

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  |
|----------------|-----------------|--|---|
| 家計動向関連<br>(東北) |                 | 衣料品専門店（経営者）  | ・この先は秋冬物が本番となるため、期待している。  |
|                |                 | 商店街（代表者）   | ・飲食店が新規出店するが、話題性があるため、ある程度の客寄せ効果を期待したい。   |
|                |                 | 商店街（代表者）   | ・今後は長袖などの初秋物の衣料品が売れていくとみている。また、天候が良く雨が少ないため、土日でも平日も中心市街地に人が出ており来客数も若干増加している。そのため、今後の秋物商材の動きに大いに期待している。          |
|                |                 | 百貨店（営業担当）  | ・気温の変動が大きいいため、秋物衣料品の立ち上がりが見込みである。   |
|                |                 | スーパー（店長）   | ・厳しい競合環境の中、数字は少しずつ回復してきている。この先も同様に回復していくのではないかとみている。  |
|                |                 | コンビニ（経営者）  | ・猛暑の影響を抜きにしても、ここ数か月の客の購買意欲は底堅く推移している。購入点数や客単価は安定しており、来客数も増加傾向となっている。  |
|                |                 | 衣料品専門店（店長）   | ・まだまだ暑いなが、オールシーズンあるいは秋物を購入する客が増えている。前年よりも客の動きが良く、これだけ暑かった夏の反動もあり、衣替えはスムーズに進むのではないかとみている。                        |
|                |                 | 家電量販店（従業員）   | ・4K放送のスタート前のため、チューナー、テレビ、有機ELテレビなどの売上が出てくるという期待をしている。   |
|                |                 | 乗用車販売店（経営者）  | ・SUV車や軽自動車などの新型車の動きが良く、相乗効果で他の車も動き出してきている。  |
|                |                 | 住関連専門店（経営者）  | ・受注生産であるため、受注したものを2～3か月後に納品している。今月より受注量が多いため、この先はやや良くなる見込みである。  |
|                |                 | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）  | ・夏物の動きが今一つであったため、早めに冬物に移行する可能性があり、秋口に向けて動きが活発になるのではないかと見込んでいる。また、ウォームピズ関連での新商品などもあるので期待している。                    |
|                |                 | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）  | ・台風などの不安要素はあるものの、全体的な来客数の動きに変化はなく、今後も安定的な集客が望める。また、秋以降のファッションの動きにも期待している。                                       |
|                |                 | 一般レストラン（経営者）   | ・夏が非常に低調であったため、夏に出てこなかった客が秋になって出てくることを期待している。今よりは良くなっていくとみている。  |
|                |                 | 観光型ホテル（経営者）  | ・この夏は暑さの影響もあり個人客の動きが良くない。ただし、秋口の予約状況からは、団体旅行に関しては今月よりも良くなるかとみている。   |
|                |                 | 都市型ホテル（スタッフ）   | ・8月は地元高校野球部の思わぬ善戦によりにぎわった。また、観光面でも当県は人気があり、来県の実績となる案件も増えてきている。そのため、この先年度内の販売量としては前年並みに推移するものの、にぎわいは前年を上回るとみている。 |
|                |                 | 旅行代理店（店長）  | ・お盆過ぎから、国内、海外共に個人旅行の予約が増えてきており、特にハワイの予約数が伸びてきている。   |
|                |                 | 通信会社（営業担当）   | ・12月のBS4K8K放送に向けての設備投資や、新規メニューの広告展開強化によって、新規客の獲得や既存客の売上増加が期待できる。また、家電メーカーや量販店との連携イベントも予定しており、商材は豊富である。          |
|                |                 | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）   | ・今後も案件数の減少はないとみている。ただし、全体的な人手不足により注文をさばききれない傾向にあり、受注は高止まりしている。  |
|                |                 | 住宅販売会社（経営者）  | ・消費税の引上げまでに建て売りを考える同業者も多く、自社所有宅地の販売に期待ができる。   |
|                |                 | その他住宅〔リフォーム〕（従業員）  | ・屋根と外壁をセットにした塗装工事の受付が増えている。今後は、給湯器、コンロなどのガス器具の問合せも増えていくとみている。   |
|                | 商店街（代表者）        | ・文化行事が続く時期のため期待をしたいところであるが、異常気象による不安が残る。   |   |
|                | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・景気としては悪くないが、来客数の減少に歯止めが掛からない状態であるため、その分落ち込むのではないかと。客単価は良いが、それだけでは全体の売上を押し上げることは難しい。 |   |
|                | 一般小売店〔寝具〕（経営者）  | ・今年は天候の動きが全く読めず、ユーザーの欲しいものが見えない。このような厳しい状態がしばらく続くとみている。                              |   |

|                        |  |
|------------------------|--|
| 百貨店（売場主任）              | ・一部好調な商品はあるものの、地域経済や消費動向などを踏まえると、まだまだ景気回復の実感は乏しい。売上確保についても予断を許さない状況である。  |
| 百貨店（営業担当）              | ・景気が変動するような大きな要因がないため、期待できない。  |
| 百貨店（買付担当）              | ・今後も気温や天候に左右されるとみている。来店動機となる館の施策を集客につなげて、定価品の販売に努めたい。  |
| 百貨店（経営者）               | ・衣料品が占める割合が高いため、高気温の状態が続くと厳しくなる。ただし、この夏の商況でも消費マインドは悪くないため、季節商材の動きは少しずつ良くなっていくとみている。                                  |
| スーパー（経営者）              | ・8月後半からの恵みの雨で農作物や畜産物に良い影響が出てくるとみている。サンマも豊漁との話を聞いており、生鮮品はお手頃価格で販売できることを期待している。ただし、全体的な消費の傾向は変わらないとみている。               |
| スーパー（店長）               | ・市内で数店舗展開している企業が、県内上位の企業に買収されている。飽和状態の小売業は生き残るために今後も様々な再編が考えられるが、競争はますます激しくなるとみている。                                  |
| スーパー（店長）               | ・販促強化によって収益が低下しており、価格の打ち出しが厳しくなってきた。今後も来客数の維持が精一杯である。  |
| スーパー（副店長）              | ・景気は悪くないものの、消費者は必要なものを必要な分しか購入しない。このような状況は今後も変わらないとみている。   |
| コンビニ（経営者）              | ・天候が良ければ、3か月後も今月と同様の良い状態になると期待している。  |
| コンビニ（経営者）              | ・当分の間、来客数の減少による売上の減少傾向が続くとみている。  |
| コンビニ（エリア担当）            | ・秋から冬になるため来客数は減少するが、引き続きワンブランド効果が続くこととみているため、全体的には横ばいで進むとみている。   |
| コンビニ（エリア担当）            | ・東北全体でも、東日本大震災の影響が残る地区の売上減少が続いている。また、流動人口の大幅な減少や、地域への導入資金の減少が顕著にみられている。  |
| コンビニ（店長）               | ・景気は特に良くも悪くもなく、小康状態である。2～3か月先も天候次第の状況が続くとみている。   |
| 衣料品専門店（経営者）            | ・天候で左右されることはあるが、ファッション衣料というカテゴリーは厳しい状況が続くとみている。  |
| 衣料品専門店（経営者）            | ・地元高校野球部の活躍により、当社で取り扱っている野球部のスポーツタオルに多くの予約がきている。ただし、この猛暑により秋冬物の販売が芳しくない。   |
| 衣料品専門店（店長）             | ・ブライダル需要などの目的買いの要素が強いニーズについては期待ができるが、秋物商材の立ち上がりの兆しがみえてこない現状では、先が予測しづらい。  |
| 衣料品専門店（店長）             | ・残暑により、秋物商材の立ち上がりが遅れ、購買モチベーションが低下したまま冬に入ってしまう可能性を危惧している。   |
| 衣料品専門店（総務担当）           | ・前年を超えられない状態が続いているため、この先も景気が良くなるとは考えにくい。   |
| 家電量販店（店長）              | ・季節要因に左右される傾向はあるものの、引き続き白物家電の買換え需要は堅調であり、単価も前年並みを維持している。映像商材は特に有機ELテレビなどの新しい商品の売行きに期待をしているが、景気が大きく変動するような傾向はみられていない。 |
| 乗用車販売店（従業員）            | ・これといって起爆剤となるような新型車もなく、このまま低迷が続くのではないかとみている。   |
| 乗用車販売店（従業員）            | ・景気が悪くなっているわけではないが、ここ数か月客の動きに変化がない。この先も短いスパンでは変わらないとみている。  |
| 住関連専門店（経営者）            | ・この先には彼岸もあるため期待はできるものの、3か月を平均すれば余り変わらないとみている。  |
| その他専門店〔靴〕（従業員）         | ・商品単価を下げなければ売れない状態が続いている。  |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・高温傾向が続くため消費の低迷も続くこととみている。10月あたりまではこの状態が続く見込みである。  |
| 高級レストラン（支配人）           | ・前年と比較しても同様の来客数で推移している。そのため、2～3か月先も同様に推移するとみている。   |
| 一般レストラン（経営者）           | ・客単価の好調は今後も続くこととみている。  |

|                        |   |
|------------------------|---|
| 観光型ホテル（スタッフ）           | ・景気が良好なのは一部大企業若しくは震災関連企業のみであり、そこからの恩恵は期待できない。   |
| 観光型旅館（経営者）             | ・良くなるような要因が見当たらないため、例年並みに推移するとみている。   |
| 観光型旅館（スタッフ）            | ・客が何を求めているのかが分からなくなっている。料理、価格、部屋など多様な求めに対応できず、今まできている。そのため、今は過去のデータなどから対策を検討している。                                   |
| 都市型ホテル（スタッフ）           | ・宿泊、宴会は前年並みの見込みであるが、婚礼は今後ほぼ予定がない状況である。  |
| 旅行代理店（経営者）             | ・旅行業界は周辺の景気が良くなってから2～3か月後に影響が出てくる傾向にある。ただし、今後2～3か月先の景気が良くなっているかといえば、余り期待はできない。                                      |
| 旅行代理店（店長）              | ・景気が良くなる要素が見当たらない。  |
| 旅行代理店（従業員）             | ・景気が好転する要素は今のところ見当たらない。   |
| 通信会社（営業担当）             | ・特需の材料が見当たらないため、景気は現状維持で推移するとみている。  |
| 通信会社（営業担当）             | ・景気の変化するような材料に乏しい。  |
| 通信会社（営業担当）             | ・新製品が売れない。コスト削減の話ばかりである。このような状況に変化はないとみている。   |
| テーマパーク（職員）             | ・イベントなども含めて、景気が良くなるような要素がない。  |
| 遊園地（経営者）               | ・ガソリン価格や物価の上昇が消費の足かせになることを心配しているが、イベント展開などにより来客数を確保していく見通しである。  |
| 競艇場（職員）                | ・今が良い状態のため、今後は余り大きな上昇は見込めない。落ち込まないように現状維持の努力が必要である。   |
| 美容室（経営者）               | ・客単価の前年比がここ半年間は横ばいで推移しているため、この先も急激な変化はないとみている。  |
| 美容室（経営者）               | ・ボランティア精神で何か新しいことを始めない限り、この先はやっていけないのではないかとみている。  |
| 商店街（代表者）               | ・商店街では7月に1店舗が閉店しており、11月にも売上減少による閉店予定の店舗がある。地元商店街を取り巻く環境は一段と厳しくなっていくとみている。   |
| 一般小売店〔酒〕（経営者）          | ・最近では天候による影響が大きく、そこに災害などが伴うことも少なくない。不安要素の方が圧倒的に多く、地方経済はまだまだ苦しい状況が続くとみている。   |
| スーパー（営業担当）             | ・9月以降、エリア内に競合店の出店が予定されており、ますます厳しくなる。全体的な景気回復の材料は見当たらない。   |
| スーパー（営業担当）             | ・今後も価格やクーポンの強化をする予定ではあるが、節約志向が強まっており、客は衝動的で無駄な買物を控える傾向にある。  |
| コンビニ（エリア担当）            | ・10月のたばこ増税により、来客数の減少が見込まれている。   |
| コンビニ（店長）               | ・夏に比べて来客数は減少し、天候や競合店の出店による影響も出てくる。また、祭りやイベントもないため、売上に大きな変動はないとみている。ただし、2か月後に観光地への新店舗出店を控えているため、外国人観光客の動きが気になる場所である。 |
| 乗用車販売店（経営者）            | ・少子高齢化による市場の収縮、若年層の車離れ、保有客の高齢化による免許証返却などにより、先行きは不透明である。   |
| 乗用車販売店（本部）             | ・販売はしばらく我慢のときである。また、サービス部門の台数及び単価の減少が予想よりも大きく、更なる対策が必要である。  |
| 自動車備品販売店（経営者）          | ・景気が良くなるような材料が見当たらない。   |
| 住関連専門店（経営者）            | ・金額的に大きな引き合いがあるものの、受注に結び付かない。   |
| その他専門店〔酒〕（経営者）         | ・地元の収穫期と重なるため、飲食店への来客数が減少することに加えて、家飲みも増えている。販売単価はやや上昇しているものの、一般客の収入が増えているわけではないため、財布のひもはどうしても固くなってしまおう。             |
| その他専門店〔食品〕（経営者）        | ・輸入規制による原油高で各家庭の光熱費も上昇気味である。そのため、特徴ある食品はますます厳しくなるとみている。   |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・現在の高止まりした燃料油価格水準のまま推移するとみっており、更なる販売量の減少が見込まれている。   |

|                            |              |   |   |
|----------------------------|--------------|---|---|
|                            | 高級レストラン（経営者） | ・景気が良くなるような材料は余り見当たらない。日本経済も人口の大半を占める首都圏は良いのだろうが、地方経済はがたがたである。  |   |
|                            | 一般レストラン（経営者） | ・この先は芋煮会のシーズンとなるが、酒屋や材料を扱う店は静かである。現状が余り良くないため、2～3か月先も景気はやや悪いのではないかとみている。  |   |
|                            | 一般レストラン（経営者） | ・これだけの回数の台風がくると、夜に外出をすることはなかなか難しい。何かあったらと考えて外出が控えられてしまうため、個人消費が落ち込むとみている。   |   |
|                            | 一般レストラン（経営者） | ・首都圏と地方の経済格差により、地元の人が大手を振って楽しめる環境ではなくなっている。大きな仕事が首都圏からの流れによって左右されがちな環境を改善しない限り、今後も厳しい地方経済が続く見込みである。                             |   |
|                            | 都市型ホテル（スタッフ） | ・猛暑の影響がレストランの来客数が減少している。また、宿泊数、法人関連の宴会数も前年を下回っており、予約状況も前年同時期に比べて減少している。   |   |
|                            | 通信会社（営業担当）   | ・猛暑や災害の影響により農産物の価格が高騰するのではないかと。また、企業の経費削減も加速するとみっており、投資を控えて米国の関税問題の様子うかがいをしている。日本銀行の政策も鈍化しているように見受けられており、2～3か月先の景気はやや悪くなるとみている。 |   |
|                            | 観光名所（職員）     | ・水害のニュースが全国規模で広がったことで8月の中旬～中旬はキャンセルが相次いだ。8月末に発生している水害に関しても、同様の動きになるとみている。良くなる点が見当たらないため、景気はやや悪くなる見込みである。                        |   |
|                            | 観光名所（職員）     | ・平成30年7月豪雨の影響なのか、一時的に関東方面の客足がこちらに向かっていよう見受けられるものの、今後は元に戻るとみている。地元の景気は回復しているわけではなく、異常気象による農産物の価格高騰の家計への影響が懸念される。                 |   |
|                            | 設計事務所（経営者）   | ・提案ができる企業は上向くが、金額で勝負している企業は下向いていよう見受けられる。県内の設計業全体としては金額に頼る企業が多く、景気はやや悪くなるのではないかとみている。   |   |
|                            | ×            | 商店街（代表者）  | ・現在は特に、猛暑などの天候不順や災害などにより消費の低迷が激しくなっている。また、社用の予約状況をもて低迷が続いている。そのため、この先の景気はかなり悪くなるとみている。  |
|                            | ×            | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）   | ・この先にある与党総選挙や沖縄県知事選挙など、世の中に落ち着きがない。消費を楽しむ状況とは程遠く、消費は落ち込んでいくとみている。   |
|                            | ×            | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）   | ・医薬品の通販が広がっており、ネットやチラシのあちこちに広告を見かけるようになっていっている。当店は比較的特殊性の高い高価格帯の医薬品を扱っているが、それらも通販案内に掲載していることがある。消費者の購入経路がネットにシフトしていくのは時代の流れではあるが、こうなると地方では専門店であっても苦しくなる一方である。 |
|                            | ×            | スーパー（経営者）   | ・ガソリン価格の高騰や、この先に控えている消費税の引上げに対応するために、消費者の節約志向は今後も強まるとみている。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東北) |              | 金属製品製造業（経営者）  | ・新規の引き合いが増加していることに加えて、多少価格が高くても構わないと強く依頼を受けることが増えている。   |
|                            |              | 食料品製造業（営業担当）  | ・新規の大口受注の予定があるため、販売量の回復が見込まれる。  |
|                            |              | 出版・印刷・同関連産業（経営者）  | ・この先のイベント関係による改善が見込まれる。   |
|                            |              | 輸送業（従業員）  | ・新規案件はこの先も定期継続される見込みである。  |
|                            |              | 司法書士  | ・保有目的が不明確となった不動産の売却に関する事例が増えている。この流れは当面続くとみている。   |
|                            |              | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）  | ・地元の事業所からは、前年や今年の初めのように景気が悪いという話はかなり少なくなっている。このような現状から、景気はやや良くなっていくのではないかとみている。   |
|                            |              | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）  | ・この先は秋の行楽シーズンに突入する。また、猛暑を脱して気温が下がることによる消費の回復に期待している。  |
|                            |              | 食料品製造業（経営者）   | ・出張、旅行、イベントなどが期待できず、売上を見込めるような大きな人の動きがないため、余り変わらないとみている。  |
|                            |              | 木材木製品製造業（経営者）   | ・業界において秋需要を期待する声があるが、需要復活の特別な根拠があるわけではないため、現状維持と見込んでいる。   |

|                      |                   |   |
|----------------------|-------------------|---|
|                      | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・2～3か月先の受注量は前年並みのため、景気は横ばいで推移するとみている。   |
|                      | 電気機械器具製造業（企画担当）   | ・現時点において、2～3か月先の景気に影響を与えるような変化はない見通しである。当初からの想定どおりに推移しており、この先も維持できるとみている。                               |
|                      | 建設業（従業員）          | ・発注の平準化により、コンスタントな受発注が継続するとみている。  |
|                      | 建設業（企画担当）         | ・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、2～3か月先も現状のまま推移するとみている。  |
|                      | 通信業（営業担当）         | ・この先は、信頼関係を築ける客との関係維持に努めることが重要である。  |
|                      | 通信業（営業担当）         | ・政治に期待したいが、政治は企業の後押しをする施策をもっていない。   |
|                      | 通信業（営業担当）         | ・料金を安くしない限り、客離れが進む可能性が高いとみている。  |
|                      | 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）         | ・有効求人倍率は高止まりが続いている。また、民間非居住用建築物に関わる設備投資が前年を上回る推移となっている。   |
|                      | 広告業協会（役員）         | ・上期に抑え気味であった広告出稿に対する期待はあるが、今のところ大きく伸びそうな業種が見当たらない。  |
|                      | 広告代理店（経営者）        | ・市町村などの企画コンペも前年より数が少なく、見通しは明るくない。   |
|                      | 広告代理店（経営者）        | ・与党総裁選挙、東京オリンピック、パラリンピックと期待する材料はあるものの、その余波が東北にまでに伝わってくるという実感が無い。  |
|                      | 経営コンサルタント         | ・今年の米は豊作の見込みとなっているため、実りの秋を期待している。   |
|                      | 公認会計士             | ・小売関係の売上、利益の減少は季節要因も考えられるため、秋以降に回復する可能性がある。建設関係は、売上が減少しているものの、利益を計上している企業がまだ多い。2～3か月先までは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）   | ・得意先の予算が前年並みのため、余り変わらないとみている。   |
|                      | その他企業〔協同組合〕（職員）   | ・前月に続いて半導体、工作機械関連に減速感がある。人手不足や原材料などの値上げが続いており、これらの対策コストの増加が解消されずに収益を圧迫している。                             |
|                      | 農林水産業（従業者）        | ・今年の果物は干ばつで例年よりも小玉である。これから収穫を迎える桃も小玉ではないかと非常に心配をしている。   |
|                      | 農林水産業（従業者）        | ・転作作物のそばの減収により、売上はもちろん補助金の数量払いも期待できない。  |
|                      | 食料品製造業（経営者）       | ・売上増加につながるような要因がない。また、いろいろなコストが上昇しており、環境は厳しい。   |
|                      | 繊維工業（経営者）         | ・店頭における買物の仕方が変化している。  |
|                      | 窯業・土石製品製造業（役員）    | ・景気が回復するようなプロジェクトや工事が少ない。さらに、原材料の値上げや運送コストの増加がみられている。   |
|                      | 輸送業（経営者）          | ・荷主工場の大規模定期修理が予定されており、非正常作業の増加が見込まれている。また、燃油費の上昇も見込まれるなど良い環境にないため、先行きを心配している。                           |
|                      | コピーサービス業（従業員）     | ・仕入先からO A機器で使用する用紙の値上げの案内がきている。また、各方面から物流関係の値上げの話が出始めている。特に物流コストは価格に転嫁しにくい部分があるため、厳しい状況である。             |
|                      | ×                 | *   |
| 雇用<br>関連<br><br>(東北) | 人材派遣会社（社員）        | ・求人数、求人社数が増加傾向にある。こちらの指標が1～2か月後以降の業績に直結するため、堅調に推移することが見込まれる。  |
|                      | 人材派遣会社（社員）        | ・7～8月の推移は良くなっているものの、一過性の要因が含まれているため、2～3か月先の景気はやや良い程度の推移となる見込みである。                                       |
|                      | 人材派遣会社（社員）        | ・地元の企業は、2020年卒の採用強化に向けてインターンシップに力を入れている。しっかりと採用するための準備を1年半前から行っていることから、やや景気が良いという状態は継続するとみている。          |
|                      | 人材派遣会社（社員）        | ・この先も、派遣登録者の伸び悩みと求人とのミスマッチの動きに変化はないとみている。   |
|                      | 人材派遣会社（社員）        | ・取引先の状況を見ると、人員増はほとんどない。求職者は自分のやりたい仕事とやれる仕事が理解できておらず、必要な人材が集まりにくくなっている。                                  |

|   |                         |   |
|---|-------------------------|---|
|   | 新聞社 [ 求人広告 ]<br>( 担当者 ) | ・地元は酷暑や水害の大きな被害もなく、農産物は例年並みで推移する見込みである。ただし、これが景気回復の大きな起爆剤になるという期待はできない。今後の与党総裁選挙の結果にもよるが、地方の活性化が具体的な動きになるかどうかは鍵である。 |
|   | 新聞社 [ 求人広告 ]<br>( 担当者 ) | ・地場企業では大手に人材が流れており、受注調整が必要という悩ましい状況となっている。  |
|   | 職業安定所 ( 職員 )            | ・人手不足などの状況は変わらないとみている。  |
|   | 職業安定所 ( 職員 )            | ・求人者における人手不足感は強いが、若年労働力の確保、退職技術者の確保など、企業経営の継続を理由としたものへとシフトしており、派遣求人は減少傾向にある。  |
|   | 職業安定所 ( 職員 )            | ・業種や企業によっては上向き傾向であるが、求める人材が集まらないなど、人手不足により苦慮するケースがあり、一部では雇用調整もみられている。   |
|   | 職業安定所 ( 職員 )            | ・医療、福祉、サービス業からは、毎月20人以上のまとまった求人が紹介期限切れで更新されている。しかし、事業所や自治体からの情報は少なく、大量求人が期待できないことから、景気は余り変わらないとみている。                |
|   | 職業安定所 ( 職員 )            | ・新規求人数は前年同月比で9.1%上昇しているがパート求人が多い。新規求人倍率は前年同月より上昇しているものの、求職者の減少傾向が続いている。状況に大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するものとみられる。              |
|   | 人材派遣会社 ( 社員 )           | ・地元において大手製造業の大型募集が予定されており、周辺及び隣県の採用市場にまで影響を与えている。雇用自体は増えるものの、影響を受ける企業の業績に悪影響を及ぼす可能性がある。                             |
|   | アウトソーシング企業<br>( 社員 )    | ・仕事の依頼が全体的に減ってきている。   |
| x | -                       | -   |