

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) | ◎       | 住関連専門店<br>（従業員）   | 単価の動き  | ・今年は朝晩の冷え込みが長く続いているため、現在も秋冬の高単価商品が推移している。加えて秋冬の羽毛布団などを片付けるタイミングに合わせたクリーニングやリフォームの需要も例年以上に高まっており、好調である。                  |
|                            | ○       | スーパー（経理<br>担当）    | 単価の動き  | ・5月は4月と比べ、単価の上昇が顕著になっている。売上は好調であるが、来客数減少が気になっている。                                                                       |
|                            | ○       | コンビニ（経営<br>者）     | 来客数の動き | ・インバウンドの下支えが前提であるが、来客数は増加している。仕事移動中の軽食やドリンク購入が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。夜から深夜帯の人の動きは、生活パターンの変化もあり低調のままであるが、朝、昼帯の人の動きは活発である。 |
|                            | ○       | 乗用車販売店<br>（役員）    | 来客数の動き | ・一部の車種について受注停止が続いており、改良車種の販売効果で来客数や注文数が多くなっている。                                                                         |
|                            | ○       | 観光型ホテル<br>（営業）    | 来客数の動き | ・2～3か月前も悪くはなかったが、それ以上に客足は伸びている。                                                                                         |
|                            | ○       | 旅行代理店（統<br>括者）    | お客様の様子 | ・大阪・関西万博や7月オープン的大型レジャー施設を起爆剤として、法人や個人客の動きが活発化している。                                                                      |
|                            | ○       | 旅行代理店（統<br>括者）    | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークは日並びが悪く振るわなかったが、店頭を中心に来客数が増えてきている。夏の商戦に向けて回復傾向が見込める。                                                          |
|                            | ○       | タクシー（統括<br>者）     | 単価の動き  | ・3月からの料金改定により客単価を上げる施策を実施したところ増加効果があったが、一方では、乗務員数が前年より減少している。                                                           |
|                            | ○       | ゴルフ場（従業<br>員）     | 来客数の動き | ・来客数が増加している。                                                                                                            |
|                            | ○       | ゴルフ場（営<br>業）      | 来客数の動き | ・コンペの来客数が増えている。                                                                                                         |
|                            | □       | 商店街（代表<br>者）      | 販売量の動き | ・今月は前月と比べて変化がない月である。                                                                                                    |
|                            | □       | 商店街（代表<br>者）      | お客様の様子 | ・最近の食料品などの値上げで特に米の値段が高騰し客は困っているが、おかずに対しての売上も伸びていない現状である。                                                                |
|                            | □       | 商店街（代表<br>者）      | 来客数の動き | ・食品など様々な物が値上げしているが、客はそのことに慣れてきている状況である。しかし、売上はなかなか伸び悩んでいる。                                                              |
|                            | □       | 商店街（代表<br>者）      | お客様の様子 | ・生活必需品の物価高による買渋りは続いており、店頭特売品にも買物は慎重で生活防衛意識が強いと推察される。                                                                    |
|                            | □       | 商店街（代表<br>者）      | 来客数の動き | ・物価高がニュース等で取り上げられているが、米が高くなった話題がまん延しており、買い控えなど商店街に来店する客も減っている。                                                          |
|                            | □       | 一般小売店〔精<br>肉〕（店員） | お客様の様子 | ・引き続き単価が高い商品の売行きが好調なことと、新規の取引依頼も増加傾向にある。                                                                                |
|                            | □       | 百貨店（企画担<br>当）     | 販売量の動き | ・インバウンドによる売上を3か月前と比較すると、同水準からややマイナスで推移している。国内客の売上は、インバウンドの購買量が減少した分の品薄感は薄れ、若干のプラスとなっており余り変わらない。                         |
|                            | □       | 百貨店（企画担<br>当）     | お客様の様子 | ・来客数は漸減しており、商品単価は上昇しているものの来客数減少を補い切れず、売上の減少傾向が続いている。                                                                    |
|                            | □       | 百貨店（経理担<br>当）     | 販売量の動き | ・売上の中心である婦人衣料を含め、全般的に衣料品の売上が伸びない。家庭用品は好調で、美術品関連では高額品が売れているが、全体の売上は若干前年割れで推移している。                                        |

|                          |                            |         |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------|----------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当）                  | お客様の様子  | ・大催事である食品主力催事では、ワインフードフェアも盛況で家族での来場が目立ち会場は混雑していた。長蛇の列ができるほどで、目当ての試食や試飲を楽しんだ後の購入があったことで客単価や商品単価が伸び、来客数や販売数量の減少を補うことができています。一方では、婦人・紳士衣料、リビング催事の来場は厳しく、大催事での決済はクレジット決済やプレミアム付商品券、ポイント拡大のコード決済が多く慎重な支払姿勢が目立っている。また、インバウンドや自家需要、嗜好性が高いインポートブランドに関心が高く、需要が多くなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（業務担当）                  | お客様の様子  | ・日々テレビなどの報道でいろいろな値段が上昇しており、実感をしていない客も生活防衛のため買物を控えることが多い。店頭でも、話の始めは天候であったが、最近では米価が高くなっており、不足しているなど日用品の価格や物価上昇が話題の中心になっており、購買意欲の高まりは期待できない。                                                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業企画担当）                | 販売量の動き  | ・天候不順による衣料品の購買不調に加え、物価高騰のため消費者の生活防衛意識から高額品購入の低下が著しい。                                                                                                                                                                                                          |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経営企画担当）                | お客様の様子  | ・全体的に、来客数は前年を下回っているものの、単価の上昇や高額品が好調であることから、売上は何とか前年並みを確保できそうである。                                                                                                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長）                   | 来客数の動き  | ・物価高騰は続いており、消費者の購買動向に変化はない。特売日の売上支持率が向上している状況で、特に食品は顕著となっており、購入を見極める行動が見受けられる。そのため、販売点数の伸び悩みが営業成果の指標となる数値につながっている。                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（総務担当）                 | 来客数の動き  | ・売上は値上げの影響もあり前年比10%近く上回っているものの、来客数については前年より微増にとどまっている。                                                                                                                                                                                                        |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当）                 | 単価の動き   | ・一般食品の値上げが続いているが、野菜の相場が下がったことで客の購買状況はある程度良好となっている。                                                                                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（従業員）                  | 競争相手の様子 | ・来客数は横ばいで推移しているが、商品単価の上昇分売上は増加している。                                                                                                                                                                                                                           |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）                  | 来客数の動き  | ・物価高で商品単価が上がった分、売上の前年比が上回っているが、来客数は横ばいである。                                                                                                                                                                                                                    |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）                  | 販売量の動き  | ・気温が上昇しないため、例年と比べアイス等の夏物商材の動きが鈍いが、インバウンドの増加等により相殺されている。                                                                                                                                                                                                       |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当）                | 来客数の動き  | ・物価上昇の影響もあり、来客数はやや減少傾向である。客単価の押し上げで横ばいが継続している。                                                                                                                                                                                                                |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長）                 | 来客数の動き  | ・高騰していた野菜の価格は、少し落ち着いてきている。景気そのものは良くも悪くもない状態であるが、米の価格や米国政権の影響で先行き不透明のため懸念される。                                                                                                                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（取締役）                | お客様の様子  | ・4月は年度替わりということもあり、例年では生活必需品の買い足しはあるが、今年は新しい商品を積極的に購入することより、所有物を利用する姿勢が感じられる。                                                                                                                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店員）                  | お客様の様子  | ・物価上昇に歯止めがかかっていないため、かなり悲観的になっている客もいる。                                                                                                                                                                                                                         |
| <input type="checkbox"/> | 住関連専門店（経営者）                | 販売量の動き  | ・都市部でのキャンペーンは変わらず良くないが、店舗販売は繰り出し効果があり、まずまずである。新規事業では横ばいの状況である。                                                                                                                                                                                                |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店<br>[コーヒー豆]<br>（経営者） | お客様の様子  | ・前年と同時期を比較すると来客数、客単価はほぼ横ばいである。新旧の来客数も出入りはあるがほぼ横ばいである。                                                                                                                                                                                                         |

|   |                                      |        |                                                                                                                                                                                        |
|---|--------------------------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | 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〕<br>（支配人） | お客様の様子 | ・前年2月は、施設内の複合映画館や主要店舗で、映画のヒット作や市のキャッシュレスキャンペーンがあり好調であったが、今年は苦しい状況となっている。3月は施設の周年祭等が開催されたが、複合映画館は前年比70%以下と不調は継続しており、施設全体に与えるインパクトは大きくなっている。春物を取り扱う専門店は復調した店舗も多かったものの、その減収分まではカバーできていない。 |
| □ | 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〕<br>（統括者） | お客様の様子 | ・売上の増加傾向は変わらないが、客単価の上昇や来客数は減少している。また、韓国人による売上減少が続いており、中華圏の客で補っている状態である。                                                                                                                |
| □ | 旅行代理店（職員）                            | 販売量の動き | ・例年ゴールデンウィークがある5月は、2月よりも販売量が増加するはずであるが変わっていない。前年との比較でも5月の販売量は下がっている。                                                                                                                   |
| □ | タクシー運転手                              | お客様の様子 | ・日中の雨天時の利用客はあるが、晴天時には利用が少なく、夜間の利用は徐々に遅くなってきている。                                                                                                                                        |
| □ | タクシー運転手                              | 来客数の動き | ・韓国の大統領選挙を前にして韓国からのインバウンドは減少しているものの、中国からの客は増加している。地元市民の節約傾向は相変わらずで、タクシーの売上は若干低迷している。                                                                                                   |
| □ | 通信会社（役員）                             | お客様の様子 | ・多くの高齢加入者は、生活費の見直しによりプランの切替えを行っている状況である。                                                                                                                                               |
| □ | 通信会社（営業担当）                           | それ以外   | ・前月と比較すると、景気上昇につながるような出来事がなかった。                                                                                                                                                        |
| □ | 観光名所（職員）                             | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークを挟んで大きなイベントも落ち着き、来客数も変わらない状況である。                                                                                                                                             |
| □ | 競馬場（職員）                              | 販売量の動き | ・販売量は、3か月前との比較ではおおむね横ばいで推移をしており、大きな変化はみられない。                                                                                                                                           |
| □ | 美容室（経営者）                             | 販売量の動き | ・2～3か月前から比べ景気は良くなる予定であったが、数字を見ても客の動きが遅く景気回復していない。物価高騰で客の美容意識の薄さが推察される。気温上昇に伴う動きに期待する。                                                                                                  |
| □ | 住宅販売会社（従業員）                          | お客様の様子 | ・イベント来場など全体的な客の動きは若干減少しているが、具体的な検討をしている商談来客数は今までと変わらない。                                                                                                                                |
| □ | 住宅販売会社（従業員）                          | 単価の動き  | ・物価の優等生である卵の価格が非常に高くなるなど単価の動きは継続して上がっており、景気を圧迫し、消費は冷え込んでいる状態である。                                                                                                                       |
| ▲ | 商店街（代表者）                             | 販売量の動き | ・春闘の交渉で満額あるいはそれ以上の回答があり、客の購買行動は上向いていた。しかし、実質賃金が上がっていない統計結果や米国大統領の言動により客の購買が急に止まり、購買力が落ちている。                                                                                            |
| ▲ | 一般小売店〔茶〕（販売・事務）                      | お客様の様子 | ・新茶の時期であるが来客数が少なく売上は低くなっている。物価高騰の影響で客の財布のひもは固く、生活必需品のみの購入のため売上は上がらず、景気回復はしていない。                                                                                                        |
| ▲ | 百貨店（企画担当）                            | 販売量の動き | ・春夏はセットでの需要が少なく、1点を慎重に検討している客が見受けられる。                                                                                                                                                  |
| ▲ | スーパー（店員）                             | 販売量の動き | ・客は最低限生活に必要な物だけを購入しており、衝動買いなどで商品の購入をしていない。                                                                                                                                             |
| ▲ | コンビニ（店長）                             | 販売量の動き | ・競合する店の事業が続いている。                                                                                                                                                                       |
| ▲ | 衣料品専門店（店員）                           | お客様の様子 | ・物価高の影響が大きくなっており、洋服も値上がりしているため、価格高騰を実感する客が増えている。                                                                                                                                       |
| ▲ | 家電量販店（店長）                            | 来客数の動き | ・特に週末の来客数が非常に少なく、他の買物を控えていることも考えられ、景気回復に不安を感じている。                                                                                                                                      |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員）                          | 販売量の動き | ・3か月前は決算期であったため販売台数も多かったが、5月は来客数や販売台数共に減少している。                                                                                                                                         |
| ▲ | 乗用車販売店（役員）                           | 販売量の動き | ・小型車中心の販売や中古車相場の価格が落ち着いた影響で、新車や配車台数が減少している。そのため販売台数が減少しており、収益状況は悪化している。                                                                                                                |

|                            |   |                                 |            |                                                                                                                                      |
|----------------------------|---|---------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | ▲ | 観光型ホテル<br>（専務）                  | 来客数の動き     | ・例年と比べて団体客が減っている。旅行業者によると大阪・関西万博への流出やバスの予約が取れないことが原因である。                                                                             |
|                            | ▲ | 観光型ホテル<br>（管理）                  | 単価の動き      | ・仕入価格は上昇し続けているが、その分を商品値上げに転嫁できない。                                                                                                    |
|                            | ▲ | 都市型ホテル<br>（販売担当）                | 販売量の動き     | ・前年度より状況は良いが、予想より伸びていない。                                                                                                             |
|                            | ▲ | 都市型ホテル<br>（スタッフ）                | 販売量の動き     | ・2年前の稼働率に比べて販売量が下がっており、要因としてはインバウンドの実績が下がっていることやコンサートなどイベント数も少なかったことが考えられる。                                                          |
|                            | ▲ | 通信会社（企画担当）                      | 販売量の動き     | ・光回線の販売が低迷している。解約数が多くなっており、契約数も横ばいである。                                                                                               |
|                            | ▲ | ゴルフ場（従業員）                       | 来客数の動き     | ・海外からの客の減少や天候の影響により、入場者及び予約数が少なくなった。                                                                                                 |
|                            | ▲ | 美容室（店長）                         | 来客数の動き     | ・連休後の疲れや多くの出費で、客足が悪い。                                                                                                                |
|                            | ▲ | 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       | ・水道光熱費の高騰や食材、特に米の価格上昇により、全体コストが増加している。他産業では大幅な賃上げを行っているが、介護業界では価格転嫁ができないため賃金格差が更に拡大しており、人材不足も重なって厳しい経営状況となっている。                      |
|                            | ▲ | 設計事務所（所長）                       | 単価の動き      | ・住宅建設の材料や製品単価の上昇は続いており、生活必需品の価格上昇も収まっておらず、仕事の対価は増えていない。そのため、景気は悪くなっている。                                                              |
|                            | ▲ | 設計事務所（代表）                       | お客様の様子     | ・来客数が少なくなっている。                                                                                                                       |
|                            | ▲ | 住宅販売会社（代表）                      | 来客数の動き     | ・物価高の影響で集客が落ちており、前年の半分以下になっている。                                                                                                      |
|                            | × | 商店街（代表者）                        | 来客数の動き     | ・年度初めの諸準備が落ち着いたことや買い控えにより、ゴールデンウィーク後に急激な来客数の減少があった。                                                                                  |
|                            | × | 商店街（代表者）                        | 販売量の動き     | ・諸物価高騰の影響により来客数が減少しており、販売量がかなり減っている。                                                                                                 |
|                            | × | その他専門店〔書籍〕（副店長）                 | 販売量の動き     | ・大型複合ビルの開業により来客数や売上共に減少している。また、入居するビルの1階が改装中のため、通りの一部からみると閉店している様子が見受けられ、売上減少の要因となっている。                                              |
|                            | × | 高級レストラン（経営者）                    | 来客数の動き     | ・ゴールデンウィークがあったが、予約が入らなかった。世の中の動きが止まっているかのような状況である。                                                                                   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | ◎ | —                               | —          | —                                                                                                                                    |
|                            | ○ | 電気機械器具製造業（取締役）                  | 取引先の様子     | ・取引先からの引き合いそのものにそれほど変動はないが、実際のスタート時期が米国の関税の懸念から先に延びると推測される。                                                                          |
|                            | □ | 農林水産業（経営者）                      | 受注量や販売量の動き | ・5月は例年好調な月であるため、売上計画を大きく組んだことで、100%達成は少し厳しい状況にある。原因は原料不足であるが、引き合いは強く鶏輸入の関係などによる供給不足となっているものの、前年を上回る予想である。例年より梅雨が半月早い、商品に大きな影響は出ていない。 |
|                            | □ | 一般機械器具製造業（経営者）                  | 受注量や販売量の動き | ・半導体関連の受注が芳しくない。以前の予想と違い、客に問い合わせても回復時期が遅れ予想がつかない状況となっており、前年比50%以下の売上が半年以上続いている。                                                      |
|                            | □ | 電気機械器具製造業（経営者）                  | 受注量や販売量の動き | ・前回に引き続き受注は低調に推移しているが、下げ止まり感も出てきている。                                                                                                 |
|                            | □ | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕                | 取引先の様子     | ・半導体関連は、相変わらず生産低迷となっており、余り伸びていない。                                                                                                    |
|                            | □ | 金融業（調査担当）                       | 取引先の様子     | ・建設業では資材コストが増加しているが、価格転嫁ができており大きな変化はない。                                                                                              |

|                      |   |                          |              |                                                                                                                                            |
|----------------------|---|--------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | □ | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子       | ・依然として物価上昇の影響が多方面に及んでいる。地元の飲食店や小売店では売上への影響を注視しながら慎重に価格転嫁を模索する動きが強まっている。人手不足や後継者不在により閉業する老舗企業が増加している。                                       |
|                      | □ | 金融業（営業担当）                | 取引先の様子       | ・中小企業の業種全般で物価が高く、人件費高騰の影響は続き、利益率は低調である。収益面の改善策が見当たらない状況が続いているため、借入金の返済に苦戦している顧客が目立っている。                                                    |
|                      | □ | 広告代理店（役員）                | 受注価格や販売価格の動き | ・景気上昇の好材料に乏しく、下向きになる要因もない。                                                                                                                 |
|                      | □ | 経営コンサルタント（代表取締役）         | 受注量や販売量の動き   | ・自社の受注状況に大きな変化はない。                                                                                                                         |
|                      | □ | 経営コンサルタント（社員）            | 競争相手の様子      | ・先日、同業者の集まりがあり、どの業者も新しい動きが見られないため、対策を検討している。                                                                                               |
|                      | ▲ | 一般機械器具製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・米国の関税の発表により、急に受注量に変化が出始めている。不確定要素が多く、加えて、客の輸出量の問題が影響している。                                                                                 |
|                      | ▲ | 輸送業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き   | ・2024年問題でメーカーは全国に保管機能を備えた配送拠点を設ける一方、親会社が子会社を吸収合併し、工場等を減少させ各拠点の稼働率を向上させる会社もある。また、物流費が上昇しているため、メーカーは入札を行う回数を増やし、経費削減の提案ができる物流会社を選択する傾向にある。   |
|                      | ▲ | 輸送業（総務担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・物量が減っている。物価高騰による買い控えなのか、要因は定かではないが景気の流れは悪くなっているように推測される。                                                                                  |
|                      | ▲ | 金融業（従業員）                 | 取引先の様子       | ・所得環境が改善傾向にあることなどから、スーパーマーケット等の売上が堅調に推移しており、旅行・観光関連企業の売上も増加している。一方、住宅や家電の販売は弱含みで推移している。                                                    |
|                      | ▲ | 金融業（営業）                  | 取引先の様子       | ・ゴールデンウィークも終わり、天候不順もあり消費に勢いがなく少し停滞している。大阪・関西万博が目玉であるが、地元の人以外に響いていないと懸念している。                                                                |
|                      | ▲ | 不動産業（経営者）                | 受注量や販売量の動き   | ・決算時期になり内容を確認すると、売上には変化がないが、経費や人件費の高騰により利益が減少傾向になっている。                                                                                     |
|                      | ▲ | 広告代理店（従業員）               | 受注量や販売量の動き   | ・当社の売上について前月・前年同月と比較するとマイナスになっている。新聞折込広告での顧客効果が見込めずマイナス基調が続いている。外的な要因でも米国の関税が悪影響を及ぼしていると推測される。また、ロシアウクライナ紛争の解決についても長期化が避けられず、前月よりやや悪化している。 |
|                      | ▲ | 経営コンサルタント（社員）            | 受注価格や販売価格の動き | ・日本酒の売上は前年を15%減少しているが、果実酒、リキュール、焼酎、ウイスキー等は10%上昇している。大容量で、安価で水割りができる種類に移行しているとみられる。                                                         |
|                      | ▲ | 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      | ・当県内の市町村からの調査や計画、設計等に関する委託業務は、行政の予算により発注件数が減少している。このため、予定価格の約30%で応札する会社も出ており、受注する機会が減少し、景気が悪くなっている。                                        |
|                      | × | 繊維工業（営業担当）               | 競争相手の様子      | ・物価高騰、賃金上昇、工賃上昇の影響で安価な海外へ生産拠点を移しており、どの工場にも仕事がない状況になっている。20～30%の流出で国内工場は稼働に影響が発生し閉鎖となっており、過去20年で最悪な状態である。                                   |
| 雇用<br>関連<br><br>(九州) | ◎ | —                        | —            | —                                                                                                                                          |
|                      | ○ | 人材派遣会社（社員）               | 求職者数の動き      | ・求職者の数が、緩やかではあるが上昇傾向であり、今後も回復が見込める。                                                                                                        |
|                      | ○ | 人材派遣会社（社員）               | 求人数の動き       | ・受注数は、様々な業界から派遣社員の問合せなどを含め上向き傾向である。社員欠員補充に派遣社員を導入検討する企業が多くなっている。                                                                           |

|  |   |                |         |                                                                                                                                                                 |
|--|---|----------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | □ | 人材派遣会社（社員）     | 周辺企業の様子 | ・ここ数か月、変化がない状況である。                                                                                                                                              |
|  | □ | 新聞社〔求人広告〕（社員）  | それ以外    | ・依然物価高が継続しており、景気回復のための好材料を見いだせない。                                                                                                                               |
|  | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外    | ・インバウンドも堅調で、中心市街地や郊外大型店舗への人出は多いが、物価高もあり消費自体は抑え気味になっている。そのため景気全体としては余り変わらない。                                                                                     |
|  | □ | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・インバウンド需要を背景に宿泊客の増加が見込める企業がある一方で、新型コロナウイルス感染症発生以降客足が戻らず、経営悪化のため廃業する飲食店もある。加えて、米を始めとして物価高騰の影響でダブルワークを始める相談もある。                                                   |
|  | □ | 民間職業紹介機関（職員）   | 求人数の動き  | ・前年と同様に早期に大学生の内定が出ており、特に理系人材は争奪状況であるため、学生にとって有利となっている。                                                                                                          |
|  | □ | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き  | ・2026年3月卒業予定の大学生や大学院生対象の大卒求人倍率は1.66倍と2025年卒の1.75倍から0.09ポイント低下したが、企業は引き続き堅調な採用意欲がみられる。就職活動の早期化が2024年度よりも更に進展し、2025年4月1日時点内定率は75.8%と前年比3.4ポイント上昇しており、過去最高を記録している。 |
|  | ▲ | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き  | ・求人数が約3割程度減少している。また、求職者の応募も減少し、契約成約者については4割減少している。                                                                                                              |
|  | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外    | ・米価格の高騰で、取材先の大学の学生食堂ではご飯の自由なおかわりがなくなり、大盛り料金が値上がりした表示であった。このことから米の生産や流通の問題が異常事態になっていることがわかる。                                                                     |
|  | × | —              | —       | —                                                                                                                                                               |