

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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今年は夏から秋にかけて気温が高めで推移し、初秋物の出だしの動きが芳しくなかったが、10月後半以降は比較的気候も落ち着き販売量が増えている。特に婦人衣料に関しては前年を上回る販売量で推移している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・陽気のせい、平日休日問わず中心部商店街では来街者数が前年比で10%近く伸びている。また、冬物衣料の売上が5%程度伸びているところもある。景気動向というよりも、消費者心理からこれ以上悪くならないという安心感が出てきている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・猛暑で秋物商材が全く動かず厳しい状況であった3か月前よりは、季節商材の動きもいくらか良くなっている。
		百貨店（売場担当）	単価の動き	・11月に入り、コートなどの高単価商品が売れ出し、防寒衣料が好調に推移している。また、婦人服売場で開催したバーゲンは、併設催事として行われた歳暮ギフトの客層を想定した品ぞろえが功を奏し、売上は前年をクリアしている。この催事でも、コートなどの防寒衣料の動きの良さが目立っている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・定価品の単価上昇、さらに、仕掛けたオケージョンやファッションの動きが活性化している。
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・今年は、前年に消費の押し上げ効果があった、プレミアム付き商品券を販売しなかったにもかかわらず、前年以上の売上を維持している。さらに、一部ではあるが高単価商品の売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・これまでに類を見ないほど連続して行った販促キャンペーンが功を奏し、3か月前と比べると来客数、売上がプラスに転じている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこ増税による売上の減少が落ち着いてきており、販売額は想定を上回っている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・前年は低価格の商品に人気集中していたが、今年は単価が例年並みに戻りつつあり、客単価が引上げられ売上が好調となっている。若干ではあるがデフレから回復しつつあると見ている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・3か月前に比べると、若干ではあるが客の購買意欲は高まっている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・寒さが感じられるようになり、身の回り品を扱う店からは上向き加減だとの声が聞こえる反面、厳しさが増している店も見られる。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・将来不安のため、客が買物を控える動きは依然として強くなっており、客単価も低下傾向にある。家電工コポイントの影響で持ち直しているところもあるが、一部の業種、業態に限られている。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に3か月前と変わっていない。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は増加しているが、客単価や買上点数が減少している。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が落ちている一方、購入単価の高い客もあり、全体としては横ばいである。以前にも増して客の格差が広がっている。また、メーカーの売掛金回収が厳しくなってきたり、取引先の多くは経営状態が悪くなっている。	
	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、高額商品の動きは鈍くなっている。	
	一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	来客数の動き	・今月は天候要因が非常に大きかったことから、前年のような大雪を想定して、冬に向けての準備を進めている。	
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・大型催事は順調に推移したが、その後、平日の売上が大変厳しい。一方、寒いせいかコートの動きが良く、なかでもウールコートが好調となっている。	

百貨店（企画担当）	お客様の様子	・10月ごろから下げ止まりと思えるようになってきたが、消費の力強さは感じられない。売場担当者に客の様子を尋ねると、買物はダブルポイントなど特典のあるときに集中しており、まとめて買われることが多いとのことである。リーマンショック以降、徐々に消費行動は変わってきている。
百貨店（広報担当）	お客様の様子	・2か月連続で前年をクリアしているが、依然として消費者の購買意欲は低迷しているため、天候や社会情勢などの外部要因で数字が大きく変動してしまう。
百貨店（経営者）	単価の動き	・10月は気温が下がった影響もあり、秋冬物の衣料品に動きがみられたものの、客の低単価かつ単品志向が続いている。今月は気温が安定していることもあり、防寒物の動きが今一つである。
スーパー（店長）	販売量の動き	・たばこ増税後の売上の落ち込みも徐々に回復傾向にあるが、いまだ全面大幅割れの状況が続いている。また、食品に関しても、野菜の高値、猛暑の影響による漁獲物の出入荷の減少などによる高値で厳しい状況が続いている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・販促コストの増加により利益は前年比マイナスとなっているものの、売上増加を優先して販促策を強化しているため、既存店の来客数、売上は前年並みとなっている。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価が前年比97%まで回復し、来客数は前年比102%となっている。点数は前年をクリアしているものの、伸び率は鈍化している。平均単価は生鮮食品における野菜高騰の影響もあるが、食品全体としては単価の落ち込み率は小さくなっている。ただ、まだ前年の水準には至っていない。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・競合各社のチラシは価格強化型が更に強くなってきている。客の買物動向も特売目玉商品が中心であり、チラシ価格の強弱で来客数の動きが左右されている。また、家電エコポイント半減の駆け込み需要で家電商品の動きは良いが、食品、雑貨等への支出は依然として抑えられている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たばこの値上がりにより、たばこを止めたり本数を減らす客が多くなったため、売上が減少している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・たばこの値上げにより来客数が減っており、今月になってもその傾向は続いている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・気温の低下とともに防寒衣料が売れ、単価も上がってきているが、来客数は伸びず、横ばいとなっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新卒採用枠も極めて厳しい現状となっている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・カジュアル衣料の需要が伸びてきている反面、スーツを始めとしたビジネス衣料の需要は減少しており、プラスマイナスゼロの状態が続いている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・寒さが厳しくなった時期に一度販売量が増えたものの、その後は新製品が出ても購買につながっていない。
家電量販店（店長）	単価の動き	・販売量は若干伸びているものの、単価の低下は歯止めがない状態である。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了後は新規受注が一旦減少したものの、10月以降は若干増加している。特に新型のハイブリッド車が好調となっている。
その他専門店【呉服】（経営者）	お客様の様子	・安い商品を選択する客が多くなっている。
その他専門店【パソコン】（経営者）	お客様の様子	・物販の動きは若干良くなってきているが、単価は低く、回転率からみると変化は無い。
その他専門店【酒】（営業担当）	販売量の動き	・全体的には、目標の売上にやや届かないといった状況だが、実際のアルコール消費が少しずつ減っており、単価の低いものでさえ数量減の気配がある。本来であればこの季節に需要のある日本酒等の動きが鈍い傾向が続いている。また、ポジローヌ・ヴォーの販売は控えたが、周りは供給過剰との声があり、一概に今までと同じような形での販売は難しくなっている。

	その他専門店 [白衣・ユニ フォーム] (営 業担当)	販売量の動き	・競争が激しくなり、小さな案件でも値下げせざるを得ない状況で、同業他社だけでなく異業種でも類似商品の取扱が横行している。
	その他専門店 [ガソリンスタ ンド] (営業担 当)	お客様の様子	・スタッドレスタイヤ等でも、客の購入姿勢が品質よりも価格重視になってきている。また、燃料関連での粗利益が減少しているため厳しい状況が続いている。降雪が前年より遅れているため冬物商品の荷動きが鈍い。
	その他専門店 [ガソリンスタ ンド] (営業担 当)	単価の動き	・週末になると価格が安定しなくなっている。売上に関しては週末以外は低調になっている。
	高級レストラン (支配人)	競争相手の様子	・競争相手の外資系ホテルがオープンして3か月が経過し、軌道修正や態勢の立て直しを図ってきており、対応を迫られている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチタイムの客が2名、ディナータイムがゼロ、といったような極端な日もあり、深刻な状況が続いている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・通常は他の曜日に比べて金曜日が忙しいが、現在は曜日を問わず、来客数が上がったたり下がったりしている。
	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・販売量自体は一時期よりはまだ良くはなっているが、客からは、今年持つだろうか、来年どうなるだろうかという話が多く聞かれる。
	その他飲食 [弁 当] (スタッ フ)	来客数の動き	・街中に客があまり集まらないという悪い状況が続いている。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・行楽の最盛期だったため入込は良かったものの、以前ほどではない。年末になり、かろうじて週末に客の動きが見られる。
	観光型旅館 (経 営者)	来客数の動き	・紅葉が遅くなった分、11月後半に前年並みの集客があったが、消費単価が下がっており、収益はやや下がった。前月までの前年比の落ち込みから見ると、やや持ち直している。
	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・8～9月にあった各種大会がなく、ひっそりとしているものの、客足が急激に落ち込んでいるわけではない。
	旅行代理店 (店 長)	販売量の動き	・今月は国内旅行販売で前年比101.7%、海外旅行販売で同103.3%とわずかに上回った。海外パッケージ商品のみ同138%と大きく伸びたが、国内旅行商品では団体旅行、個人旅行共にほぼ前年並みとなった。
	通信会社 (営業 担当)	販売量の動き	・携帯電話の需要期はこれからなので現在は下げ止まりとなっており、来客数も含めて低調となっている。
	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・客の様子からは、景気が上向いていると感じられる要因は見当たらない。
	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・依然として初期投資に消極的な姿勢が見られる。
	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・客との商談から、地場企業はここ数年は現状維持という話がほとんどで、経費削減の意欲はうかがえるが、好況に結び付く材料がない。
	テーマパーク (職員)	単価の動き	・マスコミでは、株価回復に起因する高級志向への回帰等の報道がされているが、地方レジャー施設では、低価格志向がまだ続いている。
	遊園地 (経営 者)	来客数の動き	・文化の日のイベントが功を奏したことや下旬まで気温が高めであったことにより、来客数が増加している。単価は下がったが、売上は前年比17%増となっている。
	美容室 (経営 者)	来客数の動き	・最近では、自分でできるヘアチェンジ術やパーマをかけず結うだけのアレンジが流行しており、美容室に通う客は減る一方である。
やや悪く なっている	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・例年は農家等を中心に収穫代金で潤い、商店街ではえびす講で売上を伸ばす時期であるが、今年は盛り上がり欠けている。
	スーパー (経営 者)	単価の動き	・野菜類は高値で推移しているが、米などその他の商品はデフレの影響で下がっており、客単価は全体的に低迷したままである。

スーパー（経営者）	単価の動き	・3か月前に猛暑特需やたばこ増税、野菜高騰で客単価の増加があった反動で、消費を引き締める動きが強くなっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・猛暑特需の反動に加え、家電エコポイントの終了が迫っていることもあり、食品においては節約志向が更に高まってきている。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・ディスカウント型の競合店がオープンしたことにより苦戦している。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・150円前後のデザートは若い女性を中心に好調である。ただし、値上げにより、たばこの購入客が減っていることに加え、低単価の銘柄を購入する傾向がみられることから、たばこの売上は前年比88%である。また、本、雑誌の購入も減少傾向にあり、売上は同88%である。さらに、生活必需品である日配食品や生鮮品は堅調な動きを見せているが、105円を中心とした低単価商品が中心となっている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの増税の影響も幾分か落ち着きを見せつつあるものの、値上がりを機に禁煙した人もおり、来客数は増税前の水準には戻っていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこ増税により来客数が減少している。また、たばこのみを購入する客が減少しているため、客単価は上昇しているが、高価格商品の販売や買上点数は増加していない。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・9月のたばこ増税前の駆け込み需要と比較すると販売量は落ち込んでいるが、前年同期比では上向いている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・家電エコポイントの影響で、家電量販店に客が集中していることも要因となり、売上は前年比10%程度減少している。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数も下火になってきているが、購入する種類や数も減ってきている。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・消費者の買い控えの傾向が強くなっている。
その他専門店【食品】（経営者）	来客数の動き	・寒くなってきて鍋物などが動く時期であると同時に紅葉のシーズンでも動く時期だが、例年と比べて動きが鈍い。
その他専門店【靴】（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金等による駆け込み需要の反動が少しずつ出てきている。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が先細ってきている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・米や果樹の収穫が思いのほか悪かったことから、農家が多い当店のエリアでは購買力が減退している。また、客からは年末の支出を考えて節約する様子もうかがえる。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・当社は価格を据え置いているので、他店の値下げの影響を受け、3か月前より来客数が減っている。
一般レストラン（支配人）	単価の動き	・客単価が前年比15%減と、非常に厳しい状況になっている。
観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・各企業、団体を営業で回っても、やはり景気の動向が思わしくないようで、今まで行っていたイベントも延長、もしくは規模を縮小しての開催となっている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・依然として消費者の財布のひもは固く、来店回数と消費単価は減少している。忘新年会の受注状況も規模縮小や単価ダウンがあり、なかなか伸びない。円高、デフレ、賃金の抑制と周りの環境は一段と厳しさを増している。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・競合他社が相次いで閉館しているが、そちらを利用して見られる客が流れてくるわけではなく、苦しい状況が続いている。
タクシー運転手	単価の動き	・乗客数が減ってきている。
タクシー運転手	来客数の動き	・前年比でも大きく落ち込んでおり、ここ10年来で最低の売上となっている。
観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前より、来客数の落ち込み幅が大きくなっている。
美容室（経営者）	単価の動き	・カットやパーマにトリートメントを追加するといったことがない。目的以外のものには客の意識がなく、客単価が伸びない状況となっている。

		その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・依然として景気が回復しない上、米の不作と戸別所得補償制度による売渡し価格の低下により、以前にも増して景気が悪くなっている。年末の売り出しの時期だが、消費者の反応は低調である。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・予定していた仕事がキャンセルされる割合が高くなっている。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・景気に左右されない業種の店舗併用住宅や公務員関係の顧客受注については変わらないが、地域経済の低迷が続き、受注額及び受注全体としては良くない。
悪くなっている		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・車よりも家電エコポイントの方に客が流れたのか、エコカー購入補助金終了直後よりは若干持ち直しが見られるものの、新車受注、販売共に前年比30%強の落ち込みとなっており、厳しい状況が続いている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了の影響を受け、新車受注が半減している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー購入補助金が終了し、販売台数が激減している。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・エコカー購入補助金終了から2か月経過したが、来客数が全く回復せず、むしろ終了直後より減少している。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・エコカー購入補助金の終了後は販売量が伸び悩んでいる。
		その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・たばこの販売量が激減したのに伴い、他の商品の動きも落ちている。飲食店に関しても、月初はそれなりの量の商品が動くが、月の後半はほとんど動きがない。繁華街も閑散としており、顧客からも不安の声しか聞こえてこない。
		観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・個人客は宿泊直前に予約を入れる傾向にあり動向がつかみ切れない。景気の低迷により、企業や団体の忘年会が自粛ムードにあり、開催しても少人数化の傾向にある。
		都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・宿泊部門は過当競争で客単価が300~400円下がり、既に5,000円を切っているが、それが当たり前のような状況になっている。宴会も同様で、他店が値下げしている関係で、客単価の低下が著しくなっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・レストランのランチタイムは待ちが出るほど好調だが、それ以外の部門は全く伸びず、全体でも月の売上が過去最低となっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・以前は市内を車で流せば客もちらほら見かけたが、今は乗客が全くおらず、タクシー待機場所にも空きがないような状況となっている。
	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新卒 (高校、大学) の就職内定率が過去最低であり、また、企業が投資を控えているため、ますます消費マインドが下がっている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・3か月前が非常に悪かったため、やや良くなっているというよりは幾分盛り返してきたという程度である。低価格志向や荷動きの停滞は、依然として強い。
		輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが、荷物の動きが上向いている。
		広告業協会 (役員)	それ以外	・住宅減税などもあり戸建住宅は好調である。また、住宅展示場の来場者も夏場を過ぎてから増加している。流通業では駅前のファッション店は前年より売上が伸びている。
		広告代理店 (経営者)	受注量や販売量の動き	・年末時期を迎え、チラシ等の販促ツールの動きが活発になっている。さらに新幹線の延伸開業に関連した広告宣伝もピークを迎えている。
		その他企業 [工場施設管理] (従業員)	取引先の様子	・休日の荷受や出荷も増加傾向にあり、工場の忙しさが増している。また、一部の仕事を外注化する話も出ており派遣会社の商談来客もあることから、徐々にではあるが景気の回復が感じられる。
変わらない		農林水産業 (従業者)	受注価格や販売価格の動き	・9~10月の暖かさで、りんごの着色が悪く品質も落ちている。また、贈答用の注文は前年比で1割程度減少している。
		農林水産業 (従業者)	受注量や販売量の動き	・米は不作だったものの、転作作物の蕎麦が豊作となっている。

	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社が取り扱っている牛タンは、お土産販売、レストランのいずれも土日祝日の売上に頼っているので、曜日配列の悪さが影響し、売上が低迷している。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・歳暮商戦が始まったものの、12月からの家電エコポイント半減を前にした家電の駆け込み需要が影響しているのか、前年より動きが悪い。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・歳暮ギフトは市場縮小傾向にあり、なおかつ早期割引等の価格競争も激しくなっている。前年と比べても厳しい状況である。	
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・受注先の様子を聞くと、秋冬物の最盛期にもかかわらず店頭売行きが良くないため、春夏物の展示会の受注もあまり芳しくないようである。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず売上低迷の状態が続いているが、ここに来て売掛金の回収が遅れてきている。	
	通信業（営業担当）	それ以外	・受注環境は依然として厳しいものの、入札案件は増加しており、契約更新への努力の結果が表れている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の売上高等に大きな変化はなく、足踏み状態が続いている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・不安定な政局、アジア情勢の緊張度の高まりなどで消費マインドは冷えたままとなっている。	
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次決算状況を見ると、9月期決算会社の当月申告状況は、黒字、赤字が拮抗している。前年黒字が赤字転落や前年赤字が黒字回復と業種によってばらばらであり、一律に回復傾向とは言えない。	
	その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・スーパーやディスカウントストアでは消費者の低価格志向が顕著になっている。	
	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	・大規模店への出荷は安定しているが、小規模店への出荷が低迷しているため、全体の出荷量は伸びず、厳しい状況が続いている。	
	その他企業 [企画業]（経営者）	取引先の様子	・住宅会社では以前に比べて建築価格を抑える客が多くなっているという話を聞く。	
やや悪くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格が低下し、収益性が悪くなっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・先の受注が見えているところは少なくなってきた。	
	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	・受注価格が徐々に下がっており、業績に影響が出ている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅版エコポイント制度の利用が伸び悩んでいる。	
	建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・工事の出件量減少に伴い、コスト競争が厳しくなっている。	
	新聞販売店 [広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・仕事や経営上に必要な経済紙等でさえも、経費の都合で購読を中止するところが見られる。チラシの折込依頼が減少傾向にあり、前年以前の同期と比べても少なくなっている。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減っており、購入予定の客も発注を控えている状況が続いている。	
悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	競争相手の様子	・同業他社では、ここ3か月間の売上が前年比約10%減となっているという話を聞く。冬のボーナスを支給するという話は出ておらず、景気はかなり悪くなっている。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・急激な為替相場の変動で、経営に大きな影響が出ている。	
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）	採用者数の動き	・住宅関連企業を中心に、求人数が増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業以外の産業で新規求人数が増加しており、有効求人倍率もわずかではあるが前月を上回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年に比べ新規求人が増加している。ただ、昨年大幅な減少があったことから、一概に良くなったとはいえない。

変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・急な欠員や産休育休が発生した場合の当座の補充という注文のみが目立ち、受注増に起因するような実質的な増員はほとんど見られない。クリスマス商戦等の短期間の増員についても、例年より規模が小さくなっている。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・企業からの求人の問い合わせが増えつつあり、潜在的な人材不足の状況がうかがえる。求人の内容も人気職が多く、他社、スタッフ同士の競合も多くなっている。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は横ばいで推移している。
	アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・値引き交渉はされなくなったものの、既に下限値になっているので良くなっているわけではない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・求人数の動きが底を打ち、9月からは前年並みに推移していたが、今月に入り2番底になり、前年比80%台になっている。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・景気改善の大きな動きは見られない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は、前年比でわずかに増加し、3か月連続の増加となっている。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・休業等の雇用調整を新規に実施する企業は減少しているが、以前から実施している企業は継続している。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は増加基調であるが、年末や年度未までの臨時的雇用の求人であり、力強さはない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は増加しているが小幅であり、有効求人倍率も小幅な上昇にとどまっているため、依然として厳しい状況である。
やや悪くなっている	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・有効求人倍率は前月と同値になっている。新規求職者は減少したものの、増加傾向にあった新規求人も若干ではあるが減少に転じている。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・円高やエコカー購入補助金の終了、家電エコポイントの削減など消費低迷の要素が多く、市場経済は活発化していない。また、製造業の求人数が減少している。
悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣社員受け入れの新規案件は前年比20%減の状態が続いている。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・エコカー購入補助金の終了に加え、家電エコポイントの終了も間近で、企業業績に急ブレーキがかかっており、新規採用を計画している企業はほとんど見られない。