

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)	◎	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・各種大型イベント関連や連休等での需要があり、先行予約と直近の取り込みが好調である。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・インバウンドの個人予約が好調に推移している。欧米系の客の利用も好調である。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・入館者数は前年比125%である。9月の連休の入場者数としては過去最多となった。ファミリー層も多く、駐車場ではレンタカーに加え、西日本や九州ナンバーの車やバイクもみられた。
	○	一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・旅行者が多く来店し、売上が上がっている。
	○	百貨店（経営者）	販売量の動き	・土日祝日を中心に県外からの来街者が増えており、食料品やイベントでの物販が好調に推移している。平日の来客数は減少しているものの、売上としては価格上昇分も含め前年を上回っている。
	○	百貨店（経営者）	来客数の動き	・春以降、来客数は前年比2けた増の状況が続いている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が上がっている。可処分所得が上昇していることが考えられる。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価、1品単価が上昇するなか、買上点数は落ち込むことなく推移し、売上は好調に推移している。
	○	スーパー（販促担当）	来客数の動き	・食品を中心に、特売品やお買い得品の販売点数が3か月前と比べて伸びており、来店客からは購買意欲が少しずつ回復している印象を受ける。特に値ごろ感のある商品への反応が強い。また、お彼岸や果物などの季節商材も動きが良い。週末や夕方にはまとめ買いをする客がみられ、必要な商品については価格を確認しながらも購入する動きがある。一方で、物価高の影響から価格に対する意識は依然として高く、通常価格の商品よりも特売品やお買い得品に需要が集中する傾向は続いている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が上がっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候の影響もあつてか、3か月前の初夏の頃と比べると来客数は前年比ではやや伸長している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・一部のたばこで値上げ前の駆け込み需要があり、売上が伸長している。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・例年よりも早く気温が低下し秋物需要が高まってきたなか、入替えを早めたことでニーズをとり込めている。
	○	衣料品専門店 (店員)	来客数の動き	・残暑が厳しかった前年と比べて秋への移行が順調で、秋物が好調に推移している。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新型車の販売台数が前月より少し増えている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・車の購入を検討する客が若干増加している。
	○	その他専門店 〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・客が他店やネットでの購入に流れているようで、来客数の減少が続いている。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・客が当施設の利用に慣れてきたことから、景気がやや良くなっている。
	○	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・9月の大型連休中の来客数は前年比102%となった。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・売上は3か月前比約27%増加している。特に宿泊売上の伸びが大きく、飲料や入浴などの主要科目も増加している。売店など一部で減少がみられるものの、全体として売上、数量共に増加しており、景気は上向いている。

○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・安定的に晴れ、台風の接近もなかったため、穏やかな夏の終盤から初秋となり、9月の大型連休中も多くの観光客がみられた。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し、3か月前は95.9%だったが、今月は121.5%と上向いている。
○	ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・直近の予約数が前年より増加している。
○	競艇場（職員）	来客数の動き	・利用者数が増加し、売上も増加している。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・販売単価は上昇し、契約件数や納品量も増加傾向にある。金利の上昇や賃上げに加え、原材料費や光熱費も上昇しているため、利益面ではまだ吸収し切れていないが、資金の回転は順調であり、業況は好調である。
□	商店街（代表者）	単価の動き	・値上げが常態化しており、値下がりすることはない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	競争相手の様子	・近隣に大型のドラッグストアが開店し、影響が出始めている。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比100.7%だが、売上は96%で、前年より40万円ほど落ちている。原因は客単価の低下と買上点数の減少とみている。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入り9月の大型連休中も含めて急激に気温が低下し、悪天候も続いたことから、販売量は伸び悩んでいる。
□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・当社は複数店舗を経営しているが、収支は前年と同程度で推移する店舗が多い。下回ったとしてもそれほど大きくはない。
□	百貨店（企画担当）	単価の動き	・1品単価は前年とほぼ同様で推移するものの、1人当たりの購入点数が僅かに減少している。
□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・来客数は増加傾向にあるが、売上が比例していない。物価高による買い控えの傾向がうかがえる。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月は4000品目以上の値上げがあったが、平均1品単価は前年比2%弱の上昇にとどまっている。買上点数、来客数は依然前年を割り込んでいるが、売上は前年並みに戻している。物価高による買い控えが進んでいるものの、売場で価格を抑えた販売品目を増やしたことが、買上点数の下げ止まりにつながりつつある。ただし、消費の傾向に変化はなく、厳しい状況が続いている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客は若干増えているものの、節約志向がみられ、販売点数は伸びていない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・来店客をみると、生鮮食材を購入せず総菜や弁当で済ませる高齢者が増えており、値引きされた総菜や弁当を翌日分も含めて1人で2～3パック購入する様子が目立つ。特に値引きされた魚系の弁当に購買が集中することが多い。光熱費や食品価格の上昇による生活防衛意識の高まりの表れとみられる。
□	スーパー（店舗運営）	来客数の動き	・今月は天候に恵まれず雨の日が多かったため、来客数が減少している。
□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・物価高の影響による買い控えが続いている。
□	スーパー（業務担当）	お客様の様子	・来客数は微減だが、売上は前年とほぼ同水準である。米の価格も安定してきたことから、単価も上がってきた印象を受ける。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商品の価格は上がっているが、客も慣れてきた様子である。物価高により客単価が少し上がり、売上は微増している。
□	コンビニ（経営者）	それ以外	・売上は下がり経費が2倍になるなかで、人手は不足している。経営状態が悪い状況に変化はない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・販売量は横ばいで推移しているが、来客数の微減を客単価でカバーしている状況が続いている。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・大きな変動はないものの、前年を下回らないよう日々努めている。物価高に加え、来月からは最低賃金が引き上げられるため、その対策もしなければならず、経営はぎりぎりの状態である。

□	衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き	・なかなか涼しくならないため秋冬物への移行が難しく、衣料品の売上が上がらない。
□	衣料品専門店 （総務担当）	販売量の動き	・来客数、販売点数共に減少傾向が続いている。売上及び来客数は前年比90%、販売点数は80%である。物価高に伴う商品単価の上昇により、売上は90%を保っている。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・高単価の新型商品の予約も含め、スマートフォンの販売が好調である。一方で、エアコン需要は終息している。
□	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・売れ筋車種はメーカー支援がなくなり販売量は落ちているものの、他車種の販売台数に変化はないため、全体的にみると変わっていない。
□	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・新車の配車量は安定してきているが、特に多いわけではない。また、エンドユーザーの都合により登録待ちの車両が増えており、利益になっていない。中古車の需要は増えているが、購入希望者とのマッチングがうまく進まず、収益的に伸び悩んでいる。
□	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・夏物の空調服の売行きが低調であった。今年の夏は前年と比べて涼しく、9月に入ると急に気温が下がったことから、夏物商材の売上はぱったり止まってしまった。前年は熱中症対策の義務化により関連商品の売行きが好調であったが、今年は各社に行き渡った感覚もあり動きは鈍い。ここ数か月の売上は横ばいで推移している。
□	高級レストラン （支配人）	来客数の動き	・来客数はここ数か月の減少傾向から下げ止まり、横ばいで推移している。目立った好転材料はないものの、減少傾向は落ち着いている。
□	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・客足が鈍い状況は変わらない。日常的に外食を控える状況にあるとみている。
□	観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年並みに推移している。
□	観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・9月の大型連休中の来客数は多かったが、月単位でみれば良くない。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・物価高や天候不順などもあり、景気は上向いていない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・燃油を始めとした物価高騰により、停滞ムードは変わらない。企業は好不調の2極化が進んでおり、動きが活発なのは一部の企業のみである。
□	旅行代理店（従業員）	それ以外	・良くも悪くも変化はない。
□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・サービスエリアの拡大で放送サービスの新規加入者は増加したが、インターネットサービスは若年層の加入が伸び悩んでおり、新規加入者数は伸びていない。固定インターネット回線の必要性や優先度はやや低くなっている。一方で、高齢者層では放送、通信サービス共に加入者数が増加している。
□	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）	販売量の動き	・販売数量は例年並みである。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・9月の大型連休は天候不順の影響により、例年を下回る結果となっている。
□	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいの傾向にある。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、エアコンの省エネ基準の改定前の買換え需要が減り、コンロ、給湯器の買換えは多少増えている。リフォームは、物価高による買い控えや原材料、資材の価格高騰の影響による落ち込みが回復する兆しがみえない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上では、販売数の減少を単価上昇が打ち消す動きはある。しかし、物価高の影響が価格に顕著に表れたことで、来街者数が減少している。

▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・ 6 月は来客数に若干の改善がみられた月であったため、3 か月前比は横ばいである。ただし、来客数の減少傾向や売上が高単価の客層に偏っていることに変わりはない。
▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・ 仕立てやカーテンの注文や予約が止まっている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 商品単価は上がっているが、客単価は上がっていない。米価は下落しており、売上を確保できていない。酒は値上げ前の駆け込み需要が全くない。客からは買物をかなり控えている印象を受ける。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 曇天や長雨の影響か、夜間と休日の来客数が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 競合店の出店により、夜間の来客数が減少している。昼間は若干増えているものの、単価が落ちている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 気温が上がらず、週末の天候不良もあったことから、夏休みの行楽需要が不振になっている。
▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ 来客数の減少を客単価の上昇で補い切れていない。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 前年より気温が低下しているにもかかわらず、来客数が大幅に減少している。特に礼服が前年の 3 割と厳しく、スーツの買換え需要も少なくなっている。
▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・ 上期決算セールを実施しているが、商品の入替えなどで新製品と旧製品の価格差があるにもかかわらず旧製品の処分が進まない。残暑が厳しかった前年と比べると 8 月末頃から夜が涼しくなったため、特に扇風機を始めとした夏物商材の処分が進まず、売上が厳しい。調理家電も新製品の入荷が進み、旧製品のお買い得感は増しているものの処分が進んでいない。来客数自体は前年より若干少ない程度なので、全体的な販売量が減っている印象を受ける。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 新車、中古車共に販売量は 3 か月前比 99% とほぼ変わらないが、決算時期であることを加味するとやや悪い。メインである新車販売において、既存客への販売量は 105% とやや良いが、新規客は 78% と落ち込みが激しい。来客数も既存客は 112% だが、新規客は 88% と減少している。
▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・ 車両販売についてはバックオーダーの車両生産が急ピッチで進み、登録に結び付いているため、ほぼ前年並みを維持している。一方、収益の柱であるサービス部門は、部品代や工賃上昇の影響により割安民間工場に入庫流出するケースも多く、ここ数か月で徐々に収益が減っている。
▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	販売量の動き	・ 客は購入したマンションなどのインテリアオプション販売会などには参加するものの、購入金額は大幅に減少している。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・ 様々な商材の値上げを前にした特需は予想よりも少ない印象を受ける。地方での 1 番の関心事は今年の米の価格だが、購入者も生産者も様子見となっている。酒関連も動きはあるが大きくはない。月末ぎりぎり動く可能性もあるが、消費者の優先順位がより下がっているようにみえる。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・ 天候不順が影響し、燃料油の販売量は前年実績を大きく下回り、洗車台数も大きく減少している。売上は総じて減少している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 宴会の予約が例年より少ない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・ 節約できるようなルートを指定するなど料金をできるだけ安くしようとする客の様子がみられる。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 物価高の影響を懸念し、新たな設備投資を抑制する傾向がみられる。
▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・ 物価の上昇が続いている。

	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・物価高の影響などもあるのか、そもそも観光に金を掛ける余裕がない人が多いとみている。
	▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・今月は11年ぶりの9月の大型連休に期待していたが、秋雨前線や台風により天候不順となった。来客数は前年は上回るものの、11年前との比較では大きく下回っている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・客単価は前年比95%である。単価の高いパーマが前年比81%と激減し、カットやトリートメント等の施術への移行が多くなっており、技術売上の平均単価は前年比95.8%となっている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・客単価が低下している。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・天候不順により客足が悪くなっている。
	▲	その他サービス 〔寮管理〕（管理人）	お客様の様子	・9月も多くの品目で値上げとなっており、加工品や菓子等食品の値上げも目立つ。寮に入居する学生の親からも、子供がアルバイトをしなければ学費の支払が厳しく、寮を出ることも考えなければならないという話を聞く。学生も大型連休中はアルバイトをしている様子がみられた。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁の応札において、最低制限価格同札抽選や低価格での応札が発生しており、受注競争が激化している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・今月は値上がりする商品の数が今年最大となり、客は買上点数を減らし消費を控えている様子がみられる。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気が悪くなった1番の原因は雨の日が多すぎたことである。土砂降りになることも多かった。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・朝夕は涼しくなっても昼間が暑く感じる。なかなか涼しくならず秋物の気分にならないため、来客数は少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休があったため、連休前は消費を控える動きがみられ、連休後は連休中の支出増加を受けた節約志向がみられる。来客数、売上、単価共に悪くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・食料品など生活に必要な物の値上げが止まらず、外食をする余裕がなくなっている。また、業者の納品数も減少しているという話を聞く。景気は悪くなっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連事業を中心に、他事業の動きも活発化しているため、受注、売上共に良い状況となっている。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・秋の行楽シーズンに突入したことで気温の低下が、日本酒の消費を押し上げる要因となっている。
	□	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・今年は長雨の影響により果樹全般の出来が今一つである。また、消費者に買い控えの傾向も見受けられる。しかし、良い物は継続的に売れる傾向もあり、全体で見ると例年並みになっている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前半は動きが良くなかったが、9月の大型連休の土産需要が好調で、売上は前年を上回っている。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・9月の大型連休やイベント等で当地を訪れる客が増える時期は飲食店が好調である。ただし、土産品の売上には結び付きにくい。また、低価格帯志向もあり客単価が落ちている。
	□	木材木製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・6～7月と比べ8月は建築工事や合板等の大型納品が一巡したことで、売上、受注量が約3割減少した。地元工務店等の着工案件は前年比1～2割減少の低水準が続いており、景況感を底上げする大型物件も出てきていない。原木・製品市場でも他社の仕入れ抑制が目立ち、基礎工事向けの生コンクリート等を含め現場の荷動きは鈍い。価格の急落こそないものの、実需を伴う取扱量の本格回復はみられず、低調な水準のまま横ばいで推移している。

□	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・今年は秋のイベント告知の印刷物が多くなっている。
□	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・新製品開発に関する動きは若干活発になってきたが、既存 製品の受注に関しては動きが鈍い。中東情勢に関連する調達 リスクを慎重にみている。
□	電気機械器具製 造業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・受注はあるものの、低調な状況が続いている。
□	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・受注は堅調で、工期に間に合うように人繰りをしている。
□	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・小口の受注契約のみにとどまっている。
□	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・増減の変化はないが、一定量の受注はある。
□	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・人件費を始めコストが増加しているなか、営業収入は料金 交渉の進捗があり伸びている。最低限の利益確保はできてい る。しかし、貨物取扱数量は鈍化傾向が続いており、特に、 令和8年熊本地震で被害を受けた熊本方面への農作物や米の 取扱量が減少している。
□	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・取引先による値下げ要請の動きに変わりはない。
□	通信業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・値上がりの傾向は変わらない。
□	金融業（広報担 当）	取引先の様子	・今月から始まった大規模スポーツ大会の影響により、宿泊 業は高稼働、高単価で推移しており、飲食店や交通機関にも プラスの影響がみられる。一方で、米の卸売は前年仕入れた 在庫の損売りが始まり業績が悪化している。また、物価上昇 の影響を受けて住宅着工件数は低迷が続いており、住宅ロー ン申込者数も減少している。企業の設備投資意欲や資金需要 も上がっておらず、総じて景気は変わらない印象を受ける。
□	広告業協会（役 員）	受注量や販売量 の動き	・広告市場は物価や原材料価格の高騰など経済環境が不安定 であるため、広告費を増加する企業も少なく、前年実績を上 回ることができない状況が続いている。
□	広告代理店（経 営者）	取引先の様子	・顧客の様子にも変化はみられない。
□	広告代理店（従 業員）	取引先の様子	・取引先の受注量や発注の勢いに目立った変化はなく、案件 の動きや商談のペースも3か月前と変わらない。
□	経営コンサルタ ント	それ以外	・頻発する台風の影響もあり、観光地でのイベントが中止に なるケースが少なくない。
□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。建設業関係で、 資材価格の高騰、人件費高騰などで工事の先延ばしや見直し を迫られて売上計上ができず、原価が先行して赤字となっ ている企業が多くみられる。製造業でも同じような状況だが、 業種によりばらつきがある。サービス業、小売業は業績が堅 調な顧客が多い。全体としては景気がやや悪い。
□	その他企業〔企 画業〕（経営 者）	それ以外	・雨の日が続いており、9月の大型連休も悪天候だったた め、当地の観光施設や特産品販売店でも影響が出ている。
□	その他企業〔協 同組合〕（職 員）	受注量や販売量 の動き	・受注は順調であり量も価格も上昇している。中東の海峡封 鎖による原材料、資材の入手困難が緩和したこともあるが、 半導体・自動車関連の好調に引きずられて全体的な景況感 は良くなっている。一方、資材価格は50%程度の高止まりで推 移しており、利益増加にはつながっていない。さらに、好調 な受注をこなそうにも人手不足から思うようには製造ができ ない状況がある。
▲	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・販売量の前年割れが続いている。
▲	家具製造業（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・引き合い案件数と受注案件数が減少し、悪くなっている。

	▲	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・花火大会や夏祭りといった夏のイベントは開催中止や規模縮小となったものもあり、秋の行楽シーズンに向けたイベント開催にも勢いがみられない。予算規模の縮小やスポンサー離れもみられる。
	×	農林水産業（従 業者）	受注価格や販売 価格の動き	・農業団体から米価格の概算金が提示されたが、前年の半額程度まで下落している。物価高による生産コストの増加を考慮すると、収支は大幅に悪化する。
	×	窯業・土石製品 製造業（職員）	受注量や販売量 の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が大幅に減少しており、厳しい状況である。
	×	不動産業（従業 員）	それ以外	・10月以降、各種金融機関の事業用ローン及び住宅ローンの金利は上昇傾向にある。分譲マンションの価格上昇も継続しており、中古市場を含め、出口顧客が価格上昇に追いついていない。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・求人数、求職者数共に前年比ではプラス傾向で推移している。エリアによる大きな差もなく、各県で順調に進捗している。
	○	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求職者数の動き	・消費者の購買意欲が高まっている。周りを見ても高価なものが売れている。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・有効求人数が2年ぶりに前年同月を上回っている。前月比でみると新規求人倍率は低下しているが、有効求人倍率は上昇している。製造業ではA I、自動車関係における半導体需要を背景に人手不足となっており、求人数が増えている。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数が3か月連続で前年同月を上回り、連動して有効求人数も増加し、有効求人倍率が上昇している。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前より増加している。事業所からは、中東情勢の影響による資材の納入遅れなどが落ち着いてきたという声が聞かれ、一部で採用活動を再開、拡大する動きがみられる。
	□	人材派遣会社 （経営者）	周辺企業の様子	・特に中堅中小企業の状況が芳しくない。全産業で仕入価格が上がっており、利益確保が難しい状況である。大手企業は価格攻勢を掛けてくるため、消費者も安い大手を選んで、中堅中小企業の商品を買わない。結果的に業績も良くないため、雇用にも踏み切れない状況である。
	□	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・当社としては売上が伸びているが、周辺企業においては退職者の補充等で求人を出していることから、景気が良いわけではない。
	□	求人情報誌製作 会社（経営者）	周辺企業の様子	・来月以降、賃上げによる人件費増加がある一方、経費改善の材料は余りなく、景気は変わらない。
	□	その他雇用の動 向を把握できる 者	周辺企業の様子	・原材料費や人件費の高騰を価格に反映できず、業績が悪化している企業が多くある。
	▲	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・8月の有効求人数は前年同月比で減少し、有効求職者数は増加している。また、有効求人数と有効求人倍率は9か月連続で前年比マイナスが続き、総じて弱含んで推移している。
	×	アウトソーシン グ企業（経営 者）	求人数の動き	・求人広告を出し、多くの応募者があったが、そのほとんどが副業希望であった。本業の収入だけでは生活が苦しくなっているのだとみている。