

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：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	良くなる	コンビニ（経営者）	・一番はたはこの供給が整い始めたことである。また他の商品も納品の上限が解除され始めて、良くなってきている。自粛ムードはあるが、当地域ではゴールデンウィークと花見が重なったことなど、盛り上がりにも貢献している。
		その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	・3、4月が底だと思うので、夏以降は確実に回復して行く。
	やや良くなる	一般小売店[家電] (経営者)	・地上デジタル放送対応テレビの動きが上向いてくる。エアコン等、夏に向かっての商品に期待したい。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災後の状況が安定し、気温の上昇と共に行楽のシーズンに向かうので、やや良くなる。
		コンビニ（店長）	・現在、物流が大分滞っているため、その関係で売上が上がっていない部分もある。これが2～3か月先になると物流もある程度戻ってくると思うので、今よりは良くなっていく。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の様子が幾分明るさを取り戻しつつある。被災地に対して自分たちが支援できるようになるためにも元気を取り戻して、それをどんどん蓄積していかなければというような雰囲気を感じられるので、やはり幾分か自粛ムードから転換しつつある。行動そのものが消費に動いてくれるという期待感を込めて、先行きはやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・7月24日にテレビ電波のアナログ波が停止するため、地上デジタル放送にまだ対応していない客の駆け込み需要が期待できる。また、前年の猛暑で季節商材を買いそびれた人が、今年の夏に商品を購入する。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量及び消費意欲の回復が進むため、今よりはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・来月から生産ラインがほぼ回復する見通しなので、客にも納車の目途をきちんと伝えることができるため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・東日本大震災の影響でやや落ち込んでいるが、今後は復旧復興に向かっていくいろいろな消費も活発になっていく。
		一般レストラン（経営者）	・観光シーズンになることと、自粛ムードの改善で、客数が増える。
		観光型ホテル（営業担当）	・自粛ムードも払しょくされ、宴会需要、国内旅行も徐々に回復して行く。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災の復興での景気回復を願っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気が悪いところに東日本大震災があり、当地域でも地震があったので、非常に皆自粛傾向に入っているが、これからはしばらくの間はそれも徐々に解けて少しは良くなっていくかと期待している。このままいくと非常に大変な状態になってしまうので、使えるところは使ってもらおうといった、景気回復を願っている。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響が徐々に薄らいでいる傾向にある。
		旅行代理店（所長）	・東日本大震災を理由とする旅行自粛ムードの改善、並びに福島第一原子力発電所問題の改善期待により、現在よりも良くなっていると期待している。
	通信会社（経営者）	・年度末流れの発注が来月あたりから受注となる予定である。少しずつ復興に向かっていくのではないかと感じている。	
	テーマパーク（職員）	・東日本大震災後の自粛ムードなどによる出控えがゴールデンウィークを機に解消しつつあるので、昨年や震災前に比べると良いと言えるような状況ではないものの、今よりは良くなる。	
	遊園地（職員）	・東日本大震災の影響でレジャー関連施設への出控え傾向は継続すると思うが、今後2～3か月先は今よりは回復傾向に向かう。	
	変わらない	商店街（代表者）	・福島第一原子力発電所の直接の被害はないが、メーカーが被災地に優先的に品物を直送しているために、夏のキャンプ用品等の一部が間に合わず、閉口している。また、買い控えも多い。
一般小売店[精肉] (経営者)		・県内の物を使おうということで地産地消と言われているが、福島第一原子力発電所の影響があるので、それが落ち着かない限り景気回復は難しい。	

一般小売店〔家電〕 (経営者)	・相変わらず被災地中心の商品の流れがあり、季節商材も早期仕入の段階から規制が掛かってきている物もある。今の状態だと、売りたいでも一般ユーザーに売れない、購入したくてもできないという状況も出てきそうである。
百貨店(営業担当)	・夏になっても季節商材はさほど動かない。
百貨店(販売促進担当)	・主力商品群である婦人衣料の回復が鈍い。東日本大震災直後と比べると、ほぼ前年並みまで回復してきているが、不要不急品の購入は控える傾向は当分の間継続する。
百貨店(販売促進担当)	・東日本大震災以後、少しずつ客数が回復基調にあるが、依然として食品などの必需品以外は低調な推移となっている。今後も同様な傾向が続く。
スーパー(店長)	・被災地の復興状況次第の面がある。近隣のマーケット自体はそれほど冷えていないので、製造メーカーがいつ通常生産に近づくかで変わってくる。
コンビニ(経営者)	・東日本大震災の影響でたばこなど入荷に制限が掛かっているものがある。商品量は潤沢ではないが、近くで便利な店を活用するという流れの中で、ガソリン価格の高騰なども踏まえややプラス要因もあるので、プラスマイナスで大体同じような推移でいく。
コンビニ(経営者)	・イベントも縮小気味で、海への客も期待できない。
コンビニ(経営者)	・東日本大震災による福島第一原子力発電所の事故、また風評被害は当地域にも非常に影響を及ぼしている。また、回復にはまだまだ時間が掛かるので、先の売上もそれほど今とは変わらない。
衣料品専門店(店長)	・余震や福島第一原子力発電所の状況次第ではあるが、消費者の心理はまだ安定していないために、買物に対してもシビアであり、生活必需品でもないファッション商品については厳しい状態が続く。
一般レストラン(経営者)	・過剰な自粛も徐々に収まり、予想に反し4月の売上は上がったものの、この先、仕入価格、特に魚介類の値上がりなどのように影響してくるのか不安である。
旅行代理店(副支店長)	・やはり過去の事例を見ても、旅行業は回復に非常に時間が掛かり、2～3か月ではなかなか回復してこない。1年、2年という長期的なスパンで今後の会社の経営体制を考えていかなければならない。
通信会社(営業担当)	・精密関連の仕事が東日本大震災の影響で大幅に減り、人員削減が開始しており、景気全体の底上げができない。
通信会社(総務担当)	・個人消費が低迷し続けているので先行きは変わらない。
通信会社(局長)	・東日本大震災の復興や福島第一原子力発電所問題、夏場の計画停電など不安要素が多く、心理的に消費拡大につながりにくい。
通信会社(営業担当)	・ボーナス時期までは今の節約、自粛傾向が続き、あまり動きが無い状況のまま変わらない。
ゴルフ場(業務担当)	・3月は来場者、売上ともに前年比50%であったが、4月は前年比で大体75%くらいになっている。向こう3か月の予想としては、取り込みについてはぼちぼち回復してきてはいるものの、やはりコンペの開催が少ない状況である。平日については間際の予約も可能なので回復しつつあるが、土日についてはなかなか前年比までの獲得が難しい。ましてコンペが少ないため、早朝や午後からといった身軽にできる安いプランに偏りがちなところがあり、総体的に売上はなかなか上がらない。
ゴルフ場(支配人)	・マインドの低下がまだ続いており、予約が伸びてこない。地域のメンバーを中心とした来場者が目立っている。
その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 (店長)	・夏季の電力不足問題は当業界にとっても大きな影響を与えることが予想されるため、不透明なことが多い。ただ、休日を近場で過ごす家族連れが増加も予想されるため、営業ができれば通常以上の客数が見込めるとも考えている。
その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 (職員)	・当店の業態は単価も低く、ある程度客の価値観によって売上が左右される。現状は客が他にお金を落とすよりは少ないお金で楽しめるということで、当店の業態を選んで利用しているような感じがあるので、それほど大きな変化はない。
美容室(経営者)	・先の予約が厳しい状況が続いており、すぐに良くなる様子はない。おしゃれに使うお金を節約する人が増えている。
その他サービス〔清掃〕(所長)	・歓送迎会や花見など自粛ムードできており、大型連休中も観光地等は人出が見込めないようなので、今後も急激に景気が上向くことは考えられない。

	住宅販売会社（経営者）	・福島第一原子力発電所が落ち着くまでは、この情勢は変わらない。風評被害が徐々に多くなることから、地域リスクは大きくなることが見込まれる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・災害等の教訓により、これからやはり無駄なお金は使わない傾向になっていくのではないかと懸念があるので、今後は今よりは悪くなっていく。
	商店街（代表者）	・郊外の大型ショッピングセンターの影響が、これから強くなる。
	百貨店（総務担当）	・超人気の菓子の展開ができなくなり、来客数と中元商品の激減も考えられるので、中元商戦から先を含めて、売上全体は減少傾向をたどるしかない。
	百貨店（営業担当）	・そで物のスーツなどは今後非常に厳しくなる。クールビズ、節電ビズでボロシャツ、半そでシャツ等は動くと思うが、ガソリンの値上がり等、東日本大震災後の影響がいろいろ出て、全体的には非常に厳しい状況となる。
	スーパー（経営者）	・心理的要素や増税などの報道で、消費は更に冷え込んでしまいそうである。
	スーパー（総務担当）	・夏場の計画停電が実施されれば、食品などはその日消費する物のみの購入になる。当店は広範囲の客を吸引しているため、まとめ買いのウエイトが高く、計画停電が実施されれば買上点数が減少する。
	スーパー（統括）	・原材料がタイトになり、徐々に原料高になりつつある。さらに県内の観光需要の激減や製造業の受注減により、夏のボーナスはかなり厳しくなることが予測される。デフレからスタグフレーションへ移行しつつあり、不要不急の高級品はますます売れなくなる。
	スーパー（経営企画担当）	・落ち着いてくれば外食や行楽も増えるだろうが、景気の先行きに悲観的な見通しが多いので、やや悪くなる。
	コンビニ（店長）	・現在は東日本大震災の修理などで昼間は関係での来店が結構あるが、節電の効果等で夜が暗くなっており、夜は全く暇な状況である。福島第一原子力発電所の問題はまるで終息するような様子がなく、外出控えやいろいろな物、地域産品などへの買い控えも収まらず、必然的にあまり良い方向にはいかない。
	乗用車販売店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題で大きな影響を受けている。今後の見通しはいまだになく、長期化している状況に変わりはない。原発事故発生の際として経済的に大きな影響を受けており、この影響は今後も続く。
	乗用車販売店（営業担当）	・営業活動の中で、自動車の購入を検討するという客の数が少なく、全く先が読めない状況が続いている。
	住関連専門店（統括）	・東日本大震災の復興に関連した増税等の消費者負担増と、可処分所得の減少による消費マインドの低下により、やや悪くなる。
	高級レストラン（店長）	・原材料や石油の価格高騰に加えて、夏場の電力状況の不安定感のなか、好転する要素が見当たらない。
	一般レストラン（経営者）	・東日本大震災前に戻るまでどのくらい掛かるのか、さらにそれより良くなっていくとは思えない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の災害の影響を受け、経済環境も悪くなっており、景気回復は見込めない。
	旅行代理店（副支店長）	・東日本大震災の影響で自粛が続く。6月ぐらいからようやく話が出始めてきているが、旅行にお金を出すのは夏以降になる。景気で言えばそんなに悪くないが、旅行業界としては最悪の上期となるのは必至である。
通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響で機器の入荷が困難なため、商品によっては販売の見通しが付かない状況にある。また、自粛ムードで客の購買意欲も落ちており、今後ますます苦しい状況に陥る。	
ゴルフ場（副支配人）	・東日本大震災の影響がこれからまた各方面に対して出てくる。その影響がどの程度になるのかはまだ微妙に見えない部分がある。良くなるということは多分ないが、自粛ムードが漂っているので、景気の見通しがあまり立てられない状況である。	
競輪場（職員）	・東日本大震災の影響で人の動きが鈍っている状況のなかで、これから購買が上向くということは考えられない。	
設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響がどのように出てくるのか分からず、今後落ち着くのかひどくなるのか様子を見てから工事を発注するという客が多い。	
設計事務所（所長）	・2～3か月先ではまだ建設効果は表れず、資材不足もあり、かえって停滞しているのではないかと見ている。	

		住宅販売会社（従業員）	・来場者の減少がそのまま受注量の減少に直結することは間違いない。
悪くなる		商店街（代表者）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題、ゴールデンウィークも自粛ムード、夏の電力事情など考えると、全く先行きは見えない。
		商店街（代表者）	・福島第一原子力発電所の事故が落ち着くまでは客も不安で、日常必需品以外の買物は控えている。趣味の楽しみも我慢をしているようである。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・当店の近くで火災が発生したり、当地区ではいろいろなことが起こっており、あまり良くなる見通しはない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災以来、当地方でも地震によって家や塀などが壊れたところが沢山あり、その修繕費や会社がしばらく営業できなかったことでの給料減などにより、お金を使えない状態が続くのではないかと見ている。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の問題が早く解決しなければ、ほとんど消費に回らない。
		乗用車販売店（販売担当）	・現在新車が全然作られていないので、下取りも入ってこないし、新車の契約をしても納めることができないので、これからは恐らく契約が成り立たない。売りたいでも売れる車がない状態なので、景気は良くなるはずがない。全国的にそうだと思うが、先行きは悪くなる。
		住関連専門店（仕入担当）	・4月の需要は特需に近いものがあり、日を追うごとに平常に戻ってきている。無駄を極力省くという消費マインドの中、今後は販売数の低下が予測される。先行きは厳しいという前提で計画を修正、変更している。
		一般レストラン（経営者）	・ここ1か月ほどサービス業、流通業等では非常に消費が低迷しており、売上が下がっている。15%、20%ダウンが続いているので、これから先も良くなる傾向には見受けられない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災による影響は大きく、3～5月と宴会、送別会、歓迎会等のいろいろな催しが中止となり、売上が激減しているため、悪くなる。
		スナック（経営者）	・このまま変わらないようであればまだ何とかかなと思うが、明日のことさえ分からないような状況なので、2～3か月先のことは全然分からない。ともかく景気が悪い。
		都市型ホテル（支配人）	・今後の予約の多くはキャンセルされている。また、首都圏の空港を利用したツアーもキャンセルになっている。先行きが真っ暗で見えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災で飲んでる場合ではないという意見が多発している。また、風評関係で飲み会を控えるということも非常に多くなっている。宿泊に関しても、震災復興支援と保険関係が辛うじて入っているという状況であり、今後数か月も非常に心配である。
		旅行代理店（従業員）	・過剰な自粛と価格低下によって利益を確保しにくい状況のため、悪くなる。
		タクシー（経営者）	・今の状態ではこの先も悪い。
		美容室（経営者）	・当地域でも東日本大震災の余震がある以上、外出もする気にならず、しかも美容などは少し我慢をしてもいいと思う業種なのかもしれない。営業をしていくこと自体が難しいこととも言える。
	住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災によるレジャー指向の減退から、別荘販売を含むリゾート関連産業は不振が続く。	
	住宅販売会社（経営者）	・東日本、西日本と福島第一原子力発電所の問題が大きく影響している。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・3、4月が底だと思っている。これからはいろいろと自粛していたことを止めて、産業や経済が発展して欲しいという希望を持っての回答である。
		金属製品製造業（経営者）	・今、親会社には特装車両、特にミキサー車等の受注が相当入っているが、肝心の自動車メーカーからの車が間に合わず、製品にならない状態である。したがって当社への受注は2～3か月先になるようである。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・製造業が良くなるということは、いろいろな面で景気に結び付いて良くなる。
		金融業（経営企画担当）	・東日本大震災の自粛意識が改善されるため、やや良くなる。

	新聞販売店 [ 広告 ] ( 総務担当 )	・ イベント等の自粛は、予定どおり開催されるとの報道も目立ち始め、次第に解消される。また、いろいろな分野で便乗の動きがあったが、これも解消されつつある。東日本大震災直後の新規開店予定だった大型店も延期してオープンし、関連業種の商戦も活発化している。
変わらない	窯業・土石製品製造業 ( 経営者 )	・ 東日本大震災の影響による消費の落ち込みがどの程度まで回復するかもよると思うが、それとは関係なく業界の低迷が相変わらず続いている状態なので、なおさら気掛かりである。
	窯業・土石製品製造業 ( 総務担当 )	・ 東北地方の復興が最優先となるため、悪い状況に変わりはない。
	金属製品製造業 ( 経営者 )	・ 今のところ東日本大震災の影響というものは何もない。震災前と同じように仕事をしている。仕事量や値段がずっと良くないので困っているが、今のところ何もないのでそのまま変わらない。
	一般機械器具製造業 ( 経営者 )	・ 業種によって仕事の状況にばらつきが大きく、自動車向けの仕事が通常に戻るにはまだ時間が掛かるが、建設機械向けの仕事は東日本大震災後も順調に伸びてきている。全体としては、景気は現状と大きく変わらない。
	電気機械器具製造業 ( 経営者 )	・ 長期的、安定的な受注は全くなく、先が見通せない。
	輸送用機械器具製造業 ( 経営者 )	・ 当社は取引先が十数社あり、悪い会社もあるが比較的良い会社もあるので、4月までは非常に景気が良かった。5～6月も同じような感じでしばらくは推移する。
	輸送業 ( 営業担当 )	・ 今後とも東北エリアの機能の半減部分を関東エリアで補い、物量的には確保していく予測である。ただし、計画停電は回避されている中ではあるが、様々な負担もかかかってきており、燃料高の状況にもよるので、物量は前年を大きく上回る予定であるが、全体的に景気動向は厳しい。
	司法書士	・ 4月はたまたま仕事が多かったという気がしている。今期は分からないので、先行きは良くて変わらない。
	その他サービス業 [ 情報サービス ] ( 経営者 )	・ 悪い状況が当面続くと思うが、製造業の中には生産体制が東日本大震災前に戻りつつある企業が増えてきている。
やや悪くなる	食品製造業 ( 製造担当 )	・ 本格的に原油価格が高騰し始め、東日本大震災の影響で値上げに踏み切れなかった資材も7、8月には値上げしてくると思う。原料についても旧穀がなくなり次第、1割ほど値が上がり、利益確保が断然難しくなる。インフレに振れにくい可能性もあるが、末端商品がどの程度対応できるかは不明である。
	出版・印刷・同関連産業 ( 経営者 )	・ 価格競争が相変わらず激しいので、やや悪くなる。
	出版・印刷・同関連産業 ( 営業担当 )	・ 紙、インクなどの資材が入ってこないで、客に迷惑を掛けているような状況である。代替品についても大変難しくなってきたり、仕事を取りにくくなっている。
	電気機械器具製造業 ( 経営者 )	・ 東日本大震災の影響で、需要は増えるが部品不足の解消がなかなかできないため、生産対応が図れないのではないかと予想している。
	電気機械器具製造業 ( 経営者 )	・ 競争相手が連休明けごろから製造を再開するという事なので、バックアップ機能で受注をもらっている当社としてはこれから落ちてくる状況である。なにかと部品がなくて物が作れない状況が他の仕事でもあり、自粛ムードによる買い控えで物が動かなくなってきたりするので、これから2～3か月はぐっと景気が冷えて悪くなる。ただし、復興需要が出てくればまた上がるかとは思っている。
	電気機械器具製造業 ( 営業担当 )	・ 東日本大震災の影響で、一部部品の調達が難しくなっている。今後の見通しは非常に不透明であるが、状況によっては厳しさが一層増すのではないかと懸念している。
	その他製造業 [ 環境機器 ] ( 経営者 )	・ 新規の見込みが予測できない。
	不動産業 ( 経営者 )	・ 東日本大震災特需と防災関係は期待できるかもしれないが、被災に関連した負の要素が大きすぎ、消費への意欲等、差引きマイナスになる。
	社会保険労務士	・ インフラの復興関係は動いているが、関係ない事業所は東日本大震災前に戻るまで体力がもつか疑問である。
悪くなる	化学工業 ( 経営者 )	・ 年度初めなのに新しい話が全く止まってしまっている。5月は休みが多いので稼働日数も少ない。また、原材料の仕入価格がどんどん上がってきている。

		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災により自動車メーカーは50%くらいの減産となり、建設機械メーカーは大幅増となったが、合計すると70%くらいの受注量となっている。これが元に戻るのには年内一杯掛かる模様である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・操業率が約50～60%で、今後も主力自動車メーカーの操業が従来どおりの形の100%に戻るのには12月以降になるだろうということなので、60%で食べられるようにしていかなければならない。非常に辛いところである。特に、資金決済や収益上の問題は非常に厳しい状況になる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・3～4月に中止された宝飾のイベントが6月に集中している。これに期待するしかないが、3～5月までの落ち込みはカバーしきれないのではないかと考えている。現状では大阪、九州の間屋を回っても、東日本大震災後の自粛傾向の影響で全く売れない。
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。東日本大震災の影響で、進行中の工事すべてが3か月間の工期延長になってしまった。このため現場経費がかさむことで利益が減ることと、工期延長に伴う工事金の入金が遅れることにより、資金繰りが今後心配になってくる。
		金融業（調査担当）	・東日本大震災後に行なった県内企業へのアンケート調査の見通しによると、更に悪化を予想している。
		金融業（役員）	・東日本大震災の影響で、多くの取引先の収益状況が急激に悪化しているので、先行きは悪くなる。
		不動産業（管理担当）	・東日本大震災の影響による復旧、対策費用の増加、テナントの売上減少による賃料の入金遅延などが発生する可能性がある。
		広告代理店（営業担当）	・広告宣伝にお金を使うようになる見通しが、今は全然立っていない。
		経営コンサルタント	・東日本大震災への対策が後手後手に回り、経済再建のための政策があいまいなため、私企業レベルでの業績回復に限界がある。電力、物資輸送、サプライチェーン等の経済基盤の修復と経済システムの機能正常化の遅れが経済活動の回復の障害になっており、スピードを伴った経済再建策のいかにで企業の生産活動が左右される状況にある。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・官公庁関係については、予算的に前年同様ということでそれほど影響は無かったが、民間の影響が大きい。東日本大震災直後から3月一杯、4月の半ばごろと比べると、これから暖かいシーズンに入ってくるので徐々に取引先の宿泊客数、予約が増加してくる。
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・計画停電の影響はあると思うが、部品材料が安定して供給されてくれば、生産高が通常並みに上がる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・レジャー関連や食品関係も連休を前にして増産という形で出てくると思うが、前月あたりまでの落ち込みが非常に大きかったため、現状維持となるか場合によっては上向きになるか、量的にも市場も動き始めていくかと期待している。住宅関連よりもレジャー方面に付帯する製造関係が動き始めていくと見込んでいる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・就職決定率が過去最低の状況であった昨年度とほぼ同様の求人数であり、今年1年も厳しい状況がうかがえる。業種、職種ごとの差はあるが、求人数は増えてこない。今後東日本大震災の影響も出てくると思われ、明るい状況は見えてこない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・製造業、観光業の一部に東日本大震災の影響による業績不振が表れてきており、雇用調整助成金の相談も数件確認されている。今後、募集、採用計画の変更や見直しが予測され、雇用動向は予断を許さない状況にある。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・景気の二番底がやってくる。
職業安定所（職員）		・東日本大震災、計画停電等の影響により、サービス業においては利用客が減少し利益が低下、製造業では施設等に被害が生じ、休業、閉鎖があり、今後は求人数の減少、求職者の増加が予想される。	