

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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  (北関東)	良くなる	商店街（代表者）	・大河ドラマの配役発表や、9月末にはタイトルロゴの発表など、来年に向け盛り上がりつつある。		
		百貨店（店長）	・公共施設が近隣に移転するため、やや良くなる。		
	やや良くなる	スーパー（総務担当）	・株価の変動は気になるが、3か月連続で売上が前年を上回っている。		
		スーパー（副店長）	・現状、良くなる条件はあまりないが、近隣に農家が多く収穫期を過ぎて、収入の入る時期であり、少し良くなるのではないかとみている。		
		コンビニ（経営者）	・6月に店をリニューアルしたため、非常に店が綺麗になり、客が増えてきており、今後もますます増えるかとみている。		
		コンビニ（経営者）	・秋の行楽シーズンに向かい、客の動きが活発になり、イベントを開催し、集客率を上げることができるため、やや良くなる。		
		衣料品専門店（統括）	・当店は、祭り用品を扱うが、夏祭りは、お盆が明けるとほとんどが終わり、客の動きは悪くなる。これから9月に入り、秋祭りが実施されるため、ある程度期待ができる。ただ、街の中は大変静かで、人通りのない状態が続いている。		
		乗用車販売店（経営者）	・良くなって欲しい。		
		一般レストラン（経営者）	・大型チェーン店出店後の影響や、客の流れにも変化がないため、この先に期待している。		
		観光型旅館（経営者）	・今年の秋は、約7年に1度のシルバーウィークがあり、当県のふるさと旅行券の販売も始まる。これにより販売量は昨年よりも伸びるとみている。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線の延伸効果もあるが、前年に比べ、客が来るのではという期待感もあり、少し上向きになっていく。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月の入込は非常に弱い状況であるが、10月以降の入込は堅調に伸びている。		
		旅行代理店（営業担当）	・9月にはシルバーウィークがあり、また、10～11月にかけては秋の旅行シーズンを迎えるため、販売量は増加する。		
		観光名所（職員）	・夏休みが終わり、国内の客は落ち着くが、紅葉シーズンは海外からの観光客が、円安傾向により増加するとみている。		
		遊園地（職員）	・インバウンド客に向けた新規施設が開業し、シルバーウィークや、行楽シーズンによる来客数の増加が見込まれる。		
		ゴルフ場（総務部長）	・予約状況が前年並みとなっている。		
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・少しずつ当社の認知が進んでいる。季節の変わり目を迎え、亡くなる方が多くなる。		
		変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・天候不順が続くと、ますます小売店への客足は遠くなっていく。暑ければ暑い大型店へ、雨なら雨で大型店へと客は流れていく。
				一般小売店〔精肉〕（経営者）	・8月も下旬になり気温が下がってきているが、天候の変化になかなか体が追いつかない人が多く、平日の動きはあまり良くない。また、近隣にスーパーが開店し、影響が出始めているので、あまり良くならない。
				一般小売店〔家電〕（経営者）	・プレミアム付商品券の使用期限は約半年である。必要な物の購入の前倒しで、多少売上増を見込んでいる。今年の不順な天候では季節商材の動きも予測できず、目玉商品も少なく、客の消費意欲を出させるのはむずかしい。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・残暑も少なく、プレミアム付商品券の効果や、消費も、あまり見えてこない。				
百貨店（営業担当）	・景気は回復基調で、若干賃金の増加もあるが、消費税の増税もあり、若干マイナス気味である。				
百貨店（営業担当）	・価格に対しては厳しい目が寄せられ、食品、衣料品共に好転する材料は見当たらず、今後も変わらない。				
百貨店（販売促進担当）	・今後2～3か月で消費動向が好転する要因は見当たらない。物価上昇に伴う生活防衛意識は今後も継続する。				
百貨店（副店長）	・雇用や賃金の状況は好転していると報じられているが、地方ではその実感がない。中小企業の業績や雇用環境は依然厳しいが続いている。地元の商店街も廃業する店や出店してもすぐに休業に追い込まれている店もあり、個人消費を取り巻く状況が良くなる気配はない。				
スーパー（経営者）	・先行き不透明感が残っている。				
コンビニ（経営者）	・夏の商戦が終わったため、変わらない。				

コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 8月下旬は、天気恵まれず苦しい商戦である。11月ごろは周りの状態からみても、普通に推移する。商環境は、悪くないが従業員の補充が全くできていない。ここ数か月ともな応募はまるでない。ということは、おそらく全体としては景気が良くなっているのだろう。</li> </ul>
コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 天候とキャンペーンの影響で、今月は良かったが、それらがなければ、特に変化する理由も見当たらず、変わらない。</li> </ul>
衣料品専門店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プレミアム付商品券の効果は、利用者が多ければ多いほど効果があるという表現が合っているかは分からないが、商品券の利用は今月上旬にはあった。ただ、それも一過性のものであり、今後その反動がくると予想しており、秋商戦を迎えても、なんら好材料が見当たらないため、今月からしばらくは悪い状態が続くとみている。</li> </ul>
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販売が上向き兆しが見えてこない。</li> </ul>
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当地域の産業界でも額の多少はあるものの、賞与が今期も無事に支給されたようである。特にお盆休みは大規模小売店はかなり混雑していた。反面、商店街の個人商店は夏祭りの間だけの人出である。大規模メーカーと下請業者、大規模小売店と個人商店、これらの産業構造を考えていかないと、二極が対立したまま経済が減退してしまうのではと心配である。</li> </ul>
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 軽自動車の新車販売台数は7月ごろより前年割れしている。目新しい新型車の発売もないため、2～3か月は低迷するのではないかと。</li> </ul>
乗用車販売店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販売台数の大半が低価格の中古車である。当社のような中小企業では、新車を販売するよりも内容は良いが、将来が不安である。</li> </ul>
乗用車販売店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通常の8月ではなかった。前年も悪かったがさらに悪くなり、3か月前もこれから先も良くなる要素がない。</li> </ul>
乗用車販売店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 毎月のことだが、今後2～3か月前の景気が良くなる要素は全く見当たらない。ミニ展示会、チラシを配布しているが反応が鈍く、営業関係の新車、中古車の販売台数が伸びる要素はない。この低調なまま行くのではないかと。</li> </ul>
乗用車販売店（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 依然、衣食への消費支出は多いが、自動車等の需要はやや低迷している。</li> </ul>
住関連専門店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 売上が天候により変化する状況が続く。これは客が必要な物しか買わないことだと思うので、将来の景気については不透明である。</li> </ul>
住関連専門店（仕入担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 少しずつではあるが、消費税増税の影響が薄れつつあり、生活用品についても改善傾向を感じる。</li> </ul>
一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 夏が終わり本格的な秋の行楽シーズンまでの間は、比較的来客が減る期間であり、景気の良し悪しが分かりづらい。9月の大型連休の人出を期待しているが、前年は空振りに終わっている。</li> </ul>
スナック（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ この夏は猛暑で家電や、プレミアム付商品券関連のところは、まずまずである。ここに来てやっと地方も一部給料が上がるかと思った矢先に、中国の株安である。これはまた、景気に相当影響があるのではないかと心配している。</li> </ul>
都市型ホテル（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビジネスホテルの集客状況は、3か月前に比べ、少しは改善している。この状況は3か月程度は維持できるが、大きく上向き要素は見当たらない。</li> </ul>
都市型ホテル（副支配人）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 9月以降の入込は、例年を上回る受注数となっているものの、半数近くを占めるインバウンド予約の催行率次第で、どう転ぶか読めない。</li> </ul>
旅行代理店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 世界情勢がまだまだ不安定な感じがする。</li> </ul>
旅行代理店（副支店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ この先、大きな変化はなさそうだが、世界同時株安やタイの情勢不安で、海外旅行の受注減が予想される。国内旅行は台風の影響が特に沖縄、九州方面で心配される。また、各地で火山活動も活発化しており、風評による旅行者減が懸念される。</li> </ul>
タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 単価の低い客が多く、夜の動きが悪い。金額の伸びる回数が少なくなっている。</li> </ul>
タクシー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 8月の中旬より動きが悪くなったため、この先も良くない。</li> </ul>

	<p>通信会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・20年以上続いた消費者のデフレマインドは、そう簡単には変わらない。株価を上げて一部の上流層は活気づいたかもしれないが、7割以上の一般市民には何の影響もない。底辺の底上げをしない限り、景気は長く続かず、結局は格差が広がるだけになるのではないかと。むしろ緩和を終了せざるを得なくなった時の日本経済がどうなるのかを考えると恐ろしい。地方ではアベノミクス以前と何ら変わらずじわじわと右肩下がりである。</li> </ul>
	<p>通信会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ離れや節約志向により、今後も厳しい状況が続く。</li> </ul>
	<p>通信会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方の個人消費はおおむね横ばいとなっている。</li> </ul>
	<p>通信会社（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国株の下落等の影響は、富裕層に限定的と考えられ、一般客にはさほど影響がないものとみている。</li> </ul>
	<p>通信会社（局長）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長期的にみて、加入増と直結する景気の動きを感じない。</li> </ul>
	<p>ゴルフ場（支配人）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元客が多いゴルフ場であり、地場産業、公共事業等が伸びず、来客数の確保が難しい。競合ゴルフ場の予約状況も芳しくない。</li> </ul>
	<p>競輪場（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他競輪場の記念レースの売上高にも、変化がない。</li> </ul>
	<p>美容室（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・予約状況が今までと同じような状態が続いている。景気はそれほど変わらない。</li> </ul>
	<p>その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・予約の受注量は変わらない。また、商品券等の利用分も変わらず、全体的な予約状況や、各テナントの状況からも横ばいである。</li> </ul>
	<p>その他サービス〔イベント企画〕（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・良くなる判断材料に乏しく、変わらない。</li> </ul>
	<p>設計事務所（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・すぐ設計業務に入れる仕事が少ない。</li> </ul>
	<p>設計事務所（所長）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今月とあまり変わらない。ただ、夏休みも終わり、これから決算期に向けて準備を怠らないよう努力はしていきたい。</li> </ul>
	<p>住宅販売会社（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・好感感の一部の大企業などに限定され、地方には波及していない。</li> </ul>
やや悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物価の上昇で負担感が増しているなか、最近の中国の影響もあり経済が落ち込み、期待感は薄い。</li> </ul>
	<p>商店街（代表者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当店は、新学期の学校販売と水着、登山、クラブ活動関連用品を扱っている。クラブ用品も新学期にすべてそろえるため、秋になるとすぐに冬物を扱い、毎年の事だが、やや悪くなる。</li> </ul>
	<p>一般小売店〔乳業〕（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者の消費意欲が減衰している。</li> </ul>
	<p>百貨店（店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方には景気回復の実感はない。また、中国経済の先行きに不安があり、株価も急落しており、今後が見通せない。</li> </ul>
	<p>スーパー（統括）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・株価や為替の乱高下で、消費マインドの生活防衛意識が高まり、客数、買上点数共に減少は避けられない。</li> </ul>
	<p>スーパー（商品部担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商圈内に大型複合施設の新規開店予定があり、多少来客数の減少が予測される。</li> </ul>
	<p>コンビニ（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・季節変動の関係で、秋口には売上は下がるとみている。いろいろと努力しても、なかなか夏のような効果は出ない。</li> </ul>
	<p>家電量販店（店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・季節商材の好調さは一段落したため、この次の主力となる商材が見当たらない。寒さの到来が早まれば暖房用品がけん引役になると思う。</li> </ul>
	<p>自動車備品販売店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・身の回りの客の動きや話から、会社はあまり良くなっていない。その上、税金が上がり、消費税が再増税されるなど、ネガティブな感情がさらに増幅している。そのため、購買意欲は全く上がらず、3か月後も将来もプラスは見込めない。</li> </ul>
	<p>住関連専門店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国経済が不安定なため、株価が低迷し始めている。この報道によりマスコミが過剰反応し、消費マインドの冷え込みが懸念される。</li> </ul>
	<p>その他専門店〔燃料〕（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境にやさしいエコ傾向が進み、燃料の使用量も減少していくため、やや悪くなる。</li> </ul>
	<p>一般レストラン（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一極集中で東京は発展しているが、地方都市は収入もそれほど上がらず物価は高いため、財布のひもは緩まず、消費傾向が進まない。こうした中、経済が潤うことは少ない。</li> </ul>
	<p>一般レストラン（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外型の全国チェーン店が多数出店してきているが、話題性で人がそちらに動いているだけであり、地域全体の景気は全然良くなっていない。地元の店ではないため、地域活性化にはつながらない。</li> </ul>
	<p>スナック（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・客が皆暗い顔をしてる。全体を引き上げるくらい、元気の出る政策が必要である。</li> </ul>
	<p>観光型ホテル（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・8月はトップシーズンなので、2～3か月先は単純に悪くなるとしか答えられない。ただ、前年同時期と比べれば、上向きで前年を超える。</li> </ul>

		旅行代理店（所長）	・ここ数日の株価の下落は不安要素となる。また、今年は台風が多く発生しており、直撃を受ければ大きな打撃を受ける可能性がある。
		タクシー運転手	・地元の利用客はあまり期待できない。他地域からの来客が増えないと変わらない。
		タクシー（役員）	・現在の好景気は地元自動車工場に関連する会社のみで、それ以外の業種は企業体力がない。
		通信会社（社員）	・販売量は上向くが、手数料収入が削減される見通しである。
		テーマパーク（職員）	・客の飲食物販に対する消費が鈍く、客単価が低下している。
		美容室（経営者）	・9月に当地で祭礼が行われるため、家庭の支出は祭礼中心となる。美容室利用は祭礼の初日午前中に集中する。祭礼2日目からは結い上げ、着付けの乱れた部分を調製する料金となり、格安で奉仕するのが恒例である。祭礼後は町が死んだようになる。売上を予想するに大変不安である。
		住宅販売会社（経営者）	・株安の影響で景気が低迷し、買い控えが予想される。
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・今月下旬から地元商工会議所でプレミアム付商品券を販売している。3日間程度で販売が終了したことを考えると良い感じもするが、どうしてもそのようにはみえない。
		通信会社（経営者）	・回復の糸口さえ見つからない。
		設計事務所（所長）	・これまでは、徐々に悪化している感じだったが、今月これだけ悪いと、今後どうなるのかと心配になる。
企業動向関連 (北関東)	良くなる	食料品製造業（営業統括）	・先進国、特に、オーストリア、アメリカ、フランス、チリ、アルゼンチン等の輸入ワインの動きも気になるが、円安が安定し、国産ワインも底堅く推移しており、秋の新酒に期待できる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先である、国内自動車メーカーの輸出が増加傾向である。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・9～10月は環境装置の納品が重なり、太陽光発電についても電力会社との連携が増えている。
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・新規受注で、魚を干すステンレス枠の作成が入っている。これから注文が多くなることを期待し、楽しみである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・7～8月が悪すぎるので、この先は不透明なものの9～11月は、受注量が少し上がり、以前の水準まで戻るのはないか。
		広告代理店（営業担当）	・既に年末に向けての販促計画が進んでいる。宴会の営業を前倒しにする傾向もある。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・この数か月のチラシ出稿量は、前年並みか前年をやや上回る月が続いている。地域有料ミニコミ誌の広告出稿量も、最近の前年をやや上回っている。
	変わらない	化学工業（経営者）	・これから需要期になるが、需要の増加や新規引き合いなどの情報はなく、停滞した状況が続くとみている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末商材の受注が例年より早まっているが、受注量に変化はなく、良い見通しにはつなげていない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・例年と変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・尚一層の営業努力により、受注の拡大を図る計画を立て、実行に移ろうとした矢先、中国に端を発した経済状況が今後どうなるか全く分からない状況となったが、変化はないと判断をしている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注は2～3か月先まではある程度確保されているが、その先は非常に不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・上海株の下落や世界同時株安で、今までも分からなかったが、2～3か月先については、余計分からなくなっている。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくこのままで推移すると考える。
		建設業（開発担当）	・公共工事中心であるが、現政権のもと2年以上上昇してきた発注額が頭打ちになってきている。民間工事は以前から受注が望めない状況である。今後はまた、10年以上続いた不況になるのではないかと心配である。
		建設業（総務担当）	・上向く要素もないが、さすがに年度末に向けて発注はあるだろうとみている。
		金融業（経営企画担当）	・中国経済の減速による世界経済への影響が懸念されており、好転はしないとみている。
		金融業（役員）	・ボーナス支給を一つの目安としていたが、中小零細企業はベースアップやボーナスの増額支給に至らず、まだまだ厳しい状況である。

	経営コンサルタント	・中国の経済動向の先行きやヨーロッパのギリシャ問題の成り行きが不透明であるなど、世界規模の経済情勢が不安定なため、国内経済が様子見状態である。企業活動と個人消費の盛り上がりが停滞しかねない。	
	司法書士	・数か月後の開発話が来ていないため、このままの状態が続くのではないか。	
	社会保険労務士	・ガソリン価格の下落により、郊外型の店舗は客数が少しずつ増えてきているが、全体的には今の状況が続くものとみている。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・中国経済の減速感や世界同時株安などが、少しずつ日本経済全体にマイナスになるのではないか。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車のモデルチェンジに伴い増産が予定される部品はあるものの、それ以外の展開はなく、状況は悪化する。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・9月までは通常の受注量が確定しているが、9月以降についてはまだ未確定要素がある。取引先の製品受注が安定していない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・現状の生産状態を維持するのがやっとであり、先の仕事を確保するのは厳しい。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・9月は通常雇用の時期で売上増を見込むが、今年はシルバーウィークもあり客の動向が読めないため、卸、小売とも不安視している。	
	輸送業（営業担当）	・現状では、特にインターネット通販向けの夏～秋のレジャー、バーベキューその他園芸用品等の物量が増える予定である。しかしながら現状の中国株の株安もあり、全体的に景気に不安感もあるため、物量が少し下がる見込みである。	
	通信業（経営者）	・世界的な株安が、景気にどこまで影響を与えるか心配である。	
	金融業（調査担当）	・不安定な状況が続く中、米国の金利引き上げや中国の景気減速のマイナス影響が広がるとみている。	
	不動産業（経営者）	・空室が増えているにもかかわらず、新規貸室が建設されており、共倒れが予想される。	
	不動産業（管理担当）	・経費の増加と受注価格の据え置き傾向は、今後も続く見込みのため、利益はやや減少傾向になる。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・上期末で一服し、販売量は減少するとみている。	
悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・原料価格も変わらず、利益を出すことに厳しい環境は変わらない。そうした中、最低賃金だけは底上げされそうで、零細企業にはますます厳しくなる。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず、資金繰りが大変である。	
雇用 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	-	
(北関東)	変わらない	人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話の新機種が発売され、買換えによる下取品の検品業務が増えると予測している。
		人材派遣会社（経営者）	・ガソリン価格が落ち着き、物流関係の動きは少し活発である。今後も物流関係は、良いのではないか。いち早く小売店などは秋物商材を出している時期だが、秋物衣料も少し目立つ動きが、出てくる。自動車関連も、秋冬物に切り替えようとする動きもあり、製造部門は在庫調整で動きが活発になり、年内までに幾分回復してくるのではないか。ただ、住宅関連のほうは、なんとも分からない部分がある。
		人材派遣会社（支社長）	・マッチングできない状態が続くのは大変だが、引き合いの強さは減退せず、このまま年末まで行く。9月は通常なら閑散期であり、少々異常な状況である。今年から来年度末へかけての採用市場は活性化するとみている。問題は供給側である。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・求人紙には医療、介護、サービス業など、いつも同じ企業の掲載が目立っている。製造業も以前より多少増えているがパート、アルバイトが多く、正社員の募集は少ない。
		職業安定所（職員）	・中国からの受注が激減した製造業の事業所があり、他の事業所への影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・自己都合退職者の増加で、新規求職申込者が2か月連続で増加している。求人数は増加傾向にある一方で、事業所の求めるスキルは上がっているため、求職者の希望とミスマッチがあり、求職活動が長期化している求職者が増加している。
	職業安定所（職員）	・今月は新規求人数は前年比プラスとなっているが、有効求人数は依然としてマイナス傾向である。今後、管内事業所において大量雇用の動きのある事業所情報はないが、大量離職の動きを示す事業所情報もなく、景気の動向は横ばいである。	

	民間職業紹介機関（経営者）	・ 求人をけん引している製造業では、中国ショックへの不安を懸念する企業が多く、正社員の求人が弱い。
	学校 [ 専門学校 ] （副校長）	・ 職種に偏りはあるが、求人数は順調である。しかし、事務系職種の一部はほとんど見られない。将来、今ある職種の40%がなくなるといわれる時代に突入したのかもしれない。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・ 最近少し様子がおかしく、仕事を受注するより、仕事の引き上げを依頼される人数の方が多い。やや悪い。
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・ 軽井沢に避暑や買物に来る客と地元との貧富の差が、今まで以上に大きくなっている。地元一般企業の賞与増額はなく、消費意欲は湧かない。