

10.九州（地域別調査機関：（財）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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連 (九州)	良くなる	－	－	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の購入姿勢にあまり変化はない。ただ11月ぐらいになると例年、行事や出かけるが増える。買物をする機会と量も増え、景気は多少良くなる。	
		商店街（代表者）	・年末になるにつれて例年、景気は良くなる。しかし、前年に比べると不透明なところもある。政治等社会情勢が不安定なので中小企業は特に影響する。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店はギフトの生花、又はアレンジをメインにやっており、夏の暑い時期より受注は増える。ただ、企業努力は必要である。	
		百貨店（企画）	・客の様子をみると、今後にし期待ができ、景気はやや良くなる。	
		コンビニ（エリア担当・店長）	・8月から9月にかけて残暑が残りそうなので、冷たい飲み物や冷たい麺類が売れる。また、工事関係者で来客数も増えるため、あと1、2か月は良い状況が続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・当店の良さが多くの人にだんだんと知れ渡り、今後、景気は良くなる。	
		衣料品専門店（チーフ）	・リニューアルするため、1か月は上向きの傾向であるが、その後は前年並みに落ちつく。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・販売量や来客数、単価が、秋口にかけてだんだんと良くなる。寒くなると、必然的にコーヒーの需要が高まるので、2、3か月先の売上は例年通り、寒さと共に上がる。	
		ゴルフ場（従業員）	・9～11月で特に10月の予約状況は順調である。6～8月は長雨や暑さの影響で来場者は少なかったが、少し回復している。しかし、単価の面では他のゴルフ場がどんどん値引き合戦を繰り返してあり、ある程度料金を下げて提案しないと厳しい状況となる。苦戦はしているが、現状、来客数は増えている。	
		ゴルフ場（支配人）	・10月は地域行事が優先で、ゴルフはしないと言う人が多く、来客数が伸びない。消費税増税が決まった今年から施行日に向けて節約ムードが高まり、レジャー費を削減していく人が増える。ただ11月以降にゴルフシーズンのピークを迎えるので、例年通り期待される。	
		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）	・秋に向けだんだんと涼しい季節となってくるため、冬までは利用者の増加が例年通り見込める。	
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気はやや良くなる。	
		住宅販売会社（代表）	・現時点で来客数が増えているので、今後2、3か月後の動きは良くなる。それから先はかなり不透明である。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客の様子をみても、先行きは不透明である。
			商店街（代表者）	・2、3か月先は気候が良くなり、客の購買意欲は高まる。ただ今後、消費税増税や電気料金の値上げ、ガソリン価格の高騰等が予想され、客の財布のひもはかなり固くなる。先行きには期待がもてない。
			商店街（代表者）	・気候の変化に伴い、売上に期待したいが、消費者の購買意欲を掻き立てる要素が、何一つない。
			商店街（代表者）	・消費税増税案が可決し、個人所得が上らない状況のなか、消費が活発になることはない。
			一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・来店客の話で鮮魚の小売店が少なくなっており、当店のような店を探していたという話を聞いた。少し希望が持てる言葉だった。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・来客数、販売量は好調を維持しそうであるが、穀物飼料の価格高騰により、仕入れ価格が上昇する恐れがある。	
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年々、売上は減少しており、何をすれば売上に繋がるのかを考えている。ただ、先行きは不透明である。景気改善策がないと小売店は今後も厳しい状況が続く。	
		百貨店（売場主任）	・昨年に比べてレザー等の高級アイテムの動きが良いものの、ボリュームゾーンの商材の動きが堅調ではない。今後もこの状況が続く。	
		百貨店（営業担当）	・客の動きや来客数をみると、特に物産展やその他のイベント時は力強さがある。景気動向はこれからも変わらない。	

百貨店（営業担当）	・レジ客数が増加し、クレジット利用も増え、売上は堅調である。買上単価の減少率も低下傾向にある。また、今後は友の会の満会効果と秋物のファッションウィーク、物産催事開催で客の購買意欲の回復が期待できる。
百貨店（営業担当）	・本当に必要な物は必要に迫られないと購入しないという、先買い需要が生まれず状況である。秋物商戦に期待していたが、秋物の動きは非常に鈍い。特にファッション関連の動きが鈍く、この2、3か月は非常に厳しい状況になる。
百貨店（売場担当）	・3月からの来客数をみると、前年比1%減から横ばい程度となっている。9月以降もその流れはおそらく変わらないが、若干客単価が低下している。天候要因がどう影響するか分からないが、他店をみると、以前は良かったが、現在は前年比2～3ポイント程度落ちている。当社は前年並みか前年を少し上回る程度である。前年割れの要因は今のところない。総じて現状より若干悪い状況が続く。
百貨店（営業統括）	・消費が回復しない一番の理由は、政情不安や海外経済の不安定化等である。客の様子から今後も厳しい状況が続く。
百貨店（営業政策担当）	・節約、堅実消費の流れが定着している。秋物のプロモーションに対する反応も良くなく、実需の時期まで大きな動きはない。
百貨店（業務担当）	・現状の動きは良いが、秋物を立ち上げる9月まで、この強い購買意欲が持続するとは思えない。処分期の価格で物を買うという堅実な買物習慣が客に定着している。
スーパー（店長）	・売上に関して、大きな変化はみられない。結果として、大きな景気の変動にはつながらない。
スーパー（店長）	・生鮮食品は豪雨の影響で青果の相場が高くなり、前年比8%増で推移している。一般食品は競合店の影響で前年比2%減となっているが、順調に回復している。客単価は前年をクリアしており、来客数が増えれば、売上も拡大する。
スーパー（店長）	・8月はたまたま良かったが、景気が回復する要素はない。今後、総選挙の可能性もあり、政権が変わる可能性もある。そうすれば景気が上向き可能性もあるが、逆に混乱して更に悪化する可能性も考えられる。先行きは不透明である。
スーパー（店長）	・これから行楽の時期でお弁当の材料が売れないといけませんが、来客数が前年比2%と伸びていないのが現状なので、まだまだ厳しい状況が続く。
スーパー（総務担当）	・気温や天候が売上に及ぼす影響が非常に強い。寒さ対策関連商品も昨年とあまり変わらず、秋冬の新商品に大ヒットとなるような商品が見当たらない。
スーパー（業務担当）	・お中元、お盆商戦をみると、ファミリー関連の売上は堅調だが、企業向けや大型品の個人消費は相変わらず不調である。ギフト関連も、より低単価傾向が強くなっており、売上点数も大幅には上昇しない。しばらくは現状維持が続く。
スーパー（売場担当）	・特に良くなる要素がない。ディスカウント店で景気は変わらない状況なので、それ以外の業種のスーパーは厳しい。
コンビニ（販売促進担当）	・コンビニエンスストアはほぼ横ばいできているが、量販店で売上が前年比10%減となっている。ごく一部の量販店はネットスーパーの拡大を促している動きもあるが、今後この状況のなかで、全体的にはほぼ横ばいで推移する。
衣料品専門店（店長）	・店舗周辺の道路工事完成予定が11月末となっており、客の来街に期待ができない状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・客の様子をみると、購買に活気がない。今後もこの状況が続く。
衣料品専門店（取締役）	・景気が良くなる材料は何もない。現在の政治の在り方や方向性等が改善されない限り、日本経済の回復はない。商品を選んだり、客へのサービスを考え、企業努力をして生き残っていくので精いっぱいである。消費者も経営者も先行きに不安感を抱いている。
家電量販店（店員）	・非常に盛り上がったロンドンオリンピックだったが、テレビの売上は全然盛り上がりなかった。今後、今注目されている太陽光発電システム等を地道に提案していかなければならない。ただこれは販売が簡単ではない。
家電量販店（総務担当）	・購買意欲につながる商品が見当たらない。今後も厳しい状況が続く。
家電量販店（企画・IR担当）	・主力商品であるテレビの売行きが、今後大きく伸長するとは考えにくく、依然、現在の状況が続く。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金、減税が当たり前になっており、これがなくなると客の購買意欲は大きく減退する。
乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらず、このままの状況が続く。

住関連専門店（経営者）	・衆議院の解散総選挙が秋口にささやかれており、政局不安が景気の先行き不透明感と連動している。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・客の消費に対するマインドは、この数か月あまり変化がない。定期的に来店する客の様子を伺うと、大きな買物の予定はないと言われる。ただ、携帯電話をスマートフォンに変更する又は今後変更する予定であるという客が散見される。	
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンがくるが、景気の改善を肌で感じ取ることができない。今後も昨年と同じ売上で推移する。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・さまざまな有効な施策が実施されれば多少上向くかもしれないが、根本的な景気回復策が図られなければ、景気は今後も変わらない。	
高級レストラン（支配人）	・今年度、良い材料が見つからないため、集客及び売上が著しく低下している。今後も厳しい状況が続く。	
高級レストラン（専務）	・今のところ大きな問題はなく、人の流れも九州新幹線開業以降、変わらない。	
観光型ホテル（スタッフ）	・予約は順調に取り込めているが、世の中の流れが良くなっているようには感じられない。	
観光型ホテル（専務）	・消費税増税や選挙により宿泊が控えられるなど、景気悪化の気配を感じる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・本年は大型コンベンションもなく、一昨年同時期とほぼ変わらない状況である。今後、選挙の動向によっては企業、団体の動きがなくなるため、やや悪くなる可能性もある。	
旅行代理店（従業員）	・領土問題が影響し、中国や韓国方面で行き先の変更や延期が出始めている。	
タクシー運転手	・会社関係の交際費やお年寄りが病院に行く割合が減っているため、人の流れが大変良くない。また売上もこのままであれば、先行きは大変悪くなる。	
通信会社（管理担当）	・すぐに資金繰りが良くなる状況ではない。	
通信会社（企画担当）	・やや悪い状態が好転する理由が見当たらない。	
通信会社（総務局）	・政局の動向が気になるが、将来の景気判断の材料が少ない。	
理容室（経営者）	・2か月前からサービスデーを作り、65歳以上の方は平日のご来店で500円の値引きをする等の企画を行っている。そうすると、来店サイクルが早くなり、前年を少し上回り良かったが、涼しくなってくるとまたサイクルが伸びるので景気は変わらない。	
美容室（経営者）	・あまり良いニュースはなく、経済的に伸びる話も聞かない。どうにか生活していける程度の店の売上を確保するため、もしくは生き残っていくため、皆で消費を盛り上げる必要がある。国内需要があまりにも低迷している。	
美容室（店長）	・景気が良いという話は聞かないが、店を閉めたという話は聞く。2、3か月先も変わらない。	
音楽教室（管理担当）	・今は生徒の動きがあまりないので、経済的な動きはない。9月ごろになったらまた変動がある。	
住宅販売会社（従業員）	・マンションが今から着工する物件の端境期に入ったので、他の仲介業にも力を入れているが、仲介がなかなか動いていないので、景気としてはあまり変わらない。	
やや悪くなる	スーパー（経営者）	・東日本大震災後、客が景気に不信感を抱いており、選挙等の先行き不安もあり、景気が好転するのは見込めない。
スーパー（店長）	・景気回復につながるような好材料が見つからない。消費税増税についても以前に比べて大きく報道され、消費者の節約志向が強まっている。販売促進活動でしか売上の増加は図れない。外的な要因でプラスになることはほとんどない。	
スーパー（総務担当）	・消費者は低価格志向に変わりはないが、低価格だけでは来客数を維持できない状況に変化している。商品に対する付加価値や更なる利便性が求められる。さらに衣料品については、一点物を追求する動きも顕著となっており、商品の価値提案が今後の大きな鍵となる。	
スーパー（経理担当）	・8月はオリンピックや猛暑の影響で販売が押し上げられたが、9月以降は例年通りに戻る。	
コンビニ（エリア担当）	・販売促進を多く仕掛け、売上回復を図るが、今後も厳しい状況が続く。先がみえない状況である。	
コンビニ（店長）	・夏にお金を使い過ぎた分、今後消費を抑える傾向が強まる。	
衣料品専門店（店長）	・最近、100円野菜がブームである。食料品については価格設定がとても重要となっている。省エネ関連商品も一通りブームが過ぎ去っており、今後は厳しくなる。	
衣料品専門店（総務担当）	・今月の客の動きをみると、これから先の我々の業界は悪くなると考えざるを得ない。	

	家電量販店（従業員）	・10月までは低下してその後良くなる。	
	乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金が終了する反動で2、3か月先は今月より新車の販売台数が落ち込む。売上、利益共に減少する。販売店の経営はかなり厳しくなる。	
	その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・この業界は夏休みが明けると1年で最も販売の動きがなくなる。大きなイベントもなく、年末までに変化がない以上、景気は好転しない。	
	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）	・中長期的に消費税増税の影響が顕著に表れてくる。	
	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〕（支配人）	・政治不信等で先行き不透明感がある。消費税増税や電気料金の値上げ等消費者の負担増があり、今後は厳しい状況が続く。	
	高級レストラン（経営者）	・今のところ先々の予約の状況をみても先が読めない。予約はまだ入っていない状況である。	
	居酒屋（経営者）	・通常であれば繁忙期といわれる時期に入るが、年々忘年会の回数が減り、期間も短くなっている。この傾向は変わりそうにない。	
	観光ホテル（総務）	・4月から好調に推移していた売上が8月に入り急に減速し、9月以降も改善の兆しがみえない状況となっている。	
	都市型ホテル（副支配人）	・3か月後の予約については出だしが悪い。単価を下げればそれなりに売れるが、良い状況ではない。	
	旅行代理店（企画）	・電力会社の業績悪化の影響が周辺企業や個人の消費マインドに影響してくる可能性がある。領土問題や欧州経済の悪化等、景気悪化要因が潜在している。	
	タクシー運転手	・これから先は、国の予算が執行されるのがかなり少なくなるような予想なので、そうなると景気はかなり悪くなる。	
	タクシー運転手	・これからゴルフや観光のシーズンであるが、選挙の影響で、人の動きもタクシー利用もあまり期待できない。	
	タクシー運転手	・気候が良くなり、タクシーの利用は非常に控えられる。また観光シーズンとなり、外でお金を使うので、日ごろの買物等では出控えがあり、タクシーの利用者は減る。	
	通信会社（販売部）	・来客数の増加は夏の新商品及び夏期限定の割引施策が影響しているものと考えられ、今後は次の新モデル及び割引施策が充実する冬以降に、また良くなる。	
	通信会社（業務担当）	・8月からのイベントが継続して展開されるが、人気新商品も一段落し、販売数は先月及び昨年より厳しくなると予想される。	
	競輪場（職員）	・政治の不安定さから、景気はやや悪くなる。	
	住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイント制度が終了し、割安感の訴求材料が減った。消費税増税前の駆け込み需要は期待薄の状況である。	
悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・九州地区は9、10月まで台風が多いシーズンであり、雨も多く、客の来店機会が少なくなる。政局が不安定であり、客の購買心は低下し、かなり厳しい状況が続く。	
	スーパー（店長）	・2014年度の消費税増税等により、消費者の節約志向に更に拍車がかかる。	
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税やエコカー補助金の終了、天候不順等で景気は悪くなる。	
	競馬場（職員）	・来客数や販売量の前年比が、徐々に落ち込んでおり、今後も厳しい状況が続く。	
企業動向関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	農林水産業（営業）	・相場の底値感があり、年末に向けて販売数量、価格はある程度上がる。
		食料品製造業（経営者）	・季節的に原料の入荷が始まり、生産量、受注量共に増える。
		家具製造業（従業員）	・今年の後半の物件情報が増えてきたが、選挙等も予想され市場にどう影響するか不透明である。消費税増税前は一時的に需要が伸びるが、反動も大きいので、今から心配される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口にかけてはいろいろと特注や自社での企画も用意しており、いくらか景気は上向く。
		通信業（職員）	・省エネ関連の事業が数か月先に軌道に乗る見込みである。
		金融業（調査担当）	・計画停電を意識した節電行動も一段落し、消費税増税前の耐久財の駆け込み需要が表面化してくる。また、資金需要として、太陽光発電による設備投資も多いことからやや良くなる。

変わらない	農林水産業（経営者）	・秋の9～11月は冷凍食品メーカーが年末需要に向けた生産に入るの、原料肉納品については少しは期待できる。居酒屋やスーパー向けも行楽シーズンや運動会等で需要の増加が期待できる。アメリカの干ばつによる穀物の不作等による値上がりは消費者にどのような影響を与えるか懸念材料となっている。
	繊維工業（営業担当）	・忙しくなっていくはずなので、これ以上悪くはならない。しかし、政治の不安定さがかなり経済に影響している。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・自治体における予算実行は主に10月以降を予定しており、民間企業においては長期スパンでの対応が多い。今後もこの状況が続く。
	鉄鋼業（経営者）	・直近での成約物件をみると、建築指標が示す通り住宅物件が多く、なかでもRC造のマンションが多く見受けられる。しかし、これまでは多くみられた病院や倉庫、商業施設等の非住宅物件は減少しているようで、いつまでも分譲マンションが増加するとも思えず、建築需要の先行きに不安を覚える。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーからの受注量が不透明であり、今のところ何とも言えない。
	精密機械器具製造業（従業員）	・今後も今までの状態が続く。まだ受注生産計画に見通しがつかない状態である。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産量を確認したところ横ばい傾向となっている。
	建設業（従業員）	・業界を取り巻く環境は依然として大変厳しい状況で、今後は悪い状態で推移する。民間の設備投資も日本経済の先行き不透明感や政治の混乱状況により低迷しており、状況はそのままだ。
	建設業（社員）	・市工事はある程度発注されているが、県工事がそれほど発注されていない。ただし、9月末までの上半期の発注率を70%に設定している都道府県が、今後どのような発注をするのか期待と不安でいっぱい同業者は少なくない。
	輸送業（従業員）	・消費税増税等により、個人の財布のひもは固くなっていくばかりだ。従って景気が良くなる要因はない。
	輸送業（総務）	・明るい材料もあまりなく、景気は変わらない。
	輸送業（総務担当）	・荷動きの悪い状態が続いているが、良くなるような材料が見当たらない。このままで推移する。
	金融業（営業担当）	・建設関係の業種は、消費税増税を見越し受注の増加が見込める。ただ職人の数が足りず単価の上昇に影響を及ぼすため、良くなる様子ではない。
	金融業（得意先担当）	・景気動向には大きな変化は見受けられないという点は変わらない。今後についても大きな変化はみられない。太陽光発電にかかわる設備投資といった一時的な特殊案件の相談があるだけで、前向きな資金需要による調達は今のところないのが現状である。当面現状が続く。
	不動産業（従業員）	・オフィスの賃料水準が横ばいで推移する状況が続く。
	新聞社（広告）（担当者）	・秋に予想される総選挙関連で一過性の出稿は見込めるも、通信販売以外に大幅な売上が見込める業種がなく、新聞広告業界は苦戦が続く。
	広告代理店（従業員）	・今月も前年比6.5%減と5か月連続で前年を下回っている。シェアの大きい流通関係を中心に衣料品、家具、自動車や不動産等の業種が低迷しており、売上に大きく影響した。その他に大きく落ち込みをみせたのが家電であり、前年比33.1%減となった。また、パチンコも前年比22.4%減となった。家電においてはテレビの買換え需要に対応すべく、各家電会社が駆け込みで大型チラシを大量に出稿していた。今年はオリンピックが行われ、若干期待したが、特に出稿は増加せず、むしろ大きく減少した。
	広告代理店（従業員）	・今の状況を変えるには新しいことに取り組むしかない。今後もこの状況が続く。
	経営コンサルタント	・8月に有料のセミナーをやったが、意外と人が少なかった。2回目のセミナーを有料で企画しているが、こちらも参加者は伸びていない。セミナー等に関する投資が現在少なくなっている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・特に大きく変化する要因があまりない。消費税増税案が通過し、消費税増税前の特需の発生により、秋口にかけて若干良くなる可能性がある。それがなければどちらかと言えばジリ貧になる。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の状況及び自社の問い合わせ状況から判断して、大きく上振れまたは下振れする兆候はみられない。

	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・観光業界では秋の観光シーズンに向けて東日本へのシフトが顕著に見受けられ、昨年のような南九州への団体客の集客は期待できない。個人レベルの旅行が増加しているとはいうものの、業績を大幅に回復するまでの状況ではない。
		金属製品製造業（企画担当）	・政局の混迷により、特例公債法案成立の見通しが立っていない。このままいくと9月末には資金が6兆円程に減るため、政府は地方交付税等の支給を減額せざるを得ないと発表しており、公共事業が先送りになるのではと懸念している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先の声として、ここ1、2か月は設備製作の引き合いの話がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量はやや悪くなっていくのではないかという不安感がある。納期や品質コストをいかにうまく循環させるのか、あるいは実力を上げていくのが重要になっている。その教育や企業本来のものづくり、社員教育をどのように行うか努力が必要である。
		金融業（従業員）	・欧州経済の停滞や中国景気のスローダウン、領土問題が観光や貿易等経済面に悪影響を及ぼす懸念がある。エコカー補助金終了後の自動車販売が反動減となる可能性もある。政治面では政局の不安定化で、政府の経済対策が後手後手にまわり、予算執行も後ろ倒しになる恐れがあり、景気は今後やや悪くなる。
		金融業（営業）	・製造業の9月以降の受注が不透明である。大手メーカーの海外移転が進んでおり、休業日を多くとる中小企業も散見される。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・アメリカの干ばつで穀物、飼料等が非常に不作となっており、あと2、3か月したら飼料価格は非常に値上がる。生産から販売を行っているため、非常に厳しい状況になる。
		通信業（経理担当）	・経済の方向性が国から全く示されない。国の閉塞した現状が打開されない限り、景気は悪くなる。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村で行われた直近の調査等に関する指名競争入札では、いつも低価格で入札する業者が予算の33%で入札するようになり、他の業者は追随できず、共倒れになることが予想される。発注する業務が減少し、受注もできないことで、経営が成り立たなくなる恐れがある。
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・下半期に向けて企業の動きが活発で、景気は上向きになっている。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の需要を想定した営業展開が増え、人員を確保しようとする企業が増える。
		人材派遣会社（社員）	・中元時期は過ぎたが、それでも注文が増えている。新規オープン店舗等も続々出てくるようなので、雇用は増えてくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年の東日本大震災の復興のような特殊事情による大量の求人ではなく、今後は色々なジャンルの求人が増えるのではないかと予想される。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・現在も引き続き2次、3次の求人募集がきている。業界によってバラつきがあるかもしれないが、一般事務職を除く、建築や医療、福祉、観光、システム関係等の分野で前向きの採用が増えつつある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数は前年を20%近く上回った状態で推移している。特に9、10月は夏休み明けの人事異動やお歳暮に向けての増員等、求人が活発に動く時期である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・対外問題や国政など、景気が好転する材料がない。
		職業安定所（所長）	・雇用状況が大きく改善する要素は見当たらず、原油高の影響から先行きに不透明感がみられる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という厳しい就職環境は、しばらく継続する。また、採用予定数に満たなくても選考活動を終了している企業が見受けられる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業）	・企業の採用意欲が減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告をみると、アルバイトやパートの採用情報は多いが、正社員の募集は依然少ない。このことから景気は決して悪くはないが、パート雇用が中心となっている。正社員ではなく、派遣社員が中心となる状況に不安を感じる。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の打ち切りによる反動減の影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・10月末で雇用調整による大量離職が予定されており、雇用情勢は厳しくなる。

	民間職業紹介機関（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・10月施行の労働者派遣法の改正で単発派遣が困難になることもあり、派遣内容によっては派遣依頼を断る場面も想定している。業務委託への転換が可能であれば、業務内容変更の検討も必要である。
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・10月以降から年末にかけての人材需要が現時点でほとんどない。例年であれば2～3か月前に注文が活発化するが動きがない。