

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（ - : 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 関連	良く なっている	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・40代以上の客を中心に、秋物が好調に動いている。 例年より気温が高いなかで、変化を求めている消費者の動向が表れている。
	やや良く なっている	百貨店(売場担 当)	それ以外	・7～8月に好調だったセールの勢いが9月の前半まで続いたことに加え、後半は一時的に気温が下がったことで客の秋物への関心が一気に高まり、購買につながっている。
		スーパー(経営 者)	お客様の様子	・9月前半まで猛暑が続いたことによる特需に加え、10月から値上げするたばこの先食い需要が見られる。
		スーパー(店 長)	単価の動き	・販促策を強化していることもあり、来客数は前期比99.8%、客単価は同100.3%、買上点数は同99.8%、1品単価は同100.4%で、売上は前期実績をほぼクリアしている。
		スーパー(営業 担当)	販売量の動き	・季節の変わり目で食味が変わってきたため、生鮮食品を中心に動きが良くなってきている。また、今年は米が豊作ということもあり、産地周辺の店舗で商品の動きが良くなってきている。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・10月からの値上げを前に、たばこの売上が伸びている。
		コンビニ(エリ ア担当)	単価の動き	・10月のたばこ増税を控え、たばこのまとめ買い需要が高まっている。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・たばこ増税前の駆け込み需要が大きくなっている。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・気温の低下とともに来客数は急激に回復してきているが、売上は前年を若干下回っている。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・海外旅行商品の販売量が伸びている。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・半導体系の製造業に活気が出てきている。
	その他サービス [自動車整備 業](経営者)	販売量の動き	・夏の暑さが9月まで長引いたため、販売量の伸びが継続している。	
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・少額資金の若年層の顧客に動きが出てきている。	
	変わらない	商店街(代表 者)	販売量の動き	・残暑の影響でなかなか秋物商戦に入れず、衣料品関係の店が苦戦している。下旬になりようやく秋らしくなったが、前半の売上の落ち込みをカバーできずにいる。
商店街(代表 者)		来客数の動き	・9月前半まで猛暑が続いたことから秋物衣料品等の動きが鈍く、客の出足も非常に悪くなっている。	
商店街(代表 者)		来客数の動き	・5月以降、来客数の減少が続いている。	
一般小売店[カ メラ](店長)		販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、消費者の低価格志向が続いており、高額商品の動きが鈍い。	
百貨店(営業担 当)		販売量の動き	・売上高は前年を下回っているが、ここ数か月大きく落ち込むこともなく底打ちの状況である。	
百貨店(販促担 当)		販売量の動き	・ハウスカードの割引や催事、利用機会に対する商品提案への反応は良いものの、それが定価商品の売上減少の歯止めにはなっていない。	
スーパー(経営 者)		単価の動き	・来客数は増加しているが、他店との競争で客単価が低下しており、利益は変わらない。	
スーパー(店 長)		単価の動き	・暑さのせいで一部の部門や商品の売上だけが伸びており、それ以外は消費が低迷している。加えて、暑さが一段落してからは、伸びていた部門でもブレーキがかかったかのような状況である。	
スーパー(店 長)		単価の動き	・前月同様、来客数は減少していないものの、買上単価が伸び悩んでいる。	
スーパー(総務 担当)		単価の動き	・野菜の高騰とたばこのまとめ買いが下支えとなり、9月の平均単価は既存店で前年並みとなっているが、そのほかの商品の平均単価と販売動向に大きな違いは出ていない。また、月前半までは猛暑が続いたこともあり、売上は前年を上回ったが、一時的な現象である。	

コンビニ（経営者）	来客数の動き	・10月からのたばこの値上げを前に、たばこをまとめ買いする客が見られる。しかし、来客数については、依然として厳しい状況が続いている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温の高い状態が続いたため、涼を求める客が増加している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は2～3か月前より落ちてはいるが、夏場は天候の後押しもあり、前年と比べ非常に良い状況にある。また、増税前の買い置き需要によりたばこの売上が増加しているが、特殊要因であるため、景気が良いという状況ではない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は猛暑の影響で9月中旬まで増加傾向にあったが、それ以降は急激な気温の低下もあって一気に減少している。また、たばこの値上げ前の買いだめ需要もあって、見かけ上の客単価は上昇し、売上も増加している。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月になろうとしているのに、秋物の注文がない状況である。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・残暑により夏物の消化が進んだ一方で、秋物の立ち上がりは半月ほどずれ込むなど、プラスマイナスの両面があり、結果としてはあまり変わっていない。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・気温が低下したため秋物の動きに期待したが、子供用衣料はサイズの問題で必要に応じて購買があるものの、大人用はタンス在庫で間に合わせる傾向にある。また10月からのたばこの値上げなどもあり、消費を抑えているとの声も客から聞こえてくる。
家電量販店（店長）	単価の動き	・リサイクルポイント対象商品は好調に推移しているが、商品単価が下がっているため、売上は低迷気味となっている。
家電量販店（店長）	単価の動き	・単価は、月を追うごとに低下している。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・新築住宅事情や地価下落など経済環境にとって悪いデータが公表されているが、売上は何とか前年並みで推移している。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数、購入単価共に前年度とさほど変わらず、依然として厳しい状況が続いている。
その他専門店【パソコン】（経営者）	競争相手の様子	・受注や販売数が幾分出てきたものの、内容的には利益がかなり薄いという話を聞く。
その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・ビールや飲料水の販売量は、気温が涼しくなり始めた9月中旬から落ち着きはじめ、徐々に減少してきている。一方、たばこ増税前の予約販売の影響で、たばこの販売量が月末になるにつれて右肩上がりとなっている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・例年にないほどの厳しい残暑により、消費も減退している。また、エコカー購入補助金の終了などの報道が節約志向を助長している。
その他専門店【酒】（営業担当）	来客数の動き	・5月以降の悪化傾向は、今月に入り少し落ち着いてきたものの、夏場の猛暑が景況に影響し、飲食店が非常に落ち込んでいる。全体では極端に単価の安い商品にシフトしており、採算確保に苦労している。
その他専門店【白衣・ユニフォーム】（営業担当）	販売量の動き	・注文数が減っているなか、注文があっても多数の業者間での取り合い、値段の叩き合いになり、受注しても利益が上がらないという状況が続いている。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・猛暑の終わりとともにガソリン需要は減少しており、販売単価を下げて売ろうとする動きが出てきている。そのため、燃料油のマージンが低下し収支が悪化しており、不採算店舗を閉鎖する動きも出始めている。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・給油量を限定したり、1,000円分、2,000円分だけ購入したりする客が増えているため、台数は多いが全体的な販売量は減少している。
高級レストラン（支配人）	競争相手の様子	・8月に外資系ホテルがオープンし、新しい人の流れができています。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・休日が多い割にはレストランの来客数も増えず、依然として厳しい状況が続いている。

一般レストラン (スタッフ)	単価の動き	・客は価格に敏感で、安くすると来てくれるが、他店が安くするとそちらに流れてしまう状況にある。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・夏と秋の観光シーズンの狭間であるため、大型連休中の2日間以外は、土曜でも空室がある。また、暑い夏の影響で温泉利用の旅行マインドは低くなっている。加えて、団体客が依然として少なく家族連れが主流のため、館内消費は伸びず、入込、売上共に前年比で約10%減少している。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・前年の大型連休の反動減を避けるため、新たな宿泊プランを打ち出したものの、思ったほど効果は出てない。一方、一般の宴会や会合は前年並みである。また、プライダルは長期にわたることから客の動き次第でどちらに転んでもおかしくないため、ある意味落ち着いている状況である。	
旅行代理店(店長)	販売量の動き	・販売額は国内旅行が前年比で107%、海外旅行は同169%と、共に好調な結果となっている。国内旅行では、団体旅行が同118%と伸びた反面、個人旅行では同73%となっており、前年の大型連休の反動が出ている。海外旅行は円高効果と商品価格の見直し効果により、大きく販売が伸びている。	
タクシー運転手	単価の動き	・客は料金の安い車を選んで乗っている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・1日20件ほど客を乗せているが、チケットの利用者が全くいない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・初期費用のかかるものの購入には、いまだ消極的な姿勢が見られる。	
テーマパーク (職員)	販売量の動き	・猛暑の影響もあり、水着等の一部衣料や清涼飲料水、アイスクリーム等の販売量は伸びたが、それ以外は引き続き低調となっている。	
観光名所(職員)	来客数の動き	・大型連休は前年より短く、来客数が極端に落ち込んでいる。	
遊園地(経営者)	来客数の動き	・今年の大型連休は短いため、来客数の減少は織り込み済みであったが、夏に天気が良すぎたことや秋雨などの影響もあり、一昨年比で5%ほど下回る見込みとなっている。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・前年比1割減の状態が続いている。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・9月は婚礼シーズンであるが、景気悪化の影響により結婚式が簡素化しており、挙式をしない人も見られる。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・民間、行政共に新規工事案件が出てきていない。住宅の新築はあるが、ここ数年では最も少なくなっている。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	単価の動き	・250円の牛丼や100円のハンバーガーといったものしか売れない厳しい状況が続いている。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・お盆以降、消費が急激に落ち込んでいる。さらに、季節感がないまま9月を迎え、各店が販売促進策を打ち出せない状況となっている。
	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・必要な物しか購入しない傾向が顕著になっており、来客数、販売量共に前年同月比で90%となっている。
	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・来客数は過去最悪を更に割り込んでいる。客は包装の小さいもの、安いものを選択する傾向にあり、単価の高い客層の来店回数は減少している。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・上旬までは猛暑だったが、中旬以降は寒いくらいにまで気温が下がったため、初秋物から一気に季節が飛んで、厚手のアウターに動きが出ている。来客数は非常に少ないが、客の来店があったところではアウターなどのまとめ買いも見られる。
	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・残暑が続いた上旬やまとまった雨が降った中旬は、高齢者層の客の来店が少なく、売上高も低調に推移した。気温が平年並みになった下旬からは秋物衣料も動き出し、数値目標を上回る日もあるものの、上旬中旬をカバーするには至っていない。
	百貨店(広報担当)	販売量の動き	・残暑の影響もあり、来客数が少なく、秋物衣料の動きが鈍くなっている。九月下旬からようやく秋めいてきて売上が伸びているものの、月全体をカバーできるところまでは至っていない。

百貨店（経営者）	来客数の動き	・厳しい残暑の影響で、秋物衣料が大苦戦している。また、食料品、日配品もこれまで以上に価格設定が厳しくなっている。
百貨店（経営者）	それ以外	・9月上旬まで続いた暑さにより、秋物衣料品の動きは大変鈍く、単価も上がらないことから、全体の売上は前年を下回っている。
百貨店（経営者）	それ以外	・9月前半は非常に気温が高く、本来売れなくてはならないものが苦戦している。中旬以降は、気温が一気に下がり、需要は少しずつ伸びてきているものの、客単価はなかなか上がらず、売上は総体的に苦戦している。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・今年に入り2次商圈内に競合店が3件出店し、オーバーストアの状態にあるため、客数、売上共に影響が出ており、事業所の景気も厳しい状況が続いている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこ増税の影響で駆け込み需要が増え、客単価は増加しているものの、暑い夏の終わりとともに来客数は前年比94%と減少している。加えて、近隣のホテルが閉店したことにより朝の来客数が減少している。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・野菜の相場は高いものの、105円を中心とした野菜が好調で、日配品である生活必需品も低単価商品を中心に好調となっている。加えて、たばこの値上げを前にした需要があり、売上は前年比105%となっている。ただし、たばこを除く売上は前年割れの状況である（たばこのみの売上は同130%、来客数は同100%、客単価は同105%だが、たばこを除く客単価は同97%）。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・猛暑の影響により、秋物の立ち上がりが非常に遅れており、特にビジネスマンの来店が少なくなっている。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・天候が不安定で気温の寒暖が激しいため、季節商材の動きがとまり、商品が思うように動いていない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・リーマンショック以降、新車販売を下支えしていたエコカー購入補助金が終了したことに加え、車検や整備の顧客獲得競争が激しくなり、厳しい状況である。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・エコカー購入補助金の終了直後ということもあり、平日、イベント共に客足は鈍くなっている。各社では集客に躍起になっているが目立った効果は見られない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー購入補助金が終了し、販売量の伸びが止まっている。
その他専門店【靴】（経営者）	お客様の様子	・残暑の影響が大きく、秋物の動きが非常に悪くなっている。冬物まで我慢する傾向がうかがえる。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・同業者からは、売上が一層落ち込み、仕入れ量も減っているという話を聞く。当店も同様であり、何とか維持している状況である。
一般レストラン（支配人）	単価の動き	・来客数は前年並みで推移しているものの、客単価が15%減となっており、消費者の財布のひもが固い傾向は依然として続いている。
観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・デフレ傾向がますます強くなっている。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・高単価な個人客の増加により、総宿泊単価は前年比で増加している。ただし、従前主力としてきたバス旅行に動きがない。また、募集型団体旅行は競合により単価の値下げ攻勢が強く、総売上高は減少が続いている。
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・当地で人の集まる大会が開催されたことに伴い、宿泊部門に動きが見られると同時に、暑かったこともあり、ランチ、夕食共にホテルを利用する客が多く、レストラン、料飲部門をけん引している。一方、法人部門では暑気払いや会合等の利用が非常に厳しくなっており、全体的には前年比で10ポイント近く下げている。これは単純に来客数の減少によるものである。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・18～20日の3連休は売上が大きく伸びたものの、その後はぱたっととまっている。消費者の防衛意識は高く、基本的に余計な支出はしない傾向が見られる。

		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・レストラン部門は地元大手スーパーとのタイアップ企画、ランチサービス券の回収が好調となっているものの、宿泊部門はネット販売の低価格競争で売上が伸びず、主力の一般宴会も前年を若干上回る程度で、売上予算には届いていない。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・競合他社の開店の影響で来客数が減っており、利用見込み客の意見も以前より他社との比較等が多くなっている。
悪く なっている		一般小売店 [ スポーツ用品 ] (経営者)	販売量の動き	・前年比90%くらいを想定して資金繰りをしているが、それを下回る販売量となっている。
		一般小売店 [ 医薬品 ] (経営者)	来客数の動き	・秋分の日を境に急に冷え込んだため、繁華街を訪れる客が激減しており、当店の来客数も前年比20%の減少となっている。
		一般小売店 [ 雑貨 ] (企画担当)	来客数の動き	・厳しい残暑が続いたことが個人消費に大きな影響を与えている。
		スーパー (経営者)	単価の動き	・円高が続いていることに加え、農産物等については天候の問題もあり、価格が低迷している。農家等の収入は激減しているので購買が伴わず、厳しい状況である。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー購入補助金の駆け込み登録は予想以上にあり、月初から前年比約2倍で推移した。9月7日の制度終了後は、日を追うごとに伸び率が下がっている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・9月7日にエコカー購入補助金が終了して以降、新車の注文がばったりと途絶えている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金終了後、新規来客数が減っているのに加え、購入を急がなくなっているため、週を追うごとに受注ペースが落ちてきている。
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・エコカー購入補助金の終了により、客の購買意欲が減退し、購入の意思決定が促進されないため、市場が動かなくなっている。
		自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・受注量の減少に加え、客の入庫数も例年以上に減少している。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・閑散期に差し掛かっていることに加え、最近は仏壇もより小さく、低価格の商品が売れる傾向にあるため、売上が減少している。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・理由はわからないが、お盆明けあたりから景気が急速に冷え込んでいる。また、客の様子も良くなく、良くなる要素もみられない。数字上も非常に悪く、悪かった前年より更に悪化している。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・来客数、売上共に大変厳しく、特に売上はここ7年で最低となっている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・気象の影響で今期の米の値段が暴落し、農業従事者が多い当地域にとっては痛手となっている。果樹を兼業している農家も多いが、そちらも低価格での取引となっていることから、その影響はサービス業全般に及んでいる。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・売上は平成20~22年と前年比20%台の減少が続いており、宿泊を伴う観光の落ち込みに拍車がかかっている。また、ここ数か月は落ち込み幅も拡大している。
	タクシー運転手	来客数の動き	・前年度を大きく下回るような状態が続いており、特に午前0~5時の間は1~2件の客しかない状態が続いている。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	農林水産業 (従業者)	受注価格や販売価格の動き	・9月に入っても猛暑が続き、果物の主力である桃や梨の品質が非常に良くなっている。特に梨の販売価格が前年比で3割程度増加しているなど、農協出荷の販売価格も近年見られなかったほど良い状況が続いている。
		輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・営業所間で収入のバラつきが見られるものの、全社的に営業収入は増えている。
		通信業 (営業担当)	取引先の様子	・下期予算枠の投資先は順調に確保できている。

	その他企業 [ 工場施設管理 ] (従業員)	取引先の様子	・工事業者やベンダー、商談、納品業者などの出入りが増えていることから、景気が良くなっていることがはっきりと感じとれる。工事業者の車両ナンバーを見ても、関東や関西のものが多く、市内に宿泊しながら作業しているため、街の景気回復の面でもプラスとなっている。
変わらない	木材木製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の値動きから若干値下げ競争に入っているものの、採算は取れており、まずまずの動きである。
	出版・印刷・同関連産業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・ここ3か月、売上は前年同月と同じような水準で推移している。
	土石製品製造販売 (従業員)	受注量や販売量の動き	・海外の支店でも円高が大きく影響し、景気回復を見込んだ発注工事も大幅に減っている。
	電気機械器具製造業 (企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・当社の製品は、景気を大筋判断できる製品に使われている標準品であり、価格動向で景気の流れを読むことができる。現状の価格動向から、景気も横ばいの状況が続いているといえる。
	通信業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・今年度に入ってから受注量は、前年比減の状態が続いている。
	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・市内中心部にある商業ビルが取り壊しになったり、空きビルになったりするなど、空洞化が進んでいる。
	広告代理店 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・景気回復の起爆剤になるようなものがなく、低迷が続いている。
	公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算状況や月次状況を見ると、相変わらず赤字の会社が多く、改善傾向が見られない。
	コピーサービス業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・業種によって景気の状態に大きな差がある。良い業種と悪い業種を足して2で割れば、3か月前の状態と変わりがないような状況である。
	その他企業 [ 企画 ] (経営者)	取引先の様子	・印刷需要の低迷が続いており、業種にもよるが総量としてかなり少ないということを取引先から聞いている。
やや悪くなっている	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・食料品製造販売とレストラン経営の当社では、9月の大型連休が短かったこともあり販売量が大幅に減少し、前年と比較しても期待はずれとなっている。
	一般機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車部品については、やや減少傾向にあることに加えて、為替水準が採算ラインを割り込んできている。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	取引先の様子	・仕事量が思ったほど増えていない企業が多く見られる。
	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・人口が減少し景気も悪いため、高額な新築は敬遠され、受注はリフォーム工事のみの状況である。
	建設業 (企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・コスト競争により、以前から厳しい状況が続いていたが、ここに来て入札結果等から更に厳しくなっている。
	広告業協会 (役員)	それ以外	・地元での国際会議開催のため、遊技場関係のテレビCM出稿を見合わせていたこともあり、民放各局の業績は若干下がっている。また、地方においては宗教団体のテレビCM出稿があったようだが単発で終了している。
	新聞販売店 [ 広告 ] (店主)	受注量や販売量の動き	・折込チラシは前月を下回ることが多くなっており、折込依頼が全くない日もある。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・東北地方は輸出関連の下請企業が多く、円高で大きな影響を受けている。
	その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ] (経営者)	受注量や販売量の動き	・高額商品、一般商品共に出荷が伸びていない。特に飲食店向けの出荷が、期待を大きく外れており、低価格志向のあおりで、より安い大手のバック酒等にメニュー変えする傾向が顕著になっている。
悪くなっている	農林水産業 (従業員)	取引先の様子	・農協から支払われる米の概算金が大幅に低下している。
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前年は大型連休が長かったため観光客も多かったが、今年は飛び石連休で売上は2割近く落ちている。
雇用関連		-	-
	良くなっている		
	やや良くなっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・販売、サービス、外食産業の派遣や契約社員の雇用が増えてきている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は引き続き前年同月比で増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年比で増加幅が大きくなってきている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・休業などの雇用調整を実施する企業数、実施規模等が減少している。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は前年比増減はあるものの、有効求職者は8か月連続で減少している。一方、新規求人は前年比7か月連続で増加しており、有効求人倍率はわずかながら上昇している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣を取り巻く環境の問題もあってか、求人数が低迷している。
	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数が増えてきているものの、地元企業ではなく、支店企業からのみとなっている。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数に目立った増加は見られない。9月は半期末の企業が多く、通例では退職補充が増える時期だが、この不況下では退職者も少ない様子で、欠員補充の求人も少ない。一方、一部のコールセンターでは採用意欲がおう盛となっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は8～9月を底に多少上向いてきているものの、大手流通など地元企業以外の求人が多く、当地域においては、落ち込んだ状態が続いている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・一部の製造業では、国の緊急雇用制度を活用して雇用を積極的に進めているが、極めて限定的である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・この夏の猛暑の影響で、秋物衣料などの消費意欲が低下しており、小売店、専門店は売上が低迷したままで推移している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で2か月ぶりにやや増加し、月間有効求人数は37か月ぶりに増加に転じている。また、有効求人倍率はここ数か月、わずかに上昇傾向が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増加傾向にあるが、求人倍率の上昇は小幅にとどまっている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業の話聞いても、状況が回復している様子は見られない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向にあるが、期間の短い臨時求人が増加しており、景気が上向いているとはいえない。
やや悪くなっている	アウトソーシング企業（社員）	周辺企業の様子	・他業種の参入により満足な仕事もできないところが価格を下げている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・2～3か月前は県内企業の広告活動が前年をやや上回る状況であったが、8～9月は下回っている。
悪くなっている			