

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人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 (東北)	良くなる	タクシー運転手	・地元では大型商業施設が建設中であり、来年4月には他系列のスーパーも開業する予定である。このような建設計画は先を見越しているため、景気の悪いところには進出しない。そのため、景気はますます良くなっていくのではないが。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・空梅雨のまま梅雨が明ければ、ますます好天が続くことになる。そうなれば通行量も増え、来客数の増加につながるのではないが。特に飲食業を中心に景気が浮揚していくとみている。
		衣料品専門店（店長）	・衣料品を扱う業種において、夏はそれほど大きなマーケットではないものの、この時期に冷夏で夏物が売れないと業績に大きく響いてしまう。ただし、今年の予報では比較的夏が長いといわれており、悪い方向にはいかないのではないが。
		家電量販店（店長）	・梅雨明けが遅れているため、気温上昇に伴う季節商材の販売量のピークが前年よりも遅れる見込みである。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベント効果で、販売台数の更なる増加を見込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・政府の経済対策に期待している。好転のきっかけになってほしい。
		乗用車販売店（経営者）	・人気車のフルモデルチェンジが予定されているため、大いに期待している。
		乗用車販売店（店長）	・半期の決算月となり、新商品も発売されるため、良くなるかとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・低調ではあるが、地元では10月に大きなイベントが複数予定されているため、例年以上の需要を期待している。
		高級レストラン（支配人）	・国体や市内周辺イベントの開催により、客の動きが活発になるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が増えてきており、手ごたえを感じている。この状態が当分続くことを期待している。
		通信会社（営業担当）	・帰省、旅行ビジネスなどのお盆需要で、多少は景気が良くなるとみている。個人消費も多少上向くとみているが、秋口以降の先行きは不透明である。
		観光名所（職員）	・ようやく気温が上がり始め、売れるものが変わってきている。そのため、客単価の上昇を期待している。
競艇場（職員）	・来客数は減少しているが、8月に大きなイベントがあるため、多少は客足が戻るのではないが。客単価は上昇しているため、来客数が増えれば売上も伸びるとみている。		
変わらない	商店街（代表者）	・消費者は不況慣れをしてきている。無駄を省いて身の丈に合った生活が普通となった今、人々は一時的な好景気よりも、安定した暮らし、教育、医療、福祉など将来の安定を求めているのではないが。国の経済構造も拡大から安定へとしっかりと切替えなければならない。	
	商店街（代表者）	・地下鉄、バスなどの公共交通機関の影響は大きく、先行きに変化が見込めない。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・アベノミクスの効果は、いまだ末端の消費マインドの向上には結びついていない。そのため、消費マインドを向上させるような新施策を展開することが必要である。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・近所にあるバーのママさんの話では、7月は例年になく悪い状態であるという。街は静かで活気がなく、このような状態がずっと続くのではないかと危惧している。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・医薬品、化粧品販売の低価格へのニーズはますます高まる傾向にあり、この傾向はしばらく続くとみている。	
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ここ3か月間は、客の動きが同じ状況が続いている。梅雨が明けても売上が増加するとは考えにくい。	
	百貨店（売場主任）	・クリアランスにおいても、値下げ商品を即購入するという購買動向は見受けられない。セールであっても不要不急のものに対するシビアな見方に変化はなく、来客数、単価共に回復するような要素が見当たらない。	
	百貨店（総務担当）	・客との会話からは、財布のひもがかなり固くなっている様子が見える。そのため、それほど景気が良くなるとは考えにくい。	
	百貨店（企画担当）	・客の購買意欲に変化の兆しはみられない。	
	百貨店（営業担当）	・特に大きな要因もないため、現状維持で推移するとみている。駅前の新規店オープンが一段落しているが、街なかへの誘客ができていないので、今後は市内の買い回りがあれば売上が伸びる可能性がある。	

百貨店（営業担当）	・有効求人倍率が改善したとはいえ、地方では正規雇用の求人はかなり少なく、個人所得の増加が期待できない状況である。一部の客層に景気の回復が見受けられるものの、まだまだ節約傾向が続くとみている。
百貨店（売場担当）	・この先の景気回復が見込めないなかで、顧客離れが進んでいる。また、量販店やネット販売など、自分のライフスタイルに合わせて買物の仕方を選べる時代において、百貨店の存在は非常に厳しく、今後大きく良い方向に変化するとは考えにくい。
百貨店（経営者）	・ここ半年の販売量の動きに変化がなく、現在の流れが基調となっている。一方で、円高推移によりインポート商品の値下げなどが出てきているため、多少は消費喚起に結びつくことを期待している。
スーパー（経営者）	・景気が好転するような要因が見当たらない。
スーパー（経営者）	・消費マインドの低下傾向は前月より顕在化してきており、一時的なものではないように見受けられる。今後、大きな経済政策が予定されていることから、消費の向上、経済浮揚に結びつくことを期待している。ただし、消費マインドの低下傾向は、根本的、構造的な問題のため、しばらくは続くのではないかとみている。
スーパー（店長）	・8月は前年より日曜日が1回少ないため、あまり来客数の増加が見込めない。また、9月以降も現状と変わらずに推移するとみている。
スーパー（店長）	・3～7月にかけての売上が、前年を上回りつつあるも、全体的にはそれほど大きな動きがないことから、今後も現在と同様の状況が継続するとみている。
スーパー（店長）	・客の節約志向が強く、必要なもの以外を購入しない傾向は続くとみている。
スーパー（総務担当）	・ガソリン価格は低下しているが、今のところ猛暑になる気配はなく、景気は小康状態で推移するのではないかとみている。
スーパー（営業担当）	・オリンピックなどの大きなイベントが終わり、特に景気を左右するような経済の動きもないため、現状と変わらないのではないかとみている。
スーパー（営業担当）	・出店競争のなか、限られた商圈内でパイの奪い合いをしており、競合店との価格競争がますます激しさを増している。景気が回復するような気配は一向にみられず、経営は一層厳しさを増してきている。
コンビニ（経営者）	・来客数を除けば底堅い動きであり、それほど悪化の一途をたどっているわけではない。前年比や3か月比でも、買上点数、客単価などは横ばいで推移している。
コンビニ（経営者）	・近隣に競合店が出店する情報もなく、このままの状態が続くとみている。
コンビニ（エリア担当）	・梅雨明けが例年より遅いため、盛夏期の売上が前年比でマイナスとなる可能性がある。
コンビニ（エリア担当）	・景気が悪くなっているという印象はないが、良くなっているという実感もない。
コンビニ（エリア担当）	・競争環境が激化しているが、今後天候が良くなることで、持ち直しが期待できる。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が停滞しており、今後の増加要因も見当たらない。
コンビニ（店長）	・8～9月は例年天候に左右される傾向にあるが、消費マインドについては今より良くも悪くもなるような材料がない。ただし、デフレ傾向になりつつあるという実感は持っている。
コンビニ（店長）	・新規の取引見込みはあるものの、それが短期取引ないしは利用頻度の低い取引であり、売上がプラスには至らない可能性は大きい。
衣料品専門店（経営者）	・どのようにして得意先を増やすのか頭の痛いところである。価格や品質だけでは勝ち目がない。そのため、特異性のある商品開発を心がけることに、全社員が傾注している。
衣料品専門店（経営者）	・客との会話からも、景気が良くなるとは思っていない様子が見えかける。
衣料品専門店（店長）	・夏物は天候に左右されるため予測しにくいだが、気温的にみて買い控えが続くため変わらないとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・景気が良くなるような明るい材料がない。
家電量販店（店長）	・前年はアベノミクスに対する期待感で客の購入意欲も盛り上がりつつあった。しかし、現在の客からは不安感が見受けられる。この先も不透明な状況で景気は伸び悩むのではないかとみている。
家電量販店（従業員）	・来客数が少ない状況が続いている。

乗用車販売店（従業員）	・3か月ぶりに軽自動車の販売が再開されたが、販売量に爆発的な伸びがみられていない。そのため、今後もそれほど伸びないのではないか。	
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月は、土日の新規来客数が全く変わっていない。むしろ、少しずつ減少している。簡単に景気は良くならないとみている。	
住関連専門店（経営者）	・8月のお盆や9月の秋彼岸などの仏事が続くため、景気は今月並みに推移するとみている。	
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・おそらく秋口も静かなままではないか。客のニーズが季節ごとではなくなっている。四季に合わせた商売というものを考え直す時期にきているのかもしれない。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後、石油関連で需要が大きく増加するような見通しはなく、経営は厳しくなりそうである。また、地方経済には景気回復に寄与するような力がなく、当面は現状維持で推移するとみている。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・需要が増加するような要因もなく、これまでと同じ傾向で推移するとみている。	
高級レストラン（経営者）	・非常に悪い状態で停滞している。地方には良い材料もなく、このままの状態が継続するとみている。	
高級レストラン（支配人）	・3か月先の予約状況は、前年と比較して大きく落ち込んでいる。ただし、来客数は低調であるものの単価が良いため、どちらともいえない状況である。	
一般レストラン（経営者）	・この1か月は販売量も悪く、客からもあまり良い話を聞けない。そのため、悪い状況のまま続くとみている。	
一般レストラン（経営者）	・お盆で外食はそれなりに動くが、その後は10月いっぱいまで余程のことがない限り、潤うことはない。今年も特別な変化はないとみている。	
スナック（経営者）	・ボーナスの時期に入っても思ったほど売上が伸びていない。これから納涼会シーズンとなるが、厳しい現状が続いているため、売上はあまり期待できない。	
観光型ホテル（経営者）	・ここ数か月は来客数が不振であり、この先に景気が上向くような要因も見当たらない。	
観光型ホテル（スタッフ）	・復興需要も終わりに近づいており、東北の景気に伸びは期待できないのではないか。	
都市型ホテル（スタッフ）	・この先、東北は夏祭りのシーズンである。しかし、当地域の祭りにおいて客の入込は前年と同じであり、これ以上の伸びは期待できない。むしろ、日々の客の動きからは若干減っていくのではないかと心配している。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は稼働率が落ち込んできている。宴会は、夏のマイナス分を秋のプランなどでばん回できるように努力したい。	
旅行代理店（経営者）	・9月は連休の並びが悪く懸念していたが、なんとか持ち直してきている。インバウンドによって東京都内のホテルの確保が難しくならない限りは、良くなるのではないかと。	
旅行代理店（店長）	・景気の先行きが読み切れない。テロなど治安への不安感がこれ以上増えないで欲しい。	
旅行代理店（店長）	・熊本地震による風評被害が収まりつつあり、旅行需要の回復の兆しが少しずつみえてきた矢先に、別な場所でテロが発生している。そのため、海外旅行、国内旅行共に今一つ予約件数が伸びていない。	
通信会社（営業担当）	・経済政策が実施されるようであるが、具体的な状況がわからないと現在では何ともいえない。	
通信会社（営業担当）	・景気がこの先好転もしくは悪化するような材料に乏しい。	
通信会社（営業担当）	・売上に変化がなく、今後も変わらないとみている。	
観光名所（職員）	・秋は、周辺の市町村などで収穫祭的イベントが目白押しのため、集客の難しい時期となる。	
遊園地（経営者）	・9月の大型連休がないため厳しいが、細かなイベントで下支えをしていく見込みである。	
美容室（経営者）	・常連客は年配の方が多く、それがだんだん減ってきている。	
住宅販売会社（経営者）	・ロードサイド店及び輸出関連企業の一般建築の仕事が多い。当社では不動産の段取りが出来ているため、受注量は目標値で推移するとみている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・駅周辺の商業施設に客が集中しており、従来の商圈ではほとんど来客数が減少している。ある程度の期間が過ぎれば落ち着くだろうが、しばらくは低迷した状態が続くとみている。
	商店街（代表者）	・地下鉄新規路線開通の効果をあまり直接的に受けない場所であり、また、中心部商店街のなかでもJRの駅から一番離れているため、先行きに期待できる要因は乏しい。個々の商店のみならず、地域全体として対応策の検討が急務である。

商店街（代表者）	・前年は7月にプレミアム付商品券が発売されて商店街の売上に大きく寄与したが、今年はそのようなものの発売がなく、前年の反動減を懸念している。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・以前は大量にまとめ買いをしていた客が、最近では細かく買物をするようになってきている。株価の低迷や英国のEU離脱問題、アメリカの大統領選挙といった不確定要素が景気に暗い影を落としている。前向きに消費をする雰囲気ではなく、多くの客に同様の傾向がみられている。
百貨店（買付担当）	・久しぶりに衣料品が好調であるが、他のカテゴリーではいまだ厳しい状態である。
スーパー（店長）	・新規オープンした競合店の影響がじわじわと出てきている。特に、夕方のピークタイムからの来客数減少が顕著である。この状況はしばらく続くともみている。
コンビニ（経営者）	・5～7月が悪かったため、このまま8～10月も少しずつではあるが悪くなっていくのではないかと懸念している。
コンビニ（店長）	・最盛期を過ぎるため、来客数の減少が見込まれる。また、近隣に競合店がオープンしたため、影響を懸念している。
衣料品専門店（経営者）	・今月はボーナスの支給月にもかかわらず、消費は低迷したままである。今後も、特に衣料品に対する消費マインドはますます低下していくともみている。
衣料品専門店（店長）	・今年は残暑の予報のため、秋物商材の立ち上げが難しい。また、現在のようにセールに入ってから好調となる傾向のままでは、定価での販売となる期間の状況が良くなるとは考えにくい。
家電量販店（店長）	・天候不順により季節商材の動きが鈍く、その影響を懸念している。
乗用車販売店（経営者）	・中国との関係が悪化するなかで購買力が低下している。また、円高基調がメーカーの財務を圧迫している。
住関連専門店（経営者）	・受注生産による商売のため、受注量が減少すると2～3か月先の売上が減少することから、今月よりは悪くなるとみている。
住関連専門店（経営者）	・経済の先行きに対して、不安が広がっている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・いくら景気が上向きだと報道されても、地方経済にとっては他人事であり絵に描いた餅でしかない。消費者も不安定なこの状況に慣れてしまい、これが当たり前という雰囲気になっている。このままでは、消費の減退が更に進んでしまうのではないかと危惧している。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・今後は、夏物処分などのセールを実施するが、客の動向が鈍く、期待通りの結果を得られるか不明である。
一般レストラン（経営者）	・消費者のお金の使い方が変化しており、ぜいたくをしないという生活習慣に慣れてしまっている。周囲の飲食店、レストランはほとんど閉店しており、このような厳しい状態が今後、更に進んでいくのではないかと危惧している。
観光型旅館（経営者）	・景気に安定感がなく、将来の不安から消費の動向が上向きとは考えにくい。
都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況が芳しくない。
都市型ホテル（スタッフ）	・フリー客の減少は落ち着いてきている。ただし、数か月前から減少している予約数が、ここにきて更に伸び悩んでいる。全体的に人が大きく動く気配がなく、好転要因も見当たらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・秋に知事選があるため、企業の動きなどが鈍くなるとみている。
旅行代理店（従業員）	・度重なる海外のテロ事件などの影響もあり、国内旅行の減少分をカバーできていない。今後しばらくはこの傾向が続く、受注量が減少すると見込んでいる。
タクシー運転手	・年金の減額、消費税率10%への引上げなど、客は将来に大きな不安を抱えている。これでは景気は良くならない。
通信会社（営業担当）	・客の興味は、商品そのものではなく他社商品へと乗り換えた際に得られるキャッシュバックなどのサービスに向いている。限られたパイのなかで減少しつつある顧客の奪い合いが激しさを増しており、この先は少しずつではあるが契約者の減少が続くとみている。
テーマパーク（職員）	・予約数が、宿泊、日帰り共に前年を大きく下回っている。客の1品単価も低下しており、客単価の維持ができていない状況である。
遊園地（経営者）	・夏季繁忙期を迎えるが、客の動きが鈍い。また、客単価も緩やかな落ち込み傾向にある。

		美容室（経営者）	・東北の景気が大きく回復するような兆候はない。また、世界的に政情不安が広がりつつあるため、景気は冷え込むのではないかと。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・水回りの工事が前年より減少しており、供給高予算を下回っている。
悪くなる		スーパー（経営者）	・参議院選が終わり、東北地域では与党が大敗している。ＴＰＰ、アベノミクスなどに対してまだまだ漠然とした不安があり、可処分所得が増えるような政策も見込めないため、客は先行きに大きな不安を抱いている。
		一般レストラン（経営者）	・８月は二八にあたり売上が良くない月とされていることに加え、暑さも重なって、景気は悪くなるのではないかと。
		観光型旅館（スタッフ）	・今年は前年のふるさと割のような助成事業がなく、薄利多売の傾向となる。むしろ、薄利でも利益があれば良いが、それすらも危ういため、素早く厳しい判断が求められる。決断が遅れると、更に悪手を選ばざるを得ない状況となるのではないかと。
企業動向 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	-	-
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・８月より新規事業を開始するため、売上の増加を期待している。
		経営コンサルタント	・この先東北は夏祭りの季節を迎える。また、帰省効果もあり、消費の活性化が期待できる。
変わらない		農林水産業（従業者）	・ももの販売単価が前年並みのため、このまま推移することを期待している。
		食料品製造業（経営者）	・円高の影響で、秋以降の原材料価格が低下する見込みであるが、売上状況には明るさがみえない。
		食料品製造業（経営者）	・この先は前年のような売上を伸ばせるイベントがない。
		食料品製造業（営業担当）	・景気が好転あるいはこれ以上悪くなるような要因がないため、現在の状況が続くとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・英国のＥＵ離脱問題に伴う円高、株安に起因する企業の業績悪化に対する懸念からか、個人消費についても慎重となっている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の収益改善の見通しが立っていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・円高の是正が進んでおらず、輸出採算の改善ができていない。また、国内受注量も同水準での推移が続いており、景気が上向いているとはいえない。
		建設業（従業員）	・政府の発注前倒し施策を受けて、上期の間はコンスタントな発注が続くと見込んでいる。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込み通りであるため、今後２～３か月先は現状のまま推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・当分の間は現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・今後も顧客ニーズ応えていくために、日ごろからの継続的な営業活動が必要である。
		金融業（営業担当）	・特に景気を左右するような大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・物量の増加を実感している業界、企業は、総じて県外向けのシェアを持っている。県内に限れば、ものが動くようになったという実感はそれほどない。
		広告代理店（経営者）	・電力、ガスなどのエネルギー関連の案件は増えてきているが、現在の減少傾向をカバーするには至らないとみている。
		司法書士	・景気を左右するような要因に乏しく、現状のまま推移するとみている。
		公認会計士	・建設関係については、半年～１年ほど先まで受注が確保されている企業もある。大きく落ち込む要因は見当たらないので、利益を確保する状況が当面続くとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・変化する材料が見当たらない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・これ以上デフレが進んでしまうと、価格競争が進むだけで中小企業にはなんのプラスにもならない。景気が良くなることを祈るしかない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・先行きの不透明感から様子見の状態が続いている。この先も守りの消費傾向から抜け出せない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・賞与月の売上が想定よりも減少しているため、この先も大きな伸びは期待できない。お盆に望みをつなぎたいが、それでもばん回は難しいと見込んでいる。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。	
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・天候不順による作物への悪影響を懸念している。

		繊維工業（経営者）	・英国のEU離脱問題に伴う円高や株安などは落ち着いてきているが、次から次へと不安要因が発生している。そのため、どうしても先行きに不安が残る。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・印刷業界では受注量が減少しており、小さな仕事の取り合いが発生している。また、印刷料金の価格競争も始まっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・モバイル電子機器の新規開発、生産量が全体的に鈍化傾向にあり、その影響が徐々に始めている。回復する兆しが見えず、数か月はこの状況が続くとみている。
		建設業（経営者）	・今年の前半は、消費税増税前の駆け込み需要がみられたが、消費税増税の再延期により、需要も弱くなっている。
		広告業協会（役員）	・8月はオリンピックが開催されるが、過去の例からも、開催期間中はテレビに釘付けとなり消費は盛り上がりが見込まれる。そのため、広告業界は当分厳しい状態が続くものとみている。
		広告代理店（経営者）	・第2四半期は全体的に得意先の動きが鈍く、前年比の落ち込みが見込まれている。
		金属工業協同組合（職員）	・一般機械加工業、板金、特に半導体前工程などの筐体加工業は苦戦している。しかし、医療機器、有機EL関係、ガソリンスタンド向けの現金支払機などは善戦している。ただし、全体としては良い材料が見当たらず、先行きに不透明感が漂っている。
	悪くなる	通信業（営業担当）	・地方に人が集まらず過疎化は止められない。よって、企業も中小企業は淘汰されていくとみている。
雇用 関連 (東北)	良くなる	人材派遣会社（社員）	・10月に開始する200名規模の案件を獲得できている。そのため、下半期は上期以上に好転する見込みである。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・夏を前に求人数はいったん落ち着きを見ている。しかし、すでに秋口の大型、中型商業施設の採用計画が始動しており、経済活性化の萌芽が見受けられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・7～8月にかけて、大学3年生を対象に、採用を見据えたインターンシップ活動をする企業が前年よりも増えている。そのため、景気がやや良い状態が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が回復しても、求職者とのミスマッチは続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・英国のEU離脱問題、参議院選など今後の見通しに対するけん制からか、採用活動に停滞感がある。この停滞感はしばらく続くともみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・リオからいよいよ東京へという機運が高まれば、オリンピックによる景気高揚感が高まるのではないかと見られる。しかし、それが地方まで浸透するかどうかは疑問であり、地方はしばらく様子見の状態が続くとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円高や株安の影響などもあり、先行きが全く見通せない。
		職業安定所（職員）	・求人と求職者の希望する職種が合わず、就職件数の増加につながらない。この状態はしばらく続くともみている。
		職業安定所（職員）	・求人数は堅調であるが、労働力人口の減少によって応募者が少ないことに起因するものであり、景気の影響とはいえない。そのため、先行きに大きな変化はないとみている。
		職業安定所（職員）	・景気がこのままの状態を維持できれば、求職者は減少しつつも、在職求職者の割合はこのまま高い状態で推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・現在求人をしている事業所は、景気が良いからではなく、人手不足のために欠員補充の募集をしているところが多い。また、この先の求人、求職において、状況が大きく変わるような要因は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・求人の状態は小さな増減を繰り返しつつ、高止まり傾向にある。また、現在のところ企業の大幅な創業及び大規模な人員整理の情報はない。新規求職者数についても同様に小さな増減を繰り返しており、近い将来に景気が大きく動く印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年と比較して上昇を続けており、今後も同様の傾向が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・経済が停滞している状況であり、各企業も先行き不透明感が強い。そのため、前月に引き続き現状維持とする企業が多く見受けられる。
		職業安定所（職員）	・製造業においては今後不安な材料があるものの、医療福祉、卸売業、小売業、観光業、飲食店、サービス業などにおいては、現状と同水準で推移するものとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業を除いて震災復興関連は一段落しているため、業界全体としては伸び悩んでいる。

	学校就職担当者	・今後の求人状況については、求人予定や採用人員数を当初の予定通りに進めている企業がほとんどであり、大きな変化はみられていない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・企業の案件数は堅調に推移している。しかし、求職者の登録が低調気味であり、8～9月の業績への影響を懸念している。
	アウトソーシング企業（社員）	・先の仕事の受注が少なく、不安である。
悪くなる		