

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<br>関連<br><br>(東北) | 良くなる                 | 旅行代理店（店長）   | ・秋口の国内団体旅行の問い合わせが増えており、そのまま受注にもつながっている。そのため、予約は好調である。  |
|                        | やや良くなる               | 百貨店（営業担当）   | ・婦人服に回復の兆しが見えている。この先、秋冬物、特にコートの需要が伸びてくれば全体を押し上げる要因になる。   |
|                        |                      | スーパー（店長）  | ・8月の売上は、曜日の配列の悪さから前年をやや下回っているが、5～6月は前年を上回っており、景気はやや上向き傾向にある。このことから、今後も微増の状態が続くのではないかとみている。                     |
|                        |                      | 衣料品専門店（店長）  | ・主力商品である、スーツ、礼服といった重衣料に対する客の購入意欲が、比較的前向きになっているように見受けられる。   |
|                        |                      | 乗用車販売店（経営者）   | ・新型車のイベント効果はしばらく続くと見込んでいる。   |
|                        |                      | 乗用車販売店（従業員）   | ・11月初頭に新型車が販売されるため、更に販売量が伸びるとみている。   |
|                        |                      | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）   | ・秋口の商売では多少なりとも商品が動くが、起爆剤となるものが見当たらないため、ほどほどで推移するとみている。さらには、競争激化の可能性もあり、気の抜けない後半戦となりそうである。                      |
|                        |                      | 一般レストラン（経営者）  | ・来客数の回復傾向がこのまま継続すれば、景気は良くなるとみている。  |
|                        |                      | 一般レストラン（経営者）  | ・来客数は2～3年前の同時期と比べれば下回るだろうが、今後は今月に比べれば増えるかとみている。  |
|                        | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・特に先行きに対する不安材料はなく、このまま好調を維持するとみている。   |  |
|                        | 住宅販売会社（経営者）          | ・相続税対策としての集合住宅の受注が増えている。  |  |
|                        | 変わらない                | 商店街（代表者）  | ・地理的条件の厳しさが、徐々に顕在化してきている。商業環境の充実整備が続いている駅周辺から最も遠い商店街であり、新規路線が開通した地下鉄の恩恵も薄い。これらに対する抜本的対策が喫緊の課題となっている。           |
|                        |                      | 商店街（代表者）  | ・好天が続き、客の動きも活発になっているため、夏物衣料品は品切れ状態である。また、飲食店の来客数も若干ではあるが増えつつある。しかし、客単価の落ち込みにより、これから秋口に向けての売上は現状とあまり変わらないとみている。 |
|                        |                      | 一般小売店〔書籍〕（経営者）  | ・国内では、お盆を含めて観光客が横ばいであり、全体的な消費マインドは低いままで推移するとみている。  |
| 一般小売店〔寝具〕（経営者）         |                      | ・2～3か月前と変わらない状況が続いており、この先数か月も同様に推移するとみている。  |  |
| 百貨店（総務担当）              |                      | ・客との会話では、収入がほとんど変わらず、この先も上がる見込みがないので、今は消費を少し控えているという声を多く聞く。実際の買物でも、複数の購入をしやすい催事においても、商品をかなり絞り込んで購入していることから、今後の消費動向が変化するとは考えにくい。 |  |
| 百貨店（企画担当）              |                      | ・景気が上向きような要因が見当たらない。また、消費マインドについても、変化の兆しが見えない。  |  |
| 百貨店（営業担当）              |                      | ・地方では個人所得の増加が期待できず、大きな消費喚起は見込めない。   |  |
| 百貨店（買付担当）              |                      | ・客の購買意欲が、高い時と落ち着いている時が交互にきているため、平均すると変わっていない。この先も同様の状態が続くとみている。   |  |
| 百貨店（売場担当）              |                      | ・秋物の動きは少しずつ良くなっていく見込みであるが、あまり大きく伸びることはないかとみている。トレンドや景気に大きな回復が望めず、百貨店離れ、顧客離れもみられる現状では、しばらくの間は今以上に回復することはない。                      |  |
| 百貨店（経営者）               |                      | ・消費者を取り巻く経済環境に変化はなく、結果として高額商材の売行きは厳しさとみている。また、インポート商品の円高による値下げの効果はほとんどみられていない。  |  |
| スーパー（経営者）              |                      | ・9月は大型の経済政策が執行される。また、10月より最低賃金の引上げがあるため、消費性向が良い方向に向くことを期待している。ただし、全体としては、消費喚起にそれほど大きな変動はないものとみている。                              |  |
| スーパー（店長）               |                      | ・8月末より台風の発生回数が多く、生鮮食料品の相場に悪影響が見込まれる。そのため、現状のあまり良くない営業成績の状態が当面続くとみている。   |  |
| スーパー（店長）               |                      | ・商圏の環境に変化はなく、来客数、単価共に現状のまま推移するとみている。  |  |

|                        |  |
|------------------------|--|
| スーパー（営業担当）             | ・景気を左右するような要因が少ない。   |
| スーパー（営業担当）             | ・曜日との関係で7～8月は売上の変動が大きかったが、通しでみれば大きな変動もなく、既存店の売上はほぼ100%で推移している、この傾向は今後も変わらない。   |
| コンビニ（経営者）              | ・客単価や買上点数に大きな変化はなく、景気が良くなるような材料にも乏しいため、低調なまま現状維持となるのではないかと。また、地下鉄新規路線開通以降、立地が駅と駅の間になってしまったため、来客数が元に戻るといった見込みは薄い。さらに、8月以降は例年一服状態が続くため、期待できない。 |
| コンビニ（経営者）              | ・あまり変化のない状態が続いており、3か月先もこのまま横ばいで推移するとみている。  |
| コンビニ（経営者）              | ・来客数が前年並みであり、この状況はしばらく続くともみている。  |
| コンビニ（エリア担当）            | ・環境が大きく変化するような要因は見当たらない。   |
| コンビニ（エリア担当）            | ・競争環境に変化はない。ただし、エリアによっては、出店や改装、条件改善による競争激化が影響し、来客数の減少が続くとみている。   |
| コンビニ（エリア担当）            | ・来客数の増加につながる要因が見当たらない。   |
| コンビニ（店長）               | ・売上の回復傾向は、この先2～3か月は続くのではないかと。今は、すごく良くも悪くもない全くフラットな状態である。消費者のマインドが、安いものからちょっと良いものを購入しようという心理に傾きつつあるため、注意深くみていきたい。                             |
| 衣料品専門店（経営者）            | ・秋冬物の作業服などの販売に向かっているが、価格競争が激しく苦戦している。  |
| 衣料品専門店（経営者）            | ・客から秋冬物の予約を受けているが、あまり期待はできない。  |
| 衣料品専門店（店長）             | ・景気が良くなれない限り、衣料品の買い控えが続くとみている。   |
| 衣料品専門店（総務担当）           | ・売上などの前年比は、過去1年間と同じように推移しており、客に購買意欲がうかがえない。  |
| 家電量販店（店長）              | ・数か月前から景気回復の兆しを実感できない状況が続いており、今後も変わらないとみている。   |
| 家電量販店（店長）              | ・客の景気判断が全体的に慎重になってきている。財布のひもは固く、購買意欲が減少している様子である。  |
| 家電量販店（従業員）             | ・来客数が横ばいの状況が続いており、今後も同様に推移するとみている。   |
| 乗用車販売店（経営者）            | ・9月に発売する新車は引き合いが多いものの、他車については動きが良くない状況である。   |
| 乗用車販売店（従業員）            | ・ここ数か月、土日の客の動きに変化がない。このような状態が急に良くなるとは考えにくい。  |
| その他専門店〔酒〕（経営者）         | ・地元では景気を左右するような大きな変動要因は見受けられない。農作物の作柄などの懸念材料はあるが、米が良ければ一安心できる。   |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・けん引役となるような需要の動きは見当たらない。そのため、今後も低調に推移するとみている。  |
| 高級レストラン（支配人）           | ・今月はぎりぎり前年並みを維持したが、販売量、客単価、売上の動きや、9～10月の予約状況からみて、先行きは楽観視できない。  |
| 高級レストラン（支配人）           | ・消費喚起につながるプラスの要因が見当たらない。   |
| 一般レストラン（経営者）           | ・客や同業者の様子からは、2～3か月先も状況は横ばいか、もしくはやや悪くなるのではないかと。   |
| スナック（経営者）              | ・お盆以降はかなり厳しい状況が続いている。これから秋に向けて、涼しくなれば少しは客の動きに変化が表れるともみているが、売上の的にはあまり変わらないのではないかと。  |
| 観光型ホテル（経営者）            | ・この先に集客につながるようなイベントがなく、予約状況からも景気が良い方向に向かっている様にはみえない。   |
| 観光型ホテル（スタッフ）           | ・現状維持が精一杯であり、この先も変わらないとみている。   |
| 観光型旅館（経営者）             | ・相変わらず良い時と悪い時がはっきりとした動きをしており、良くなる要因が見当たらないことから、このままの状態が続くとみている。  |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 都市型ホテル（スタッフ）            | ・フリー客は下げ止まり感があるものの、予約受注などを含んだ全体の状況からは、好転するような要因が見当たらない。数か月前から変化のない状態が続いており、この先2～3か月で急激に好転するとは考えにくい。そのため、評価される商品やサービスを打ち出し、好転の要因を作りあげていかなければならない。   |
| 旅行代理店（店長）<br>旅行代理店（従業員） | ・株価や為替は日々変動しており、先が見通しにくい。<br>・海外において、テロに対する不安要素が払しょくされていない。また、国内も台風や連休の並びの悪さ、円高株安の影響もあり、しばらくはこの状況が続くとみている。   |
| タクシー運転手                 | ・駅前に新しい商業施設がオープンしたが、その隣の駐車場では、休日には県外から来ている車も多くみられている。皆余裕があるので外に出ているのではないか。この時点でマイナスの要因は見当たらないため、このまま良い状態が続いていくとみている。   |
| タクシー運転手                 | ・年金は減額になり、近い将来には消費税の再増税も見込まれている。一般の客は消費税に対する不安が大きく、また、雇用も人々が望むような状況にはない。これでは景気が良くなるとは考えにくい。  |
| 通信会社（営業担当）              | ・2030年度には38道府県で生産力が不足するとの内閣府の報告書が発表されている。中央と地方の格差が進んで、地方の人手不足による生産性の低下が警戒されている。ここ2～3か月では変わらないものの、年末あたりから影響が表れるのではないか。この秋の作物などの収穫状況が鍵となるが、野菜の高騰がないことを祈っている。   |
| 通信会社（営業担当）              | ・直近で景気が上向くような材料は見当たらず、当面は現状維持で推移するとみている。   |
| 通信会社（営業担当）              | ・好転する材料に乏しく、変化はないとみている。  |
| 通信会社（営業担当）              | ・消費者はとにかく出費を抑える傾向にある。これまであまり気にしていなかった携帯利用料金についても、通信料の軽減に気を使う客が増えてきている。今後も、老若男女を問わず趣味し好への出費を抑える傾向が続くとみている。  |
| 通信会社（営業担当）              | ・新規売上が伸びない状態が続くとみている。  |
| 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、集客が難しい時期となる。   |
| 遊園地（経営者）                | ・今年の9月は5連休がなく、このところの異常気象に不安はあるが、季節イベントなどで下支えをしていく。   |
| 競艇場（職員）                 | ・来客数、単価共にあまり変化がない。イベントなどがあれば変化の可能性もあるが、これから先、特に予定もないため、景気に変動はないとみている。  |
| 美容室（経営者）                | ・3か月前から、客の再来店率の前年比が落ちてきているが、その落ち幅はほぼ横ばいのため、今後も同様に推移するとみている。  |
| やや悪くなる                  |  |
| 商店街（代表者）                | ・社用関係の接待がどんどん無くなっている。予約状況からは企業関係の動きが止まっている様子であり、年末までこのような傾向が続くとみている。   |
| 商店街（代表者）                | ・駅周辺に新しい大型商業施設が相次いでオープンしている。その影響が、旧来の中心部商店街やその周辺に少しずつ表れてきている。特に若者離れの傾向が顕著であり、土日はそれが更に強くなっている。全体の人数としては10%に満たない数ではあるものの、ファッションビルのテナントが駅方面に移転したこともあり、今後は予断を許さない状況となるのではないかとみている。そのため、品ぞろえなどの対策を講じなければならない。 |
| 商店街（代表者）                | ・前年は7月にプレミアム付商品券が発売になり、地元商店街にもある程度の効果が表れたが、今年は販売がなく、先行きの景気回復に対する起爆剤がない。  |
| 一般小売店〔医薬品〕<br>（経営者）     | ・8月は天気も良く暑かったため、関連する商品が良く売れたが、9月以降は平年並みに戻るのではないかとみている。ことさら景気が良いとは客の様子からもうかがえないし、店としても特別良くなる傾向にはないため、景気は少し落ち込むとみている。  |
| 一般小売店〔医薬品〕<br>（経営者）     | ・アベノミクス経済効果により、世の中のお金の動きが良くなるような方向に進んでいる様子であったが、このところ、円高など政策の効果発現に障害が多くなってきている。中国の景気低迷や世界的な経済環境から、日本単独での景気浮揚はできないのではないかとみている。  |

|                        |   |
|------------------------|---|
| 百貨店（売場主任）              | ・残暑の予報もあり、現在の慎重な購買動向からも、秋物商材の立ち上がりに関して期待は薄い。購買動向が安定している上位顧客に頼らざるを得ないものの、こちらも若干の慎重さがみられることから、更に厳しさが増すものと見込まれる。   |
| スーパー（経営者）              | ・消費に力強さが無い。円高の影響もあり価格競争が激しくなりつつあるため、景気は少し下降傾向となるのではないかと。  |
| スーパー（店長）               | ・競合店のオープン以降、来客数がじわじわと減ってきている。夜間の売上が大きい日曜日の落ち込みが特に目立っており、この状況は当面続きそうである。   |
| スーパー（総務担当）             | ・円高傾向のため、株価が低迷している。自然災害も増えており、景気は下降傾向にある。   |
| コンビニ（エリア担当）            | ・震災需要や人口増加の勢いは既にある。この先も人口が増加するような外的要因はない。   |
| コンビニ（店長）               | ・気温に比例して来客数も落ちてくる。競合店も増え続けており、経営は徐々に厳しくなっていくだろう。  |
| 衣料品専門店（経営者）            | ・残暑の影響や、これからの秋物のファッショントレンドが購買意欲を掻き立てるものではないなど、消費マインドを下げる要因が多い。  |
| 衣料品専門店（店長）             | ・10月にかけて残暑が続く予報がでている。そのため、秋物商戦の立ち遅れが、冬物商戦にも悪影響を及ぼすことを懸念している。  |
| 乗用車販売店（店長）             | ・地域柄、10月以降は販売量が減少するため、冬季の景気は悪化するとみている。  |
| 住関連専門店（経営者）            | ・受注生産であり、現在の受注量が少し乏しい状況であることから、徐々に悪くなっていく見込みとなっている。経営努力で受注が取れる可能性もあるが、現状ではなかなか厳しい。  |
| 住関連専門店（経営者）            | ・消費者の傾向として、商品の小型化がある。そのため、金額的に大幅な売上増とはいかず、むしろ減少になるとみている。  |
| 住関連専門店（経営者）            | ・景気が良くなるような要素が見当たらない。   |
| その他専門店〔酒〕（経営者）         | ・今月は人のにぎわいや物の動きがあったが、あくまでも一過性のものに過ぎず、景気が良くなったわけではない。先行きについては不安の方が大きい。景気が良くなっているとメディアでは報じられているが、地方においてはそのような実感はない。   |
| その他専門店〔靴〕（従業員）         | ・残暑が続く見込みであるが、夏物のセールは今一つである。また、気温や天候に影響されるため、秋物の投入時期を見極めることが難しい。  |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・今後は円安傾向の予想もあり、製品コストの上昇や、値上げに伴う需要減少を懸念している。   |
| 一般レストラン（経営者）           | ・飲食業は天候に大きく左右されるため、台風や天気があまり良くない時は客足が鈍り、売上も減少する。この先も同様の状態が続くのではないかと。  |
| 一般レストラン（経営者）           | ・地方では、食事に高いお金を使う個人が減ってきている。子育てや楽しみ方の変化など、様々な要因があるが、ネットから便利に情報を拾える今の時代の流れに乗っていないと、客が全体的に減少してしまうようである。このことから、集客のスタンダードモデルの変化のスピードが速く、ほとんど店がその流れに乗れていないため、先行きは悪くなるとみている。 |
| 観光型旅館（スタッフ）            | ・この先に景気が良くなるような要因が見当たらない。   |
| 都市型ホテル（スタッフ）           | ・県内の宿泊者数が東北で最下位であるとの新聞報道があった。このような傾向が今後も拡大していくのではないかと危惧している。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）           | ・復興需要による利用が少なくなり、宿泊が前年を上回ることを期待できない。また、宴会も前年を下回るとみている。  |
| 旅行代理店（経営者）             | ・個人旅行の販売量が伸び悩んでいる。個人の消費の落ち込みが、将来的に企業の団体旅行にも影響することを懸念している。   |
| テーマパーク（職員）             | ・来客数、売上単価共に減少している。  |
| 観光名所（職員）               | ・フリー客は順調に推移しているが、先の読める団体予約客が少なくなっている状況から、今後は悪くなっていくのではないかと。   |
| その他住宅〔リフォーム〕（従業員）      | ・今後の売上につながる受付が増えていないので、受付を増やす取組が急務である。  |

|                            |                |                                 |   |
|----------------------------|----------------|---------------------------------|---|
|                            | 悪くなる           | 商店街（代表者）<br>一般小売店〔医薬品〕<br>（経営者） | ・消費者の節約志向が強い。<br>・オリンピックの後に夜の繁華街への客足が戻ることを期待していたが、全く戻らない状態が続いている。また、当地域では9～10月に大きなイベントがあり、そちらの方にお金を使うので、街での飲食や買物などは全く見込めない。 |
|                            |                | スーパー（経営者）                       | ・競合店が移転オープンしたり、同一エリアに新たなショッピングセンターができたりと、今後も商業環境の激しい変化が続くとみている。   |
|                            |                | 乗用車販売店（経営者）                     | ・円高株安傾向が長引いており、更に低金利がデフレ傾向に拍車をかけるとみている。   |
|                            |                | 高級レストラン（経営者）                    | ・仕入価格や原材料などは値下がりしているが、単価も販売量も伸びていない。そのため、先行きにあまり良くなるような材料はない。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東北) | 良くなる<br>やや良くなる | -                               | -   |
|                            |                | 農林水産業（従業者）                      | ・平成28年産米の予定取引価格が前年を上回る見込みである。   |
|                            |                | 出版・印刷・同関連産業（経営者）                | ・年末に向けて販促需要が高まるとみている。   |
|                            |                | 電気機械器具製造業（企画担当）                 | ・汎用品の価格が上昇している。カスタム品の需要も拡大傾向にあるため、全体的な景気に少ずつ回復の兆しが見られている。   |
|                            |                | 建設業（従業者）                        | ・年度初めに各官庁から公表された発注見通しによれば、今後も下期に向けて大型公共工事の発注が進捗すると見込んでいる。   |
|                            |                | 経営コンサルタント                       | ・これから秋の観光シーズンのため、期待している。  |
|                            | 変わらない          | 農林水産業（従業者）                      | ・今後は、なし、ぶどうが出荷されるが、販売価格が前年並みとなることを期待している。   |
|                            |                | 食料品製造業（経営者）                     | ・現在の商品の動きからは、明るい兆しが見えない。9月に新発売する商品がうまく動くことを願っている。   |
|                            |                | 食料品製造業（営業担当）                    | ・好転する要素は少なく、厳しい状況が続くとみている。  |
|                            |                | 食料品製造業（総務担当）                    | ・賃金の上昇に限られているなかで、個人消費の大きな伸びを期待することは難しい。企業は、円高や海外経済の先行き不透明感を背景に慎重な姿勢であるが、その点が改善されれば景気は上向きに転じるとみている。                          |
|                            |                | 繊維工業（経営者）                       | ・販売店の状況は変わらないとみている。   |
|                            |                | 木材木製品製造業（経営者）                   | ・住宅部材の需給バランスが悪く、収益の改善が進展しない状態が続くとみている。  |
|                            |                | 出版・印刷・同関連産業（経理担当）               | ・前年と比較しても受注残高はほとんど横ばいであり、景気は足踏みの状態である。  |
|                            |                | 一般機械器具製造業（経営者）                  | ・受注量の予測は、ほぼ横ばいで推移している。海外向けでは数量の伸びている地域もあるが、為替の影響を考えるとあまり変わらないとみている。   |
|                            |                | 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、2～3か月先も現状のまま推移するとみている。   |
|                            |                | 輸送業（経営者）                        | ・落ち込む要素は見当たらないため、今後も順調に推移する見込みである。  |
|                            |                | 通信業（営業担当）                       | ・契約数が予断を許さない状況であり、今後も継続して顧客に対するきめ細やかな働きかけを行っていく必要がある。また、新規開拓のための知名度アップも必要である。   |
|                            |                | 通信業（営業担当）                       | ・アベノミクスの影響は地方まで及んでいない。  |
|                            |                | 金融業（営業担当）                       | ・特に大きな変化要因はない。  |
|                            |                | 金融業（広報担当）                       | ・取引先企業のなかで、業務内容の拡大や新規事業参入を企図した設備投資の動きがみえ始めている。一方、天候要因により、今後は水産物や青果物の原料不足が危惧されており、関連業種に関してはその影響を懸念している。                      |
|                            |                | 広告代理店（経営者）                      | ・景気がすぐに変化するような要因が見当たらない。  |
|                            |                | 広告代理店（経営者）                      | ・受注量の予測や取引先の動きが鈍い状態が続くとみている。  |
|                            |                | 司法書士                            | ・登記所における不動産登記件数は前年並みで推移している。  |
|                            |                | 公認会計士                           | ・一般消費者の消費傾向や、復興工事などの需要が大きく落ち込む要因は現在のところ見当たらない。当面は現状維持の状態が続くとみている。   |
|                            |                | コピーサービス業（従業者）                   | ・特段真新しい商材もなく、現状維持で推移するとみている。  |
|                            |                | その他企業〔企画業〕（経営者）                 | ・得意先は予算で動くため、案件数に限りがある。そのため、今後の受注件数の伸びに期待ができない。   |
|                            |                | 金属工業協同組合（職員）                    | ・低調な状況のまま推移しており、今後も足踏み状態が続くとみている。   |

|      |              |   |   |
|------|--------------|---|---|
|      | やや悪くなる       | 食料品製造業（経営者）   | ・前年は、9月の大型連休の影響で当地域への観光客が多かったが、今年は飛び石のため、それほど期待が持てない。   |
|      |              | 輸送業（営業担当）   | ・台風10号が、農作物に大きな影響を及ぼすことを懸念している。   |
|      |              | 広告業協会（役員）   | ・9月以降の引き合いが例年より遅くなっている。そのため、今後の見通しは非常に暗いものとなりそうである。   |
|      |              | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）   | ・中小企業を取り巻く環境が非常に悪い。そこに勤めている人の賃金が全然上がっておらず、ボーナスが出ないという状況であり、これでは地域経済がなかなか良くならないとみている。                            |
|      |              | その他企業〔工場施設管理〕（従業員）  | ・各メーカーからは、コストダウンの要請が出てきそうな雰囲気がある。   |
| (東北) | 悪くなる         |   |   |
|      | 良くなる         | 人材派遣会社（社員）  | ・10月に開始する行政関連の大口受託業務の準備に追われている。結果、3か月先は更に忙しくなるとみている。  |
|      | やや良くなる       | 人材派遣会社（社員）  | ・9月末は派遣の契約期間満了のひとつの節目である。そのため、10月以降で仕事を探す求職者の動向が活発化するとみている。   |
|      |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・国体期間中は、宿泊、飲食、土産品などの経済波及効果が大きく、期待している。  |
|      | 変わらない        | 人材派遣会社（社員）  | ・なかなか人が集まらないことに反して、企業の求人の意欲は変わっていない。人材あっ旋を利用したり、就職情報会社へ求人広告の出稿をしたりと、今後も継続して求人活動は活発化するとみている。                     |
|      |              | 人材派遣会社（社員）  | ・この先も、求職者数の大きな伸びは期待できない。  |
|      |              | 人材派遣会社（社員）  | ・個人消費の上向き感がみられず、繁華街から遠ざかる要因となっている。また、企業の接待も減少の様相である。  |
|      |              | 人材派遣会社（社員）  | ・求職者の登録状況について、若干の落ち着きがみられていることが不安要素ではあるものの、お盆明けからは登録数が回復傾向にあるため、あまり変わらないとみている。                                  |
|      |              | 職業安定所（職員）   | ・プラスに転じた新規求人数が、このままの状態推移することを期待したい。   |
|      |              | 職業安定所（職員）   | ・求人はあるものの、賃金アップなどの求人条件の上昇を行う企業が少ないため、応募者が少ない状態は継続するとみている。   |
|      |              | 職業安定所（職員）   | ・人手余りと人手不足の業種はあるが、求職者の減少が止まらないため、有効求人倍率はそのまま高止まりで推移していくとみている。   |
|      |              | 職業安定所（職員）   | ・管内では、状況が良くなりつつあるという事業所もあるが、一方、なかなか業績が伸びないという事業所もみられている。現状が大きく変わることは見込めないため、しばらくは同様の状態が続くとみている。                 |
|      |              | 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規模な創業及び大規模な人員整理の情報はない。新規求職者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）   | ・有効求人倍率の前年比は上昇を続けており、今後も同様の傾向が続くとみている。  |
|      |              | 職業安定所（職員）   | ・有効求人倍率の高止まりは、当分の間継続する見込みであり、求人、求職の動向が大きく変化するような要因もない。  |
|      | 職業安定所（職員）    | ・今年の3月以降、新規求職者数の前年比に大きな動きはなく、在職求職者や事業所都合離職者の割合にも変化はない。また、今年の3月以降、新規求人数の前年比が下降気味で推移しているが、企業の業績悪化などによるものとは確認されていない。 |   |
|      | 民間職業紹介機関（職員） | ・地域の動向に変化はない。   |   |
|      | 学校就職担当者      | ・年度当初の採用計画から、新規採用、増員などの計画を変更している企業は微増であり、さほど大きな変化はみられない。  |   |
|      | やや悪くなる       | アウトソーシング企業（社員）  | ・民間からの受注は、どれだけ公共団体から仕事がきているかの目安となる。そのため、民間受注が減少している現状では、先行きにあまり期待が持てない。   |
|      |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・オリンピックの反動はあるだろうが、求人数の減少がみられ、地方への投資減速はますます強くなりつつある。加えて台風被害もあり、この流れはしばらく続くとみている。                                 |
|      | 悪くなる         | -   | -   |