

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：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<br>関連<br><br>(中国) | ◎       | 都市型ホテル<br>(総支配人)           | 来客数の動き | ・3か月前の時点では、ほぼ前年並みで推移していた9月の客室予約が、当月に入り前年比10%以上の伸びとなっている。                                                                                                |
|                        | ○       | 商店街（代表者）                   | それ以外   | ・商店街に新規出店の話が出ており、周辺でのイベントも行われるようになり、人の流れが発生し始めている。                                                                                                      |
|                        | ○       | 百貨店（売場担当）                  | 来客数の動き | ・商店街に大型食品スーパーがオープンした。                                                                                                                                   |
|                        | ○       | スーパー（店長）                   | 販売量の動き | ・来客数の伸び以上に、販売点数の伸長率が大幅に改善している。1人当たりの買上点数の増加が要因であり、客単価の大幅な改善にもつながっている。特に食品の伸長が顕著であり、食への支出は回復傾向にある。週末に限らず平日においても同様の伸長がみられる。値上げ基調ではあるが、現時点では買上点数に大きな変化はない。 |
|                        | ○       | コンビニ（エリア担当）                | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、来客数は3.3ポイント、売上は約6ポイント良くなっている。商品単価は高くなっているのに、来客数が増加している理由は明確ではないが、来月の加熱式たばこの値上げを控え、値上げ前の需要が来客数の増加につながっている可能性がある。                                |
|                        | ○       | 乗用車販売店（店長）                 | 来客数の動き | ・来客数と見込み客の増加がある。他社からの買い回りも多く、客の動きが活発になっている。                                                                                                             |
|                        | ○       | 乗用車販売店（営業担当）               | 来客数の動き | ・9月に入り、決算月ということもあり、来客数と販売量が増加しており、市場動向も上向き傾向にある。今期も残り僅かであるが、過去の遅れ分を取り返すべく追い込みを掛けていきたい。                                                                  |
|                        | ○       | その他専門店<br>〔土産物〕（経営者）       | 来客数の動き | ・9月の大型連休には県内外から多くの客が訪れ、来場者数を押し上げた。高単価のシャインマスカットが好調に売れており、好況感があった。                                                                                       |
|                        | ○       | その他小売<br>〔ショッピングセンター〕（支配人） | 来客数の動き | ・物価高騰や食品価格の上昇など、依然として家計を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。一方で、当館では飲食店の業績が伸長しており、特に休日にはファミリー層が昼食を目的に来館する傾向がみられる。衣料品は苦戦しているが、住居関連では生活雑貨を中心に、猛暑対策グッズが好調である。               |
|                        | ○       | 高級レストラン<br>(事業戦略担当)        | 来客数の動き | ・当地方は天候にも恵まれ、大型連休の影響も大きかった。                                                                                                                             |
|                        | ○       | 一般レストラン<br>(店長)            | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、来客数の落ち込みが回復傾向にあり、前年比では約2%増で推移している。                                                                                                             |
|                        | ○       | バー（経営者）                    | 来客数の動き | ・仕入れや雑費など、あらゆるコストの上昇が続いているものの、景気はやや良くなっている。                                                                                                             |
|                        | ○       | その他飲食<br>〔パーキングエリア内レストラン〕  | 販売量の動き | ・土産品の購入量がやや増加している。                                                                                                                                      |
|                        | ○       | 都市型ホテル<br>(企画担当)           | 単価の動き  | ・収入単価は上がっているものの、それ以上に原価が掛かっており、更なる価格転嫁も検討しなければならない。また、物価高騰に加え、人件費の高騰の問題も出てきているが、全体としては堅調に推移している。                                                        |
|                        | ○       | 都市型ホテル<br>(宿泊担当)           | 単価の動き  | ・9月の大型連休による旅行需要の増加で、宿泊と飲食関連の単価が上昇している。消費も堅調に推移しているため、3か月前と比べて景気はやや良くなっているとみられる。                                                                         |
|                        | ○       | 旅行代理店（支店長）                 | 販売量の動き | ・9月の大型連休もあり、個人需要は前年比120%前後で推移している。連休ということで、もっと大きな伸びを期待していたが、夏のお盆需要と分散したこともあり、想定ほど伸びていない。引き続き国内旅行需要は堅調に推移している。                                           |
|                        | ○       | 通信会社（企画担当）                 | お客様の様子 | ・ボーナス月以降、対面販売は落ち込むことなく維持できている。                                                                                                                          |

|   |                           |        |                                                                                                                                    |
|---|---------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | テーマパーク<br>（業務担当）          | 来客数の動き | ・ 8 月は過去最低となったが、9 月に入り涼しくなり、日並びや天候にも恵まれたことで、前年を上回る来客数となった。                                                                         |
| ○ | ゴルフ場（営業<br>担当）            | 来客数の動き | ・ 気候も秋らしくなり、来月から繁忙期に入る。予約状況やコースの状態も、夏季と比べて回復しており、今後の集客が期待できる。                                                                      |
| ○ | 住宅販売会社<br>（営業担当）          | 来客数の動き | ・ 来場者数に関しては、金利上昇を見据えた駆け込み需要があるようにみられる。                                                                                             |
| □ | 商店街（代表<br>者）              | 来客数の動き | ・ 原材料の値上がりが続くなか、売値を上げることも難しく、人手不足も重なり、引き続き厳しい状況にある。                                                                                |
| □ | 商店街（理事）                   | 来客数の動き | ・ 値上げが相次ぐなか、雨天も続いており、物価上昇による節約志向もあいまって、客の購買意欲は相変わらず低調である。                                                                          |
| □ | 一般小売店〔印<br>章〕（経営者）        | 販売量の動き | ・ 気温は多少落ち着いてきたものの、依然として低調に推移している。                                                                                                  |
| □ | 一般小売店〔洋<br>裁附属品〕（経<br>営者） | 販売量の動き | ・ 涼しくなってきたが、雨の日が多いため客足は鈍い。                                                                                                         |
| □ | 百貨店（営業担<br>当）             | 販売量の動き | ・ 消費動向が安定せず、判断しづらいが、価格志向は進んでいると考えられる。                                                                                              |
| □ | 百貨店（営業担<br>当）             | お客様の様子 | ・ 売上、来客数共に大きな変化がみられない。                                                                                                             |
| □ | 百貨店（営業担<br>当）             | 販売量の動き | ・ 入店客数は2けた増であるが、購入金額や訪問販売の売上金額は変わらない。                                                                                              |
| □ | 百貨店（売場担<br>当）             | お客様の様子 | ・ 当館の特性として、地下に食品スーパーがオープンしたことで客層が変化している。特に40～50代の客が増加し、対象売場も活性化している。一方で、駐車場が不足気味で、従来客のミセス層からシルバー層の客足が遠のいている。全体としては大きな変化はないものと判断した。 |
| □ | スーパー（店<br>長）              | 販売量の動き | ・ 9 月の大型連休中には敬老の日や秋のお彼岸、十五夜など、催事の多い月となった。来客数は前年並みに推移しているが、客の財布のひもは固く、買上点数が伸びない状況が続いており、前年比97%となっている。                               |
| □ | スーパー（店<br>長）              | 販売量の動き | ・ 1 品単価が上がり、前年売上を何とか維持できているが、依然として買上点数は前年を割る状況が続いている。                                                                              |
| □ | スーパー（業務<br>開発担当）          | 販売量の動き | ・ 来客数、販売点数共に前年をクリアしており、商品単価が上昇していることもあり、売上増加となっている。                                                                                |
| □ | スーパー（財務<br>担当）            | 販売量の動き | ・ 販売促進の強化や価格訴求により、来客数は前年を上回っているが、1 人当たり買上点数は前年を下回る状況が続いている。客単価はほぼ前年並みであるが、来客数の増加により、売上は前年を上回っている。                                  |
| □ | スーパー（販売<br>担当）            | 販売量の動き | ・ 物価高の影響もあり、客単価が下がっている。                                                                                                            |
| □ | コンビニ（店<br>長）              | 販売量の動き | ・ 来客数と販売単価が横ばいで推移している。景気が良いとはいえないが、お買い得な商品を選ぶなど、無駄な支出を抑える傾向がみられる。                                                                  |
| □ | コンビニ（副地<br>域ブロック長）        | 来客数の動き | ・ 来客数の減少傾向が続いているものの、物価上昇による客単価の押し上げにより、売上が維持できている。特に夕方から深夜にかけての来客数が減少しており、自宅で過ごす時間が増えている傾向が見受けられる。                                 |
| □ | 衣料品専門店<br>（経営者）           | お客様の様子 | ・ 景気が良くなるような話はなく、新聞などにも明るい情報はない。                                                                                                   |
| □ | 衣料品専門店<br>（経営者）           | 単価の動き  | ・ 業界によって好調なところと苦戦しているところがあり、それぞれが相殺されている。                                                                                          |
| □ | 衣料品専門店<br>（代表）            | 販売量の動き | ・ 特に食品の値上がりにより、家計に余裕がないとの声を多く聞く。                                                                                                   |
| □ | 家電量販店（企<br>画担当）           | 販売量の動き | ・ 販売量に変化はなく、3 か月前と状況は変わっていない。                                                                                                      |

|                          |                          |        |                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------|--------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(リース担当)        | 販売量の動き | ・大手自動車メーカーでは納期が半年以上の車種が多く、販売台数を制限しているようにも見受けられ、客の購入意欲も低下しているようにみられる。                                                                                                                                    |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(統括)           | 販売量の動き | ・9月の販売量は前年と変わらず、新型車効果が出ていない。                                                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(業務担当)         | 来客数の動き | ・イベントを開催しても来客数は大きく増加せず、商談数にも目立った変化はない。                                                                                                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | 自動車備品販売<br>店(経営者)        | 販売量の動き | ・物価高も多少落ち着きを見せ始め、客の購買意欲も平常に戻りつつあるが、販売量は微増にとどまっている。                                                                                                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店<br>〔和菓子〕(経<br>営者) | 来客数の動き | ・9月の大型連休は予想以上の人出があった。                                                                                                                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店<br>〔革製品〕(店<br>主)  | 来客数の動き | ・依然として来客数が増えない状況が続いている。この夏も厳しい暑さが続いたため、涼しくなってくれば、来客数の増加が期待されるものの、現時点では目立った変化はない。                                                                                                                        |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店<br>〔宝石店〕(店<br>員)  | お客様の様子 | ・9月の大型連休には、県外客を始めとして多くの来店があり、来客数は前年の105%と好調に推移した。一方で、節約志向の客が多く、ブライダルやアニバーサリーといった目的のある商品以外については購入に至らないケースが多く、購入動向に大きな変化はなかった。                                                                            |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン<br>(経営者)         | 来客数の動き | ・9月の大型連休が長かったこともあり、県外からの観光客が多かったが、その週以外は平常どおりである。                                                                                                                                                       |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン<br>(経営者)         | お客様の様子 | ・地域的に豪雨等による悪天候被害もなく、日並びにも恵まれた例年にない9月の大型連休となった。この期間を中心に売上は前年から2けた伸長し、好調に推移している。また、九州や関西方面などへの車での旅行を控える動きも見られた一方、日帰りでのレジャー需要が高まり、その帰りの夕食利用も増加した。こうした需要の増加がみられたものの、これらは大型連休による一時的な動きとみられ、景気全体としては大きな変化はない。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル<br>(副支配人)         | 来客数の動き | ・9月の大型連休があったので、その期間は宿泊が多く、一般の来館者の利用も多くあったが、天候の影響もあり、それ以外の日は少なかった。                                                                                                                                       |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル<br>(宿泊担当)         | 販売量の動き | ・9月の大型連休による特需もあり、国内レジャーを中心に高稼働、高単価で販売できたが、通常時においては販売量、単価共に3か月前と比べて大きな変動はない。                                                                                                                             |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店(支<br>店長)           | それ以外   | ・9月の客の動向は例年どおりであった。                                                                                                                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> | タクシー会社<br>(営業所長)         | 来客数の動き | ・景気に大きな変化はない。駅構内や待機所でのタクシー利用者数に大きな増減はみられず、回転率もおおむね前年並みで推移している。また、前年同期と比較した売上についても、大幅な増減はなく、全体として安定した状況が続いている。一方で、人件費や物価上昇によるコスト増加は継続しており、収益環境は依然として厳しい状況である。景況感としては横ばいと判断している。                          |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(企<br>画・総務担当)        | 販売量の動き | ・新規商品の販売は引き続き上昇傾向だが、伸びは鈍化している。                                                                                                                                                                          |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(総務<br>担当)           | それ以外   | ・企業活動としては、サービス提供用設備構築における建設資機材の価格上昇や納期未定状況が継続しており、客の要望に応えられない状況や売上への影響が懸念される。                                                                                                                           |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(運用<br>担当)           | それ以外   | ・中東情勢の影響による経済的不安定さが継続している。                                                                                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> | 放送通信サー<br>ビス(総務経理<br>担当) | お客様の様子 | ・ケーブルテレビの利用料金の延滞割合、延滞解消割合共に大きな変化はない。                                                                                                                                                                    |
| <input type="checkbox"/> | 観光名所(観光<br>振興担当)         | 来客数の動き | ・景気が上向く要素がない。                                                                                                                                                                                           |

|                            |   |                  |              |                                                                                                            |
|----------------------------|---|------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | □ | 競艇場（企画営業担当）      | 販売量の動き       | ・売上は横ばいで推移している。                                                                                            |
|                            | □ | 美容室（経営者）         | お客様の様子       | ・景気の良さが報じられているが、客からは実感がないという声が多い。物価上昇の影響による節約志向が続いており、景気回復や株価上昇もみられず、客は引き続き節約している。                         |
|                            | □ | 設計事務所            | お客様の様子       | ・新規案件の相談が減ることもなく、進行中案件の中断もない。                                                                              |
|                            | □ | 設計事務所（経営者）       | お客様の様子       | ・住宅の新築やリノベーションの引き合いはあるものの、予算と建築費の折り合いが付かず成約しない。                                                            |
|                            | □ | 設計事務所（経営者）       | お客様の様子       | ・客に購入意欲はあるが、金利及び建築費の上昇を受けて足踏み状態である。複数の業者を回り、購入の可能性を検討している客が増えている。ただし、資金力のある客の意欲は変わらず、希望に合った提案を受け、建築に進んでいる。 |
|                            | □ | 住宅販売会社（事業推進担当）   | 来客数の動き       | ・立地条件が良く、比較的安価な物件も少なくなっていることに加え、金利上昇の影響もあり、来場者数、成約進捗共に横ばいの状況が続いている。                                        |
|                            | ▲ | 商店街（代表者）         | 来客数の動き       | ・地元客の来店が減少している。                                                                                            |
|                            | ▲ | 商店街（代表者）         | 単価の動き        | ・客が購入を迷う場面が多く、購入意欲が低い。                                                                                     |
|                            | ▲ | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）   | 来客数の動き       | ・7月と8月は来客数が安定していたが、9月は天候不順で減少している。                                                                         |
|                            | ▲ | 一般小売店〔茶〕（経営者）    | 販売量の動き       | ・輸出は順調だが、国内の販売は大変厳しい状況である。品薄で価格が上昇し、スーパーに納品する商品がない状況である。                                                   |
|                            | ▲ | 百貨店（外商担当）        | お客様の様子       | ・物価高に加え、台風や地震といった災害の影響もあり、顧客の購買意欲は低下している。積極的に買物をする状況ではない。                                                  |
|                            | ▲ | 百貨店（売場担当）        | 販売量の動き       | ・100万円超えのブランド品が数点売れているが、前年実績には及ばず、厳しい状況となっている。                                                             |
|                            | ▲ | 衣料品専門店（経営者）      | 単価の動き        | ・半襟や足袋など細かな商品についても仕入価格が上昇している。                                                                             |
|                            | ▲ | 家電量販店（店長）        | お客様の様子       | ・前月までの暑さや省エネ需要の追い風も落ち着き、客の購買行動が慎重になっている。                                                                   |
|                            | ▲ | 家電量販店（副店長）       | 販売量の動き       | ・パソコンの販売数が前年比50%と低調である。長らく好調な販売が続いていた反動もあるとみられるが、弱含みの状況となっている。冷蔵庫や洗濯機についても前年をやや下回っており、厳しい実績となっている。         |
|                            | ▲ | 乗用車販売店（経営者）      | お客様の様子       | ・客の予算が限られ、修理費も抑える傾向にある。                                                                                    |
|                            | ▲ | 乗用車販売店（営業担当）     | 販売量の動き       | ・新型車への注目度が低下してきた。                                                                                          |
|                            | ▲ | 通信会社（広報担当）       | お客様の様子       | ・客は価格の安い商品を求めており、品質に余り目が向いていない。                                                                            |
|                            | ▲ | 通信会社（営業担当）       | お客様の様子       | ・ここ数か月にわたって、高齢者のサブスクリプション契約の解約状況が増加傾向のまま推移している。                                                            |
|                            | × | 自動車備品販売店（経営者）    | 販売量の動き       | ・仕入商品の値上がりにより、店頭価格も最低限の値上げを行っているため、消費が落ち込んでいる。                                                             |
|                            | × | 一般レストラン（経営者）     | 来客数の動き       | ・客足が少なく、以前のような活気もなく、人の動きも少ない。                                                                              |
|                            | × | 美容室（経営者）         | 販売量の動き       | ・商品や新メニューを提案しても、最低限の施術を希望する客が多く、財布のひもが固いとみられる。                                                             |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(中国) | ◎ | 輸送用機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・取引先の自動車メーカーも好調で、繁忙な状況である。                                                                                 |
|                            | ○ | 食料品製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・前年も同期間に同様の販売促進施策を実施しているが、今年は受注量が前年の1.5倍となっている。                                                            |
|                            | ○ | 窯業・土石製品製造業（管理担当） | 受注量や販売量の動き   | ・生産活動の水準が上がっており、それに伴う要員の確保や配置への対応に苦慮している。                                                                  |
|                            | ○ | 輸送業              | 受注価格や販売価格の動き | ・受注が増えている。                                                                                                 |

|                      |   |                  |              |                                                                                                                                                                       |
|----------------------|---|------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | ○ | 金融業（主任）          | 取引先の様子       | ・取引先では受注回復や設備投資の動きが見られ、景況感はやや改善している。                                                                                                                                  |
|                      | □ | 繊維工業（財務担当）       | 受注価格や販売価格の動き | ・天候不順で消費行動が鈍化している。                                                                                                                                                    |
|                      | □ | 化学工業（総務担当）       | 取引先の様子       | ・米中問題や米国の中間選挙等の地政学リスクに加え、様々な懸念材料も重なり、引き続き慎重な動きが見られる。                                                                                                                  |
|                      | □ | 鉄鋼業（総務担当）        | 取引先の様子       | ・取引先の荷動きが鈍く、在庫過多な状況が続いている。                                                                                                                                            |
|                      | □ | 金属製品製造業（総務担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・生産能力以上の受注があるため、事務スタッフによる現場応援やシフト変更等で納期対応をしている。この状況は今年5月から変わっていない。                                                                                                    |
|                      | □ | 一般機械器具製造業（管理担当）  | 受注量や販売量の動き   | ・国内は横ばい、欧州は減少傾向であるが、引き続き米国向けは好調に推移している。                                                                                                                               |
|                      | □ | 電気機械器具製造業（総務担当）  | 受注量や販売量の動き   | ・A I 関連向けのパッケージ基板の需要が増加していることから、関連設備の受注の増加が続いている。                                                                                                                     |
|                      | □ | 建設業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・大型プロジェクトが進行中で、当面は安定した受注が見込まれる。ただし、売上に占める大型プロジェクトの割合が高いため、想定外の事態が発生した場合のリスクは大きい。                                                                                      |
|                      | □ | 輸送業（企画担当）        | 取引先の様子       | ・設備納入業者も仕事を多く抱えており、工事業者もなかなか手配できない状況が続いているが、もうけ自体はそれほど増えていないと聞いている。                                                                                                   |
|                      | □ | 輸送業（業務推進担当）      | 取引先の様子       | ・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。                                                                                                                              |
|                      | □ | 輸送業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・顧客ヒアリングにおいて、受注量に大きな変化はなく、新規の見積依頼は限定的である。                                                                                                                             |
|                      | □ | 金融業（経済産業調査担当）    | それ以外         | ・年初以降、生産活動は持ち直しの動きが続いている。                                                                                                                                             |
|                      | □ | 会計事務所（経営者）       | 受注量や販売量の動き   | ・設備投資の検討先が増えているが、補助金活用を前提条件とする場合が多い。                                                                                                                                  |
|                      | ▲ | 食料品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・9月から値上げを実施したところ、注文数量が減少し、値上げ率以上に落ち込んでいる。セール企画を実施したものの、前年比85～90%と低下している。                                                                                              |
|                      | ▲ | 建設業              | 受注価格や販売価格の動き | ・依然として物価高が続いており、先行き不透明な流れとなっている。                                                                                                                                      |
|                      | ▲ | 通信業（営業担当）        | 受注価格や販売価格の動き | ・主力商材に係る資材価格の高騰が費用増加に拍車を掛け、利益を圧迫している。                                                                                                                                 |
|                      | ▲ | 通信業（企画担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・ここ数か月、データセンター関連の引き合い量は一定水準を維持しているものの、I C T 関連機器の販売量や受注量は減少している。前年から続く資材価格の高騰に加え、納期遅延などの影響も出てきているとみられる。                                                               |
|                      | ▲ | 不動産業（総務担当）       | それ以外         | ・来客数は約7%減少、成約件数は約10%減少となっており、やや落ち込んでいる。                                                                                                                               |
|                      | × | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き   | ・取引先が法人であるため、景気が悪化すると受注が減少しやすく、当社の業績にも影響する。                                                                                                                           |
| 雇用<br>関連<br><br>(中国) | ◎ | —                | —            | —                                                                                                                                                                     |
|                      | ○ | 人材派遣会社（経営企画担当）   | 求職者数の動き      | ・派遣先企業への料金改定も進んだことから、売上は前年を超過しており、派遣スタッフの稼働人数も前年を上回る水準で推移している。一方、料金改定による増収分は、主に派遣スタッフの時給引上げに充当しており、支払給与に加え、法定福利費も増加している。そのため、売上の伸長に比して利益率の改善には至っていないものの、業況は堅調に推移している。 |
|                      | □ | 求人情報誌製作会社（総務担当）  | それ以外         | ・求人広告数は横ばいで推移している。県内主要地域の市場動向については、飲食店の集客も大きな変化はなく、やや減少しているとの情報がある。                                                                                                   |

|   |                     |         |                                                                                                                                                                                     |
|---|---------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | 求人情報誌製作会社（新卒採用担当）   | 採用者数の動き | ・新卒の採用計画は企業の長期的な事業展開を見据えて策定されるため、直近3か月間の景気の変動によって採用枠を急ぎょ増減させることは基本的にない。今月に関しても、年度当初に定めた採用目標数に沿って予定どおりに選考活動を進めている。                                                                   |
| □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者）      | 周辺企業の様子 | ・物価高騰によって日用品や食料品の消費は著しく鈍っているが、金利上昇による高価格商品の購買は堅調であり、小売業を支えている様子である。しかし、住宅や車両、家電等は物価高騰の影響を受け、当面様子見の模様である。                                                                            |
| □ | 職業安定所（事業所担当）        | 求人数の動き  | ・新規求人数は前年比で減少傾向が続いているものの、直近3か月前と比べて人手不足感に大きな変化はみられず、依然として医療福祉、建設業、運輸業等では慢性的な人手不足の状況が続いている。一方、中東情勢については、一部で原材料価格の上昇や資材調達の難化を懸念する声があるものの、現時点で雇用への直接的な影響は確認されていない。                     |
| □ | 職業安定所（事業所部門）        | 周辺企業の様子 | ・2極化がより進んでいる。物価高騰や最低賃金引上げなどの影響から先行きを不安視する企業が増加している一方で、そういった要因を差し引いても好調を維持している企業も多い。                                                                                                 |
| □ | 学校〔短期大学〕（進路指導担当）    | 求人数の動き  | ・景気動向は3か月前と大きく変わらないが、外国人留学生の就職活動は難航している。在留資格の技術、人文知識、国際業務の審査要件の厳格化が影響している。                                                                                                          |
| ▲ | 人材派遣会社（支店長）         | 求職者数の動き | ・新規派遣登録者数の前年割れが続き、人材業界の景気がやや悪くなっている。                                                                                                                                                |
| ▲ | 民間職業紹介機関（職員）        | 求職者数の動き | ・求人数が増加する一方で、登録者数、応募者数、内定者数は減少しており、採用がますます難しくなっている。登録人材との面談のなかで、在職企業の黒字倒産の可能性を聞いたが、採用ができないことも、一要因であるとのことであった。                                                                       |
| ▲ | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き | ・人材紹介事業において、求職者からの問合せ数が3か月前と比較して20%減少している。採用企業が求人検索サイトの有料掲載サービスを利用するケースが増えており、その影響が大きい。当社も有料掲載サービスを申し込んだが、現時点で大きな影響はない。一方、求人検索サイトに依存している採用企業は、これまでのような広告投下では同程度の応募数を確保できない状況となっている。 |
| × | —                   | —       | —                                                                                                                                                                                   |