

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 (東北)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・紅葉が見頃の時期であり、予約状況は非常に好調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	・天候不順が落ち着き、客の動きが良くなると期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・9月は例年よりも雨の日が多く、来客数も例年より少なかった。今後2～3か月は、雨の影響が少なければ来客数は改善するとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・冬物が動く時期になる。
	○	衣料品専門店（店員）	・安い物でいいという層は一定数動いているが、ある程度品質の良い物が欲しい、良い物を着たいという客も少しずつ増えている。
	○	家電量販店（従業員）	・12月は年間でも3番目に忙しくなる時期であり景気はやや良くなる。クリスマスや冬のボーナスなど商戦に活気が出るとみている。また、寒い冬になれば冬物商材の販売数量が伸びる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算後、登録台数が増え、収益は増加するとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・11月に市内を会場に大型イベントの開催が予定されている。
	○	一般レストラン（経営者）	・暑さも終わり鍋のシーズンに入るため、予約数が増えることが期待できる。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始や冬の観光需要があるため、売上の増加傾向は続くともみている。宿泊部門を中心に、団体や家族旅行の利用増加を見込んでいる。現状の集客力とサービス力を活かすことで業績の好調を維持したい。ただし、季節要因や外部環境の変化には引き続き注意が必要である。
	○	都市型ホテル（支配人）	・紅葉シーズンの国内客とインバウンド、冬季のインバウンドの先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・紅葉の時期を迎える。11月からは県発行の宿泊クーポンによる割引も始まるため、PR効果に期待したい。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に懸念材料は見当たらない。
	○	設計事務所（経営者）	・大型案件の納期であることに加え、新規案件の受注予定がある。
	□	商店街（代表者）	・年末に向けた消費需要は期待できるものの、物価高による節約志向が続いており、大きく改善する材料は見当たらない。今後2～3か月の景気は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・年末は売上が見込めるものの、内容は今と変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・様々な消費喚起策が出ているが効果は一時的である。良くなる材料も見当たらないため、今と変わらないとみている。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・当地は雪の降り方によって経済状況が変わる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月からは酒税法改正による価格改定でビールなど値下がりする商品も出てくる一方、生ビールには欠かせない炭酸ガスは倍近く値上がりする。値下がりすることだけに焦点を置かれるが、燃料費等の上昇や人件費、採算確保なども踏まえ、小売店、飲食店共に様々な対応を求められる。この改正がどこまで消費者マインドに影響するかが不透明である。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・良くなる材料は見当たらないが、現状の物価高に慣れてきている様子もみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・来客数は減少し、客単価は横ばいが続いている。集客コンテンツのプロモーションや施策の計画をより一層強化していく必要がある。
	□	百貨店（経営者）	・物価上昇が続く、金利も上がれば、消費は富裕層と中間層で2極化が進むとみている。中間層は選別消費が顕著になっており、売手側の提案力が大きなポイントになってくる。

☐	百貨店（従業員）	・欲しいものには金を掛けるが、各種値上がりによる生活防衛意識の高まりから買い控え傾向は今後も続き、状況に変化はないとみている。
☐	百貨店（経営者）	・客単価については、高額品の動きがやや鈍化している。
☐	スーパー（経営者）	・10月の値上げ品目は3000を超え、電気・ガス料金等の値上げも加わる。天候不順により農作物の生育も芳しくなく、最低賃金引上げに伴い人件費も増加する。また、原材料費や物流費の上昇も続いていることから、価格転嫁の動きは更に広がる。消費者の生活防衛意識がこれ以上強くないことを願っている。しかし、地方の企業活動や個人消費は当面は厳しい状況が続くとみている。
☐	スーパー（店長）	・米の価格は新米登場を受けて更に落ち込む。酒はビールが値下がりするが、他の商品は上がるため、し好品としては売上が下がるとみている。
☐	スーパー（店長）	・年末商戦に入るが、値上げラッシュが続くため買い控えが発生する。買物は予算の範囲内で行い、大きな無駄遣いはしないとみている。
☐	スーパー（店長）	・当店は高齢者が多い地域に立地していることから、更に悪くなるか、良くても現状維持にとどまる。また、若い世代は車で複数店舗を買い回りできる一方、高齢者はそれが難しい人も多く、販売状況の改善にはつながりにくいと考えている。
☐	スーパー（店長）	・酒税改正などプラスとマイナスの要因があり、現状と大きくは変わらない。
☐	スーパー（店長）	・値上げは続くが、購買行動に大きな変化はない。
☐	スーパー（店舗運営）	・買上点数は回復せず、客単価に変化はないとみている。
☐	スーパー（商品担当）	・物価高の影響による買い控えは続く。
☐	スーパー（販促担当）	・食品を中心に値上げが続いている。客の価格に対する意識は非常に高く、特売品や低価格品を中心に購入する傾向が続いている。年末に向けて季節商材の需要は見込まれるものの、必要な商品を優先して購入し、不要な商品は控える動きが強い。特に日常的な食品や生活用品では節約志向が続くとみられ、消費全体が大きく伸びる状況ではない。物価上昇の影響は大きく、今後2～3か月で景気が大きく改善するとは考えにくい。
☐	スーパー（業務担当）	・毎月のように値上げがあるため、買上点数は伸び悩んでいる。
☐	コンビニ（経営者）	・今年は特に天候が悪いことが売上に響いている。2か月後くらいまでは土砂降りや雷雨の発生が続くことが予想されることから、来客数が少なく、売上も低い状況は変わらないとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・今後2～3か月は現状のまま推移する。
☐	コンビニ（経営者）	・人口の減少が止まらないことから、今後も来客数の減少を単価でカバーする状況は続く。また、商品の値上げは今後も続くことが予想されることから、来客数の更なる減少が懸念される。
☐	コンビニ（経営者）	・景気変動する要素は見当たらない。
☐	コンビニ（エリア担当）	・年末に向けてのイベントや天候次第ではあるが、外的環境に変化がなければ変わらない見込みである。
☐	衣料品専門店（経営者）	・猛暑や大雨といった天候不順の影響が大きい。また、仕入価格の高騰で販売価格設定に苦慮している。こういった状況は変わらないとみている。
☐	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇による節約志向は続く。
☐	衣料品専門店（店長）	・秋物の立ち上がりが早く、好調に推移しているが、中期予報どおり平年より高い気温で推移した場合は需要の停滞が危惧される。
☐	衣料品専門店（店長）	・物価上昇に伴い、消費行動が大きく冷え込んでいる。さらに、スーツ離れも影響しているため、苦戦が予想される。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・食料品等の値上げが続いており、衣料やし好性の高い商品の購入は依然として厳しい状況である。また、住宅ローン金利等の上昇が懸念されるなか、ファミリー層を客層とする小売業は更に買い控え等の影響を受けるとみている。
☐	家電量販店（従業員）	・節約志向が広がることへの懸念はあるが、商品単価が上昇しているため、売上は維持できるとみている。

□	乗用車販売店（従業員）	・キャンペーンの期間が来月まで延長されたため、好調が少し維持できるとみている。
□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・秋冬商材が本格的に動き出すが、近年は防寒服の売行きが芳しくない。冬物で売れる商材が少ないことに加え、一般アパレルとの競合もある。また、冬の期間が短くなっているほか、気温や降雪状況も以前とは大きく変化しており、薄手のものを着ようになっている。年末の売上が心配である。
□	その他専門店〔靴〕（経営者）	・商品が値上がりし、気軽に買うことができなくなっている。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬予想が出ているため、家庭用、工業用共に例年並み若しくは低迷が予想される。
□	一般レストラン（経営者）	・予約状況を見ても、この先大きく増加することは期待できない。他の飲食店の話を聞いても、同じように厳しい状況が続いており、不安を抱いていた。外食を控える傾向は変わらず、厳しい状況が続くとみている。
□	一般レストラン（スタッフ）	・物価高も買い控えも続いており、外食は家族が集まるイベント時や週末など特別なときだけになっている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・長雨の影響により来客数が多少落ち込む可能性がある。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・先行予約も良くないため、景気は変わらない。
□	観光型旅館（経営者）	・プラスよりマイナスの要因が多く、当面は低調な状況が続く。
□	旅行代理店（従業員）	・物価高が続くとみており、景気は変わらない。
□	旅行代理店（従業員）	・先行きは不透明である。
□	通信会社（経営者）	・年末に向けてサービスエリアの更なる拡大を予定しており、高齢者層を中心に新規加入者数の増加が期待できる。特に放送サービスは、年末特番などコンテンツが充実することから、加入者数の増加を見込んでいる。しかし、拡大エリアは学生が多い住宅街であり、若者のテレビ離れの影響もあることから、若年層における放送サービスの加入者数増加は期待できない。インターネットサービスについては、キャンペーンの実施により、低価格コースの加入者数増加が見込まれる。解約者数は減少傾向にあるため、大幅な加入者数の減少はないが、大きな伸びも期待できない。
□	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料が乏しい。
□	通信会社（営業担当）	・冬季に入り、原油価格の動向に一喜一憂することが予想される。資材、流通コストの増加を懸念する声も聞く。
□	通信会社（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
□	観光名所（職員）	・ここ数か月、予約状況も振り客も前年並みの状況が続いている。この先も変わらないとみている。
□	観光名所（職員）	・団体旅行の予約も入っており、好調が続くとみている。当地発着の航空便が定期的に運行している台湾からの団体ツアーの予約も増加している。
□	遊園地（経営者）	・物価上昇が続いていることから、家計や個人消費への下押し圧力が強まることが懸念される。
□	ゴルフ場（支配人）	・地方では物価上昇に賃金上昇が追い付いていないため、消費は横ばいかやや減少するとみている。
□	美容室（経営者）	・物価高で財布のひもが固くなっている。
□	美容室（経営者）	・常連客のみで新規客がいない。
□	住宅販売会社（従業員）	・ここ数か月の実績と起爆剤となるような明るい材料がないことから、変わらないとみている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、コンロ、給湯器交換の問合せが増える。リフォームは、中東情勢の先行き見通しが不透明であるため、苦戦が続く。
▲	商店街（代表者）	・年末に向かうが、需要の増加は見込めない。
▲	商店街（代表者）	・物価や人件費の上昇が続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・依然として中東情勢の先行きに対する不安が払拭できず、物価高の動向も見通せない状況にある。物価上昇に所得が追い付かない実態から、節約志向が一段と強まり、景気の腰折れが懸念される。

▲	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・国際情勢が厳しさを増している。さらに、世界的な異常気象による農産物の不作のなかで、我が国においても生活必需品の価格が更に上がる可能性が高い。消費者の財布のひもは更に固くなる。
▲	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・ゴルフにおいては、例年11月頃からオフに入る客が出始める。
▲	コンビニ（経営者）	・商品の相次ぐ値上げで客単価が上昇しているものの、買上単価は横ばいであり、来客数は減少している。来月からは税改正による酒類やたばこの値上げが控えており、先行きは暗い見通しである。
▲	コンビニ（経営者）	・雨が降ると来客数が極端に減る。この先も天候が悪い日が多いと厳しくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・コンビニの売上は夏に伸び冬は下がる傾向があるため、売上は減少する。
▲	コンビニ（店長）	・止まらない物価上昇と最低賃金上げが懸念材料である。
▲	乗用車販売店（従業員）	・例年、年末は販売量が減少する。現状でも販売台数に大きな伸びはなく、この先も変わらないとみている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・販売価格は上がっているものの、利益は想定以上に少ない。また、人件費などの上昇が利益を圧迫している。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売台数は落ち込んでいるものの、中古車の販売台数は新車と同じかそれ以上に売れている。全体的に新車が落ち込み、中古車が売れている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・10月からクレジット金利が上昇することから、買い控えが予想される。
▲	乗用車販売店（店長）	・電気自動車、プラグインハイブリッドカーの受注はこれまで好調だったが、クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の今年度分の申請受付が終了間近との報道があり、当該車種の商談が軒並み落ち込んでいる。補助金の額が大きかっただけにネガティブなインパクトも大きく、受注活動に影響が出ている。
▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・世界情勢の影響により物価は上昇し、気候変動の影響により災害が発生している。景気が良くなるような気配は全くない。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・現在適用されている燃料油の補助事業の基準変更が見込まれ、売価の上昇につながる可能性がある。更なる買い控えの発生が見込まれる。
▲	高級レストラン（支配人）	・来館者数は下げ止まり、一定水準で横ばいに推移している。一方で、客単価の低下傾向が続いており、売上総額は緩やかに減少している。
▲	通信会社（営業担当）	・10月以降も多数の食品で値上げの予定がある。
▲	通信会社（営業担当）	・商品原価高騰による販売数量の減少が見込まれる。
▲	テーマパーク（職員）	・9月は雨の日が多かったため、屋内施設を多く備える当施設では大型連休を中心に集客が好調であったが、10月以降は集客が弱くなっていく。
▲	競艇場（職員）	・来場促進イベントの計画がないため、利用者数は減り、売上も減少するとみている。
▲	美容室（経営者）	・急激な物価上昇や最低賃金引上げ等による人件費の上昇などにより、サービス業を中心とする中小企業の経営環境は悪化する見込みである。
▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価上昇が続いており、家計負担は更に増える。教育費の上昇も避けられない。また、豪雨災害による農産物への影響も懸念される。景気はやや悪くなる。
×	商店街（代表者）	・米国の政策の影響により、国内外の情勢が不安定になっている。飲食業の当店でも10～11月は予約がほとんど入っていない。
×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・仕立てやカーテンの注文や予約が止まってしまい、売上の見込みが立たない。
×	スーパー（経営者）	・商品価格や物価の上昇は止まらず、生活防衛型の消費が更に進むとみている。
×	コンビニ（経営者）	・最低賃金が引き上げられ、除雪費用が掛かる冬が来たらいいよ限界を迎える。利益は見込めず、打開策もない。
×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米が高くて買わない状況にもかかわらず高い価格を維持しようという風潮がある。余計に在庫を増やした上に米離れを加速させることを危惧している。結果、地元の農業の衰退を招くことになる。

	×	一般レストラン（経営者）	・来店客からは値上げや物価高の話を多く聞く。メディアが値上げの話題を多く取り上げることで、消費を控える人が多くなっていると考える。
	×	一般レストラン（経営者）	・中東情勢が収束しない限り、景気の回復は難しい。家計支出の負担も増していることから、景気は悪化する。
	×	タクシー運転手	・日用品は値上がりし、ガソリン価格も高値を維持している。先行きに明るい材料は見当たらない。
	×	観光名所（職員）	・物価高などで家計に余裕がないなか、観光や娯楽などに金を掛けにくい状況になっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・交渉中の大型案件の契約を見込んでいる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量や案件は増えているが、競合他社との相見積りで発注が決まるため、労務費や材料価格の上昇分を価格転嫁しようとする失注し、受注できたとしても利益を出すのが難しい現状にある。今後は景気が上向きになることを期待したい。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体業界が好調をけん引しており、部品納期も長くなってきている。
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・金利の引上げによる有効求人倍率の低下は懸念材料だが、それ以外に年末に向けて消費マインドを冷え込ませる要因は見当たらない。
	□	食料品製造業（経営者）	・同業者の自己破産が続いている。今後は原料価格の更なる上昇が見込まれるため、製品価格の再値上げも検討しなければならない。製品価格の上昇による売行きへの影響を懸念している。
	□	家具製造業（従業員）	・引き合い案件の状況やそれに伴う見込み案件の推移から、景気は現状維持で推移するとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・景気は一進一退の状況が続いている。新しい提案をしていかななくてはいけない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前年にはあった受注の見送りや定例受注の減少又は規模縮小により、受注量はここ5年で1番少ない状況である。業種的に構造不況業種になっている総合印刷業から、情報産業業種に転換できるかが大きなポイントになっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・半年ぐらい先には新製品開発が活発化しプラスになるとみているが、当面は大きな動きはなさそうである。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・当面大きな変化はないとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・来月以降の受注状況、客先からの情報を見ても、2～3か月先までは良い状況が続く見込みである。
	□	建設業（従業員）	・受注案件について、工期に間に合うように人員配置を考えて対応していく。
	□	建設業（従業員）	・人手不足で受注量を増やせないため変わらない。
	□	輸送業（経営者）	・食料品の値上げラッシュが続くなか、10月分からは電気・ガス料金も値上がりする。また、金利上昇や高い水準での最低賃金引上げは、家計と中小企業に大きな影響を及ぼす。
	□	通信業（営業担当）	・取引先からの値下げ要請に対しては、価格が適正であることを説明し、理解を求めていく。
	□	通信業（営業担当）	・世界情勢に変化はなく、物価上昇も続くとみている。
	□	金融業（広報担当）	・政策金利の引上げは、多くの事業者が既に織り込み済みではあるものの、設備投資意欲にはややマイナスな影響が出始める可能性がある。住宅着工件数も更に減少するとみている。一方で、有価証券や株の保有者にとってはプラス材料となる。物価高の抑制がどの程度実現するかにもよるが、企業間、個人間で差はあるものの、総じて消費マインドが急に落ちることはなく、景気は変わらないとみている。
	□	広告業協会（役員）	・物価の上昇が続く限り、消費行動は慎重になる。このような状況では、広告業界において大きな変化が起こる見込みはなく、景気は変わらない。
	□	広告代理店（経営者）	・中東情勢など不安定要因があることから広告投資は伸びないものの、極端に予算を減らすような動きも見られない。当面はこの傾向に変化はないとみている。
	□	広告代理店（従業員）	・日々接する取引先の事業姿勢や予算感に着目した。設備投資や新規発注を急激に抑えるような動きがない一方で、業務内容を積極的に拡大する気配も薄く、現状維持を優先する様子が全体から強くうかがえる。

	☐	経営コンサルタント	・観光シーズンを迎えるが、天候不順や人手不足、物価高騰など不確定要素が多い。
	☐	公認会計士	・円安による輸入価格の上昇や原油供給の不安定化に伴う資材価格高騰などの影響は続く。そのため、建設業、製造業では資材価格の高騰による工事売上の減少や工事原価の上昇が続く。2～3か月で改善することは見込めず、厳しい状況が続く。
	☐	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当地の主要産業である観光は天候に左右されるため、判断がしづらい。
	☐	その他企業〔協同組合〕（職員）	・景況感が良いことから設備投資を増やすなど強気の経営戦略を立てている企業がある一方、人手不足や金利上昇への懸念からちゅうちょする企業もあり、2極化がみられる。総じて、全体的な景況感是不変わらないとみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・米価が下落している。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・値上げによる販売量の減少が見込まれるため、景気はやや悪くなる。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・原料、資材、人件費の高騰により、価格改定に踏み切らなければならず、規格変更や代替メニュー等、客離れを抑える提案を試行錯誤している。
	▲	木材木製品製造業（従業員）	・見積りの引き合いは一定数あるものの、手元案件の成約・着工への結び付きが弱く、2～3か月先も目ぼしい大型物件が見当たらない。また、各地の豪雨災害に伴う復興需要は被災地周辺にとどまり、当地域への資材発注として波及する見込みは立っていない。さらに、災害対応等の影響もあり足元では現場の職人を確保しにくく、工期遅延や着工停滞の懸念が強まっている。脱炭素関連の木質化需要の開拓を模索しているが、案件不足と施工制約により先行きは一段と厳しくなる。
	▲	不動産業（従業員）	・不動産ストック型の中小企業では経営悪化が予想される。金利が上昇するなか、資材価格の高騰が落ち着き、不動産価格が適正水準に戻るまでは、取引件数の減少が続く。
	▲	司法書士	・不動産取引や住宅新築件数の減少傾向が続いている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しているため、厳しい状況は続く。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・主力のパソコン生産において、10月以降大幅な落ち込みが予想される。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋の観光・行楽需要や年末商戦、企業の年度後半の予算執行などがあり、景気は若干上向く。
	☐	人材派遣会社（経営者）	・景気が良くなる話は聞かれず、仕入価格の上昇や中東情勢への不安も今に始まったことではない。そのなかで事業を行っているため、良い要素も悪い要素も見当たらない。
	☐	人材派遣会社（社員）	・物価高が家計に影響しており、消費は減退する可能性がある。求人も人件費の高騰などから慎重になる企業が増えている。A I 需要という押し上げ要素はあるが、景気はやや悪くなることも考えられる。
	☐	人材派遣会社（社員）	・媒体からの応募数などを見ても、今以上に伸びるような反響はないため、現状維持とみている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・周辺企業から生産量や受注の増加といった話は来っていないため、景気に変化はないとみている。
	☐	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞紙面の求人広告の掲載にはばらつきがあり、ある月とない月がある。
	☐	職業安定所（職員）	・有効求人数、有効求人倍率共に幾分改善がみられるものの、中東情勢を背景とした物価上昇など不透明な部分があることから、横ばいで推移するとみている。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向で推移しているが、10月からの最低賃金引上げの負担感が大きい。経費を圧迫するという事業所の声もあり、雇用に与える影響を注視する必要がある。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で主要産業のうち建設業、運輸業、医療福祉業でマイナスになったが、製造業、卸小売業、宿泊・飲食サービス業、サービス業ではプラスになり、全体では前年同月比で3.2%減少している。なお、新規求人数の募集は底堅く、急激な雇用情勢の変化はみられない。

	□	職業安定所（職員）	・物価高や中東情勢の影響の継続が見込まれる。また、最低賃金引上げに伴う人件費の増加により、経費負担の増加を懸念する声を聞く。このため、一部事業所では採用に慎重な動きがみられる可能性がある。
	□	学校〔専門学校〕	・経済状況が改善する要因が少ない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り、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い状況は変わらないとみている。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・景気回復の実感に乏しく、大きな投資ができない状況が長く続いている。利益が減少する企業も多いことから、当面は厳しい状況が続くとみている。
	×	アウトソーシング企業（経営者）	・10月から最低賃金が引き上げられるが、小さな会社では対応が非常に厳しい。また、賃上げを実施しても、社会保険料負担の増加などにより労働者本人の手取り額はそれほど増えず、物価上昇にも追い付かない。