

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 | コンビニ（経営者） | ・朝晩大分冷え込んできたが、その分ホット商材が動いている。これから観光シーズン、クリスマス、年末年始と、攻めるチャンスはたくさんある。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・年末に向けて売上を稼げる商品が増えてくることと、イベント等があるため、来客数が増加する。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・これから消費税が上がるので駆け込み需要があり、良くなる。当店ではエコカー補助金と同じくらいの駆け込み需要があると踏んでおり、そのために準備しているところである。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・最近、週末には県外客が多く来店している。消費意欲が高まってきている感じがする。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 百貨店（店長） | ・天候も低めの気温で安定するので、これまで動かなかった重衣料に期待できる。 |
| | | 百貨店（店長） | ・高品質の商品の売行きは継続する。シニア層の外出需要も持続されている。 |
| | | スーパー（店長） | ・現在、買上点数及び単価が上がり調子なので、年末商戦も含めて良くなる。 |
| | | スーパー（経営企画担当） | ・12月の賞与支給額が上がれば、個人消費も一時的には多少は良くなるのではないかと。ただし、4月からの消費税増税はかなりマイナスに作用すると思われる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・消費税増税前に必要な物は早めに購入すると思われる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・映像商品でテレビが伸び始めているので、年末に向けて期待できる。その他、期待できる商品としては、エアコン、スマートフォン、パソコン、調理家電などがある。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・来年4月に消費税が上がる前の駆け込み需要がある。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要があると思われる。 |
| | | 乗用車販売店（管理担当） | ・消費税増税に伴い、3月までは駆け込み需要が見込まれるが、冬のボーナス支給により需要動向は変動すると思われる。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | ・3か月以内に新型車の発売が控えているため期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・消費税増税前の駆け込みと新型車の発表で、受注、整備共にやや良くなる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・企業の賞与の時期であり、消費税増税前の駆け込み需要も追い風となるが、周辺企業の景気が向上してきているのが、一番大きな要因であるように思う。銀行等の会合や商工会議所等のデータを見ても、DI値等の数値として出てきている。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・年末商戦や消費税増税前の駆け込み等で高額商品の動向が良くなる。 |
| | | スナック（経営者） | ・選挙後は、少し上向いてきているようなので、このまま回復してくれると良い。人通りはそれほど悪くないので、何とかなるだろうと思っている。 |
| | | スナック（経営者） | ・少しずつ予約も入ってきているので、先行きはやや良くなる。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・これから秋のシーズン、年末年始を迎え来客数の増加が期待できる。 | | |
| 観光型旅館（経営者） | ・実質経済成長は今までと同様だが、物価が上昇しているため名目での経済成長が見込めることから、景気が良くなったような気分になる。 | | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・11月後半から12月、1月と、忘年会などの催しがある。例年に比べてそんなに期待はできないが、一番お金を使う時期なので、人や単価の動きがあると期待している。 | | |
| 都市型ホテル（営業担当） | ・忘年会シーズンや年末の関係でこの先2か月ぐらいは伸びていく。年明けの1月は結構苦戦する月なので、年が明けてどうなるかは状況を見ないと分からないが、この先2～3か月ということではいくとやや良くなるという判断である。 | | |
| 旅行代理店（営業担当） | ・年末年始にかけて旅行需要は増加する傾向があるので、やや良くなる。 | | |
| 遊園地（職員） | ・新規イベントの開催や、外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客が来園すると期待している。 | | |
| その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） | ・売上などから考えると、少しずつ上がっているように感じる。今後も急激ではないが少しずつ上がっていく。 | | |

| | | |
|---------------|---|--|
| | 住宅販売会社（従業員） | ・別荘は高額のため、消費税増税前の一時的な駆け込み需要が予想される。 |
| 変わらない | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・天候も回復してくれば、行楽の準備や参加ということになり、活気が出てくれば良いと思っているが、まだまだである。 |
| | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・エコポイントや地上デジタル放送移行の時のように、消費税関連でのセール等を期待しているのか、消費者の動きはまだ鈍い。この先2～3か月では消費税絡みの売上、収益は見込めない状況である。 |
| | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・ここ何か月かはしばらく低迷維持という感じで、売上の動きも、野菜や果物の単価の変動のみで、来客数の増減の動きもほとんどない。 |
| | 百貨店（営業担当） | ・衣料品の売上改善状況が見られないこと、堅調であった化粧品、洋品雑貨などの売上も鈍り始めたため、厳しい。 |
| | 百貨店（販売促進担当） | ・地方都市では大幅な冬期賞与増も期待できず、消費が改善する見込みは少ない。ただ、消費税増税前の駆け込み需要は必ず来るので、その部分は期待できる。 |
| | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税に向けた先行消費行動が少しずつ表れてくると思われるが、景気が好転する材料は見当たらないので変わらない。 |
| | スーパー（総務担当） | ・小売業ではアベノミクス効果がまだほとんど見えない状況であり、その波も来年の消費税増税で来る気配がしない。 |
| | スーパー（商品部担当） | ・ここ数か月間の来客数、売上などに著しい変化はなく、小売商品の値上げや消費税増税などが控えている状況を考慮するとこの先も変わらない。 |
| | コンビニ（経営者） | ・店舗前が4車線になり、反対車線から車が入って来られず、商売に影響が出始めているためである。 |
| | コンビニ（経営者） | ・2～3か月では競合店との関係がまだ解消できる状況にはならない。年末商戦が始まるので、その分はある程度頑張れると考えているが、まだ業績が上向くほどではない。 |
| | コンビニ（経営者） | ・年末年始の商戦を迎え、4月に消費税が8%に上がるという心理的影響から、客の心理は控え目な傾向にあると感じる。この状態で8%というのは末端消費者には悪影響が出るのではないかと。 |
| | コンビニ（店長） | ・競争相手が出店して2か月くらいだが、まだ来客数や売上が戻ってくるような状況にないので、今のままで変わらないのではないかと見ている。 |
| | 衣料品専門店（販売担当） | ・身の回りの物が値上がりが続けており、この状況は2～3か月先も変わらないので、客の財布のひもが固いのも続く。天候や、今月のように年金支給月といった後押しがあれば幾分は違うと思うが、それ以上の期待はあまりできない。そのような形で、2～3か月先も現在の流れのまま推移していく。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | ・地域全体では、当分現在の景気動向のままで推移すると思う。ただし、消費税増税と、地元の手車メーカーが1～2年後にアメリカで新工場建設など増産体制を整備すると共に、一次下請の協力会社も数社が付随して進出するので、来年あたりに消費マインドが冷えることが心配である。 |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・商談が出てから契約までの時間が今までより短くなったような気がする。今後に期待したい。 |
| | 乗用車販売店（販売担当） | ・ミニ展示会などで集客を図っているが、来場数は極端に少ない。また、その半分は冷やかしてある。この先2～3か月について、取り巻く環境で良い要素が何もないので、このままあまり良くない状態が続くのではないかとみている。 |
| 自動車備品販売店（経営者） | ・今月が今までより良いので、今月より良くなるとは思えない。せいぜい同じくらいか少し下がるかというところである。 | |
| 住関連専門店（仕入担当） | ・売上を確保するために利益を削る流れはこれからも当面変わらない。特に、海外からの仕入品の価格上昇もあり、利益率の確保が困難な状況は今後も続く。 | |
| 一般レストラン（経営者） | ・ここ何か月かは良くも悪くもない状況が続いている。それほど悪くはないが、どうしても良い方向に向かう兆しは見えないという状態である。アベノミクスということであるいろいろな経済対策が打ち出されているが、なかなか地方まではその影響が出てきていない。 | |
| スナック（経営者） | ・これ以上悪くなって欲しくないという意味での変わらないという回答である。地方にはなかなか景気回復の実感が伝わってこない気がしている。 | |
| 観光型ホテル（営業担当） | ・観光地の宿命で、これからオフシーズンを迎えるため、宿泊予約の伸びは鈍い。年末の宴会予約は比較的好調である。 | |

| | |
|---------------------|--|
| 都市型ホテル（支配人） | ・宿泊、宴会共に先の予約状況は前年とほぼ変わらない。 |
| タクシー運転手 | ・都市部でタクシー利用客が増えたとしても、地方では限られた人だけで、利用客が増える要素は見当たらない。 |
| タクシー（経営者） | ・利用客が少ないのでこの先も変わらない。 |
| 通信会社（経営者） | ・家や車など高額品は増税前の駆け込み需要があるだろうが、当地域は高齢者が多いためか、大型商品も特に動いているようには感じられない。むしろ増税後の買い控えの方が大変心配である。 |
| 通信会社（経営者） | ・消費税増税も決まり、ますます節約志向になり解約が増えるのではないかと心配している。 |
| 通信会社（局長） | ・景気回復に対する期待感も薄れつつあるように見受けられる。企業の業績回復と給与支払いの増加が必ずしも連動していない。 |
| テーマパーク（職員） | ・台風などの天候不順が続き、紅葉シーズンの誘客にも大きく影響が出る恐れがある。 |
| ゴルフ場（支配人） | ・予約は順調であるが、相変わらず周辺コースとの競合で平日、土日共に客単価が落ちている。地場産業を始め、全業態、コンペの活発さはない。 |
| 美容室（経営者） | ・これから先、いかにして固定客を引き止めて来店させ、単価を上げるか努力しなければ競合店に負けてしまう。単価を上げるためには何をしたら良いかを模索している状況である。 |
| その他サービス〔立体駐車場〕（従業員） | ・月ごめは2～3か月後、年末年始を含め、法人、個人共に予約状況は横ばい、前年比で見ても同じなので、変わらないと判断している。 |
| その他サービス〔イベント企画〕（職員） | ・賃金の値上げ等が叫ばれているが、まだまだ反映はされていない。 |
| 設計事務所（所長） | ・週末や月末にイベントを計画して集客方法を考えないと、今月より景気が良くなる見込みがない。年末に向けて検討しなければいけない時期に来ている。 |
| やや悪くなる | |
| 商店街（代表者） | ・小売店の売上にはアベノミクスは全く関係なく、年々売上は減少するばかりである。大手が上昇しているのと反対に、先細りしていきそうである。 |
| 商店街（代表者） | ・郊外に大型複合店がまもなくオープンする。商店街の近くなので影響が大きいのではないかと不安である。 |
| 商店街（代表者） | ・取扱商品の中で、メーカーによっては値上げをしている物もあり、運賃が高くなっているの、客からの少ない注文に対して運賃負けしてしまうようなこともある。給料は上がっていないのに、物価が上がり、これからは大変である。 |
| 商店街（代表者） | ・消費志向が変わり、贈答市場の縮小を感じる。 |
| 一般小売店〔乳業〕（経営者） | ・地方の一般家庭の消費意欲が伸びるような要因が現時点では見当たらない。 |
| 百貨店（店長） | ・いわゆるアベノミクスの効果が地方に波及してこない中、消費税増税による駆け込み需要もあるだろうが、個人は消費税増税後に対する警戒感も出てくるのではないかと。 |
| スーパー（統括） | ・電気料金、ガソリン代の値上げが実感として押し迫って来ており、収入が増えない中で直接家計支出や企業経営に影響を与え始めるため、先行きに不安がある。 |
| コンビニ（経営者） | ・ここ半年ぐらいの間に競合店が2店オープンしているのが悪くなる原因である。 |
| コンビニ（店長） | ・今月中旬に全国ネットのテレビで町の見どころ、食べどころ等が紹介され、しかも放映日が町おこしイベントの開催日程とちょうど重なったため、予想以上の人出があり、店への来客数もかなりあった。これが10月全体の景気を引き上げており、この状況が続けば良いのだが、一過性と思われるので、悪化するのではないかと考えている。 |
| 衣料品専門店（統括） | ・夏から秋にかけてはいろいろな行事やお祭り、イベントが盛んに行われた。これから年末年始にかけては、本来であれば非常に売上が上がる時期だが、それも過去の話であり、今は大変厳しい社会情勢、経済情勢なので、期待できるようなことは少ない。 |
| 高級レストラン（店長） | ・景気回復の恩恵を受けている企業はごく一部しかなく、末端の個人商店は回復とはほど遠い状態である。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・ほぼ変わらないと思う。この先の消費税や雇用のことなど考えると、不安感から、あまり良くなるとは考えづらい。 |
| 旅行代理店（所長） | ・オフシーズンになるので、当然ながら下がる。消費税増税前の駆け込み需要も期待できるシーズンではない。 |

| | | |
|-----------------|---------------------|---|
| | 旅行代理店（副支店長） | ・消費税増税で駆け込み需要がありそうだが、あくまで駆け込みなので、その後は恐らく低迷する。旅行費用が全体的に上がってしまうことも懸念材料である。海外旅行は前年並みの水準であるが、年末年始の受注に期待している。 |
| | タクシー運転手 | ・運行回数が減少している。特に、夜の動きが悪い。また、単価も低くなっている。 |
| | ゴルフ場（業務担当） | ・ここ2～3か月、単価の下落が止まらず、なかなか売上が伸びない状況にある。特に10月については、他のゴルフ場も同じだと思うが、土日に台風が襲来するなど悪天候がつづき、入場者が少なくなり、売上も悪くなっている。将来的にはセルフ化が進み、キャディ付きのプレーが少なくなっていくことで、その分だけ客単価が下がり、入場者を確保できても売上が伴わないという方向にある。 |
| | 競輪場（職員） | ・全国発売の記念競輪の売上がほぼ同額で推移している。 |
| | 美容室（経営者） | ・当地域は景気回復になっていない。ボーナスが支給されない企業が多いことも関係している。客の話では、子どもの教育も奨学金を利用し、卒業後自ら返すと言うので進学させることにしたという話もある。個人の収入が伸び悩んでいる中、親の貯蓄は生活費に回っており、消費が伸びるとは考え難い状況である。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・消費税増税前とその後しばらくは設計依頼が少なくなると思われる。 |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・消費税増税に関連して値上げするか値下げするかを見極める時期になりそうである。買い控えが進むと思われる。 |
| | 悪くなる | |
| | 一般小売店〔衣料〕（経営者） | ・地元商工会議所では10月1日より3億3千万円のプレミアム付き商品券を販売し始め、28日ごろには全部売れたということだが、まだ当店には買上が回ってきていない。いろいろなことを考えると、あまり良い時代、世相ではないと感じている。 |
| | スーパー（経営者） | ・小売業界はデフレ脱却に至っていない。 |
| | 一般レストラン（経営者） | ・昼夜共に客数が減少し続けているので、今後の見通しも悪くなるのではないかと考えている。 |
| | 通信会社（経営者） | ・同業他社が相次いで倒産、閉業している。蓄えの食い潰しも底を突いた感が強い。地方の景気はまだ回復の見込みはない。 |
| | 設計事務所（所長） | ・2、3か月後は実際には現在の工事が完成間近となり、その間は忙しいだろうが、その後の予定はかなり厳しい。 |
| 企業動向関連 (北関東) | 良くなる やや良くなる | |
| | 食料品製造業（営業統括） | ・販売業者やソムリエ等、関係者間で国産ワインを見直す風潮が強まっている。これから新酒の季節に入り、1,000円以上の100%国産ワインの人気ますます高まるものと考えられる。 |
| | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・毎年のことながら年末商材対応で一時的に売上は回復するが、依然厳しい状況には変わらない。クリスマスイベント対応の出張教室等は期待できると見込んでいる。 |
| | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | ・落ち込んでいた売上が前年並みに近付いてきている。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・新規取引先の開拓も手ごたえがあるようになってきたところであり、少しではあるが従来品の増量も続いている。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・自動車関連を中心に試作開発案件が増加するとともに、一般的に仕事量の拡大を見込んでいる。確実に仕事が動き始めている。 |
| | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・11月、12月は展示会も多く企画されているので、増税前の需要に期待している。 |
| | その他製造業〔環境機器〕（経営者） | ・環境装置の展開は順調に推移している。昨年から進めている太陽光事業の計画が、順調にいけば県内6か所、約5メガの契約になる。大手電力会社との連携になった場合、借入れと売電の関係だが、来年度でほぼ完成となるため、やや良くなる。 |
| | 建設業（開発担当） | ・公共工事は労務単価が上昇したので、以前に比べ発注額が高くなり、利益計上が回復している。また、アベノミクス効果による公共工事発注も今後期待できるとみている。民間工事も消費税増税が確定したので、駆け込み需要が期待できる。今後、営業に力を注いで受注に結び付けたい。 |
| | 金融業（経営企画担当） | ・サービス業においては富士山の世界遺産登録効果が更に大きくなると期待している。 |
| | 金融業（役員） | ・一部の業種が景気を支えているわけだが、その恩恵が地域の零細企業や下請、賃金に反映してくれば、消費を押し上げて、若干だが良くなるという気がする。 |

| | | |
|--------|--|--|
| | <p>広告代理店（営業担当）</p> <p>新聞販売店〔広告〕（総務担当）</p> <p>経営コンサルタント</p> <p>司法書士</p> <p>その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）</p> | <p>・駆け込み需要でやや良くなる。</p> <p>・建設会社では職人が足りずに工期が間に合わない、これからの工事は工期が長くなると話しており、仕事は切れ目ないようである。消費税増税、東日本大震災などが要因ということである。</p> <p>・引き続き、建設業、地場の小売店、飲食店、企業向けサービス業、製造業の下請などに上昇感があり、個人消費は増えていく期待がある。また、設備投資に意欲的なところも徐々に増えてくると思われる。</p> <p>・少しずつ良くなっていると実感しているが、その他に周囲を見ても期待感が大変大きく、ここ5～6年とは少し異なる期待感なので、少しずつ良くなっていくのではないかと考えている。</p> <p>・商談が増えつつあるので回復する。</p> |
| 変わらない | <p>金属製品製造業（経営者）</p> <p>一般機械器具製造業（経理担当）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（営業担当）</p> <p>輸送用機械器具製造業（経営者）</p> <p>建設業（総務担当）</p> <p>輸送業（営業担当）</p> <p>通信業（経営者）</p> <p>金融業（調査担当）</p> <p>不動産業（管理担当）</p> <p>社会保険労務士</p> | <p>・周りでも良くなっている気配はなく、当社でも景気が良くなっているという実感はない。早くそういう実感を味わえたらよいと感じている。</p> <p>・地方では景気が良くなったというような実感はなかなかかわかない。</p> <p>・納入先では来年3月までの販売量は高い状態で、それ以後がゆっくり落ちるだろうという予想を立てている。この先は消費税関連で特需の発生やその反動減が来るかもしれないが、現状のところはまだ全然見えていない。いずれにせよ海外調達が主流となり、日本でのものづくりが少なくなるという大きな流れは変わらない。</p> <p>・今月末に予定されている、取引先の下期計画発表次第なので何とも言えない。</p> <p>・来年4月から消費税8%ということで、病院、公共工事の仕事量は増えているが、民間工事は少なく、受注内容も厳しい状態が続いており、景気が良くなるとは思えない。</p> <p>・受注先が十数社あるが、非常に落ちている会社もあれば、普通の会社、ちょっと上向きの会社もあり、この半年はこの十数社で何とか乗り切っている。この先も、良い会社、悪い会社、受注の多い、少ないがあり、2～3か月先はどうなるか全く分からない状況である。</p> <p>・年度末までは、特に状況は変わらないのではないかと。</p> <p>・今後は冬場の暖房器具、こたつ、カーペット、ヒーター等や雑貨が前年並みに動く予定である。中でもインターネット通販向けの物量は大変伸びている。ただし、円安で利益が薄くなっている状況が続いている。</p> <p>・消費税増税、諸物価の高騰、福島第一原子力発電所の問題等々、先行きの不安が多すぎて、庶民は気軽にお金を使えない状況である。政治家、官僚だけが生活不安も感じずにのんびり暮らしており、国会議員の定数削減の話などどこにいったのかと感じている。</p> <p>・建設業の駆け込み需要が一巡するためである。</p> <p>・資材の値上がりや経費等の増加が続いているので、工事請負の受注額を上げようと先方に依頼はしているものの、なかなかそれに応じてもらえないような状況が続いている。今後も値上げ交渉はなかなか難しい状況である。</p> <p>・一部の製造業は回復傾向にあるが、全体の給与所得等が上がっていかないと、サービス業などは今の状況が続くものと思われる。</p> |
| やや悪くなる | <p>食料品製造業（製造担当）</p> <p>出版・印刷・同関連産業（営業担当）</p> <p>化学工業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> | <p>・灯油などの需要期に入り、価格も高騰しているため、利益確保が難しくなる。また、市場に量を売るだけのキャパシティがない。</p> <p>・年内に紙代が上がるということで、利益が薄くなるのではないかと大変危惧している。</p> <p>・鉄骨加工、金属加工の分野が全く回復しないため、来年1月以降のメイン商品の生産が低調になりそうである。</p> <p>・いかに生き残るかが問題であり、先行きは全く不明である。</p> |

| | | | |
|-----------------------|---------------|--|---|
| | | 輸送用機械器具製造業 (総務担当) | ・主力の大手メーカーの3か月見通しでは、受注量の水準は高いままで大きな変化はない。ただし、9月以降コストダウン要請を受理したという状況の中、原材料価格が上がってきているので、売上の水準は高いものの、収益は減益基調に入ってきている。この先一層、コスト削減のための施策を展開しなければならない状況である。 |
| | 悪くなる | 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 (北関東) | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社(経営者) | ・秋冬物等の衣料品、ギフト用も含めた食品関係に少しずつ動きが出始めている。住宅関連についても消費税増税前の駆け込み需要で動きが出始めている。自動車関連や電子については、募集傾向からしても一進一退という状況である。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・取引先の宿泊施設では、今後の予約が増えている。ホテルなども稼働が増えることを見越し、予算や売上の情報を上向きに設定するようになってきている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社(経営者) | ・今のところ、仕事に関する活気ある話はあまりない。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・新規求職者数は4～6月にかけて早期退職の追加実施などもあり、7月は前年同月比10.9%増、8月は8.1%増、9月は13.0%増と、依然として増加傾向にある。対して新規求人状況については7月が前年同月比4.3%減、8月が9.2%減、9月は6.0%の増加となっているが、企業訪問時などに事業主に話を聞いても、新規求人などは厳しい状況である。管内主要企業が吸収合併されたことから、協力会社、下請企業の受注量も減少気味という声もあり、状況は変わらない。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・地方では景気回復感は希薄である。材料費、燃料代の高騰など、不安がある。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・企業に景気が回復してきているという実感がなく、2～3年はまだ上向かないだろうという企業が多い。逆に、円安の影響による原材料価格の高騰や、ガソリン価格の値上げに影響を受けている状況である。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・前年同期比では、景気の持ち直し感のはっきりと数値に出ているが、現在は横ばい状態である。11月末には大手企業の人員整理が予定されているが、その影響で求人数が減少しているといったこともないため、全般的にはしばらく横ばいで推移するのではないかと考えている。 |
| | | 民間職業紹介機関(経営者) | ・求人をけん引する製造業では自動車関連に明るさがあるが、一般製造業は先行き不透明感があり、正社員の新規採用に慎重な姿勢は改善されていない。 |
| | 学校[専門学校](副校長) | ・県内の9月末の高校生就職内定率が48%と発表され、リーマンショック後の5年間で最高となった。リーマンショック前は60%で、まだまだ及ばないものの、今後も内定率が伸びていけば景気回復が実感できるのではないかと考えている。 | |
| やや悪くなる | 人材派遣会社(管理担当) | ・長期の派遣業務は減少傾向にあり、短期にシフトしている。 | |
| | 人材派遣会社(営業担当) | ・正社員希望の求職者が増える一方で、新卒、第2新卒との競合があるため、条件が一段と厳しくなると予想される。 | |
| | 悪くなる | - | - |