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）	◎	－	－	－
	○	一般小売店［医薬品］（経営者）	お客様の様子	・10月はインフルエンザが流行しており、そのような症状が出た人が相談のため来店し、来客数が若干増加している。
	○	一般小売店［医薬品］（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比105%、売上は前年比107%である。来客数が増えたことで販売量が増加しており、毎日の売上が前年を超えている。
	○	一般小売店［寝具］（経営者）	販売量の動き	・カーテンの注文が数件入っている。布団の仕立ては相変わらず少ない。
	○	一般小売店［書籍］（営業担当）	販売量の動き	・小規模チェーン店だが、売場を縮小した１店舗を除き売上は僅かながら伸びている。前年の売上も大きかったとはいえないが、それを上回る状況が続いている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・新米価格が前年より安いため、販売点数が伸びている。来客数、販売点数は前年比２%ほど伸長しており、売上の増加につながっている。
	○	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・気温の低下により売上が低迷していた夏商品の販売が、秋になり持ち直している。
	○	スーパー（販促担当）	来客数の動き	・特売日や割引日、クーポン配布日は来客数が増加し、チラシ掲載商品やお買い得商品の売行きが良くなっている。また、総菜や弁当など手軽に食べられる商品の需要増加もみられる。来客数や商品の売行きから、消費の動きはやや改善しているとみている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しており、好調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・冷夏であり売上に影響が出ていた３か月前と比較すると良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年比103.5%、来客数は100.2%、客単価は103.3%となっている。店内調理の商品の売上が好調である。消費期限が近くなったものを値引きしていることもあり、売り切ることができている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・客の財布のひもが多少緩くなっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・高額車両や附属品の販売により、１台当たりの販売単価が高くなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前半は予約が全くなかったが、後半になり盛り返しており、通してみると例年並みである。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンは国内客、インバウンド共に好調であり、冬季のインバウンド先行予約も好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・紅葉の時期であり宿泊客は多い。ただし、台風30号等の影響によるキャンセルも発生している。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・紅葉の時期であることに加え、熊出没に関する報道が少ないことによる安心感から、客足は増加傾向にある。
	○	通信会社（営業担当）	単価の動き	・販売単価を下げずとも受注につながる案件が増えている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンドの動きが好調で、この先も増えそうな状況である。
	○	その他サービス［自動車整備業］（経営者）	販売量の動き	・この時期は例年忙しいが、今年は例年以上に仕事量が多い。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量が増加している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が高止まりしていることに客が慣れ始めている。
	□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・資産効果により、富裕層の宝飾品を中心とした高額品消費は堅調に推移している。物価上昇が選別消費に拍車を掛けているのか、節約対象アイテムとなる衣料品の動きは厳しいが、ポイント還元など価格訴求に対しては敏感に反応している。気温の低下により、婦人服は若干の動きがみられる。

□	百貨店（従業員）	単価の動き	・前年にはなかった販売促進施策を実施したことで来客数は増加し、一時的に売上は伸びている。しかし、客単価は変わらず、必要最低限の購買行動にも変化はみられない。
□	百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年比２けた増は変わらず、売上も前年を大きく上回っている。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・10月の平均１品単価は前年比101%強で推移している。来客数は伸びず、前年比横ばいとなっている。買上点数は前年比では２%強減少している。各メーカーの商品値上げや諸経費の増加が続くなか、消費行動は低価格訴求品へシフトする傾向がみられ、家計防衛意識の高まりがみられる。消費の傾向に大きな変化はみられない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの状況は変わらない。酒税改正の前後で需要の変化はみられない。米価も下落し、売上を作れておらず、低調な推移が続いている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・若年層や高齢層の客は低価格商品や値引き商品を吟味して買物をしている。それに対し、中高年層の客は多少値が張っても気に入った商品を購入しているようにみえる。商品値上げの影響により、全体的に買上点数は減少傾向にあり、サービスや価格競争などで利益を出しにくい状況は変わっていない。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価、買上率共に前年比に大きな変化はみられない。
□	スーパー（店舗運営）	販売量の動き	・日替わり商品や特価品の販売量に大きな変化はないものの、通常品の買い控えが続いており、買上点数が低調な状況は変わらない。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣の競合店が改装のため１か月半休業している。その影響か、朝の通勤時間帯の来客数が増加している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比102%と前年とほぼ変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・秋冬物の衣料品が動き出したことに加え、企業の作業服の受注が増えている。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・寒暖の差があるとはいえ、例年よりも気温が高く推移していることで、全体的に冬物商材の立ち上がりが遅れている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発表から２か月ほどだが、その効果が薄れてきている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の登録台数は若干増加しており、売上も増加している。しかし、物価上昇の影響により原価も上昇している。
□	その他専門店［靴］（経営者）	販売量の動き	・食料品や生活必需品の価格上昇の影響により、購入を慎重に考える客が増えているようで、商品の試し履きをしても購入には至らないケースが多くなっている。
□	その他専門店［ガソリンスタンド］（営業担当）	販売量の動き	・天候が回復し販売量は前年に近づいたものの、超えてはいない。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	お客様の様子	・購買点数、客単価に変化はみられない。
□	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・例月と比較して特段の変化はみられず、景況感や顧客動向などに大きな動きはない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・土日の来客数はやや増加しているが、平日の客足はランチ、ディナー共に非常に鈍い。景気が悪い状況が続いている。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・地元客の来店は少ないが、せり鍋を目的に関東から訪れる客が多くなっている。
□	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は、土日に増加しても平日は昼夜共に減少しているため、全体的にプラスになっていない。
□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は増えず、問合せも少ない。

□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・季節要因もあり来客数は増えているが、景気が上向いているといえるほどではない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価上昇が更に進んでいることに加え、燃油サーチャージの高騰もあり、海外旅行を中心に支出を控える傾向が継続している。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量に変化はない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・客との会話では、スーパーの買物で安い物を探したことや飲み会は選んで出席しているといった話を聞く。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高が続いている。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・入場者数が好調であることに変わりはなく、さらに、今月は大規模スポーツ大会関係の来場者も1000人を超えた。一方で、大会開催によりホテルが取れないという声も多く聞かれた。
□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・第３週の週末を除き天候に恵まれたため、来客数は前年を上回っているが、前々年は下回っている。
□	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・予約数が前年を上回っている。
□	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、給湯器やコンロの交換が増えている。省エネ型給湯器の工事も僅かに増えている。リフォームは、庭木のせん定が増えているものの、物価高による買い控え、原材料や資材の価格高騰の影響による落ち込みが続いている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者数は横ばいで推移しているものの、物価高の影響が顕著となっており、ぜいたく品を中心に買い控えがみられる。
▲	一般小売店［医薬品］（経営者）	来客数の動き	・来客数は年金支給日から数日を除いて大きく減少している。また、食品や灯油などの生活必需品の値上がりにより、店頭売上も減少している。
▲	一般小売店［酒］（経営者）	販売量の動き	・取引先の飲食店に関しては、特に平日の販売量が低下している。予約がない日は臨時休業するなどして対応している店も少なくない。値上げできる店、低価格でも回転率を上げられる店、インバウンドに対応できる店が少ない地方では厳しい状況が続いている。また、家計節約の影響は依然として大きく、抑えられる支出は抑えようとする傾向が強いため、消費マインドが上向かない。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・天候不順も重なり、来客数が大幅に減少している。街のイベントに連動した施策を打ち出したが、来店喚起には至らなかった。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・他社の特売価格の打ち出しがかなり激化しており、来客数が前年を割っている。
▲	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・特売品しか売れていない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数がかなり落ち込んでいる。前月に続き天候が悪かったことに加え、雨が続き農家が稲刈りできなかったことも要因とみている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少傾向にあり、販売量も前年割れの状況である。買上点数と客単価は横ばいで推移している。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響により、買上点数が前年より少なくなっている。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数は３か月にわたり前年比90％で推移している。天候の影響もあるが、１番の要因は物価上昇による消費マインドの低下とみている。
▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・台風などの天候要因もあってか、秋への移行が進まない。夏なのか秋なのか分からないような天候が続いているため衣替えが進まず、潜在的なニーズが顕在化しにくくなっている。来客数が伸び悩んでいる。

▲	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・終わりがみえない燃料や食料品等の価格上昇が生活に影響し、来店頻度や購買機会が減少している。
▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型スマートフォンの販売は好調だが、パソコンの売上減少分をカバーするには至っていない。エアコン需要は終息しており、季節商材や白物家電も低調である。
▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・上期決算セールやイベントが落ち着き、テレビや冷蔵庫など大型家電は冬のボーナス商戦に向けた下見の客が増えてきている。季節商材のコーナーは夏物から冬物へ変更しているが、まだ涼しい程度の気温のため、冬物商材に関しても下見の客が多い印象を受ける。それでも洗濯機や新型スマートフォンが発売されたことによる下支えがあるため、やや悪くなっている状況である。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は中古車が増加しているものの新車は減少している。新車については商談件数も減少している。価格の高騰や新型車の発売がないことに加え、金利上昇も影響している可能性がある。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売量は３か月前比99％だが、中古車は同94％となっている。大きな落ち込みではないようにみえるが、前年は新車が109％、中古車が122％と好調であったことを踏まえると、景気は悪くなっている。また、来客数については、既存顧客が115％となる一方で、新規客は88％と減少している。
▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・中古車や中古部品等の購入で費用を抑える客が増えている。
▲	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・収益状況は新車のバックオーダーを抱えているため良好である。しかし、足元では相次ぐ物価上昇やクリーンエネルギー自動車導入促進補助金縮小の報道等、ネガティブ要素も多く、客の購買意欲は急速に低下している。
▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	お客様の様子	・収入は増えず、物価は上がっていくばかりである。食費や教育費を抑えるには限度がある。そうなるとインテリアなどは、住宅購入の際に思い切ってそろえるより、今ある物を使う人が多くなる。
▲	その他専門店［白衣・ユニフォーム］（経営者）	販売量の動き	・今年は秋が早く来たため、既に防寒着の注文が入っている。しかし、単価の高い物は出なくなっており、軽防寒で単価の低い物が主流になっている。また、現在メーカー在庫がひっ迫しており、売りたくても売れない状況が続いている。まだ本格的な冬ではないため、何とか持ちこたえている状況である。
▲	観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・物価高の影響が続いている。特に輸入品はかなり高くなっている。
▲	タクシー運転手	単価の動き	・利用客、客単価共に伸び悩んでいる。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・新規加入者数は放送サービス、インターネットサービス共に減少している。特に放送サービスでは、定額制の映像サービスへの移行者が増加傾向にあることや若年者のテレビ離れにより、解約者数も増えている。
▲	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95.6％だったが、今月は87.3％と下向いている。
▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数は天候不順による落ち込みがみられる。また、予約数の減少分を補っていた振り客が前月辺りから減少しており、全体的に数値が落ちている。景気は下向いている。
▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数に変化はないが、客単価が大幅に低下している。大口客の動きにより、売上に影響が出ている。
▲	美容室（経営者）	単価の動き	・施術料金を改定し前年より上げているにもかかわらず、客単価は前年比98％である。ヘッドスパなど施術を追加する客が減っている。
▲	その他サービス［寮管理］（管理人）	お客様の様子	・寮費よりも安い一般賃貸物件に移る学生が増えている。物価高の影響により、教育費以外を節約する傾向がみられる。親の負担を少しでも減らすためにアルバイトをする学生も増えている。

	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁発注の設計・工事監理案件は減少や小規模化が進んでおり、落札率の低下による低価格化も顕著となっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月も食品の値上がりが止まらず物価高が進み、かつ、可処分所得が増えないため、客の購買意欲が落ちている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・気温が下がると来客数や売上も減少する。また、今月は最低賃金引上げや電気料金の高騰、除雪代の値上がりと悪い材料が多い。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・円安の影響により輸入商品の値上がりは著しく、物価高も続いている。また、地方では賃金も上がっていないことから、購買意欲がある消費者は限られている。
	×	その他専門店［酒］（経営者）	それ以外	・売上を始め、全体の動きがかなり鈍くなっている。地元農家の収穫作業が残っていることの影響もあるが、価格変更もあいまって店頭、飲食店共に動きが悪い。対応できる手段も段々と少なくなってきている。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・取引先の納入業者からは商品の受注量が減少しているという話を聞く。客からは生活必需品の価格上昇に苦しんでいるという話を聞く。
企業動向関連 （東北）	◎	＊	＊	＊
	○	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注案件が増加している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連事業の動きが良くなっており、受注量及び売上が伸びている。
	○	輸送業（経営者）	それ以外	・大規模スポーツ大会の開催に伴い、他県からの来訪者が増え、宿泊施設の予約が取れないなど観光や飲食はにぎわいをみせている。また、タクシーやバスといった旅客輸送関連でも高いニーズがある。地域経済への効果を実感している。
	□	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・水稲は停滞しているものの、価格が低い分引き合いは多い。りんごは例年どおりだが、価格が低い傾向にある。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要駅や観光地の店舗は好調である。商品の値上げで動きが心配されたが影響は少ない。一方で、百貨店の店舗は動きが悪い。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・原料や資材の価格、人件費等の高騰により、飲食店舗では価格改定に踏み切った。来客数はやや減少したものの客単価が上がり、全体でみると微増となっている。
	□	木材木製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・景況感は依然として低迷したまま、固定化している。東北は全体的に案件数が乏しく、数少ない既存案件に競合業者が集中した結果、極めて激しい価格競争に陥り採算を圧迫している。また、鉄やセメント等の資材に対しては価格を受け入れている発注側が、木材に対しては値引き要求をしてくる傾向が強く、適正な利益確保が困難な低水準の状況から脱却できずにいる。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間企業からの受注は増えているが、官公庁関連の案件は価格競争が激しく、受注につながっていない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・取引先や代理店からの受注が減少している。同業の代理店などの廃業が相次ぎ、地方の同業、業界を取り巻く環境の厳しさが露呈している。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新製品の予定があり忙しくなっているが、既存製品は横ばいである。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・受注金額、取引量共に低迷したまま横ばいの状況が続いている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・秋雨の影響はあるが、段取りを組んで工期に間に合うように作業をしている。受注は順調である。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化がない。大規模受注はなく、小規模はコンスタントに受注している。

□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は数年後の分まで確保できている。物価上昇についてもコストに反映できている状況である。
□	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。
□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・住宅着工件数や自動車販売台数の低迷により、住宅ローンや自動車ローンの申込者数は減少傾向が続いている。一方、事業者は物価高による仕入価格の上昇で必要運転資金が増加していることから、運転資金の借入れニーズは高いものの、更なる金利上昇を警戒し、設備投資には慎重な姿勢である。大規模スポーツ大会の開催により、前月に続いて宿泊業や飲食業は好調だが、元々紅葉シーズンで需要が高まる時期であるため、稼働率や売上増加率の上昇幅は例年と比べてそれほど大きくない。また、大会関連の宿泊単価には上限が設定されており、景気への影響は限定的である。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告業界の主要業種である流通・小売・エネルギー関連の広告出稿は依然として低調である。広告市場は３か月前と同様、前年をやや下回っている状況である。
□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・先行きが不透明な状況に変わりはないものの、現時点では取引先に予算を大幅に削減する動きはみられない。
□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・主要取引先の注文状況は安定しており、定期的な案件を中心に発注量は一定を維持している。ただし、物価高などの影響から各社ともコスト管理や投資には慎重である。景況感は３か月前と変わらない。
□	経営コンサルタント	それ以外	・物価上昇が収束せず、全体的に消費環境は良くない。生活必需品を比較、選別しながら購入するといった、守りの消費が続いている。
□	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。小売業、サービス業は前月同様、一定程度の売上と業績を確保している顧客が多い。製造業、建設業は工事の遅れなどにより売上が上がらないことに加え、資材不足や人手不足などにより原価が上昇していることから業績の悪い顧客が多い。これは２～３か月前と同じような状況である。
□	その他企業［協同組合］（職員）	受注量や販売量の動き	・受注量は夏場から大きく増加しており、特に半導体関連は来年まで高めの発注が見込まれる。発注をこなすことが優先されているため価格も採算が取れる程度の額となっている。しかし、原料・資材価格は倍増で高止まりが続いていることから、収益増加には至っていない。また、人手不足が問題となっており、それに対処するための人件費増加が大きな負担となっている。さらに、運送費の増加と運送手段の確保が厳しい状況が続いていることもネックになっている。
▲	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常態化しているなか、原材料価格の高騰に伴う製品価格の引上げにより、売上の減少に拍車が掛かっている。
▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・目立った受注契約がない状況である。
▲	その他企業［企画業］（経営者）	それ以外	・当地の観光施設は、休日の悪天候が続いた影響により客足が鈍くなっている。
×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・農業団体に出荷した米の概算金が入金されたが、生産コストを差し引くと収支は赤字である。
×	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。
×	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力のパソコン市場が落ち込んでおり、受注量が前年比70%となっている。
×	不動産業（従業員）	それ以外	・価格高騰が影響して不動産の供給過多が継続している。売却については様子見の動きがみられる。
×	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	・受注量に10月の酒税改正の影響が出ている。流通側で酒税が変わった商材の対応に追われたとみている。

雇用関連 （東北）	◎	－	－	－
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・夏場以降、新規求人の動きがやや活発になっている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・飲食店を新規開業する企業が何社かある。また、卸売業や製造業でも新しく人を採用したいというニーズが出てきている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大きな動きはなく、求人数に変化はない。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・前月から新規求人の依頼は増えているものの、有効求人倍率などに大きな変化はない。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	採用者数の動き	・離職者数が採用者数を上回っている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・９月の新規求人倍率、有効求人倍率は前年同月を上回ったが、新規求職者数、有効求職者数が減少に転じたためであり、新規求人数、有効求人数は微減となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比9.3%減少となっており、物価高騰や最低賃金引上げに伴う人件費負担の増加を背景に、求人を控える企業もみられる。中東情勢の影響は落ち着きつつあるものの、企業の採用意欲は依然として慎重である。
	□	学校［専門学校］	求人数の動き	・求人数は前年同月とほぼ変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰分を価格に反映できない企業が多い。また、卸売小売業において物価高で業績が悪化しているという声がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用者数は若干減少傾向にある。中堅・管理職層の採用は活発だが、ボリュームゾーンである若手層の採用市況は悪化している。人手不足への対応として、企業は採用に加え、業務効率化やＩＴツール導入なども検討していることが要因とみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数の動きが急速に鈍化しており、前年比89%となっている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・ＡＩの進化により仕事が減っている。廃業を考えている同業他社も出ている。
	▲	新聞社［求人広告］（担当者）	求職者数の動き	・人手不足ではあるが、求人広告を掲載しても応募が集まらないという見方が強く、求人広告の掲載申込みがない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・９月の有効求人数は前年同月比で減少し、有効求職者数は横ばいである。また、有効求人数と有効求人倍率は10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。
	×	＊	＊	＊