

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<br>関連<br><br>(東北) |                 | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）  | ・円安、株高など景気に上昇傾向がみられており、年末商戦に向けて消費マインドに刺激を与えることを期待している。   |
|                        |                 | タクシー運転手  | ・清掃奉仕をして弁当を支給されているホームレスの数が、段々と少なくなっていることから、景気は良くなっているのではないかと。  |
|                        |                 | スーパー（店長）   | ・若干の低下傾向にあった売上が、11月に関しては前年比104%とやや持ち直している。この先も同様の傾向が続くとみている。   |
|                        |                 | スーパー（総務担当）   | ・米国の大統領選挙の結果が好感され、株価が伸び始めている。今年は本格的な冬を迎えるため、冬物商材の伸びも期待できる。   |
|                        |                 | コンビニ（エリア担当）  | ・冬のボーナス支給で消費が活発化することを期待している。   |
|                        |                 | 乗用車販売店（経営者）  | ・消費税増税の再延期により駆け込み需要は見込めないながらも、新車販売は新型車を軸に堅調に伸びるとみている。  |
|                        |                 | 乗用車販売店（経営者）  | ・この先は、年明け1月の初売セールから始まり、3月までは年間最大の需要期であるので、期待している。  |
|                        |                 | 乗用車販売店（店長）   | ・年度の境目は、客の動きが良くなり販売量も増える。  |
|                        |                 | 住関連専門店（経営者）  | ・受注生産をしている商品が年度末にかけて納品となるため、販売量、売上共に伸びる見込みである。   |
|                        |                 | 高級レストラン（支配人）   | ・年末年始に向けての予約が、例年よりも早く動いている。  |
|                        |                 | 一般レストラン（経営者）   | ・これから12月となり忘年会シーズンを迎える。また、現在は円安株高であり、先行きもなんとなく景気が良くなっていくのではないかと期待している。   |
|                        |                 | 一般レストラン（経営者）   | ・忘年会シーズンであり、新年会についても前年と比べて減少傾向にあるものの、動きはあるため、景気はやや良くなるとみている。   |
|                        |                 | スナック（経営者）  | ・日増しに来客数が減少しているが、さすがに年末年始、忘年会シーズンに入れば団体客の来客数が見込めるため、多少は安定した売上を期待できる。   |
|                        |                 | 都市型ホテル（スタッフ）   | ・駅前に人の流れがあると、それだけでにぎわい感がでてくる。宿泊としてはインパウンドが若干増えており、それが県内の客をリードしている。また、駅周辺にいろいろな施設が建つようになってきており、少しずつ変わっていくのではないかと。 |
|                        |                 | 都市型ホテル（スタッフ）   | ・先行きの予約状況は今月同様に伸びている。例年よりも年末年始の曜日の並びが悪いものの、前年よりも動きがあるため期待をしている。  |
|                        |                 | 観光名所（職員）   | ・冬期間は話題性のある大きなイベントを用意しており、来客数の増加を見込んでいる。   |
|                        |                 | 競艇場（職員）  | ・年末年始は来客数が増加し、今よりも売上増加が見込める。ただし、今後はその客を定着させることが重要とってくる。  |
|                        |                 | 商店街（代表者）   | ・景気に対してやや期待感が持てるようになってきている。  |
|                        |                 | 商店街（代表者）   | ・お歳暮などの年末商戦や初売りなど、活況を呈する時期であるが、例年と比較して大きく変動するような要因は見当たらない。   |
|                        |                 | 商店街（代表者）   | ・11月に入って急激に寒くなり雪が降る日も増えている。冬物バーゲンや、飲食では鍋物など温かいものの需要があるため、今年の年末年始はやや期待ができる。ただし、トータルとしては現状とあまり変わらない数字で推移するとみている。   |
|                        | 商店街（代表者）        | ・客の消費意欲は底をついている。   |  |
|                        | 一般小売店〔書籍〕（経営者）  | ・米国の大統領交代による株価や為替市場への影響は、就任演説までは落ち着かないことから、取扱商品である書籍全般も現状維持で推移するとみている。 |  |
|                        | 一般小売店〔酒〕（経営者）   | ・景気は、良くも悪くもない状態がずっと続いている。今後とも同様の傾向が続くとみている。                            |  |
|                        | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・客などから話を聞くと、東日本大震災前よりも悪くなっているといっている。この悪い状態は今後も続くとみている。                 |  |
|                        | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・今年になってからは、ほとんどの月で前年を上回っている。この先2～3か月も、よほどのことがない限り現状維持の状況が続く見込みである。     |  |
|                        | 百貨店（売場主任）       | ・気温の低下に伴い防寒用品の動きは活発になってきているが、単価の落ち込みと慎重な購買姿勢に大きな変化がみられない。              |  |

|              |   |
|--------------|---|
| 百貨店（総務担当）    | ・客の会話からは、冬の賞与の増額は期待できず、支出にまわすお金を削るという話を聞いている。そのため、今後の景気もあまり変わらないのではないかとみている。  |
| 百貨店（企画担当）    | ・来客数、売上共に前年を下回っているものの、マイナス幅に大きな変動はみられていない。  |
| 百貨店（営業担当）    | ・ここ数年は福袋の需要が落ち着いてきており、初売りで売上が大きく伸びることは期待できない。クリアランスセールにおいても、夏のセール後に売上が伸びなかったことから、前年並みに推移すると見込んでいる。一方、バレンタインはここ数年売上が伸びており、顧客の関心とマッチすれば、売上の増加を期待できる。ただし、外部の要因による景気の変動はあまりないとみている。 |
| 百貨店（営業担当）    | ・お歳暮商戦がスタートするが、早期受注が伸び悩んでいる。また、冬物商戦においても衣料品の低迷が続いている。   |
| 百貨店（買付担当）    | ・消費者は必要以上の購入を控えており、今後もこの傾向は続くともみている。  |
| 百貨店（売場担当）    | ・好条件が重なった今月のしわ寄せが来月にくる事は目に見えている。しかし、例年と比べても降雪がまだのため、降雪や気温低下に伴う防寒衣料の動きに期待している。   |
| 百貨店（経営者）     | ・シーズンを通して衣料品の動きが悪い。年内にセールを行う動きもあるが、最終的には購入が前倒しとなるだけである。ただし、年末に向けて株価が上昇しているため、高額商材の動きには期待をしている。  |
| スーパー（経営者）    | ・円安で株価は上昇しているが、消費者の財布のひもは緩んでいない。賞与も前年並であれば生活防衛ムードも変わらない。  |
| スーパー（経営者）    | ・米国の大統領選の思わぬ結果からか、いきなりの円安、株高が続いている。これがしばらく続けば、景気への刺激が期待できる。ただし、国内消費、購買意欲高揚への影響が出るまでにはまだまだ時間を要するため、しばらく景気は現状維持で推移するとみている。  |
| スーパー（店長）     | ・来客数の微減が続いているため、正月を挟んで1～2月は更に節約傾向に拍車がかかるのではないかとみている。  |
| スーパー（店長）     | ・今後も節約志向が高まり、無駄な買物はしないという傾向が続くとみている。  |
| スーパー（営業担当）   | ・米国の大統領選挙による好材料はなく、日本経済にどのような影響を及ぼすか不透明である。日本の株価は堅調な動きであるが、景気回復への好材料はなく、景気に変化はないとみている。  |
| スーパー（営業担当）   | ・無駄なものは価格が安くても購入せず、必要なものは多少高くても購入する傾向は今後も続くともみている。また、少子高齢化が進むなか、質の良いものを少しだけ購入する傾向が強くなってきている。  |
| コンビニ（経営者）    | ・相変わらず先行きが不透明であり、景気はあまり変わらないのではないかとみている。  |
| コンビニ（エリア担当）  | ・全体的に景気回復感が乏しく、一般消費者の景気回復への期待感は薄い。  |
| コンビニ（店長）     | ・今後は年末商戦を迎えるが、客の購買環境が変化する見込みはなく、期待は薄い。  |
| 衣料品専門店（経営者）  | ・もう少し景気回復の兆しがみえてくれば、売上や利益が増えて賃金に反映され、購買力が増して景気回復に期待が持てるようになる。   |
| 衣料品専門店（店長）   | ・前年よりも寒さが厳しく、冬の防寒着の動きに期待ができる。しかし、消費者の動きや買上客数が不安定であることが懸念材料である。  |
| 衣料品専門店（店長）   | ・景気回復が実感できない。特にビジネス衣料に関しては、客の買い控えを肌で感じている。  |
| 衣料品専門店（総務担当） | ・客に購買意欲がみられない。  |
| 家電量販店（店長）    | ・復興需要は終息に向かっている。客の購買意欲も、急激に衰退することはないものの、今後大きく伸びるような要因もない。販売量、客単価、来客数共に、ここ数年は横ばいで推移しており、今後もあまり変化なく推移するのではないかとみている。   |
| 家電量販店（店長）    | ・少子高齢化もあり、プレゼント需要に期待が持てない。  |
| 家電量販店（従業員）   | ・来客数が伸びていない。  |
| 乗用車販売店（経営者）  | ・自社の周囲において、景気が好転するような要素が見当たらない。   |
| 乗用車販売店（従業員）  | ・この先も新型車による好調を維持できるとみている。   |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 乗用車販売店（従業員）             | ・ここ数か月、来客数がかなり悪い。そのため、この先1～2か月で急に状況が良くなるとは考えにくい。  |
| 住関連専門店（経営者）             | ・取扱商品の性質から、これからの初売りなどで大きく売上を伸ばすことは難しい。地道に商売を営むしかない。   |
| その他専門店〔酒〕（経営者）          | ・全体的に低調ではあるが、地元の春の選挙までは大きな変動要素がなく、しばらくはこのままの状態が続くとみている。   |
| その他専門店〔酒〕（経営者）          | ・年末年始に向けて少しでも経営が良くなるように努力は怠らないが、景気が好転する要素もなく、先行きが見えないなかで商売をしていくのは、本当にきつい。   |
| その他専門店〔靴〕（従業員）          | ・降雪次第であるが、同時に雪に頼らない動きのある商品を提案、販売できる判断力と機動力を発揮できるかどうかのポイントである。   |
| その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・年の初めは挨拶まわりが主で、注文にはなかなか結び付かない。更に来年の動向が読みづらく、苦戦すると見込んでいる。  |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）  | ・気温の低下傾向が続く、暖房用の需要を核として堅調な需要の増加が続けば、なんとか現状維持で推移するとみている。ただし、石油製品の需要は気温頼みであることは否定できないところがある。  |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）  | ・為替相場が円安に振れていることや原油相場の上昇により、燃料油の単価上昇が見込まれる。低燃費車への乗換え需要がさらに加速することが懸念される。   |
| 一般レストラン（経営者）            | ・購買に対する意識がひと昔前とは完全に変わっているため、レストラン業界においては、この先も非常に難しい状態が続くとみている。また、百貨店にも出店しているが、なかなか厳しい状態である。なにか大きな変革を期待したい。                              |
| 一般レストラン（経営者）            | ・年末年始にかけて、人の動きが出てくるとみている。   |
| 観光型ホテル（経営者）             | ・先々の予約状況は今月と同様に推移している。そのため、例年に比べて状況は良くない。   |
| 観光型ホテル（スタッフ）            | ・復興需要も終わりに近づいてきており、この先の景気はあまり変わらないとみている。  |
| 旅行代理店（経営者）              | ・円安が進むと旅行業界にとっては逆風となる。また、景気全体でみた場合にどのように影響が表れるのかみえてこないため、様子見の状態では推移するのではないかとみている。   |
| 旅行代理店（従業員）              | ・企業からの申込は前年並みで推移している。個人客については、Webを中心とした申込は堅調であるものの、店舗申込は落ち込んでいるという傾向が続いている。同業他社も同じ状況と聞いており、2～3か月先もこの動きは変わらないとみている。                      |
| 通信会社（営業担当）              | ・米国の次期大統領の戦略がまだみえない状況である。企業は保守的な構えをしているため、来年1月ごろまでは景気は現状維持となる。  |
| 通信会社（営業担当）              | ・この先に消費が向上するような材料はなく、マイナス金利も影響して、景気は横ばいで推移するとみている。  |
| 通信会社（営業担当）              | ・景気が好転又は悪化するような大きな変化要因が見当たらない。  |
| 通信会社（営業担当）              | ・年末年始の特別番組の視聴や、Wi-Fiサービスによる新規加入効果が期待できるため、若干ではあるが、加入者増加、解約者減少などの改善が期待できる。   |
| 通信会社（営業担当）              | ・コスト削減の話ばかりで商品が売れない状況が続くとみている。  |
| テーマパーク（職員）              | ・来客数、売上、単価共に良くなる傾向はみられない。   |
| 観光名所（職員）                | ・この先の来客数がどのように推移するのかを見定められない限り、景気がどちらに向かっているのかは判断しにくい。  |
| 遊園地（経営者）                | ・シーズンオフとなり、期日限定の営業となる。天候次第ではあるが、消費者の冬季賞与支給により利用の増加を期待している。  |
| 住宅販売会社（経営者）             | ・若年層の給与が上がらないため、小額資金での受注が続くとみている。   |
| 商店街（代表者）                | ・不景気のなかで冠婚葬祭その他がどんどん簡略化されており、年が明けても消費は低迷していくのではないかとみている。  |
| 商店街（代表者）                | ・年金財源などの老後の不安があり、消費者の節約志向が高まっている。そのため、客層に高齢者が多い商店街では、売上が減少傾向にある。  |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者）         | ・震災の復興需要も終息に向かいつつある。建築関連会社の経営者の話では、地元の仕事は少なくなり、住民の帰還が進みつつある地域にまで行って、仕事を求めて出張しているとのことである。今後は、経営者の引き締める気持ちが強くなり、地元の景気は冷え込んでくるのではないかとみている。 |

|        |                   |  |
|--------|-------------------|--|
|        | コンビニ（経営者）         | ・年末商戦の予約が伸び悩んでいる。高単価の年末商材が低迷すると厳しくなってしまう。また、年賀はがきは今のところ過去最低の販売量となっている。                                 |
|        | コンビニ（エリア担当）       | ・先行きにおいて、ますます経営環境が悪化する見込みである。  |
|        | コンビニ（エリア担当）       | ・来客数が減少傾向にあり、今後も回復するような要因が見当たらない。  |
|        | コンビニ（店長）          | ・特にサラリーマンの人達の顔色に精彩がなく、節約傾向が顕著にみられている。今は、日々の消費を減らしつつレジャーにはお金をかける傾向があるため、働く世代の節約傾向は今後も強くなるのではないかと懸念している。 |
|        | 衣料品専門店（経営者）       | ・この先はバーゲン商戦に入るが、客の様子をみても、安いからといって購入が増えるとは考えにくい。むしろ、単価の落ち込みを懸念している。                                     |
|        | 衣料品専門店（経営者）       | ・冬物商戦も最終となるが、春物が本格的に動き出すにはまだ早い時期である。   |
|        | 衣料品専門店（店長）        | ・良い商品を安く買えるような特売品については、客も反応する。ただし、客のなかには今年は購入を我慢しようという機運もあり、今後は厳しくなるのではないかと懸念している。                     |
|        | 家電量販店（店長）         | ・売上は横ばいで推移している。景気が回復しているという実感は乏しい。   |
|        | 乗用車販売店（経営者）       | ・地場企業の設備投資性向が極めて弱含んでいる。  |
|        | 住関連専門店（経営者）       | ・年末年始を迎えて景気が回復することに期待をしたいが、現在の情勢からして、大きな変動はないとみている。  |
|        | その他専門店〔食品〕（経営者）   | ・都市部はボーナスが上がるようであるが、地方は余裕がない。年末の出費が年明けの消費に影響を及ぼすことを危惧している。地方の専門店是非常に厳しい年末年始になる。                        |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）      | ・企業、団体の忘年会などの予約数が前年と比べて少なく、それ以降の法人利用も減少気味である。  |
|        | 旅行代理店（店長）         | ・団体旅行の動きは、12月以降は11月までと打って変わって全く動きがない。問い合わせの件数も激減している。  |
|        | 美容室（経営者）          | ・再来店率が横ばいもしくは前年を下回っている。既存客の来客数に変化がなく、新規客が増えないということは、景気が後退しつつあるのではないかと懸念している。                           |
|        | 美容室（経営者）          | ・千円ヘアカット店が増えているため、美容室業界の先行きはあまり良くない。   |
|        | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・10月下旬～11月上旬が暖かかった影響で、断熱工事の問い合わせが伸びていない。この先は、住宅ストック循環支援事業に期待をしたい。                                      |
| ×      | 一般小売店〔寝具〕（経営者）    | ・年明けは顧客の購入意欲が低下するため、売上は落ち込んでいく。  |
| ×      | スーパー（経営者）         | ・年金、消費税増税など、将来に対する不安があり、なかなかものを買いたいという気持ちにはなれない。そのため、節約志向が更に強まっていくのではないかと懸念している。                       |
| ×      | コンビニ（経営者）         | ・前月から客があまり買物をしなくなっている。そのため、3か月後はかなり厳しくなる。  |
| ×      | コンビニ（エリア担当）       | ・顧客ニーズとの間に差異がある商品の入替えは更に進んでおり、元来の顧客は既に来店しなくなっている。新規顧客もそれを上回るほど獲得できていないため、結果として来客数は減少となる。               |
| ×      | コンビニ（店長）          | ・冬季間の除雪費、光熱費の大きな負担に加えて、競合店の影響も次第に大きくなっている。さらに、今年の冬は寒く雪が多いと予想されており、例年よりも非常に厳しい経営状態になると見込んでいる。           |
| ×      | 衣料品専門店（経営者）       | ・1～2月は一番冷える時期であり、春の準備にはまだ早い段階で人が動かない。  |
| ×      | 高級レストラン（経営者）      | ・12月の予約状況が非常に悪く、これから予約が入ることもない。良くなる要素がなく、景気はどんどん悪くなっている。   |
| ×      | 観光型旅館（スタッフ）       | ・域内の申込が例年よりも鈍く、冬場に入って首都圏からの個人客が減少している。また、募集团体のツアーに関して、目的が明確でないツアーの集客状況は思わしくない。                         |
| 企業動向関連 | -                 | -  |
| (東北)   | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・株価の上昇による心理的効果や、年末年始における需要増加も加わり、景気は良くなるとみている。   |
|        | 電気機械器具製造業（企画担当）   | ・新規開発製品が増えつつある。同時に、先端技術ゆえのリスク回避のため、研究開発の動きが活発化してきている。  |
|        | 建設業（従業員）          | ・年度末に入札を控えた案件があるため、受注状況によって業績が良くなる可能性がある。  |

|   |                      |  |
|---|----------------------|--|
|   | 金融業（広報担当）            | ・製造業では在庫の積み増しの動きがみられている。また、水産加工業では原料不足から製品単価が上昇する見込みである。   |
|   | 広告代理店（経営者）           | ・年末年始から年度末に向けた動きが少しずつ出てきている。   |
|   | その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者） | ・円安と株高により、景況感が上向いて消費マインドが改善されることを期待している。   |
|   | 食料品製造業（経営者）          | ・特に大きなイベントがなく、観光旅行客の増加は見込めない。  |
|   | 食料品製造業（営業担当）         | ・景気が好転するような要因が少なく、販売量の減少傾向は今後も続くともみている。  |
|   | 食料品製造業（総務担当）         | ・消費の二極化が続くなかで、節約志向は徐々に強まるとみている。しかし、消費全体の下振れは大きくないとみられるため、個人消費は横ばいで推移する見込みである。  |
|   | 木材木製品製造業（経営者）        | ・住宅部材の価格競争が継続する見込みである。   |
|   | 一般機械器具製造業（経営者）       | ・受注量は横ばいで推移するとみている。ただし、為替の動向が現在の水準を維持すれば、輸出採算が改善する可能性がある。  |
|   | 建設業（経営者）             | ・この先は、工事の許認可が降りて新築工事の着工が進むため、景気は良くなる。ただし、冬の気候が心配である。   |
|   | 建設業（企画担当）            | ・工事受注額は当初の見込み通りであり、今後2～3か月は横ばいで推移するとみている。  |
|   | 通信業（営業担当）            | ・予断を許さない状況であり、今後も継続して顧客に対するきめ細やかな働きかけを行っていく必要がある。  |
|   | 金融業（営業担当）            | ・特に大きな変化要因はない。   |
|   | 経営コンサルタント            | ・米国の大統領選後の動きを様子見る状況が続くとみている。   |
|   | 司法書士                 | ・登記所における登記件数が横ばいで推移している。   |
|   | 公認会計士                | ・顧客との話では、建設関係は来年度上期ぐらいまでは受注があり、ある程度の利益は計上できるとの回答が多い。しかし、小売業、サービス業では先行き不透明であるといった話が多い。従って、2～3か月先はまだ好調な建設関係の企業が多いため、現状維持が続くと見込まれる。 |
|   | コピーサービス業（従業員）        | ・今抱えている商談内容に大きな変化はなく、現状のまま推移するとみている。   |
|   | その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者） | ・景気は依然として低調で推移している。この先も良くなる要素がないため、辛抱するしかない。   |
|   | その他企業〔企画業〕（経営者）      | ・得意先の広告代理店、また、クライアントについても、年度内の発注量はあまり期待できないという情報が入っている。  |
|   | 金属工業協同組合（職員）         | ・製造業は全般的に見積件数が若干の増加傾向にある。しかし、他社との低価格競争が激しく、本受注の獲得には苦慮している。そのため、2～3か月先の受注残の見込みは不透明である。  |
|   | 農林水産業（従業者）           | ・10月の天候の関係で、ふじりんごの熟度が1週間程度遅れている。そのため収穫も1週間遅れており、農協出荷分の販売単価が安くなるのではないかと心配している。  |
|   | 農林水産業（従業者）           | ・農政改革の全容がまだまだ不透明であり、農産物取扱業者の価格引下げの圧力が強まるとみている。   |
|   | 食料品製造業（経営者）          | ・今年は為替が円高傾向であったため、原料の価格が下がって安心していたが、米国の大統領選挙以降は円安になっている。来年の原料価格が再び値上がりすると、厳しくなる。   |
|   | 繊維工業（経営者）            | ・店頭での売行きがあまり良くない。  |
|   | 窯業・土石製品製造業（役員）       | ・公共工事や民間需要の減少、復興プロジェクトの減少が大きく影響している。   |
|   | 輸送業（経営者）             | ・北国の冬となり、天候状況によっては経費の増加が見込まれる。また、物流が順調になるとは限らなくなり、不安要素が大きくなる。  |
|   | 輸送業（従業員）             | ・季節物の生鮮品の出荷が終了している。  |
|   | 通信業（営業担当）            | ・米国の大統領交代による経済への影響を懸念している。   |
|   | 広告業協会（役員）            | ・12月は例年であれば年末年始の特集や特番、企画セールが一斉に始まるが、今年は引き合いが少ない。年度末に向けての地方創生予算の確保など、行政への働きかけの強化に懸命となっている。  |
|   | その他企業〔工場施設管理〕（従業員）   | ・当社の主力商品はカメラ部品であるが、業界の販売データが芳しくない。   |
| x | -                    | -  |

|                      |                    |  |
|----------------------|--------------------|--|
| 雇用<br>関連<br><br>(東北) | 人材派遣会社(社員)         | ・10月開始の受託案件に加えて、11～12月の大口年末調整業務も計画通りに進んでおり、先行きの景気は良くなると期待している。   |
|                      | 人材派遣会社(社員)         | ・今年は、新卒採用で苦戦した分の補充として、中途採用を考える企業が散見されている。また、現在は各企業ともに来期の採用計画を立案しているため、そちらの動向も注視したい。                                      |
|                      | 人材派遣会社(社員)         | ・年度末に向けて、求人数は横ばい又は微増が続くと見込んでいる。  |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・企業の採用意欲が高まっている。   |
|                      | 人材派遣会社(社員)         | ・2018年度卒採用に向けて、各企業はかなり積極的にインターンシップを行っている。一部の外資系や大手企業では、すでに3年生に対して内定が出ているとの話もある。現在と同じような景気の良さが、採用活動に表れている。                |
|                      | 人材派遣会社(社員)         | ・今後も、求人と求職者とのミスマッチは続くともみている。また、労働者派遣法の改正に伴う派遣元負担のコスト増加が、来年以降の利益を圧迫するという懸念がある。  |
|                      | 人材派遣会社(社員)         | ・年が変わったことによる各企業の採用マインドの変化に期待したいが、各社共に慎重論が強く、なかなか期待できる状況ではない。   |
|                      | アウトソーシング企業(社員)     | ・年度内に大きな変化があるとは考えにくい。  |
|                      | 新聞社[求人広告]<br>(担当者) | ・TPPの法案が衆議院を通過し、東北の農業を中心に危機感が強まっている。米国の動向が気になるが、地元を包む空気は冷え込みつつある。加えて11月22日の福島沖地震の津波でまた風評被害がぶり返す危険性もあり、先行きはまさしく不透明なままである。 |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・求人倍率は1.70倍を超えているものの、求人の半数近くがパート、非正規求人である。そのため、思ったほどの好況感はない。   |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・前年と比較して、求人数、求職者数の動きに大きな変化はない。この先、雇用変動などの大きな動きはなく、現状から大きく変わらないとみている。   |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・今月の求人数は減少したが、有効求人倍率の高止まり傾向は変わらない。また、現在のところ企業の大規模な創業及び人員整理の情報はなく、近い将来に景気が大きく動く印象はない。                                     |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・有効求人倍率は前年と比較して上昇を続けているが、景気が上向くような要因は見当たらない。   |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・求人数は引き続き微増傾向で推移するとみているが、景況感に明るい兆しは全くみられていない。  |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・電子機器関連業種での企業グループの再編、パソコン製造などの海外企業への売却などの影響が製造業において懸念されるものの、その他の業種においては特に懸念される状況は確認されていない。                               |
|                      | 民間職業紹介機関(職員)       | ・復興関連事業の落ち着きにより、求人数も若干ではあるが減少傾向にある。なお、福祉関係の求人は相変わらずあり、正社員の採用も若干増加してきている。   |
|                      | 学校就職担当者            | ・年度当初の採用計画からの新規採用や増員などはなく、この先も大きな変化はない。  |
|                      | 新聞社[求人広告]<br>(担当者) | ・多くの得意先では依然として消費低迷が続いており、広告予算は減少傾向にある。   |
|                      | 職業安定所(職員)          | ・降雪時期を迎えて求人が減少していくが、一方、求職者数が増加してくる時期でもあることから、この先あまり変化がないのではないかと。   |
|                      | x                  | -  |