

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	・急に寒くなり、秋物の洋服を見に来店する客が増えてきている。節約感が少し緩んできている。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・7～8月にかけて猛暑が続いたため、初秋物の出だしが非常に悪く、売上に大きな影響があったものの、ここ最近は気候も落ち着いてきており、季節商材である秋冬物が順調に動き出している。特に婦人服は前年の数字を大きく上回っており、顧客の購買意欲は落ちていないことがつかえる。
	やや良く なっている	百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・上旬は開店記念祭のイベントや催事により来客数が増加し、売上也好調であったが、中旬になり、気温が下がらない日が続いたために防寒衣料が苦戦し、来客数、売上共に落ち込んでいる。下旬はぐっと気温が下がったことで、防寒衣料が動き初め、売上也持ち直しており、月末までの残り数日間で、前年比100%になるかどうかという状況である。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・既存店の売上は前期比99%、来客数は同98%、買上点数は同100%と、ほぼ前年に近い数値を出せる環境になってきている。そのなかでも客単価は101%となっており、前年を上回っている。
	変わらない	衣料品専門店 （店長）	お客様の様子	・20～30代前半や60代以上の客のセールへの反応が非常に良くなっている。安さを目当てにした来店ではあるが、買物動向に動きが出つつある。
		衣料品専門店 （総務担当）	販売量の動き	・今月中旬以降、気温の低下等もあり、販売量が増加している。
		家電量販店（店 長）	販売量の動き	・エコポイント需要により、対象商品の販売数量が増加している。
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・少しずつ来客数が増えてきている。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・空き店舗の一部に新規開業の予定がある反面、シャッターが下りそつな店もある。また、客の数に比較して売上が伸びないとの声が聞かれる。
		一般小売店〔書 籍〕（経営者）	販売量の動き	・必需品の購買動向は多少動きがあり維持しているものの、それ以上の購買意欲はみられない。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	販売量の動き	・悪くはないが、消費者が必要なものしか買わない傾向が続いている。
	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	来客数の動き	・客単価はやや落ちているが、来客数は横ばいとなっている。年金支給月に売上が良くなる傾向も変化はなく、客はぎりぎりのやり繰りをしている。	
	一般小売店〔カ メラ〕（店長）	来客数の動き	・秋の新商品が各社で出そろい、来客数も増加しているものの、低価格志向が続いているため、売上は横ばいで推移している。	
	百貨店（売場主 任）	単価の動き	・ハウスカードのポイントアップなどで集客をはかることができている。前半は暖かく、コート、ダウンなどアウターの動きが今一つであったが、後半は急に寒くなったため非常に動きが良くなっている。また、顧客においてはジャケットにインナーを合わせたコーディネート販売ができており、買上単価が高くなっている。	
百貨店（企画担 当）	単価の動き	・下旬になり気温が下がりはじめ、商品展開は秋物から冬物に変わってきている。それにつれて、客の購入金額も増えてきているものの、来客数は前年を割っている。		
百貨店（経営 者）	来客数の動き	・今年の7月は前年よりも暑く来客数も増加したが、10月も、寒くなったことに加え、前年のインフルエンザのようなマイナス要因もないため来客数は増加しており、季節商材はそこそこ動いていることから、市況としては変わらない。		
スーパー（店 長）	来客数の動き	・今年になって2次商圏内の競合店が2店舗増加しており、来客数、売上共に前期比で落ち込んでいるが、ここ2か月は横ばいである。		

スーパー（総務担当）	単価の動き	・日曜日が1日多いことや4か月分の子ども手当が給付されたことなど追い風があったものの、野菜は高騰し、生魚の大衆魚もやや高値が続いた以外は前年割れとなっている。加工食品類の平均単価は、低単価商品の買上点数は増加したものの、前年比を5%強割る状態が続いている。食品全体としての平均単価は3%強の落ち込みで、既存店客数は前年並みで推移しているものの、依然として消費は低迷している。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・夏の天候不順が野菜の作柄に影響し価格が高騰したため、食費は更に抑えられ、客単価は前年を下回っている。客は依然として節約傾向が強く、無駄な出費はしない状況が続いている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこ増税前の駆け込み需要の反動で、売上が低迷している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの動きが悪くなっていることに伴い、客の来店回数が減少しているものの、若干悪くなっているといった程度に落ち着いている。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客単価は前年比で依然として厳しい状況が続いており、客が買い控えている様子がかがえる。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・中国との問題の影響で、中国製の商品に入荷の遅れが目立っている。納期等に支障が出てきており、対応に苦慮している。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・世代を問わずにジャストタイムで着用できる商品の購入意識が強く、従来見られる一步先の商品を買いきる客が減少しており、アウター、コートといった単価の高い商品の動きが鈍い。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・売上が前月より10%程度アップしているが、景気が良くなっているのではなく、エコカー購入補助金が終了したことではかに消費が流れた一過性の動きと判断している。
住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・催事の際も、良い物を安く買いたいということで、競争相手の価格と比較しながら購入する客が多く見られる。また、客引きのための目玉商品のみが売れており、収益はそれほど上がっていない。
その他専門店【呉服】（経営者）	お客様の様子	・地元に近い農家の状況が悪く、商売に悪影響が出ている。
その他専門店【酒】（営業担当）	お客様の様子	・夏場の景況の悪さは猛暑も影響しているが、飲食店の来客数や低価格商品に偏った消費傾向に変化はなく、一部の商品を除いて好転がみられない。
その他専門店【白衣・ユニフォーム】（営業担当）	販売量の動き	・経費削減が続く昨今において、制服の必要性はありながらも動きは悪い。特に女性の事務服の動きが非常に悪く、販売量の減少に加え、買換えのサイクルも長くなっている。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・猛暑の影響による販売量の増加が、10月に入ってから落ち着いてきており、景気の減退感からか、ガソリンや軽油の使用量が増えていない。さらに、販売量が減少しているために、末端での値下げ競争が始まってきている。また、冬に向かうこの時期は需要の端境期となっているが、今年は寒さの訪れが遅く、暖房用の灯油の需要が前年より縮小しており、物流の動きが鈍くなっている。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・依然として、千円分とか、10リッター、20リッターしか入れない客が多い。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ディナータイムは客が1人もいない日が頻繁にあるなど、依然として悪い状況が続いている。レストラン離れが進み、安い店に客が流れている。
一般レストラン（支配人）	単価の動き	・客の注文が依然として低単価メニューに偏っており、売上げに繋がっていない。
その他飲食【弁当】（スタッフ）	来客数の動き	・市内における集客は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	・前年よりも他県からの客が若干多くなっているものの、良い状況というわけではない。

	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・9月にチャペルがリニューアルオープンしたことや、隣の駅ビルで一部店の入替えを行った効果が若干出てきている。先駆けて3月下旬にリニューアルした客室は、一時、単価がダウンしたものの徐々に戻ってきている。
	旅行代理店(店長)	販売量の動き	・個人旅行は、国内が前年比95.3%と秋の行楽期としてはほぼ例年通りとなっている。海外は先月まで順調に販売が進んだのに対して、同85.2%と停滞している。一方、団体旅行は、国内が同102.8%、海外は同107.3%と順調な販売となっている。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の様子からは、景気回復への目立った動きはみられない。
	テーマパーク (職員)	販売量の動き	・3連休や学校行事の振替休日等があったものの、入込数に対して売上が伸びていない。消費者の財布のひもは依然として固くなっている。
	観光名所(職員)	来客数の動き	・来客数が数%落ち込む状態が続いている。
	遊園地(経営者)	来客数の動き	・天候も穏やかで、イベントが比較的好調なことから、来客数は前年を10%程度上回っている。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数は前年比1割減の状態が続いている。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数は減る一方で、シャンプーやパーマ液材など原価は上がる傾向にある。
	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・住宅関係、その他の物件共に少なくなってきている。例年これからの時期は仕事量が減るが、今年は特にその傾向が強く表れている。
	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・景気低迷もあり、受注までの時間が必要なため、売上がなかなか増加しない状態が続いている。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・デフレ傾向が続き、消費マインドは更に下降しており、消費者はとにかく安くなければ財布のひもを緩めない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・将来に対する不安やマインド不況、若い人たちの就職難、失業等の影響が、若者向けの商品を扱う専門店、特にブティックやファッション店に出ている。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・8月後半から消費動向が弱まり、9月に入ってより悪化している状況で、商店街の各店の来客数が軒並み前年比を割り込んでいる。
	一般小売店[スポーツ用品](経営者)	お客様の様子	・客足は遠のいている状況が続いている。
	一般小売店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・急な寒さのため風邪薬の需要が非常に多くなっているものの、客はそれ以外の商品を買わない。
	百貨店(経営者)	単価の動き	・高額商品が不振で、1品単価が低下している。また、気温に左右されたことに加え、地域振興の一環として行政やマスコミの主催により大型集客企画が最盛期に郊外で開催されたため、来客数は前年同期に比べ落ち込んでいる。さらに、売上は来客数以上の落ち込みとなっている。
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・猛暑やたばこ値上げ前の特需も終わり、来客数及び買上点数に陰りが出ている。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・たばこ増税に伴う9月の駆け込み需要の反動減が10月の3連休くらいから表れてきている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・引き続き、客の買い控えの傾向が見られる。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・たばこ増税前の駆け込み需要の反動と禁煙者の増加により売上が落ち込んでいる。また、売上単価が過去最低を記録している。
	コンビニ(経営者)	単価の動き	・たばこ増税の影響で、3か月前に比べると売上がかなり減少している。
	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・気温が高めで推移しているため、秋冬物への購買意欲がみられず、来客数、単価共に前年を下回っている。
	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・販促媒体を強化しているが、30~40代のビジネスマンの来店が前年より大幅に減少している。
	家電量販店(店長)	単価の動き	・月を追って、単価の低下が予想以上に進んでいる。前年同期と比べると、テレビ等は同じ製品でも2~3万円ほど下がっているため、販売量が増えても売上増加になかなか結び付かない状況である。

乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金終了後、新車の受注が減少している。	
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、新車の販売は非常に苦戦している。	
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー購入補助金終了の反動に加え、猛暑による漁業(ほたて)や農業(米)への影響が大きいため、新車を発表したものの、新規来客数が前年比40%まで落ち込んでいる。	
その他専門店 [靴](経営者)	お客様の様子	・客は購買に対して非常に慎重になっており、比較購買等で購入に至るまでの時間がかかっている。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・単価は変わっていないのに来客数が減少している。一般的に生活レベルが低下している。	
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・客は価格に敏感になっており、値引きをすると客は増えるがやめると減る。どこの外食も値引きをしているなかで値引きをやめたので、客が激減している。	
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・デフレ傾向や客の景気判断等によって来客数が減少しており、前年の水準をクリアするのは難しい状況である。	
観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・インターネットを経由した個人客は堅調に推移しているが、企業を中心とした慰安旅行が低調であるため、団体客の減少を補てんするまでに至っていない。	
都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・宿泊部門、料飲部門共に単価が下がってきている。宿泊部門では朝食付きで3千円台、料飲関係においても、従来宴会では5千円を切ることはなかったが、最近は4千円台の注文が増えている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3連休に期待したものの、依然として消費者の財布のひもは固い。忘年会、新年会の受注についても規模縮小や単価の低下があり、なかなか伸びない状況である。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	・宿泊部門は大型国際会議による需要増に期待していたものの、それ以外のビジネス、一般客が伸びていない。また、この時期の柱となる婚礼件数も少なく苦戦している。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・各部門とも個人、団体の客数、売上が前年割れとなっている。	
タクシー運転手	単価の動き	・雨や風の日の客は増えているものの、遠距離客はほとんどいない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・依然として夜の客が減少しており、日によっては2~3件のときもある。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の買い控えが多くなっている。家電等の量販店の来客数も以前より少なくなっている。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・9月は8月と比べ10~15%の落ち込みであり、10月は更に5~10%くらい落ち込んでいる。	
その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・稲刈りが終わり農繁期が過ぎ、例年であれば冬の準備の売上増が期待できる時期であるが、作柄が悪く、米価も最低であるため、客の購買意欲が見られない。	
悪くなっている	一般小売店 [茶](経営者)	それ以外	・産業まつりや文化祭などに人は集まるものの、食べ物以外の店には人が集まらないという話を聞く。野菜や果物が不作で価格が高騰していることもあり、総体的には消費者の財布のひもは依然として固くなっている。
	一般小売店 [酒](経営者)	販売量の動き	・たばこの値上がりで販売量が減っている。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・小売業界は円高の影響もあってか単価が低下する一方で、来客数や買上点数に変わりがなくても、単価の低下イコール売上減という状況が続いている。
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・9月はたばこ増税の前であったためまとめ買いする客がいたが、10月になると、今までたばこコーヒーを買っていた客も、ばたっと来なくなっている。
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・たばこの値上げに伴い、来客数が前年比90%を下回っており、たばこの購入を目的とした客が1日50人減っている。また、客単価は同98%、たばこの売上は同75%となっている。客からは必要なものしか購入しない傾向がうかがえる。

		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこ増税の反動による来客数の減少や客単価の低下は織り込み済みだったが、来客数は想定したよりも下回っている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・たばこ増税後の来客数の減少は、10月後半から持ち直しの傾向が見られるが、売上については前年を大きく下回っている。
		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後は来客数が激減し、新車受注は前年比約40%減となっている。販売についても、受注残の食いつぶしで約30%減の状況で、当初の予想どおり、反動減が顕著に出ている。
		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1か月とまだ日も浅いこともあり、店頭への客足が遠くなっている。イベントや催し物を企画しても、週末のショールームは依然閑散とした状況である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー購入補助金が終了し、販売量の動きがほとんどなくなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・たばこ増税の影響もあり、販売量は落ち込み、客単価も上がらない状況となっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・後半は周年記念やイベントで半ばむりやり客を動員して売上を伸ばしたものの、前半の落ち込みをカバーするには至っていない。前年と比較しても大幅に売上が落ち込んでいる。
		タクシー運転手	販売量の動き	・とにかく乗客が少ない。1日200キロ近く走っているが乗客は拾えず、待機するものの1時間待つのはざらという状況が続いている。
企業動向 関連	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	・不作による品不足で、梨の販売単価が前年より3割程度増している。
	やや良くなっている	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2年前の水準には届かないものの、前年比で営業収入増となっている。
		通信業（営業担当）	それ以外	・契約更新へ向けての今までの活動の成果が表れ始め、上半期の業績としては比較的安定した状態である。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・システム投資額が増えてきている。
		広告業協会（役員）	それ以外	・金融機関の県を越えた経営統合の動きを受け、地元の金融機関がテレビのスポットCMなどの出稿に積極的になっている。また、不動産関連では戸建住宅の販売が伸びていることから、住宅展示場への集客も増えている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・会社の受け入れ業務をみても業者の出入りが多くなっている。エリアにもシリコンやウェハーのダンボールやケースなどの通い箱が山積みになっており、生産状況が回復しているのが見て取れる。また、工場施設の増設などに必要な資材も以前から比べると多くなっており、工事業者の出入りも多い。商談で来訪する営業マンの数も増加の傾向にあり、景気回復を実感している。
変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社で扱っている牛タンは、円高でも輸入価格が安くなることはないので、良くも悪くもなっていない。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月は猛暑に加え前年より連休が短かったこともあり、売上は大きく落ち込んだが、10月に入り前年並みでは戻ってきている。	
	土石製品製造販売（従業員）	取引先の様子	・来年度の受注工事の予定も減り、ここ最近ではセメント単価を値上げせざるを得なくなっている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・競争の激化から、市内中心部のガソリンスタンドの閉店が散見される。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・発注控えの状態が続いている。	
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次状況や決算状況を見ると、赤字基調の会社が多く、特に、小売、建設関係は厳しい状態が続いている。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商談が小口化しており、大口が少なくなっている。それに加えて、競争も多くなっている。	
	金属工業協同組合（職員）	受注量や販売量の動き	・超短納期、低価格が依然として続いている。	

やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・需要期の秋に入ったものの、猛暑の影響が残っており商品の動きが今一つ良くない。さらに、業界内での価格競争が激しくなっているため、受注量が減少している。
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の販売単価が低下し、収益は悪くなってきている。
	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月以降、客の発注量が減っており、売上の伸びが鈍っている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・金が動かない話だけの商談が増えてきている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・販売価格が下がりつつある。
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・工事の出件数が減少しているため、コスト競争が一段と厳しくなっている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・チラシの折込は依然として低調で、不況に強いといわれるパチンコ業界の折込依頼があるだけとなっている。折込一括まとめの仲介業者が2社あるが、片方がやや良いことがあっても、両方そろって好調なことはなく、むしろ2社共に低迷気味となっている。また、経済的理由を挙げて新聞の購読を止める人も多い。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・円相場の高止まりのしわ寄せが下請中小企業に及びつつある。
	その他企業〔企画〕（経営者）	取引先の様子	・エコカー購入補助金や家電エコポイントの関係に金が流れたようで、建築関係、リフォーム関係は需要が減少しているという話を聞いている。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き
食料品製造業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・商品の動きが非常に悪く、低価格志向が強まっているなかで、低価格商品の販売量は増えていない。
出版・印刷・関連産業（経理担当）		受注量や販売量の動き	・2か月前は前年並みの売上であったが、9～10月と前年割れが続き、2%ほど減少している。
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、エコカー購入補助金終了後、国内向けが大幅に減少している。加えて、急激な円高で輸出環境が更に悪化している。
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	・7月以降、月を追うごとに受注量が減少している。
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	・販売量の回復の動きは全くみられない。さらに、低価格志向の強まりから、飲食店を中心に売上が大幅に減少している。
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	・今の大学3年生に対する採用判断が未定であった企業において、採用を決定する数が増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人、有効求人とも、前年比で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	・休業などの雇用調整を実施する企業の数が減少している。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数は減少傾向にあるが、在職者や主婦等の無業者は多い。求人数は増加傾向にあるが、臨時、パート等の求人の割合が多い。有効求人は少しずつ上昇しているが、楽観はできない。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・依然として厳しい状況は変わらず、時給730円の仕事に500人以上の応募がある。なかには大変優秀な人も散見され、仕事探しの困難さがうかがえる。
	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数が徐々に増えているものの、いずれも求人難なオーダーばかりであり、求職者に魅力的な求人はまだまだ出てこない。時給単価も相変わらず低いままである。
	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数は増えているものの求人内容が極めて難しく、市場にはこのレベルの求職者が見当たらないため、求人意欲が高くなりつつも実際の雇用には繋がっていない。能力の高い一部の人は引っ張りだこだが、そうでない人には仕事がない。

	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・顧客数は減っているが仕事量は増えているので、全体的には変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・他県からのハウスメーカーの出店が相次いでおり、不動産関係の求人は増えているものの、流通業等は依然として低調なため、全体としては横ばい状態である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・生産活動はそれなりに堅調に推移しているようだが、横ばい状態といったところである。製造業及び医療福祉の分野で雇用が増加しているが、慢性的に人材不足となっている。総じてプラス材料は見当たらず、変わりがない状況となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は連続して増加しているものの、新規求職者数も増加しており、新規求人倍率も有効求人倍率も前月と同値になっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年比でわずかに増加し、2か月連続の増加となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増加基調であるが、求人倍率の増加率は小幅である。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業においては業務量の増加等は見られず、企業が設備投資を抑えている状況が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は、小幅ではあるが、2か月連続で前年を上回っている。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・新規出店の流通企業では採用意欲はあるものの、大半がパートや契約社員であり、正社員はほとんどいない状態である。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・労働局の指導もあって直接雇用が増加しているなかで、雇用の打ち切り等による派遣社員の訴えは収まらず、実稼働者数は減っている。