

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)	良くなる やや良くなる	商店街（代表者）	・初売りは景況厳しき時ほど活況を呈するというジンクスがある。そのため、初売り、またはそれに続く売出しなどに期待を寄せている。
		商店街（代表者）	・天候次第ではあるが、これからの本格的な雪、冬対策により来客数は比較的伸びていくとみている。また、それによるイベント、催事などのシャワー効果を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税、エコカー減税改正前に、多少の駆け込み需要を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・3月は年間で最大の需要期であり、販売量は確実に増えるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車において、増税前の駆け込み需要があるのではないかと期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・当地域では初売りがあるので、購入する客のある程度の増加を期待している。
		住関連専門店（経営者）	・年明けからは春に向けて耐久消費財の一部が動く。また、異動などにより現在よりは消費が若干上向くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響もあるが、アベノミクスの影響もあるので、少しずつではあるが好景気の流れが来るとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客からは、かなり経済活動が良いという話を聞く。例年よりは良くなるのではないかと。
		観光名所（職員）	・2月上旬に大きなイベントがあるため期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・1～3月の予約数は前年と変わらない状態に入っている。しかし、結果的には売上はそれほど増加せずに横ばい状態となるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・現在の景気の低迷ぶりでは、消費者の財布のひもが緩むことを期待できない。また、消費回復の特効薬もあまり期待できない状態である。当面は前年比マイナス基調の売上で推移するのではないかと。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・景気の良し悪しもあるが、売上が落ちないようにいろいろ努力している。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・悪い状況のまま推移していくとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・円安は大手企業のみ恩恵であり、地方都市の消費者を動かすまでの効果は当分の間は出てこないのではないかと。特に2月からはあらゆる物価の値上げが予想されるため、大変厳しい状況になるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリンなどの価格が下がっているものの、至近の先行きはあまり変わらないとみている。社会全体のムードが変わることが重要であり、デフレの終息がその起点になるのではないかと。
		百貨店（総務担当）	・首都圏とは異なり、地方ではなかなかアベノミクスの恩恵はみられていないのが実情である。先行きが上向く兆しがみえないため、節約志向は続くともみている。
		百貨店（営業担当）	・消費税率10%への引上げが将来に予測されるが、個人の所得については停滞のままの見込みであり消費動向が良くなることは期待できない。
		百貨店（経営者）	・特に経済環境の大きな動きもなく、初売り、セールなどの冬物商戦でも現在のマイナス基調は変わらないとみている。むしろ前年比でみた場合は前年の消費税増税前の駆け込み需要もあり、やや厳しい数字となるだろう。
		百貨店（経営者）	・消費税率10%への引上げの判断が先送りされたが、あくまで1年半先になっただけで、消費者の景気に対する警戒感は依然継続するものとみている。
百貨店（経営者）	・来客数の減少傾向は続いており、慎重な買い方などから個人消費の回復は依然として見受けられない。		
スーパー（経営者）	・おそらくはボーナスも増加しているだろうし、雇用も安定しているので大きな変化はないとみている。		
スーパー（店長）	・円安による原料単価上昇により、年明け後は各メーカー商品の値上げが予定されている。景気回復の兆しは実感できない。		
スーパー（店長）	・中小企業ではまだまだアベノミクスの効果が出ていないので、不景気感は今後も続く。		
スーパー（営業担当）	・消費税率10%への引上げの先延ばしや原油価格の下落といった消費拡大の要因はあるものの、当地区では実質賃金が上がっておらず、今後も消費者の財布のひもは固いとみている。		

スーパー（営業担当）	・1年間で一番の稼ぎ時であるクリスマス、年末年始商戦を迎えているが、選挙の月ということもあり、お歳暮、贈答品関係の動きが悪い。また、12月上旬から降雪の日が多く、日曜集中型となっているため平日の来客数が落ち込んでいる。ボーナスも一通り出ているようだが、消費は一向に上向いていない。
コンビニ（経営者）	・売上、来客数共に前年並みに戻しているものの、買上点数は相変わらず横ばいである。客単価も前年を下回ったままであり、購買意欲に力強さを全く感じられない。
コンビニ（エリア担当）	・景気が大きく向上する要素は見受けられない。
コンビニ（エリア担当）	・やりくりによって消費者の買い方に強弱が生まれているだけであり、消費が全体的に拡大しているわけではない。
コンビニ（エリア担当）	・特にプラスとなる材料がない。
コンビニ（店長）	・景気回復につながる要因が見当たらないため、現状が続く。
衣料品専門店（経営者）	・地方の中小企業では、いまだに景気回復といえない状況が続いている。
衣料品専門店（経営者）	・明るい材料が無く予測がつかない。
衣料品専門店（店長）	・来客数が増加するものの客単価は減少するという現象は今後も続くとみている。しかし、天候次第では来客数が減少することも考えられるため、予断を許さない状態である。
衣料品専門店（店長）	・消費マインドに回復する様子が見られない。今後もこの状態は継続するとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・ボーナス商戦も芳しくない状態であり、客の購買意欲が感じられない。周りからも明るい話は聞こえてこない。
家電量販店（店長）	・以前から来客数が増加しておらず、今後も変化はないとみている。
家電量販店（店長）	・全体的に家電製品の需要は様子見であり財布のひもが固い状態が続いている。客の慎重な買物志向が見受けられ、市場的に好景気とは実感できない。
家電量販店（店長）	・来客数は回復傾向にあるが、客単価が落ち込んでいる。
家電量販店（従業員）	・来客数が減少したままであり、回復する兆しが見られない。
乗用車販売店（経営者）	・所得の向上がみられないため、設備投資傾向がない。
乗用車販売店（店長）	・4月からエコカー減税の厳格化が始まるが、顧客の購入マインド促進の効果はあまりないようである。
自動車備品販売店（経営者）	・今期は降雪が早く、除雪事関係などに従事している会社などは収入増が見込める。しかし、全体として消費が活発化するとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・地方には良くなる要素が見出せない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地方の景況が好転していない。都市部のメリットが地方に波及してこない限りこの状況は変わらない。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・全体では仕事の回転は良くなってきているようだが、利益面で非常に厳しいという話を取引先からは聞いている。材料費の高騰、消費税増税、客からの値引きなどにより企業側は今までの負債分を補えていないため、今後も厳しい状況は続く。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・雪の影響が景気をも左右するような地域では、消費者の動きも鈍くなる季節となる。また、政治や景気があまりにも不安定であり、地方に景気回復の波が来ていない失望感があるなど、良くなる材料が見当たらない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・良くなるような材料が見当たらない。逆に今まで以上に一般消費者も企業も財布のひもは固く、やはり地方への好景気の波及には時間がかかるのではないだろうか。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・地方経済において景気が回復するような傾向はまだまだ表れていない。新たに景気を刺激するような政策が出るまでは、現在の落ち込んでいる状況が変化するとは考えにくい。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の低下に伴い、燃料油の販売価格も高価格時代から抜け出す動きがある。しかし、販売価格の低下が販売量の増加にはつながっておらず、景気回復は望めない。
高級レストラン（支配人）	・一般的に貯蓄という考えが多く、使うところでは使うが、使う回数は減るのではないかと。
高級レストラン（支配人）	・今月は来客数、客単価、売上共に良かったが、来月の予約状況、周囲競合店の予約状況などからみてもまだまだ厳しい状況である。
一般レストラン（経営者）	・アベノミクスの第3の矢の効果が出れば良くなるとみているがどうなるかはわからない。

	一般レストラン（経営者）	・ 全体的な景気は決して良いとはいえない。ただし、最終的には景気がどうこうではなく経営努力次第ではないか。
	観光型ホテル（経営者）	・ 現在の入込数は前年並みである。2～3月は歓送迎会の季節であるが、忘年会、新年会ほどの勢いはなく、有志や家族単位での小グループが目につく。
	観光型旅館（経営者）	・ 低調な動きのまま変化なく推移する。
	都市型ホテル（経営者）	・ 来年3月の年度末までにおける各種会合の予約については、受注件数が伸びていない状況である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・ 先月まで予約受注が進んでいた商品などが、今月に入ってから軒並み受注が伸び悩み始めており、前年を上回るのには難しい状況である。ただし、これ以上に状況が悪くなることはないともみている。
	旅行代理店（経営者）	・ 先行きが不透明であり、このまま円安が進めば、今後海外旅行が増えていく見込みはなくなる。逆に物価高ということで、旅行自体が控えに回ってしまうのではないかとみている。
	通信会社（営業担当）	・ 総選挙の影響により震災復興予算や自治体の予算執行の判断が足踏み状態となっている。来年早々に補正予算が決定されることにより景気が変わるとみているため、3か月先ではまだ状況に変化はない。
	通信会社（営業担当）	・ 総選挙後の経済施策の結果にもよるが、向こう半年は現状維持となるとみている。
	通信会社（営業担当）	・ 状況が好転するような材料に乏しい。
	通信会社（営業担当）	・ 顧客の様子からは、状況が変化する要因は見受けられない。
	テーマパーク（職員）	・ 販売量が急激に回復するとは考えにくい。
	遊園地（経営者）	・ 燃料価格が下落しているのはプラス要因ではあるが、円安などによる物価上昇が家計に響く懸念が残る。
	競艇場（職員）	・ ここ数か月間は客の動きが固定化されてきているため、今後2～3か月での変化は望めない。
	美容室（経営者）	・ これまでも前年比の変動幅は変わっておらず、今後一気に変わるというのは考えにくい。景気が良くなるという実感はない。政策などにプラス要因が出てくれば話は別だが、今の状況ではこの状態がしばらく続くのではないかとみている。
	設計事務所（経営者）	・ 今は先が見えない状況である。
	住宅販売会社（経営者）	・ 全体的に目標受注量は見込めるが、住宅受注の伸びが止まっている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・ 多少増えた受注残により2か月程度の供給の見通しは立っているが、それ以降については不安視している。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ やや悲観的ではあるが、収入と支出のバランスが変わらないというよりは景気の回復はない。今後2～3年はこの状態が続くのではないかとみている。特に円安の副作用による食品などの値上がりは、非常に深刻な消費不振を招く危険性を更に感じている。
	商店街（代表者）	・ 円安、原油安による恩恵の実感は少ない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 今のところは良い材料がないので、やや悪くなるとみている。来客数も徐々に減少しているなか、今後急に来客数が伸びることは考えにくい。さらに、今の来客数の中からの購入となると客単価もそれほど上がらないのではないかとみている。
	百貨店（売場主任）	・ 都市部での景気の良い状況は地方では実感がなく、むしろ格差社会への先行きの不安から消費を控えた守りの態勢が強くなっている。今以上に不必要なものは買わなくなるとみている。
	百貨店（営業担当）	・ 2～3月は、前年比において消費税増税前の駆け込み需要の反動減が出る見込みであり、売上の減少は確実である。ただし、そのなかでも宝飾品、時計などの高額商材については回復の兆しもみられている。
	スーパー（経営者）	・ 前月からの降雪量の多さ、気温の低さは今後も続くようである。さらに、原料費高からの価格上昇も広がり、期待できるものが見当たらない。そのため、消費の低迷はしばらく続くともみている。
	スーパー（店長）	・ 次々と競合店がオープンしており、業績が伸びていた店舗も徐々に落ち込みが目立ってきている。このような状況は長期的なものになるとみている。
	スーパー（店長）	・ 商品の値上げが進むため、買い控えを懸念している。
	スーパー（総務担当）	・ 今月は特に野菜と果物の売上の前年比が下がっている。また、トータルでは買上点数、来客数の落ち込みが大きくなっており、今後もこの状況が続くものとみている。
	コンビニ（経営者）	・ 客単価の前年比も前年割れしており、厳しい経営が続いている。
	コンビニ（エリア担当）	・ 原材料の高騰により、商品原価の値上がりが予想されるため、懸念している。
	コンビニ（エリア担当）	・ 競合店の出店攻勢が強い。また、スーパー、ドラッグストア共に競合している。

コンビニ（店長）	・消費者のなかには諦めモードのようなものがまん延してきている。さらに、2月にはまた電気料が上がるため、我々コンビニ業界にも打撃は大きい。景気が良くなる要素はなく、期待感はゼロである。	
衣料品専門店（経営者）	・多くの競合店では、例年より早く冬物バーゲンを実施しているものの、苦戦しているようである。1月のウインタークリアランスでも、来客数が伸びずに単価だけが下がるのではないかと懸念している。	
その他専門店〔靴〕（従業員）	・競争の激化と景気の低迷感により、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）	・円安の影響で輸入製品、原料の価格が高騰しているため、買い控えが発生するとみている。	
高級レストラン（経営者）	・円安などにより材料費も上がっている。また、消費税の影響もそう簡単にはなくならないので、来期も良い状況にはならない。	
一般レストラン（経営者）	・書き入れ時である12月が悪い状態のため、2～3か月先はさらに厳しくなるとみている。また、1～2月もほとんど予約が入っていない状況であり、非常に不安な経営を強いられるが、居酒屋や安い店には多少客が入っている様子であるが、レストランなどなんとなく高いイメージのあるところは敬遠されているようである。	
スナック（経営者）	・忘年会シーズンも終わり、新年会もこの景気であるので頻繁には行なわれないため、前半を過ぎれば一気に暇な日が続くともみている。	
観光型ホテル（スタッフ）	・食材費、光熱費などが値上がりしている。しかし、価格に転嫁することはすぐにはできない状態である。その分の経費での吸収、あるいはサービスの低下にならないようにするための、収益面で良好になるような材料に乏しい状態が続いている。	
観光型旅館（スタッフ）	・食材や紙などの値上げによる経費増加に対して、それを上回るほどの販売増を見込めない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・この積雪の量が微妙に心理的に影響しているのではないかと。また、この先は大きなイベントもなく、旅行関係、身の回りの買物などについても大きく伸びていく要素はない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・企業、団体などの利用はさほど変わらない。しかし、レストラン、宿泊などの個人利用に関しては客単価の前年割れが続き、予約状況も低調である。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は良い稼働が続いているものの、一般宴会が前年割れの見通しであり、婚礼はほぼゼロの状況である。	
旅行代理店（店長）	・先行受注状況からも、海外旅行の下降の傾向はしばらく続く。	
旅行代理店（従業員）	・円安及び消費税増税の影響が強い。	
タクシー運転手	・正月にお金を使うので、乗り控えでますます悪くなる。	
タクシー運転手	・消費税率10%への引上げの判断が将来に見込まれており、消費税率が10%になる不安を訴える客もいる。また、来客数が前年を下回っており、このような状態で景気が良くなるとは考えにくい。	
通信会社（営業担当）	・大雪や寒さの影響で人の動きも鈍くなり、購買意欲が活発化する材料が見当たらない。また、地元中小企業のボーナスも減少しており、節約ムードが高まるなかで解約者数は増加していきとみている。	
観光名所（職員）	・今は、皆が景気の行方を見定めている状態であり、年末年始、新卒、新入時期など節目の時期に向けて持っているものを溜め込んでいる。そのため、外出や買物を控える動きが出てきており、このままでは3か月先も様子見の状態は続く。	
美容室（経営者）	・若者は少しでも安い店を探して遠くまで出かけ、高齢者はドラッグストアなどからカラーリング剤を購入して自分で髪を染めている。皆まだまだ節約する生活をしている。	
悪くなる	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・消費者の買い控えはしばらく続くともみえており、状況は深刻である。
	百貨店（売場担当）	・前回の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要により売上は2けたの伸びをみせた。しかし、消費税増税後は夏から冬にかけて消費の低迷状態が続いており、依然厳しい売上状況となっている。この2けたの伸びをどこまで抑えられるかがポイントであり、新しく視点を変えた施策でどこまで差を縮められるかがカギとなる。
	スーパー（経営者）	・年明け後、円安に伴う原材料などの値上げが続き小売価格が上昇するため、状況は悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税以降、客の動きがかなり悪くなっている。これからは悪くなっていくのではないかと懸念している。

		コンビニ（店長）	・例年1～2月は特に売上が厳しく、さらに、光熱費や除雪代の負担が重くのしかかってくる。春までは我慢の日々である。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で春物が購入されており、今年は買い控えになるとみている。	
		衣料品専門店（店長）	・例年2～3月は新入社員などのスーツの需要が出る時期であり、加えて、就職活動時期のずれ込みにより就職活動の学生の需要とも重なっている。ただし、そのほかの客の増加は見込めない状況であり、さらに、前年のような消費税増税前の駆け込み需要もないことから、春の商戦も厳しくなるとみている。	
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食料品の値上げ傾向が進み、客の財布のひもはますます固くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・今年は景気が回復するような起爆剤もなく、逆に悪くなる出来事が多すぎたため、期待できない。	
企業 動向 関連  (東北)	良くなる やや良くなる	-	-	
		木材木製品製造業（経営者）	・円安による住宅部材への価格転嫁が進むとみている。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末は1番の繁忙期であり、今よりは忙しくなる。しかし、はたしてどれだけ前年に比べて伸びるかは大変不安である。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・上向き傾向がしばらく続く見通しである。さらに、給与、賞与、福利厚生面への好循環を見込んでいる。	
		輸送業（経営者）	・現状の変化に多くの期待はできないが、原油が値下げ傾向にあるので、若干ではあるが良い状況になるのではないかと期待している	
			広告業協会（役員）	・正月広告について、新聞では紙面の増頁、テレビではスポット広告の好調で時間が取れないなど徐々に明るい話題になっている。また、クライアントの媒体選別も対費用効果を考え、Webよりもマスメディアに戻ってきている。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・円安により年明けから原材料が値上がりするが、価格への転嫁はすぐにはできないため大変苦しい状況である。	
		食料品製造業（経営者）	・当地を訪れる旅行者やお土産を購入する人が増えるなどの、売上増加要因が今のところ見当たらない。	
		食料品製造業（総務担当）	・円安による輸入原材料の値上げがあり、また、それを売価に転嫁させづらい状況にある。さらに、好調であった今月の反動による落ち込みが懸念される。	
		食料品製造業（営業担当）	・不安要素しかなく、現状維持が精一杯の状態である。	
繊維工業（経営者）		・店頭での売行きがもう少し良くなることを期待している。		
出版・印刷・同関連産業（経理担当）		・上場しているような大手も売上高が不振であり、中小業者の細かい仕事にも手を出してきている。全般的には景気が良くない状態が続いている。		
土石製品製造販売（従業員）		・雪が降るこの期間は、工事車両が予定通りに動かないことや、吹雪などで突然工事が中止になるなど、実績が減少する時期である。		
建設業（経営者）		・客は物価の安定や景気の回復を待っている。		
建設業（企画担当）		・現在の状態がしばらく続くが、今後の首都圏工事の出件によって状況は左右するとみている。		
通信業（営業担当）		・今後も顧客に対するきめ細やかな働きかけを継続していく必要があり、予断を許さない状況である。		
通信業（営業担当）		・政治次第である。		
金融業（営業担当）		・まだ景気が良くなるという実感が無い。		
広告代理店（経営者）		・鉄道会社の旅行センターが統廃合され置きチラシの部数が減少しており、大きく売上減になる見通しである。景気が上向きになる要素が見当たらない。		
広告代理店（経営者）		・取引先に販促費を抑制する傾向がみられるため、今後の先行きに不透明感が漂っている。		
経営コンサルタント		・言葉だけではなく実感できる成長戦略が表れないと状況は変わらない。		
司法書士	・値ごろ感のある不動産分譲地は早々に完売しているが、小規模な分譲地に限ってのことであり、地域差も大きく全般的に景気が良いという印象はない。次年度税制改正に対する期待は大きいですが、効果が表れるのは少し先になるとみている。			
公認会計士	・建設関係は、資材費高騰と人手不足が解消されないと、売上、利益増加には結びつかない。小売り、サービス関係も現時点では業績回復の見通しが立っていない。			
コピーサービス業（経営者）	・案件もなく、また、確定している受注もほとんど無いため先が見えない状況である。政府の補正予算も我々の方に風が吹いていない。			

		<p>その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）</p> <p>その他企業〔企画業〕（経営者）</p> <p>その他企業〔工場施設管理〕（従業員）</p> <p>金属工業協同組合（職員）</p>	<p>・首都圏の好調な傾向が、地方にも広がることを期待している。</p> <p>・経済効果を地方では実感できない。中央からの循環を待つにはもう少しばかりの時間を要する。</p> <p>・現在の状況のまま変わらない。新規顧客の獲得が今後の課題である。</p> <p>・受注量的には良くはないが最悪でもない。小康状態を保っているものの収益は厳しい。</p>
	やや悪くなる	<p>農林水産業（従業者）</p> <p>農林水産業（従業者）</p> <p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（営業担当）</p> <p>建設業（従業員）</p>	<p>・農協から出荷精算書がまだ届いておらず、また、ふじりんごの販売価格も前年より悪いとのことであり、農家にとってはどのくらいの収入になるのが不安である。</p> <p>・今後も米価の回復が見込めず、助成金は削られる一方である。</p> <p>・自動車部品では、国内需要が減少している。さらに、新興国経済の陰りによってニッチ用部品が減少しはじめており、懸念している。</p> <p>・固定価格買取制度の変更や円安による影響、電力料金の更なる増大などで今後の中小の製造業の業績は悪化する。さらに、大企業の賃上げは中小企業へのコスト削減をより加速させる方向で働くということを理解すべきである。また、大企業と中小企業の格差は単純に年収のみの違いではなく福利厚生などを含めて考えるべきである。</p> <p>・大型公共事業の発注がピークを越えるため、年度末に向けて新規大型案件の出件、受注者確定件数が減少していく。</p>
	悪くなる	<p>通信業（営業担当）</p> <p>その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）</p>	<p>・原油安と円安のバランスがとれずに輸出品の値が上がり、かつ品数が少なくなる。</p> <p>・景気が良いという実感が全くない。また、消費税増税により家庭の生活防衛意識が高まっており、出費が非常に抑えられているため内需の拡大がほとんどみられていない。</p>
雇用 関連  (東北)	良くなる		
	やや良くなる	<p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p>	<p>・11月の月間有効求人数は、1万900人台と前年同月比8.1%増加しており引き続き好調である。有効求人倍率は、1.71倍と前月の1.70倍を超え、過去20年間では最高の数値となっている。</p> <p>・震災被害を受けた地域の水産加工団地において、来年に数社の水産加工業者が工場を再建する予定がある。また、駅の完成も予定されているため、それに伴い商業地域も整備されて、ある程度の求人申込があるとみている。</p>
	変わらない	<p>人材派遣会社（社員）</p> <p>人材派遣会社（社員）</p> <p>アウトソーシング企業（社員）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>民間職業紹介機関（職員）</p>	<p>・新卒向けのインターンシップを実施する企業が例年の1.5倍の割合で増えており、相変わらず企業の採用意欲の高さを感じている。そのことから今の景気の良さが継続するとみている。</p> <p>・人手不足は今後も続く。</p> <p>・年度末に向けて忙しくなるが、仕事量は前年並みとなるのではないかとみている。</p> <p>・今のところ状況に変わりはない。新内閣の目玉である地方創生がどれほどの効果を発揮し、さらに、その効果がどれほど被災地でみられるかにかかっている。</p> <p>・地方の中小企業は景気が良いという実感がなく、正規雇用には踏み切れないようである。</p> <p>・首都圏から期間従業員などの求人広告の出稿があるものの、地元からの出稿は少ない。</p> <p>・新規求人数の前年同月比が2か月連続で減少しており、今後の求人動向を注視していく必要がある。</p> <p>・状況が変化の様子は見受けられない。</p> <p>・新規求人数、新規求職者数共に増加はなく、このまま落ち着いた状況のまましばらく続く。</p> <p>・求人の状態はここ数か月間変わりなく安定している。現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。</p> <p>・新年度に向かって製造業がどのようになるか不明ではあるが、近況では変化の兆しが見受けられない。</p>
	やや悪くなる	<p>人材派遣会社（社員）</p> <p>職業安定所（職員）</p>	<p>・都心などは現在でも景気が良いと聞いている。さらに地方との差が大きくなるのではないかと景気の先行きに不安がある。</p> <p>・年度末に向けて製造業、卸売業、宿泊業で雇用調整の情報が入っており、例年以上の求職者数増加が見込まれている。</p>

	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・登録者数の鈍化、取引先企業の3年制約による抵触日の到来、改正派遣法の廃案による混乱、非正規社員への風評被害的な逆風などにより、業績は悪化するのではないかとみている。
--	------	------------	---