

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 (東北)	良く なっている	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・前年の消費増税以降、初めて単価が前年を上回っている。来客数も6か月連続で前年を上回っており、売上が回復している。カウンター商品であるドーナツ、コーヒーなどが単価の上昇に貢献しているとみている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・9月の大型連休には多くのイベントがあり、一過性ではあるものの、タクシーが足りない状態になっている。そのため、マイナスになる要素がなく、良い状態が続いている。
やや良く なっている		一般小売店〔書籍〕（経営者）	単価の動き	・プレミアム付商品券の効果により、全体の商況が押し上げられている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・1品単価が若干低下しているものの、来客数、買上点数共に伸びている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・当エリアにおいて、来客数が前年と比べて若干ではあるが良くなっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・競合店による出店はあったものの、夏の天候に恵まれて担当する複数店舗を含めて売上、利益共に順調に推移している。また、当県全体の売上も8～9月の前年比は100%を超えている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・お盆を境に暦どおりに気温が低下しており、カジュアル中心に秋物商材が順調に立ち上がっている。その後、プライダル需要やビジネス衣料の買換え需要へとつながったこともあり、良い状態となっている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・従来の商品構成を変えたことで、少しずつ売上を維持できている。今後も更に商品構成を変化させていくつもりである。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・まだ数字には結びついてはいないものの、客の様子は少しずつ積極的にお金を使っていく方向になりつつある。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・単価による二極化がみられるなか、若干ではあるが高単価利用の来客数が増加の傾向にある。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・旅行に対する助成や、連休や週末に大きく天候が崩れることが少なかったため、利用も予約も順調に推移している。販売量も、夏季休暇と同様とまではいかないが非常に良い結果を維持し続けている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・夏場の個人旅行は若干落ち込んでいたが、秋口は例年並みに戻ってきている。また、ふるさと旅行券の販売も売上増加に寄与している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規契約者数は少ないながらも横ばいで推移している。その一方でこれまで横ばいであった解約者数が減少してきている。特に放送と通信のセットメニューが加入者獲得数を下支えしており、ようやく底が見えてきた印象がある。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・平日におけるフリー客の来客数の動きにさほどの変化はない。しかし、土日や9月の大型連休などはしっかりと世の中が休みの時の客の出足は良い状態であり、休みの日に外出をする傾向がみられている。そのため、来客数は前年比101～102%となっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数が前年並みに届いている。さらに、若干ではあるが客単価も上昇している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・前年同時期に比べて販売量、売上共に6%ほど伸びており、好調を維持している。
変わらない		商店街（代表者）	販売量の動き	・9月上旬は良かったが、その後の荒天により客足が遠のいた感がある。また、生鮮、青果、食品雑貨店では、一部商品の値上げの影響が購入品目の減少もあり、苦戦している様子がうかがえる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今年は早い時期から好天に恵まれて来客数も多かったため、夏物はまずまずの売行きである。また、飲食についても外を歩く人が多かったことから来客数も多く、まずまず好調に動いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・9月半ばまでは降雨が激しかった。さらに、20日以降は連休となっており、売上がない状態である。

一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・今月に特化すれば、売上は前年比85%と落ち込んでいる。ただし、客の様子からは決して悪い状態であるとは見受けられない。プレミアム付商品券を使用して7～8月に余分に購入したことや、9月の大型連休のために落ち込んでいるだけで、通常の買物や客の様子をみても、景気が悪いという印象は受けない。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・低価格商材の販売量は良くなってきているものの、高額商材の販売量が伸びていないため、結果的に売上は変わらない状態である。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・9月の大型連休ということもあり、客の消費もかなり上向きに推移している。ただし、連休が明けてからはやや息切れ感がみられている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・大雨の影響で一時的に客足が遠のいて売上に影響したが、それ以外の大きな変化はみられていない。また、前年の消費税増税による反動減も落ち着きつつあり、売上に対する影響も薄れてきているなか、化粧品、宝飾品などの高額商材が予想以上に売上を増やしている。そのため、景気全体の落ち込みはあまり見受けられない。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・9月に入って本格的な秋物商戦に突入しているが、衣料品の動きが鈍い状態である。
百貨店（買付担当）	販売量の動き	・月初は定価品を中心に好調であったが、9月全体で見ると単品買いや低単価の商品の動きが多く、数字を伸ばすことができていない。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・気温の低下とともに高単価の衣料品が少しずつ動いており、客単価は相応に推移している。ただし、来客数の減少傾向が続いており、全体的な購買動向に変化はみられない。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・野菜の高騰や惣菜の好調などによる単価上昇に助けられているが、来客数は相変わらず減少している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・台風や大雨などの影響により、農産物の価格が高騰している。また、その他の食品も値上げの傾向にあり、買上点数がやや落ちてきている。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・客は依然して不要不急のものを買い控える傾向にあり、特売商品以外の伸びが鈍い状態が続いている。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・売上は前年を上回っているものの、単価が上昇しているだけであり、買上点数は前年を下回っている。関連販売などで購入を促しているが、売上には結びついていない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少に伴って売上が落ち込んでおり、特にお昼のピーク、深夜帯の落ち込みが目立っている。また、9月の大型連休もあったが、当店では立地の関係上マイナスに作用している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数に変化がない。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温低下の影響で単月的に景気が悪いものの、元の状態に戻りつつある。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・気候は秋めいてきているものの、秋物の動きは鈍い。また、例年であれば先物買いの客が9月に来店するが今年は少ない状態であり、客はますます実需志向になっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の使用期限が終了した後は売上が減少している。
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ビジネスマンのスーツ需要及びブライダル需要が、気温低下の影響により例年よりも早く動いている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・販売量が前年に届いていない。また、秋物商材の動きも鈍い状況である。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が例年と比較して減少している状況が続いている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売台数が伸び悩む一方で、中古車販売とサービス売上は堅調に推移している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車発表時は多少の受注が取れるが、後が続かない状況である。また、促進活動をするものの見込客の獲得は非常に厳しい。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客は車の購入を我慢して乗っているのか、修理の件数がかかなり伸びている。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・土日や9月の大型連休などでも来客数が全く増えていない。

乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・例年であれば、繁忙期であり来客数が増加して販売量や在庫台数が伸びるのだが、今年は例年の活気がみられていない。販売台数の前年割れが依然として続いている。
住関連専門店 (経営者)	お客様の様子	・耐久消費財を扱っている。先月から閉店セールをしているが、品数や在庫数が少なくなっていることもあり、販売量にさほどの変化はない状況である。
その他専門店 [パソコン] (経営者)	販売量の動き	・これ以上減少しないように気を配っている状態であり、2か月前から販売量に大きな変化はない。
その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・秋らしい気温になっており、秋物商材の売行きが良い。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	単価の動き	・原油価格の下落に伴って販売価格が下がってきているため、収益が出なくなってきた。また、夏休みが終わり、涼しくなって冷房用の需要がなくなりつつあるため販売量も減少している。現在は、需要が増加する秋のレジャーシーズンまで一息ついている状況である。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・状況が動くような大きな要因もなく、販売量の動きにも変化はない。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・チラシを配れば来店するものの、配らなくなると来店しなくなるという状況であり、客の動きに変化はない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は良い時と悪い時が極端であり、全体的に景気が良くなっているようには見受けられない。また、客からもあまり良い話を聞くことはできず、業種による偏りがうかがえる。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・地元客は農繁期と選挙が重なり、夜に外出する人は限られている。しかし、仕事や観光などの県外からの来客数が結構あったため、結果として大きな変化はない状況である。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・9月の大型連休という山場はあったものの、トータルで見れば大きな伸びはない。
都市型ホテル (経営者)	お客様の様子	・季節の移り変わりとともに来店する客層も変化しているが、客の動向としては、おおむね変化なく推移している。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・6月以降はそれほど大きな変化もなく安定しているが、どうしても飛び抜けて良い月がないことが悩みである。また、全体的な販売量は減少傾向にある。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・会社としての生産能力の限界もあるかもしれないが、販売量の変化があまりなくなってきた。
旅行代理店(店長)	単価の動き	・低価格志向が続いており、売上が伸びない状況が続いている。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・天候不順や台風、豪雨などの影響により、消費量や受注量が減少している。
タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず乗客数が少ない。客は節約を心がけているように見受けられる。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・経済政策であるプレミアム付商品券の効果は一時的であり、景気の全体的な底上げにはなっていない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・復興需要のある建設業はまだ良いが、他業界の客からは相変わらずコスト削減の要求ばかりである。
観光名所(職員)	来客数の動き	・今月の前半は雨が多く不調であった。9月の大型連休は好天に恵まれて好調であったものの、前回と比較すれば来客数は少ない状態である。
遊園地(経営者)	来客数の動き	・9月中旬までは天候不順であったものの、今年は6年ぶりの大型連休で好天にも恵まれている。新規オープンした水族館の影響がありながらも、前年はもちろん6年前と比べても来客数はわずかながら上回っている。
美容室(経営者)	来客数の動き	・平日昼間の来客数がどんどん減少している。また、以前はシャンプーだけの客もいたが、最近では見かけなくなっている。
設計事務所(経営者)	販売量の動き	・仕事量の少ない状態が続いている。まわりの業者に聞いても、大分仕事が減ってきているようである。
やや悪くなっている 商店街(代表者)	お客様の様子	・一般客の消費の動きは停滞している。週末は多少の動きがあるものの、平日は全く動きがない。

商店街（代表者）	販売量の動き	・生活必需品の値上がりで非常に厳しい状況である。円安による輸入品、食料品、衣料品などの値上がりが一番の原因であるが、国内の食料品、野菜なども季節的な要因で値上がりしている。所得が思ったほど上がらないなかでこれでは厳しくなって当然である。8月ごろから良くない感じがしていたが、これはもう悪い方向に向かっていくとしか言いようがない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の影響により、お盆ごろまでは好調を維持していたが、その後は地方選挙などもあり、個人消費が喚起されないまま9月となっている。また、天候不順の影響もあり、飲食を中心に物販関連は低調となっている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・大型連休や台風の日に来客数が大きく減少しており、今月はここ半年の平均的な来客数からみても2割近く落ち込んでいる。単価はやや上向きに推移しているが、来客数の落ち込みをカバーするまでには至っていない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・当社の主要顧客である中間顧客層において、食品を始め様々な商品の値上げに対して敏感になっているようであり、購入の動きが鈍化している。また、例年に比べて残暑が少ないことから秋物商材の動きを期待していたが、これまで以上に慎重な購買スタイルが目立ってきている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今はネット通販やサイズレスの物も多く、店に出向かなくても個人の生活スタイルに合わせた買物が出来るようになってきている。百貨店でなくてはならない理由もなくなりつつあるため、今までの顧客が離れる傾向が見受けられている。良い客も多いがそれだけでは限度があるため、新規客の呼び込み、離反客の呼び戻しが現在の課題となっている。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・9月上旬～中旬にかけての大雨により、来客数に大きな影響が出ている。そのため、秋物商戦の立ち上がりの盛り上がりもなく、各アイテムの販売量は前年を大きく下回っている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・月の前半は天候不順により客の動きが鈍かったが、9月の大型連休からは天候が回復しており、客の買い回りの動きが続いている。ただし、周囲に競合店がオープンしており、価格攻勢をかけられている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・客は目的買いが多い。新商品などが出ても、目的の商品にプラスして買うことが少なくなっている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・9月の大型連休は好天に恵まれ盛況であったものの、客単価の前年割れは依然として回復しておらず、苦しい経営が続いている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人口減少に加えて、働き先の選択肢が増えている。そのため、総じて来客数や働き手に困窮している。
コンビニ（店長）	単価の動き	・競合店であるコンビニやドラッグストアなどの小売店の出店に伴い、顧客の分散化が進んでいる。そのため、販売環境はより一層厳しさを増している。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・8月後半からかなり涼しくなり、その勢いで9月の秋物の動きが活発になったが、途中から残暑が復活したことにより、勢いが少し削がれている。また、9月の大型連休において客足は行楽に向いており、買物に来てもらえない状況が続いている。
乗用車販売店（経営者）	それ以外	・ドイツの自動車メーカーの違法行為によって、業界全体に対する不信感がみられている。
住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・ソファの張替えなど、新しい商品を買うのではなく修理をする客が非常に多くなってきている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・地元は農業関係者が多く、稲刈りや収穫作業により飲食店に客が入りにくい月となっている。また、店頭でも商品の回転が少し鈍くなってきており、売場を増やさない対応が難しくなっている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・急な気温低下の影響もあるのか、人の動きが急に落ち込んでいる。得意先の飲食店からも良い話を聞くことがなく、思った以上に静かな月となっている。また、9月の大型連休では都市部からの帰省客が目立ったが、家で過ごす傾向が多くみられており、売上に直接つながるような状況ではない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・残暑が厳しいかと期待していたが、早々に涼しくなり夏物の売行きが半減している。特に女子の制服は動きが止まっている。

	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・当地域で開催されたアイドルコンサートの影響で、その他の観光客が近寄れない状況になっている。そのため、9月の大型連休があったものの、思ったほどの効果は表れていない。また、連休でお金を使ったこともあり、財布のひもが非常に固いという印象を受けている。	
	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・市場において同業者の話を聞くが、どこも景気はあまり良くないと話しており、仕入れの量も少ないようである。また、周囲の競争相手も同じく、来客数が少ない様子が見受けられる。	
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月は夏の繁忙期と秋の観光シーズンとの端境期である。9月の大型連休により月の3分の1以上が休日であるにもかかわらず、団体客がほとんどなく、宿泊人数が伸びないことから売上も伸びていない。北陸フィーバーには勝てないのか、客の目は東北に向いておらず、かろうじて新しくオープンした水族館への旅のコースに入っているくらいである。	
	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前年並びに一昨年と比べても、予想以上に来客数が減少している状況が続いている。	
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災の復興支援行事がほぼなくなっている。また、関東、東北豪雨による影響もある。好調であった建設関係の利用も、仕事量はあるものの人手不足や資材高騰の影響で利幅が少ないとの理由から、以前に比べて利用金額が制限されるようになっている。そのため、法人利用が少なくなってきた。	
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・4～6月のデスティネーションキャンペーンの間は、宿泊部門、レストラン部門共に県外からのゲストが多くみられていた。しかし、今月は宿泊部門以外では計画を達成できていない。	
	タクシー運転手 通信会社(営業 担当)	お客様の様子 単価の動き	・総売上が10%ほど減少している。 ・関東、東北豪雨の影響で野菜の高値が続いており、家計に打撃を与えている。また、米価の下落や米離れもあり消費が低迷しているなか、経済の循環が悪くなっている。	
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・顧客単位で契約までに時間がかかるため、受注が計画を下回っている。	
	その他住宅[リ フォーム](従 業員)	販売量の動き	・受付件数は前年並みであるものの、供給高は前年比55.4%まで悪化しており、今後の予断を許さない厳しい状況である。	
	悪く なっている	一般小売店[医 薬品](経営 者)	来客数の動き	・9月の大型連休に入り客足が途絶えてしまっている。この期間は郊外で人気アイドルグループのコンサートがあったが、これについては交通関係と宿泊関係だけが1人勝ちしており、地域にとっては残念な出来事となっている。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・9月になっても来客数が少ない。その影響は当然販売量にも反映されている。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・秋物本番の時期であるが、早くから秋めいた雰囲気になっているにもかかわらず、来客数も少なく売上が厳しい状況である。
企業 動向 関連  (東北)	良くなっている	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・6年ぶりの9月の大型連休に加えて、アイドルグループのコンサートが開催されたこともあり、当市を訪れる客が非常に多く売上がつながっている。
	やや良くなっている	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・天候に恵まれて、ももの販売は1週間早く最盛期を迎えている。そのため、旧盆の需要期以降は品薄状態が続いており、例年より2～3割高い価格で販売できている。
		輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・生鮮品の出荷が順調に継続している。
		金融業(広報担 当)	取引先の様子	・観光客の数が増加している。
	変わらない	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・米の買取価格は前年より上昇したものの、依然として低い水準にある。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・前半は大雨の影響もあり苦戦したが、9月の大型連休で盛り返した。また、今月より製品の一部を値上げした影響もある。
		食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・販売量は前年割れの状態が続いている。また、新商品の売上も悪い状態である。
	木材木製品製造 業(経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・住宅部材の需給バランスが取れていない。製品単価の下落により収益性が依然として悪い状態である。	

	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ 今月は、選挙関係の印刷物及びPTA関係の大会の印刷物の注文がはいつており、前年同時期に比べて売上が伸びているが、トータルとしては変わっていない。	
	土石製品製造販 売（従業員）	受注量や販売量 の動き	・ 新規大型工事の注文があまりなく、価格を抑えた補修工事が多くなっている。	
	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・ 受注量の見通しは現状とあまり変化のない推移となっている。	
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ 公共工事は減少傾向がみられている。しかし、民間工事は将来の物価上昇を見込んで増加傾向にある。	
	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・ 大型公共工事の発注速度が鈍い状況が継続している。	
	建設業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・ 工事の出件数がやや減少しているように見受けられるが、既存の受注による手持ち工事は高止まりしており、落ち着いた状況が続いている。	
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・ 契約更新の際に他社へと切り替える案件が増加の傾向にある。	
	通信業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・ 常にコンペとなっており、価格優先の安いところが受注を決めている。	
	広告業協会（役 員）	それ以外	・ 大型小売店は3か月連続して増加となっているが、既存店比較では減少している。さらに、自動車販売では6か月連続の減少と厳しい状況が続いている。また、マスメディアにおいても上期は前年比100%とかわらうじて前年を維持しているものの、折込広告は前年をクリアしていない。	
	広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・ 9月の大型連休の影響により営業日数が少ないため、見積の引き合いが少ない。また、連休があったにもかかわらず、お土産品の包装紙や掛紙の売上が芳しくない状態である。	
	公認会計士	取引先の様子	・ 建設関係は、売上の前年比が減少しているものの一定の利益は確保している。ただし、小売関係においては売上の前年比の減少とともに利益も減少傾向にある。	
	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	・ 前年の後半ごろからコンビニコーヒーやPB商品に押されており、メーカー品の缶飲料や自動販売機での売上が非常に落ち込んでいる。これらは売上に対する比重が大きいため、非常に困っている。	
	やや悪く なっている	繊維工業（経営 者）	取引先の様子	・ 天候不順や大雨、洪水などにより、消費者のマインドは大きく低下している。
		出版・印刷・同 関連産業（経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・ 3か月前までは前年同月並みの売上があったが、盆明け以降は急に仕事の動きが鈍くなってきており、売上は前年を下回っている。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・ 半導体製品全般の価格が下落傾向にあり、業績に影響が出始めている。
		経営コンサル タント	取引先の様子	・ 中心部の商店街では、長く続く天候不順が売上に影響している。
	悪く なっている			
雇用 関連	良く なっている			
(東北)	やや良く なっている	アウトソーシ ング企業（社員）	それ以外	・ 民間企業や団体からの受注が順調に増えている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 新規求人数、有効求人数共に、3か月前より増加している。一方、新規求職者数及び有効求職者数はいずれも3か月前より減少している。求人数が増え、求職者数が減少していることから有効求人倍率は上昇している。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 平成27年8月の新規求人数、有効求人数共に、3か月前及び6か月前よりも増加しており好調である。また、新規求人において3か月ごとの更新求人が多くなっている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 前年同月と比較すると新規求職者数、有効求職者数共に微減となっているが、新規求人数並びに月間有効求人数は微増している。また、有効求人倍率はこの1年の間、0.8台後半～1.0台前半で推移しており、雇用が落ち着いている状況に大きな変化はない。しかし、求職者数の減少に比べて求人数の増加が目立っており、3か月前と比較して明るい印象がある。
		民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・ 製造業の求人数が若干の増加傾向にある。

変わらない	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・現在、就職活動をしている大学4年生については、この時期に内定が取れないという状況が半減している。大学関係者の話では、内定の数が前年より10～15%増加しているようである。
	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・人材派遣業では、新規登録者の伸び悩みが続いている。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人広告の申込数はほぼ横ばいで推移しており、前向きな要素はそれほど多くない状況である。
	新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	周辺企業の様子	・技術職や専門職を必要とする医療、福祉、建設業などを中心に人手不足を痛感している。しかし、東京オリンピックなどの影響でなかなか人が集まらない状況である。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・不人気な業種を中心に求人数が増加しているが、募集条件の賃金が上昇していない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人は5か月ぶりに増加しており、特に建設業、製造業の求人が増えている。しかし、正社員求人が思ったより伸びていない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・前年同月比において、新規求人数はわずかに増加しているが、就職者数は11か月連続で減少している。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・有効求人数の前年比が、小幅ながら2か月連続で減少している。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・有給休暇の増加による人件費増と関連会社との併合による経費の増加から、8月決算は大幅な損失を計上している。今後の決算状況の改善についても見通しが暗く、全体的に下向きの傾向である。
	新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	求人数の動き	・求人は景気の先を行くと言われているが、ここしばらくは地元を中心に停滞している。復興がらみの企業も進出などを含めて一段落しており、新しい産業も活性化していない。
	新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	周辺企業の様子	・多くの企業は今後の景気動向に不安を感じており、人手不足感はあるものの、正規雇用に踏み切れない状態である。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求職者数は前年並であるが、求人数の減少幅が拡大傾向にあり、有効求人倍率の前年同月比は3か月連続で減少している。
悪くなっている	-	-	-