

3. 北関東（地域別調査機関：（株）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<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) | 良く<br>なっている   | -              | -  | -   |
|                             | やや良く<br>なっている | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き   | ・白物家電、エアコン、冷蔵庫等の動きが少し良くなってきている。また、リフォーム、太陽光発電も順調に動いてきているため、若干良くなっていきそうである。  |
|                             |               | 百貨店（販売担当）      | 来客数の動き   | ・特に月後半においては気候も涼しくなり、顧客動員イベントのセールも好調に推移していることから、来客数増が見込まれる。  |
|                             |               | スーパー（経営企画担当）   | それ以外   | ・主力店舗のうち1店舗をリニューアルオープンした結果、売上が見込みより増えている。   |
|                             |               | 衣料品専門店（販売担当）   | 単価の動き  | ・相変わらず、目の前のことしか考えられない状況は変わらないが、数か月前に比べると、当時は悪い方で横ばいだったが、波が出てきて、客単価が比較的上がってきており、さざ波よりも大きめの波になっており、売上でもプラスの部分が出てきている。 |
|                             |               | 家電量販店（営業担当）    | それ以外   | ・企業が産業用太陽光発電に力を入れている。10年以内の投資回収ができるため、魅力商品となっている。   |
|                             |               | 一般レストラン（経営者）   | 来客数の動き   | ・10月に入り秋の行楽シーズンと、学校の運動会シーズンで客の動きが良くなってきた。イベントの開催もあり、各種会合も多くなっている。   |
|                             |               | 観光型ホテル（経営者）    | 来客数の動き   | ・10月末から11月いっぱいまでは、紅葉シーズンで来客が多いためである。  |
|                             |               | 旅行代理店（営業担当）    | 販売量の動き   | ・秋の旅行シーズンを迎え、業界の景気は良くなっている。   |
|                             |               | 住宅販売会社（経営者）    | 販売量の動き   | ・消費税増税が決まってから、需要の先食いも潜在的な顧客が分からないが、販売は順調に推移している。9月までがさっぱりだったため、余計に感じる。  |
|                             | 住宅販売会社（従業員）   | 販売量の動き         | ・戸建住宅の受注に前月ほどの勢いはなく、中国問題等から景況感が悪くなり、個人消費に影響を与えているようであるが、アパート、店舗の受注は引き続き好調で、全体としては良い状況に変わっていない。 |   |
| 変わらない                       |               | 商店街（代表者）       | 単価の動き  | ・低価格品が主体で動いているが、高額品はほとんど動かず心配である。野菜市のようなものには人が多く集まるが、路面店は皆苦戦している。   |
|                             |               | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | お客様の様子   | ・イベントの多い季節のため、各種団体が街を活性化させようと頑張っているが、効果はなかなか出てこない。先行きの不安で買物も控えめにしているようである。  |
|                             |               | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子   | ・年末に向けて売出しの施策をするが、客の反応は鈍い。壊れた時の買換え以外の消費は難しく、客の興味を引く商品も見当たらない。これからの季節商材も新たな購入を狙うのは厳しい。                               |
|                             |               | 百貨店（営業担当）      | 来客数の動き   | ・気温の低下が遅れているためである。  |
|                             |               | 百貨店（営業担当）      | お客様の様子   | ・これまでと同様に買物には慎重で、余計な物は買わない。   |
|                             |               | 百貨店（販売促進担当）    | 販売量の動き   | ・3か月前と比べても大きな変化は見られず、相変わらず衣料品が低調である。  |
|                             |               | 百貨店（販売促進担当）    | 販売量の動き   | ・中旬以降気温も下がり、冬物商材の動きが出てきたが、前年実績を確保するまでには至っていない。  |
|                             |               | スーパー（店長）       | 単価の動き  | ・数か月間、単価の変化はない。   |
|                             |               | スーパー（統括）       | 販売量の動き   | ・消費税増税などによるフィスカルドラッグや電気料金の値上げで消費マインドは冷え込んでおり、必要な物も必要だけしか買わない傾向、低価格志向は続いている。特に野菜の相場安、残暑などの気象と件の影響で食料の買上点数が減少している。    |
|                             |               | コンビニ（経営者）      | 来客数の動き   | ・売上が前年比で98%、客数は100%である。低単価の商品が売れていくため、客数が前年と横ばいだと売上が下がってしまうのではないかと見ている。   |
|                             |               | コンビニ（経営者）      | お客様の様子   | ・客単価、買上点数に変化は見られず、消費意欲もあまり変化は見られない。   |
|                             |               | コンビニ（店長）       | 来客数の動き   | ・近隣の同業他社や安売りスーパーの影響が続いているため、変わらない。  |

|                     |          |   |   |
|---------------------|----------|---|---|
| 乗用車販売店<br>(販売担当)    | 販売量の動き   | ・当社に関しては全く新車が売れないわけではなく、多少売れている。とにかく、ここ2、3か月は中古車が安定した売行きをしており、2、3か月前と比べてやや良くなってきている。今月に入り大手電機メーカーの工場でのリストラや、人材派遣会社の倒産など、身の周りの会社ではあまり良い話はない。 |   |
| 住関連専門店<br>(仕入担当)    | 来客数の動き   | ・10月前半は気温の高い日が続き、暖房機器、灯油などの売上が前年の半分以下という日が続いた。後半はほぼ平年並みまで戻ったが、前半のマイナスをカバーするまでには至っていない。  |   |
| 一般レストラン<br>(経営者)    | 来客数の動き   | ・放射能汚染問題の影響による山菜、特にキノコの自粛を受け、当地では売上に影響するのではないかと大変心配したが、売上、客単価、客数共に前年同期並みである。  |   |
| 一般レストラン<br>(経営者)    | 単価の動き    | ・とにかく客の使う金額が少ない。ランチは千円で食べられるが、夜は千円では食べられないため、夜の客が非常に少ない。  |   |
| スナック(経営者)           | 来客数の動き   | ・悪いまま変わらない。来客数の動きを選択したが、客の様子、競争相手の様子も先が見えない。  |   |
| 観光型ホテル<br>(営業担当)    | 単価の動き    | ・客室稼働率はおおむね良好であり、来客数も増加しているが、客単価が低いため業績アップにまでは至っていない。   |   |
| 旅行代理店(所長)           | 来客数の動き   | ・シーズンを迎え、ほぼ順調に来訪者があるが、エリアに偏りがあり、平年並みとまではいっていない。   |   |
| 旅行代理店(従業員)          | お客様の様子   | ・燃油の高騰が続いている。   |   |
| 旅行代理店(副支店長)         | お客様の様子   | ・客の動向は良くも悪くもないが、申込や受注状況を見ていると前年と比べて良くない。夏場から秋口にかけても成約が少なく、受注量も少ない。  |   |
| 通信会社(経営者)           | 販売量の動き   | ・とにかく景気が悪い。通常顧客からの発注率は非常に低い状態を維持している。行政等の復興事業で多少の売上を上げてはいるが、通常販売に至らない状況が続いている。  |   |
| 通信会社(所長)            | お客様の様子   | ・3か月前と比較して、客の購買抑制の様子に変化を感じない。   |   |
| 通信会社(営業担当)          | 販売量の動き   | ・年末に入り徐々に動きを見せつつあるが、逆に11、12月での出費を見据え消費が鈍化しているようである。   |   |
| 遊園地(職員)             | 来客数の動き   | ・3か月前と比較して、来客数の動きに大きな変化は見られない。  |   |
| ゴルフ場(支配人)           | 単価の動き    | ・当社は平日の企画コンペが多く、客単価は下がったが年配者の来場が増えた。冬に向け、低料金化がますます進んでいる。  |   |
| ゴルフ場(業務担当)          | 単価の動き    | ・集客に関しては、あくまでも取引価格が最優先であり、一番の決め手になる。  |   |
| 競輪場(職員)             | お客様の様子   | ・入場者数、購買単価共に、やや下降気味である。   |   |
| その他サービス<br>[清掃](所長) | それ以外     | ・スーパーの駐車場などは夕方、食料品等の買出しで混雑しているが、その他の時間帯はそれほどでないため、大きく変化しているようには見えない。  |   |
| 設計事務所(経営者)          | お客様の様子   | ・領土問題の影響による低下はないが、仕事の全体量が少ないのは変わらない。  |   |
| 設計事務所(所長)           | 競争相手の様子  | ・個人住宅の設計依頼も少なくなるなか、行政発注の入札では落札予定価格の60%程度の価格で受けていく競争相手があり、それだけ仕事量が少ないということである。今後、消費税増税による駆け込み需要がどれだけ増えるか、また、その後の反動がどのような結果として影響するのか心配が深まる。   |   |
| 住宅販売会社<br>(従業員)     | お客様の様子   | ・隣接する他社別荘地の豪雨被害の影響が、払しょくされていないためである。  |   |
| やや悪くなっている           | 商店街(代表者) | 来客数の動き  | ・秋になって運動会も終わり、店売りがほとんどなくなっている。買うとすれば大型店に行ってしまう、学校指定の物以外はあまり売れなくなり、売上が悪くなっている。 |
|                     | 商店街(代表者) | 来客数の動き  | ・前年同月よりレジ通過客数が10%減っている。特に土日祝日は、人が歩いていない。                                      |
|                     | 商店街(代表者) | 来客数の動き  | ・各種イベントがあり、来客数が何とか前年並みにはなったと思うが、金を使ってくれない。                                    |
|                     | 商店街(代表者) | 来客数の動き  | ・秋らしい気候にはなったが、秋物の動きは活発ではない。本当に必要な物以外は買わないということであり、競争がますます厳しくなる。               |

|                          |         |  |
|--------------------------|---------|--|
| 百貨店（店長）                  | お客様の様子  | ・紳士、婦人衣料のアップーミドルの動きが非常に悪くなっていることから、中間層の買い控えが顕著である。   |
| スーパー（店長）                 | 販売量の動き  | ・10月は野菜の相場が下落し、買物し易い状況にあったにもかかわらず、買上点数が上がらないでいる。なかなか余計には買ってもらえず、客数は堅調であるが、点数不足で予定の売上に届かない。   |
| スーパー（総務担当）               | 来客数の動き  | ・来店客数、買上点数共に前年割れである。   |
| コンビニ（経営者）                | 販売量の動き  | ・中高年向けの商品など食品関係が割と堅調な動きを見せているが、季節的変動から10月はやや売上が落ちている。  |
| コンビニ（経営者）                | 販売量の動き  | ・客数、客単価共に前年並みで販売も伸びているが、雑誌の売上が非常に悪く、足を引っ張っている。   |
| 乗用車販売店（経営者）              | 販売量の動き  | ・エコカー補助金が終了し、その反動で商談及び販売の減少が続いている。   |
| 乗用車販売店（従業員）              | 販売量の動き  | ・エコカー補助金の終了で、販売台数が減少している。  |
| 乗用車販売店（統括）               | 来客数の動き  | ・エコカー補助金終了による反動減のためである。  |
| 自動車備品販売店（経営者）            | 販売量の動き  | ・3か月前に比べて購買量が減少している。エコカー補助金終了の影響などもあるようである。  |
| 高級レストラン（店長）              | 競争相手の様子 | ・近隣の飲食店が2店閉店した。個人経営の小規模店や零細企業は、今後更に厳しい状況になりそうである。  |
| 一般レストラン（経営者）             | 来客数の動き  | ・行楽シーズンで多少観光面で動きがあるのは毎年のことであるが、それより一般消費の動きが悪すぎる。飲食にまでとても回らないという雰囲気強く感じられる。   |
| 都市型ホテル（支配人）              | 来客数の動き  | ・団体客の動きが例年に比べて悪い。特に福島第一原子力発電所の事故の影響で、団体ツアーの減少が目立っており、外国人客の当地域への来訪は激減したままである。   |
| 都市型ホテル（スタッフ）             | 来客数の動き  | ・中国の尖閣問題等のため、非常に景気が後退している。農繁期も重なり、10月は農家の人たちも刈入れ等いろいろな点で多忙になり、街中に出てこないことが非常に影響している。街の状況として世代交代も感じている。また、居酒屋などが非常に密集しており、老舗の店などはほとんど店を畳んでいくような状態になっている。 |
| 都市型ホテル（営業担当）             | 販売量の動き  | ・当地域は例年、10月以降年末に向かって稼働が上がってくるが、10月の状況を見ている限りは、例年よりもその上がり具合がそれほど大きくない。景気が悪いという情報も流れており、政治の不透明感もあるため、経費をかけない。  |
| 旅行代理店（経営者）               | 来客数の動き  | ・来客数も減っているが、消費単価も安値志向になっている。   |
| タクシー（経営者）                | お客様の様子  | ・全体の動きは悪く、特に深夜の動きが悪いため、前年同月比14%の減少である。   |
| 通信会社（経営者）                | 販売量の動き  | ・安くしないと買わないという状況から、安くても買わないという状況になっている。  |
| 通信会社（販売担当）               | 来客数の動き  | ・携帯電話業界は新型スマートフォンの販売が好調のように見えているが、商品供給がうまくいっていないことと、各キャリアが冬モデルの発表をしたことにより、買い控えが始まり、来客数が少なくなってきた。   |
| テーマパーク（職員）               | 来客数の動き  | ・放射線量の問題から学校団体の来場が減少している。  |
| その他レジャー施設 [アミューズメント]（職員） | 単価の動き   | ・当店は24時間営業でやっており、どの時間帯も特段に客数が落ちているという感じはないが、滞留時間と客単価が落ちているため、売上は落ちている。特に週末や月末の数字の上がるところが、あまり上がらず、平日の落ち込みよりも、そのピークの落ち込みのほうが大きく、トータルとして売上が上がらない。         |
| 美容室（経営者）                 | それ以外    | ・美容専門学校の来年の推薦入学数は、前年に比べて1割ぐらい多くなっている。景気が悪いため、少しでも早く決めたいという生徒の要望で、入学希望者は前年より早く行動している。   |

|                         |                 |                             |   |  |
|-------------------------|-----------------|-----------------------------|---|--|
|                         |                 | その他サービス<br>[立体駐車場]<br>(従業員) | 競争相手の様子   | ・近隣の他社は、軒並み料金を下げているが、それに伴う駐車台数の確保ができていないようである。当社の駐車場も来客数の動きが伸び悩んでおり、単価に関しても横ばいであるため、やや悪くなる。  |
|                         |                 | 設計事務所(所長)                   | 来客数の動き  | ・今月は全く受注件数が伸びず、来客もほとんどなかった。3か月前よりも状況は悪化している。   |
|                         |                 | 設計事務所(所長)                   | 来客数の動き  | ・相変わらず、来客に関する情報がほとんどない。  |
| 悪く<br>なっている             |                 | 一般小売店[衣料]<br>(経営者)          | 販売量の動き  | ・当地域は今、紅葉が真っ盛りの状況であり、車は大分来ている。市内の道路もいっぱいになっているが、販売量の動きは良くはないようである。誰からも来て良かったという声は聞こえてこない。  |
|                         |                 | 百貨店(店長)                     | お客様の様子  | ・単価が下がって客数も減っており、買上に慎重になっている。  |
|                         |                 | スーパー(経営者)                   | 単価の動き   | ・単価の低い商品が売れている。  |
|                         |                 | 衣料品専門店<br>(経営者)             | 来客数の動き  | ・寒くなり燃料費等が高くなってきているため、消費意欲が全く見られない。  |
|                         |                 | 家電量販店(店長)                   | 販売量の動き  | ・地上デジタル放送化の特需の反動が出ており、依然としてテレビ関連が悪い。白物家電は若干だが前年比で見ると良いが、家電への出費金額が増えているわけではなく、テレビの分が白物家電に回っているだけのようである。                                       |
|                         |                 | 乗用車販売店<br>(経営者)             | 販売量の動き  | ・エコカー補助金終了の反動減が、まだ続いているためである。  |
|                         |                 | 乗用車販売店<br>(販売担当)            | 来客数の動き  | ・来客数の動きが全くない。今までは新規の客が日に5~6組は必ず来ていたが、今のところ新規の客は全く来ない。従来を追いかけているような具合であり、本当に少ない。  |
|                         |                 | 一般レストラン<br>(経営者)            | 来客数の動き  | ・最近では夜だけではなく、昼の客数も減少しつつある。   |
|                         |                 | スナック(経営者)                   | 来客数の動き  | ・先月末あたりから急に落ち込んでいる。全体的に人がいない。  |
|                         |                 | タクシー運転手                     | お客様の様子  | ・駅で客待ちをしているが、電車が着いてもタクシーを利用する人がほとんどなく、営業回数は2~3時間に1回程度しかできない。   |
|                         | 住宅販売会社<br>(経営者) | お客様の様子                      | ・ここ何日間は、客からの問い合わせがほとんどない。アパート、賃貸関係、それから土地の売買についても引き合いが全くない。 |  |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(北関東) | 良く<br>なっている     | -                           | -   | -  |
|                         | やや良く<br>なっている   | 食料品製造業<br>(営業統括)            | 競争相手の様子   | ・天候が良かったため、観光客も例年より多く、工場見学者も増加している。  |
|                         | 変わらない           | 窯業・土石製品<br>製造業(経営者)         | 受注量や販売量の<br>動き  | ・季節商材の受注はあったものの、一時的なものである。インターネット販売も低迷した動向が続いている。  |
|                         |                 | 電気機械器具製<br>造業(経営者)          | 受注量や販売量の<br>動き  | ・客先からの受注に変動はない。  |
|                         |                 | 電気機械器具製<br>造業(経営者)          | 受注量や販売量の<br>動き  | ・年末に向け、9月は中間決算ということで8月よりは多少伸びた。10月に入ってから、尖閣諸島問題だとみられるが、自動車関連の仕事がぱったり途絶えた。現状を聞いたところ中国で生産しなくなったため、受注が落ちているという。10分の1ぐらいまで落ちて、自動車関連は少し悲劇的な状況である。 |
|                         |                 | 輸送用機械器具<br>製造業(経営者)         | 取引先の様子  | ・取引先の様子、受注量、販売量の動きは、2、3か月あまり変わっていない。   |
|                         |                 | その他製造業<br>[環境機器]<br>(経営者)   | 受注量や販売量の<br>動き  | ・年間の波があり、また、行政の契約は年度始めに偏るため、1か月単位では変化がない。  |
|                         |                 | 輸送業(営業担<br>当)               | 取引先の様子  | ・冬場に向かい、気温に左右されるが現状は冬物家電や石油ストーブ、暖房グッズ等の荷動きは例年並みである。特に大手インターネット通販の輸送量の動きが良いが、東日本大震災等の影響があった前年よりは多少落ち込んでいる。                                    |
|                         |                 | 司法書士                        | 受注量や販売量の<br>動き  | ・悪いまま続いている。  |
| やや悪く<br>なっている           | 化学工業(経営<br>者)   | 受注量や販売量の<br>動き              | ・東日本大震災の復興のため、東北地方だけ出荷がある状況で、他の地域からの注文はまるで入ってこなくなっている。      |  |

|       |           |                          |              |  |
|-------|-----------|--------------------------|--------------|--|
|       |           | 金属製品製造業（経営者）             | 受注量や販売量の動き   | ・特装車両であるコンクリートミキサー車の受注量は安定して高い水準にあるが、産業機械のコンプレッサー、工作機械の受注量は3か月前より少し減っている。  |
|       |           | 一般機械器具製造業（経営者）           | 取引先の様子       | ・自動車の開発案件や航空機向け新規案件等、動きが活発な分野もあるが、ポリウムにはつながらない。ここ数年間、好調だったパワーショベル向けの部品が低迷しており、全体としてはやや悪い状況である。客先によって好調、不調が明確に分かれてきている。                                       |
|       |           | 電気機械器具製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・予定が取り消しになったり、減産が出て一気に仕事量が減っている。業績が悪化する企業や閉鎖する会社の一部が出ている。  |
|       |           | 輸送用機械器具製造業（総務担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・大手主力自動車メーカーの受注について、3か月の生産見通しと実数との間のかい離が下振れで若干生じてきている。要因は、アメリカについてはほぼ変わらないが、中国、欧州向けの輸出が減少したためである。また、国内についてもエコカー補助金の終了と共に販売量が落ちていることから下振れが始まり、まだ先行きの見通しが立たない。 |
|       |           | その他製造業 [ 宝石・貴金属 ]（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・催事において売上はかろうじて確保できているが、集客は落ちている。低価格商品の要望はあるものの、価格競争が激しく収益を圧迫している。   |
|       |           | 金融業（経営企画担当）              | 取引先の様子       | ・製造業において、長引く円高の影響により売上が増加しない。  |
|       |           | 金融業（調査担当）                | 取引先の様子       | ・製造業では外需が鈍化しており、内需も投資の抑制が見られる。   |
|       |           | 広告代理店（営業担当）              | 受注量や販売量の動き   | ・広告宣伝を減らして拡大販売をする傾向が多いため、広告出稿は減っている。特に新聞折込チラシは、地元企業のもので2割ほど減っている。  |
|       |           | 新聞販売店 [ 広告 ]（総務担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・今月のチラシ出稿量は前年比94.1%であり、6月以降5か月連続して前年を下回っている。大型ホームセンターが下旬にオープンし、近隣の同業他社の新たな動きもあったが持続していない。  |
|       |           | 社会保険労務士                  | 取引先の様子       | ・取引条件が厳しくなったり、価格面でなかなか折り合えない案件が増えている。  |
|       |           | その他サービス業 [ 情報サービス ]（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・受注の総量及び総額共に下降気味である。投資を抑えて様子を見ているようである。先行きに不透明感が出てきている。  |
|       | 悪くなっている   | 食料品製造業（製造担当）             | 取引先の様子       | ・今年に入ってから取引先が5件も撤退や廃業でなくなり、商売をやっていくには非常に厳しい状態である。しかし、倒産し、ある程度淘汰されなければ、まだ企業数が多すぎる。  |
|       |           | 建設業（総務担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・公共工事主体で土木、舗装工事を行っており、受注金額は前年比126%であるが、長期工事を除くと65%と大幅な落ち込みである。7、8月と受注がゼロに等しい厳しい状況が続いたため、9、10月は受注活動に励んだ結果、10月は前年比267%であった。しかし受注累計ではまだ厳しい状況である。                |
|       |           | 不動産業（管理担当）               | 受注価格や販売価格の動き | ・管理しているビルの売却が決定し、オーナーが代わったことにより管理の委託を受けられるかどうか難航したが、引き続き委託を受けることはできた。しかし、大幅な減額である。   |
|       |           | 経営コンサルタント                | 取引先の様子       | ・尖閣諸島問題が原因となった中国国内での自動車産業、電機等産業の不振の余波を受け、下請製造業の業況が一気に悪化している。商業、個人向けサービス業は秋物需要の盛り上がりに向け、観光関連産業は紅葉シーズンの遅れから例年の集客に至っていない。また、景気全体の低迷のため、建設需要も盛り上がっていない。          |
| 雇用関連  | 良くなっている   | -                        | -            | -  |
| (北関東) | やや良くなっている |                          |              |  |
|       | 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）              | 周辺企業の様子      | ・忙しい所と暇な所があり、今は大して変わらない。   |
|       |           | 人材派遣会社（営業担当）             | 採用者数の動き      | ・日本の政局不安や円高、中国の政治、経済不安のためである。  |
|       |           | 求人情報誌制作会社（経営者）           | 周辺企業の様子      | ・周辺企業は景気が低迷しており、求人広告を掲載する企業が少ない。   |

|           |                |         |   |
|-----------|----------------|---------|---|
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人数は前年比16%増となっているが、前年は東日本大震災による落ち込みもあるため、今年度は例年並みの数値となっている。  |
|           | 学校〔専門学校〕（副校長）  | 求人数の動き  | ・1つの求人に対して複数の受験者がいることから、全体的に求人数が不足していると感じる。また、求職者全員に受験企業を確保するため、学内選考をせず、希望者全員を受験させ、企業に選抜をさせている学校も増えており、こういった意味でも求人数は減っている。  |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（経営者）    | 求人数の動き  | ・今月は自動車関連の電子、自動車部品、またその付帯する企業の募集傾向はゼロに等しい状態である。ただ、サービス業である介護関係の職員募集、またレストランを含む飲食店関係の販売員の募集は活発さを見せている。建設関係はあちこちで見られるため、建築、建設関係は、これからゆっくり伸びていくと思われる。一方、秋冬物の衣料は依然として出だしが鈍っている。 |
|           | 人材派遣会社（管理担当）   | 求人数の動き  | ・取引のある派遣先で欠員が出ても補充がなく、全体として求人数が少なくなっている。  |
|           | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・新規求人申込の動きを見ると、各業種が小幅な増加、減少を見せており、全体的には前年とほぼ変わらない。そのなかで倒産による大量解雇者の発生が数件確認されており、年末に向けての雇用の動きは厳しくなりそうである。   |
|           | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き | ・徐々にではあるが、10月末で退職予定の大手企業の在職者が相談に来ている。事業所からは中国との間における尖閣諸島問題が心配という話が聞こえてきており、解雇を出したという事業所もある。   |
| 悪くなっている   | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・今月に入り、広告スポンサーが経費削減で軒並みに契約解除してきている。   |