当）    | 来客数の動き | ・ガソリンや生鮮食品の価格高騰が客の購買に影響している。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長）       | 販売量の動き | ・近隣に2店の競合店が増えたため、苦戦し始めている。  |

|   |  |        |   |
|---|--|--------|---|
| □ | コンビニ（エリア担当・店長）                           | お客様の様子 | ・主力であるおにぎり、弁当、総菜等の原材料価格の高騰により売価も値上げしている。そのため、客の買い控えが続いている。  |
| □ | 衣料品専門店（取締役）                              | お客様の様子 | ・単価が高額な商品よりもできるだけお手頃感のあるものに目が行く傾向にある。また、新しい物を購入する場合は、所有物を増やすことより整理していく傾向があり、できるだけ吟味をして必要最小限の購入をしている。      |
| □ | 家電量販店（店長）                                | 来客数の動き | ・来客数が前年の90%以下となっており、上向く兆しがない。   |
| □ | 家電量販店（店員）                                | 来客数の動き | ・来客数は減少傾向となっており、客単価は上昇傾向にない。一部のカテゴリーでは客単価の上昇もあるが、総合的には下降している。   |
| □ | 乗用車販売店（従業員）                              | 来客数の動き | ・例年より1月の販売台数が少なかった。   |
| □ | 乗用車販売店（役員）                               | 来客数の動き | ・年明けや初売りの効果もあり、来客数は多くなっている。販売できる車種が限定されているなか、好実績となっている。   |
| □ | 住関連専門店（経営者）                              | 販売量の動き | ・来客はあるが下見の客が多く、購入決定までには至らない。また、都市部でのキャンペーンは余り成果がない。   |
| □ | その他専門店<br>[コーヒー豆]<br>（経営者）               | お客様の様子 | ・来客数や購入量は前年と変わりがない状態である。新規の客も若干あるが、寒くなったため外出が減少している現象は前年と変わらない。   |
| □ | その他小売の動向を把握できる者<br>[ショッピングセンター]<br>（統括者） | 来客数の動き | ・物価高の影響で売上は上向いているが、来客数は増加していない。   |
| □ | 観光型ホテル（専務）                               | 来客数の動き | ・毎年この時期は団体客が多いが、今年は動きが悪い。   |
| □ | 観光型ホテル（管理）                               | 販売量の動き | ・宿泊単価は前年同期より若干上昇しているが、宿泊客数が減少している。  |
| □ | 旅行代理店（統括者）                               | 来客数の動き | ・為替や物価高騰が続いており、来客数は伸びていない。  |
| □ | タクシー運転手                                  | お客様の様子 | ・県外のゴルフ客は増加しているが、県内ではインフルエンザで外出を控えているため売上は余り増えていない。   |
| □ | 通信会社（役員）                                 | 単価の動き  | ・低価格サービスへの切替え、また、低価格サービスの解約等もあり、状況が改善しない。   |
| □ | ゴルフ場（従業員）                                | 来客数の動き | ・予約状況は、3か月前と同様に地元客や韓国からの観光客の増加に伴い堅調に推移している。   |
| □ | 競馬場（職員）                                  | 販売量の動き | ・販売日数等により単純に比較ができないが、おおむね横ばいで推移している。  |
| □ | 美容室（経営者）                                 | 販売量の動き | ・2～3か月前との比較では売上は良くなっておらず、業界全体で低調である。寒さのため、ファッションが付いていかず客の需要が上がっていない。しかし、暖かくなっていくにつれ上向きになると予想されるため期待をしている。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員）                              | 来客数の動き | ・来場者数やWebの問合せ等では、この3か月ほど大きな変動はなく推移している。   |
| ▲ | 商店街（代表者）                                 | お客様の様子 | ・冬物バーゲンセール時期ではあるが、セールにもダイレクトメールにも客の反応が悪い。天候や気温ではなく節約志向が1番の原因である。  |
| ▲ | 一般小売店 [鮮魚]（店員）                           | 販売量の動き | ・漁獲量が若干増え、魚価は若干下がっているものの、販売量が悪くなっている。客との会話でも需要が少ない話をよく聞く。今年になり商売を辞めた人もいる。                                 |
| ▲ | 一般小売店 [茶]（販売・事務）                         | 販売量の動き | ・物価の上昇のため仕入れの材料が高騰しており、来客数も減少している。店頭販売価格を値上げせずに据え置いているため、利幅が減少している。寒くなったことで通常は売上が増加するが、例年と比較しても低い状況である。   |

|   |                                 |        |   |
|---|---------------------------------|--------|---|
| ▲ | 百貨店（営業企画担当）                     | 販売量の動き | ・好調であった高額品の値上げが足踏み状態となっており、買い控えが顕著である。また、その他のアイテムに関しても、物価高の影響からセール品を好む傾向にあり単価が上昇しない。  |
| ▲ | スーパー（店員）                        | 販売量の動き | ・前年10月までは売上が良かったが、現在は僅かであるが前年の売上を下回っている。  |
| ▲ | スーパー（総務担当）                      | 販売量の動き | ・野菜の価格高騰により精肉や鮮魚の売行きにマイナスの影響が出ており、買上点数が前年を下回っている。   |
| ▲ | コンビニ（経営者）                       | お客様の様子 | ・米の値上げにより主力の手巻きおにぎりや弁当類の大幅な値上げが発生し、客が安価な商品の購入に動いていることから、より価値がある品ぞろえを求められている。1品単価の高騰によって買上点数が減少しており、売上全体でも前月から減少している。  |
| ▲ | 高級レストラン（経営者）                    | 来客数の動き | ・1月の来客は鈍い状況である。多少人数が多い宴会が入ってはいたが、少人数の客が少しずつ入る動きが主となっており、まとまった人数の客は少ない。  |
| ▲ | スナック（経営者）                       | 来客数の動き | ・今月の売上は前年から10%以上ダウンしている。年末も予想していたほどの伸びはなく、その流れが今月も続いている。  |
| ▲ | 観光型ホテル（総務）                      | 来客数の動き | ・年明けは例年と比べて売上が良くない。   |
| ▲ | 観光型ホテル（営業）                      | 来客数の動き | ・物価高によるものははっきり分からないが、年末から年明けの動きが鈍い。   |
| ▲ | 都市型ホテル（スタッフ）                    | 単価の動き  | ・現在はオフシーズンであり、販売量を稼ぐために繁忙期の金額から単価を落としての販売となっている。1月後半からは春節に伴い、海外からの渡航客も増え全体的に増加傾向である。  |
| ▲ | 旅行代理店（職員）                       | 販売量の動き | ・例年1月の販売量は少ないが、今年は特に海外旅行の販売が減少している。   |
| ▲ | タクシー運転手                         | 来客数の動き | ・インバウンドは相変わらず好調であるが、インフルエンザの流行や賃金を上回る物価高の影響で節約志向が強く、新年会も抑え気味となり、夜の歓楽街も人出が少ない。   |
| ▲ | テーマパーク職員                        | 来客数の動き | ・気温が急激に下がったこともあり、外出を控える人が多くなっている。   |
| ▲ | ゴルフ場（従業員）                       | 来客数の動き | ・予約数が前年比で減少傾向にある。   |
| ▲ | 美容室（経営者）                        | お客様の様子 | ・様々な物が値上がりしている。   |
| ▲ | 美容室（店長）                         | 来客数の動き | ・物価高で節約志向が高くなっている。当店も影響を受けており、客足が遠のいている。  |
| ▲ | 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   | ・補助金縮小によるガソリン代の上昇や光熱水道費も含めた価格上昇となる一方、収入の柱である介護報酬改定は3年毎の更新となっており前年4月に改定済みであるため、当面コスト増加を転嫁するすべがない。また、他産業においても大幅な賃上げが今年も想定されるが、売上増加が見込めず賃上げは困難であり、担い手不足が進み、厳しい経営環境が続くと考えられる。 |
| ▲ | 設計事務所（所長）                       | 単価の動き  | ・建築では材料や商品単価が上がり続けているため、着工数が減少している。また、生活必需品の価格上昇も続いているが、仕事の対価としての収入は上昇していない。  |
| ▲ | 設計事務所（代表）                       | 単価の動き  | ・人件費が上がり、金利も上昇するため景気が若干悪くなる。  |
| ▲ | 住宅販売会社（従業員）                     | それ以外   | ・中国経済が不安定となっており、海外から不動産投資のため我が国に移住したり、インバウンドなどの影響で、経済が上向きではある。しかし、インバウンドによりホテルの宿泊料が高くなっており、国内客が利用できないなど日本人の経済が低迷している。   |
| × | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き | ・天候の影響と景気の悪化により、来客数が激減している。   |

|                            |         |                  |   |  |
|----------------------------|---------|------------------|---|--|
|                            | ×       | 商店街（代表者）         | 来客数の動き  | ・報道では賃上げの情報が流れているが全く実感がない。大企業のみが経済の上昇傾向を感じ、中小企業では全く経済の恩恵がみられない。  |
|                            | ×       | 一般小売店〔青果〕（店長）    | 単価の動き   | ・異常気象により、大型野菜のキャベツや白菜、大根等は寒さの影響で生産量が減少し相場がかなり高くなっており、売上はあるが利益が取れない状況である。果物も従来の上上の4～6割となっている。りんごやかんきつ類は価格が高騰して売上は多いが、利益が取れない厳しい状況が続いている。  |
|                            | ×       | 衣料品専門店（店長）       | 来客数の動き  | ・全体的に動きが鈍いようである。インフルエンザが流行しており人の動きが少ない。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | ◎       | —                | —   | —  |
|                            | ○       | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き  | ・現在の受注量は若干ながら増加している。客の体制に当社も沿って事業をしているため、徐々に運営状態が良くなっている。  |
|                            | ○       | 電気機械器具製造業（取締役）   | 取引先の様子  | ・米国による関税発動の懸念はあるものの、取引先の動向を踏まえて工場の新規建設に着手している。   |
|                            | □       | 農林水産業（経営者）       | 受注量や販売量の動き  | ・想定していた鳥インフルエンザの影響が出始め、発生の多い東日本では大きな影響を受け原料不足に陥っている。西日本ではまだ影響は軽いが、今後の発生状況次第では3年前と同様になりかねない状況である。加えて、前年の猛暑や物価高騰の影響で陰りが出ており、若干販売面が厳しくなっている。1月は例年期待していないが、今年は前年の売上を上回ることは厳しい状況になっている。 |
|                            | □       | 農林水産業（従業者）       | 受注量や販売量の動き  | ・年末にかけて高止まりしていた価格が出荷量の増加に伴い下落傾向にある。技術ある農業者は高止まりの恩恵を受けている一方、気候変動の影響を受けた農業者は出荷時期が遅れ、今からピークを迎える可能性がある。  |
|                            | □       | 窯業・土石製品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き  | ・産地全体の傾向として大変厳しい状態である。販売面では陶土屋で前年より1割ほど落ちており、メーカーでは確実な数量が出せない状態で苦慮している。当社ではWeb関係の売上が良かったため、景気は変わらないのが現状である。  |
|                            | □       | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き  | ・半導体市場の景気回復の見込みが遅れ、これらの受注が減少している。  |
|                            | □       | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き  | ・客先や車種別にばらつきはあるが、生産の内示数に大きな変化はなく全体的には横ばいである。   |
|                            | □       | 建設業（社員）          | 受注量や販売量の動き  | ・第4四半期を迎え端境期に入っており、官公庁では新年度に向けた予算の確保や割当てを審議している。第4回の発注予定やゼロ県債、繰越工事等の早急な発表を望んでいる。   |
|                            | □       | 輸送業（従業者）         | 受注量や販売量の動き  | ・中国の景気回復がまだ進んでいないことや、九州では半導体産業が活況であるが恩恵を受ける企業は限られているため、大手企業以外は厳しい状況が続いている。   |
|                            | □       | 輸送業（従業者）         | 受注量や販売量の動き  | ・燃料や食品等の物価高騰による影響が出ている。  |
|                            | □       | 金融業（従業者）         | 取引先の様子  | ・住宅販売は弱含みながら、公共工事は増加している。また、雇用者所得が緩やかなら増加傾向にあるため、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などの売上が総じて堅調さを保っており、旅行関連等の観光業の売上も増加している。  |
|                            | □       | 金融業（営業担当）        | 取引先の様子  | ・借入金利の上昇が見込まれ、住宅ローンの申込みが減少している。物価の上昇は変わらないため景気は変わらない。  |
| □                          | 金融業（営業） | 取引先の様子           | ・新型コロナウイルス感染症が流行しているが、消費その他に大きな影響はないと考えている。しかし、年末年始商戦は盛り上がり欠けている。 |  |

|                  |   |                          |            |   |
|------------------|---|--------------------------|------------|---|
|                  | □ | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子     | ・建設・運輸関連業における大型車の運転手不足が深刻化している。食品や光熱費の高騰で消費者は儉約志向を一段と強めており、前向きな消費の流れを呼び込めない状況が続いている。地元中小企業では、人材不足の解消策として新たに外国人労働者の獲得を模索する動きが出ている。 |
|                  | □ | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子     | ・原材料価格の高騰や人件費の上昇があるが、価格転嫁も相応にできるため、余り変化はない。   |
|                  | □ | 不動産業（経営者）                | 取引先の様子     | ・最近、顧客企業を訪問して話をしているが、どの業種も余り状況が変わらないようである。  |
|                  | □ | 新聞社〔広告〕（担当者）             | 受注量や販売量の動き | ・通販関係の広告出稿がほとんど伸びていない。  |
|                  | □ | 広告代理店（従業員）               | 取引先の様子     | ・前月の売上は前月比ではプラスであったが、前年比ではマイナスとなっている。このところの売上や販売量の動きについては微増減を繰り返しているだけで大きな変化はみられない。   |
|                  | □ | 経営コンサルタント（社員）            | 競争相手の様子    | ・同業の新年会があったが、特に真新しい情報や目立つような動きは見られない。   |
|                  | □ | 経営コンサルタント（代表取締役）         | 取引先の様子     | ・多くの取引先の業況には、大きな変化がない状況である。   |
|                  | ▲ | 金属製品製造業（事業統括）            | 受注量や販売量の動き | ・工事現場の人手不足や建築費の高騰が原因で、顧客の建築計画が中止あるいは延期になっている。   |
|                  | ▲ | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕         | 受注量や販売量の動き | ・年末年始の稼働日数が少なかったのも影響しているが、全体的に生産量が少ない状況である。   |
|                  | ▲ | 輸送業（総務担当）                | それ以外       | ・エネルギー価格など物価の上昇や人手不足及び人件費増加などの高騰が地味に響いている。ガソリン・軽油の補助金縮小による高騰は運送会社の利益を大きく圧迫している。また、人手不足は飲食店に限らず、どの業界にも影響が出始めている。                   |
|                  | ▲ | 経営コンサルタント（社員）            | 受注量や販売量の動き | ・焼酎や清酒を買い控える客が増えている。しかし、安売りをするとよく売れており、また、薄めて飲めるリキュール類の売上は増加している。   |
|                  | ▲ | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | 取引先の様子     | ・今年度は福祉に関する調査や計画策定の業務が多く発注されたが、1月の指名競争入札の数が減少し、市町村からの委託業務が減少している。   |
|                  | × | 繊維工業（営業担当）               | 競争相手の様子    | ・どこの工場も受注が落ち込み、金曜日から休みにしたり、時間を更に短縮したりとバブル崩壊後のような不景気に陥っている。最悪の状態である。   |
|                  | × | 電気機械器具製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き | ・主要取引先からの受注が減っている。  |
| 雇用<br>関連<br>(九州) | ◎ | —                        | —          | —   |
|                  | ○ | 人材派遣会社（社員）               | 求職者数の動き    | ・求人数が増加傾向となっており、直接雇用などの案件も問合せが多い。また、派遣の短時間や短期間などのイレギュラーな募集案件に対してもエントリーが早い。  |
|                  | □ | 人材派遣会社（社員）               | 周辺企業の様子    | ・周辺の取引先や同業者の売上状況、求人需要など景気を反映する具体的な動向に大きな変化がない。  |
|                  | □ | 新聞社〔求人広告〕（社員）            | それ以外       | ・年末年始に景気の下支えを実感できないまま経過している。  |
|                  | □ | 職業安定所（職員）                | 周辺企業の様子    | ・県内では、代表の高齢化や後継者不足が要因とされる休廃業や解散が前年度より増加している。また、外国人の受入れや飲食、小売業ではセルフレジの導入などの対応もみられ、人手不足感は依然強い。                                      |
|                  | □ | 民間職業紹介機関（職員）             | 求職者数の動き    | ・最近の新卒の就職環境は学生優位の状況で早期化が進んでいる。九州でも既に3年生で内定をもらっている学生や現在選考が進行中の学生も多数いる状態となっており、今の時点で3年生向け合同説明会を開催しても人が集まりにくい状況である。                  |

|   |                     |         |  |
|---|---------------------|---------|--|
| □ | 学校 [大学]<br>(就職支援業務) | 求人数の動き  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大学生の内定状況は前年度と比較すると横ばいか若干良い状況であるが、現在も就職活動を行っている学生が一定数存在する。1月時点で採用活動を継続している企業も一定数存在し、2025年卒の目標採用人数に到達できず、苦戦している企業も中小企業を中心に多い。売手市場のなか、学生にとっては有利な状況である一方、採用活動の長期化や早期化が進み、企業にとっては人材確保が大きな課題になっている。</li> </ul> |
| ▲ | 人材派遣会社<br>(社員)      | 求職者数の動き | <ul style="list-style-type: none"> <li>・求人に対する問合せが減少し、登録者数も約半分になっている。Webの媒体数を増やしてみたが、問合せ数は変わらない状況が続いている。</li> </ul>  |
| ▲ | 新聞社 [求人広告]<br>(担当者) | 雇用形態の様子 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・隙間バイトが目立っており、時間を自由に使える主婦や高齢者などの需要も多い。一方で、外国人技能実習生については需要が多く、農業やホテル、食品会社などに対して仲介会社が積極的に動き出している。しかし、単価の低い業種であるため、景気が良いとはいえない。</li> </ul>   |
| × | -                   | -       | -  |