

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	コンビニ（店長）	・全店舗ともに外部環境や競合店の影響もなく順調に推移している。夏も平年並みの気温との予測なので最盛期への期待が高まる。豪雪地で冬場が厳しいので少しでも貯蓄したい。最近、数年前に比べ若年層の来店数と購入率が増えている。
		高級レストラン（支配人） タクシー運転手	・売上、来客数共に増加の傾向にある。 ・駅まで客を乗せることが多いが、駅近くの駐車場にいる観光バスはいつも満員となっている。また、近くの野球場もとにかく人で溢れている。このような状況なのは余裕があるからで、これからもどんどん良くなっていく。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の問題もそろそろ落ち着いてきている。このまま天気に恵まれれば人出も期待でき、中元商戦にも明るさが感じられると期待している。
商店街（代表者）		・これから夏に向けて夏物の需要が高まり、来客数の増加、人出の増加が見込まれている。さらに、最近の傾向として客単価が少し上昇してきているので、今後、景気は少し上向きになるものとみている。	
一般小売店〔書籍〕（経営者）		・前回の消費税増税時に比べて、今回の消費税増税の影響からの回復は多少早くなり、2～3か月後には上昇気流に昇っていくとみている。	
一般小売店〔酒〕（経営者）		・祭りやお盆があるので需要が増える。	
百貨店（総務担当）		・前期決算が好調に終わった企業が多く、夏のボーナス、株主配当などが上向いているなかで、徐々に消費に回って景気が良くなると期待している。	
百貨店（営業担当）		・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が和らぐことが予想され景気は回復していくとみている。ただし、現状で苦戦している宝飾品、ブランド品など的高額商材がどこまで回復するかで業績が左右される可能性はある。	
百貨店（経営者）		・企業業績向上によるボーナスや株式配当の増額など、徐々にではあるが消費の喚起にはプラスに働いていくとみており、現在低調の高額商材の動向がポイントとなる。また、各メーカーの新製品の発売なども刺激となる。	
スーパー（経営者）		・夏のボーナスが出て天候が暑くなれば、前年よりも良くなる。	
スーパー（店長）		・値頃であれば高単価なものも動きが良く、冷夏で水を差されなければこの状態はしばらく続く。	
コンビニ（経営者）		・前月に比べ客単価、買上点数共に増加しており、消費税増税は織り込み済みの感となっている。また、冷夏予想に微妙な変化が出てきており、気温が高くなり売上が好調になることを期待している。	
コンビニ（エリア担当）		・冷夏予報が一転したため、飲料、アイスなどの販売量増加が見込まれる。	
コンビニ（店長）		・天候次第ではあるが、農繁期に差し掛かっており来客数増加が見込まれる。競合店の出店がない限り例年どおりの推移である。	
家電量販店（店長）		・この春からの給与の底上げなど、客からも少しずつ景気が良くなっているという話がある。全体的に消費税増税前の駆け込み需要の反動減は一服しており、夏のボーナス商戦に関しても売上は戻りつつある。落ち込みの底はもう脱しており、7～8月からは前年並みに戻るとみている。	
家電量販店（従業員）		・高額でも価値ある商品、より良い商品を求める流れは続いているので、来客数が回復すれば売上も良くなる。	
乗用車販売店（経営者）		・消費税増税後の買い控えは薄れつつある。また、商戦も夏季ボーナスの増額によるボーナス商戦を契機に弾みがつき、秋口あたりから普通の状態になるのではないかと期待している。	
乗用車販売店（従業員）		・消費税増税前の駆け込み需要で早期購入した客が一段落してくる。	
乗用車販売店（店長）		・新規客の来客数の改善だけではなく既存客の入庫台数も前年超えが確実にようになってきており、半期決算に向けての好材料となっている。	
住関連専門店（経営者）	・消費税増税後3か月でおおよその消費者は消費税増税を受け入れている。住宅もある程度建っているため、それに入れる耐久消費財や家具も販売量が少しずつ戻るので若干は良くなるとみている。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税以来、雑貨、ホビーといった趣味や非日常的な業種の売上の減少が続いているが、すべての業種が減少傾向を継続しているとは言い切れない。		

	一般レストラン（経営者）	・梅雨が明けて暑くなれば客は出てくるが多くなるので、今後は消費と動向も良くなっていくとみている。
	観光型旅館（経営者）	・8月の予約が今までよりやや先行して入ってきている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・活性化のための投資や営業形態の変更、及び新規雇用による人員の新体制も整い、この先の期待が持てる。
	テーマパーク（職員）	・7～8月に掛けて観光業の需要が増える。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・秋から冬の先行案件の引き合いも好調であり、このまま推移するとみている。
	住宅販売会社（経営者）	・開発した宅地に徐々に客が付き、建築予定が出てきている。
変わらない	商店街（代表者）	・物価の値上がり感が少しづつ影響しているようにみえる。商品に8%以上の値上がり感が出たら低価格販売商店にとってはずらいところである。
	商店街（代表者）	・来街者の日常の消費行動はほぼ元に戻っているが、景気が上向くにはまだまだ時間がかかる。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客との会話や、他店、支店の様子などをみればこのままの状態が続いていく印象を受けている。消費税に関しては、客との会話のなかでも「高くなった」という話は無かったので、このまま必要なものは購入していくとみている。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・販売量の落ち込みは今後も続く。
	百貨店（売場担当）	・消費税増税後は自分に掛ける金額が決まっており、イベントやオケージョン以外で高い金額を出して買う客は少なくなっている。また、フリー客の減少も目に見える程に進んでいる。顧客だけでは売上を確保出来ず、フリー客を増やす事はかなり難しいがここが緊急課題である。
	百貨店（経営者）	・大都市圏ではインバウンド効果や大手企業の業績向上による消費の拡大など、景気の上向き要因がみえるようだが、地方に関してはまだまだその効果がみえる段階にはない。
	百貨店（経営者）	・消費者の慎重な買い方は続いており、当面は現状のまま推移する。
	スーパー（経営者）	・雇用環境が改善し採用が厳しくなってきた反面、非正規社員の採用時給も急上昇している。一部食料品などの値上げもあるが、賞与も前年以上に支給されているようであり消費回復を期待している。エルニーニョ現象の影響で心配されていた冷夏も例年どおりの暑い夏になるようである。ただし、消費回復までにはもう一歩であるとみている。
	スーパー（店長）	・相次ぐ競合店のオープンで価格競争が激しさを増しているなか、ガソリンを含む各種原料の原価高による値上げも続いている。客の節約傾向も続いており今後もこのような状態は変わらない。
	スーパー（店長）	・消費税増税後に客の購買意欲が下がっており、今後も変わらない。
	スーパー（総務担当）	・来客数は落ち込んでいるものの客単価は若干上昇している。売上はほぼ前年比100%で推移しており当面この傾向が続く。
	スーパー（営業担当）	・競合店、自社共に消費税増税後の消費を拡大するために、企業努力で価格の打ち出しをおこなっている。今後懸念される重油価格高騰などで、製品原価の引上げによる商品の値上がりは景気の上向きを足踏みさせる恐れがある。
	スーパー（営業担当）	・消費税増税後の消費者は、ますます価格に敏感になってきている。食品が中心のスーパーマーケットでは競合店間でチラシ投入回数の増加やチラシ価格の強化、またポイント付加などの販促策が一段と強化されており、各社とも来客数確保に必死な状況になってきている。
	コンビニ（経営者）	・周辺の競合店も苦戦しており、もうしばらくこの傾向は続く。
	コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が今後も続く。
	コンビニ（エリア担当）	・エルニーニョで気温が上がらないと予測されており、購買意欲の向上には至らず、現状と同様に前年比を維持するにとどまるとみている。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税から既に3か月が経過しているが、今頃になって8%の重みを感じている人たちが多くまだまだ改善には遠い。
	コンビニ（店長）	・市内の店舗の出店状況が落ち着いており、それほど変動がない状況が続いている。
	衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては、消費税増税の影響による落ち込みからの回復は遅くなるとみている。
	衣料品専門店（経営者）	・中元商戦で客を取り込むために、得意先訪問、ダイレクトメールなどを実行しているが、あまり反応が良くない。

衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響か、衣食住のうち食、住が優先で衣まで回らないようである。
衣料品専門店（経営者）	・夏のセールが最終になり秋物の立ち上がりの時期であるが、まだまだ暑さが残るなかであり、売上にはつながらないとみている。
衣料品専門店（店長）	・ある程度の金額が支払われる業種であるので、ボーナスの支給状況や秋口の天候からの予測にもよるが、スーツ、フォーマルなどに関してはしばらく様子見の厳しい状況が続くとみており楽観視はできない。
衣料品専門店（店長）	・予報どおりエルニーニョの影響で東日本が冷夏となった場合、好調に推移しているカジュアル衣料でも夏物商材の動きが鈍くなる。
衣料品専門店（店長）	・クールビズの浸透により半袖シャツ、スラックスが非常に伸び悩んでおり、今後は天候による影響が多いと懸念している。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税後で購買意欲もまだまだ鈍い状況であり、景気の改善を実感できない。
家電量販店（店長）	・消費税増税後の来客数が改善されていない。
家電量販店（店長）	・ボーナス商戦に期待したいが、季節商材の売上増加が見込めない。
乗用車販売店（経営者）	・新型イベントに乏しく、消費税増税前の駆け込み需要の反動減からの回復はあまり期待できない。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税も大分浸透してきており、客も少し忘れかけてきているようだが、それにはまだ数か月かかるとみている。
住関連専門店（経営者）	・非常にゆっくりとではあるが戻ってくるとみている。広告費の追加など具体的な対策を実行していきたい。
住関連専門店（経営者）	・現在の社会的な流れでの好景気というものに我々はあまり関係が無い。現在のままで推移していくとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元だけで商売が出来る状態ではない。他の都市部に活路を見いださなくてはならないが、その結果が何とか出れば現状維持ができるという状態になる。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・客との価格のズレが大きく見積金額の調整が難しくなっている。材料費の高騰や納期の遅れなどで微妙に諸経費のかかる事が多くなり、今後も利益的には厳しい。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。悪くはないが良くもないという状態が続く。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・冷夏予報が出ており、夏物商戦に影響があるとみている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・このところ9月一杯まで相当な暑さになるので衣替えの概念が無くなりつつある。また、各メーカーが秋から値上げをする予定であり、その影響により購買意欲が損なわれることを懸念している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・基本的な原油価格の不安定な状況は当面続きそうであり、末端価格への転嫁が進むかどうか先の見通しが不透明である。冬の需要期にならないと価格修正がうまくいかない可能性が強く、現状の低収益は当面続きそうである。
高級レストラン（経営者）	・国の経済は大企業を中心として随分良くなってきているが、我々のところにまで波及してくるのは今年の秋以降であるとみている。
高級レストラン（支配人）	・様々な値上げが次々に押し寄せており、ごく一般的な家庭は外食を抑えている。影響がないのは高額所得者のみである。
一般レストラン（経営者）	・株も安定しており、特段に良くも悪くもならない。
一般レストラン（経営者）	・一昨年のような閉塞感のある状況からは脱したが、レストランというジャンルにおいて、高いお金を払って食事をしようというところまでには達していない。一部の客の来客数は増えているものの、逆に一般の方達はまだまだ厳しい状態にある。
一般レストラン（経営者）	・これから夏になり人が出るとみているが、目立った大きな行事も無くこの景気のままいけばあまり良くはならない。
スナック（経営者）	・これからボーナス時期であり多少の人の流れが出てくる。会社の納涼会などもあるが、例年をみるとあまり劇的に売上が伸びるケースは無くそれほど変わらない。
観光型ホテル（経営者）	・日帰りの団体客が目立っている。また、震災前には届かないが一度離れた客が戻りつつある。
観光型ホテル（スタッフ）	・他社との価格競争などが続いており団体客が減少している。来客数、単価共に前年度に届くかどうかという状況が今後も続くとみている。
観光型旅館（スタッフ）	・高額商材が売れ始め、全体のなかでの構成が上がれば本格的に良くなるとみている。

都市型ホテル（スタッフ）	・全体的には一般宴会が若干上向きな傾向にある。ブライダルの件数自体は9月からやや持ち直しているが、その先の入込の元となる婚礼の来館率が若干低下している。
都市型ホテル（スタッフ）	・これからの3か月は特に法人需要が落ち込む時期となり、前年と比較しても進捗が遅れているため懸念している。個人需要についてもボーナス支給後の動きに注目している。ホテル業は思った以上に景気回復に時間がかかるようである。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は変わらず高稼働をキープするが、予算未達の宴会部門、レストラン部門は変わらないとみている。
旅行代理店（経営者）	・これから夏休みの一番の商繁期を迎えるが、予約が前年を超えていても出発日が近づくと落ち着いてくるので、結果としてあまり大きくは変わらない。
旅行代理店（従業員）	・まだまだ様子見の傾向がうかがえる。
タクシー運転手	・やはり消費税増税がネックとなっている。
通信会社（営業担当）	・景気が向上する材料が見当たらず、今後も変わらないで推移するとみている。
通信会社（営業担当）	・良くなる要因に乏しく当面はこの状況が継続する。
通信会社（営業担当）	・夏祭りに起因する一時的な好感感はあるが、政府がイメージしている消費拡大にはつながっていない。
通信会社（営業担当）	・値下げや新商品の提供にも客の反応が悪い。このまま攻めの営業を継続してようやく現状維持となる。
観光名所（職員）	・一般の会社の社員旅行などの来客数は減少している。その分をなんとかキャンペーンなどの客でカバーをしているが、伸びていくとまではいかず、どちらともいえない。
観光名所（職員）	・ガソリン価格の高止まりや消費税増税もありレジャーに向かう意欲は少ない。
遊園地（経営者）	・消費税増税の影響から抜け出す事を期待しているが、原油を始めとする値上げが家計に響くことが懸念される。
競艇場（職員）	・消費税増税後の影響による一時的な落ち込みはあったが、現状は以前からの水準をキープしている。今後も変動はあってもトータルで大きな変化にはならない。
美容室（経営者）	・来客数は状況的に回復していくとみている。しかし、石油製品関係の値上がりが続く見通しであり、通常の消費のほうで買い控えにつながっていく。
美容室（経営者）	・夏に向けてカットの来客数は増加しているものの、パーマやカラーリングの来客数が減少しているため売上は変わらない。
設計事務所（経営者）	・相変わらず先はみえないが、極端に良くなったり悪くなったりはない。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税後から受付件数が激減しており回復する兆しがみえない。夏のボーナス以降に期待したい。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・消費者は精神的にも後退気味であり、完全に低迷している。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月は当店としてここ20年来無かった落ち込みである。もし、金融緩和効果が社会全般に浸透してきているのであれば、今月のような極端に悪化する事態は起こらないのではないかと。当店の主な客層は年金生活者であり社会全般の景況を映し出していない面もあるが、高齢者層が均一な分厚い消費者層ではなく、そのなかでも二極化が進んでいる。これは今後の全般的景況の見通しをするなかでのひとつのネガティブ要因には違いない。
百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響が生活に出ているなかで、今後の見通しがつかない不安定な状態では思い切った消費には結びつかない。
スーパー（経営者）	・原材料費、生産コストの値上げなどが進んで商品も値上げせざるを得なくなる。その値上げの動きが鈍りだせば商品のデフレ化が進行する可能性がある。
スーパー（店長）	・消費税増税後の買上点数減少は回復するとみているが、商店街の競合店出店に伴い業績悪化が懸念される。
コンビニ（経営者）	・消費税率が8%になり、田舎の場合には給料も上がらないため、そういった面では徐々に落ち込んでいく。
自動車備品販売店（経営者）	・業界全体が月を追うごとに悪くなっている。エコカー減税の過度な新車購入の影響は、自動車補修整備業界にまだしばらく影を落とすとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の高騰が自動車燃料以外にも影響することが想定されており、他業界でも値上げが避けられない状況になると買い控えが増加する。
一般レストラン（経営者）	・海水浴シーズンになると、当エリアは海から遠いので県内外の観光に選ばれなくなる。地元の人も夏休みを利用して県外への旅行などが増えるため、地元の景気は下がるとみている。

		都市型ホテル（スタッフ）	・個人客の来客数、利用金額共に前年割れが続いて、今後の予約状況も厳しい。
		タクシー運転手	・消費税増税は飲食店や我々の業種に大変響いており、乗客からは客足が落ちて仕事が無いという話や、人手がなくて困るという話を多く聞いている。このような状態では景気が良くなることはない。
		通信会社（営業担当）	・土木、建設業の人材不足や雇用創出を外国人労働力に頼る事により、若年層の労働力が不足し人材育成が進まずに景気が下降傾向になるとみられる。
	悪くなる	その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費税増税やガソリン代の高騰がじわじわと影響を及ぼしてくるとみており、し好品、ぜいたく品へのお金はますます流れにくくなる。
企業動向関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・復興関連大型工事の件が進みつつあり、それらの受注者が確定してくるので良くなる。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・株価が安定してきており、アベノミクスの影響も良い方向に出ている。個人、企業共消費や投資の拡大に意欲的になってきている。
		土石製品製造販売（従業員）	・冬季に出来なかった法面工事や道路補強工事が入ってきているが、前年度に比べると受注量は減少している。
		輸送業（経営者）	・物量的には今が底とみており今後に期待している。
		金融業（営業担当）	・マインドは改善してきている。
		広告代理店（経営者）	・発注量が増加傾向にある。
		経営コンサルタント	・夏に向けて観光需要が高まることを期待している。
		金属工業協同組合（職員）	・これまで中断していた中国、韓国向けの有機ELパネル製造装置関連の物件が動き出してきている。また、国内向け医療機器関連の案件も増えつつある。
		農林水産業（従業者）	・果物は天候にも恵まれて順調に育っている。特に桃はお盆前の出荷に期待が持てる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・半年を過ぎる頃には少しは消費者の感覚が8%の消費税率に慣れて変わるとみているが、今現在では変化は全く無く2～3か月先も変わらない。
食料品製造業（経営者）		・円安の影響で原材料費が上がっているが、値上げによるコスト転換ができず厳しい状況である。	
食料品製造業（総務担当）		・弊社製品が市場に定着しつつあるものの、狭い商品群に限られている。	
食料品製造業（営業担当）		・売上は前年比をキープしているが、価格競争により利益が出にくくなってきているために経費を意図的に絞っている。	
木材木製品製造業（経営者）		・まだ住宅には需要の伸びを期待できる様子はない。	
一般機械器具製造業（経営者）		・自動車部品については、国内の消費税増税後の反動の影響が今しばらく続くともとみている。	
電気機械器具製造業（営業担当）		・多くの企業がこの忙しい状況はしばらく続くと話している。	
電気機械器具製造業（企画担当）		・安定状態の推移はこの先も続くとみている。	
建設業（経営者）		・現在はリフォーム工事の割合が多いが、新築物件の仕事も来ており、今後2～3か月は現在の景気が続くとみている。しかし、これからの物価の上昇が心配である。	
建設業（企画担当）		・受注は官工事の占める割合が高く、また、工事消化はピーク状態が続いており、この状態はしばらく続く。	
通信業（営業担当）		・既存顧客の価格に対する厳しい反応には予断を許さないが、ニーズにこたえるための継続した付加価値提案の効果も表れ始めている。	
通信業（営業担当）		・中小企業が大手に淘汰される状況は変わらない。政治による経済効果は感じられない。	
金融業（広報担当）		・成長戦略の波及には時間を要する。	
広告代理店（経営者）		・このまま変化の無い状態が続くと思われる。	
公認会計士		・小売関係のマイナスを建設関係で補うような形となり全体としては変わらない。	
コピーサービス業（経営者）		・消費税増税前の駆け込み需要で受注のあった消耗品などが底を突く頃であり、その分の多少の受注は見込まれるが大きな変化は無いとみている。	
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）		・大手企業は給与や賞与及び年間所得というものが伸びていると報道されているが、地方の中小企業はボーナスが出せる状況ではなく、給料が前年比でアップする事も出来ないでいる状況が非常に多いので、良くなるにはしばらく時間が掛かる。	
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）		・夏祭りシーズンとなり東北も観光シーズンを迎えるが、例年通りのイベントのみでこれといったビックイベントが見当たらない。観光旅館、ホテルへの出荷が伸び悩むことを危惧している。	

	その他企業〔企画業〕 (経営者)	・一部業種を除き、地方の中小企業の足取りはまだ遅い。
	その他企業〔工場施設管理〕 (従業員)	・製品出荷等の状況を見ると今のところは安定している。
やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・冷夏という長期予報もあり、米、ソバなどの穀物の生育への悪影響が懸念される。
	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・売上が減少する時期であり、大型物件や印刷関連商品でどれだけん回できるかが鍵である。
	広告業協会(役員)	・今年度はイベントが少なくこの先の広告出稿が見込まれていない。各社は新規の広告主を発掘する事に力を注いでいる。
	司法書士	・不動産取引について、消費税増税前の駆け込み需要による受託も一段落して、新規事案が乏しくなっている。
悪くなる	○	○
雇用 関連	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・県外からの求人数が増えており、今後もこの傾向は続く。
(東北)	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・政府が発表した成長戦略に期待したい。
やや良くなる	職業安定所(職員)	・製造業からの求人も増加しており、景気は回復してきている。
	職業安定所(職員)	・業種に偏りはあるものの、大規模な小売店舗の開店などによる大量の求人が出てきている。
変わらない	人材派遣会社(社員)	・現在、4県の行政機関から受託しているが、9月末を持って受託期限が満了となることから、次の受託案件について全社をあげて傾注している。4県で落札できれば現状維持となるが、受託できなければ10月から業績は下降する。
	人材派遣会社(社員)	・大学3年生と大学1年生向けにインターンシップを実施する企業が増えてきている。特に某県では来年、再来年の春に向けてインターンシップを行う企業が、前年の倍くらいの数で増えてきている。中長期的に、このような企業が増えるという事は、景気の順調な推移を示しているとみている。
	人材派遣会社(社員)	・求人と求職者のミスマッチが続く。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・求人需要は増えているが求人広告が伸びない。また、求人応募者も不足しており、人材確保が今後の景気回復に関わってくる。
	職業安定所(職員)	・4～5月共に有効求人倍率は1.3倍台で推移しており、高止まり傾向である。今後2～3か月は現状のまま推移するとみている。
	職業安定所(職員)	・消費税増税の反動による企業の様子見はあるものの、全般的に求人への影響は特に見受けられず、今後も労働力不足が継続する。
	職業安定所(職員)	・建設関連求人、水産加工関連求人、介護関連求人の業種では人材不足状態が継続しており、事業計画通りに進められない状況が続く。
	職業安定所(職員)	・消費税増税や燃料費の上昇などを要因とした関連業種の目立った求人の減少はみられない。また、建設、福祉関連などの好調な業種からも求人の手控えの感触は無い。冷夏予想の影響など必ずしも楽観はできないが、現在のところ状況の著しい変化は見込まれない。
	民間職業紹介機関(職員)	・求人動向に変化はみられない。介護福祉関係、震災復興関係、運輸関係は相変わらず好調であるが、それ以外は変化が無い。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・東京、名古屋、大阪からの求人数が減少傾向にある。特に地方から工場への業務請負求人数が減少してきている。
	アウトソーシング企業 (社員)	・先々の仕事の予約が来っていない。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・夏のボーナス商戦の動きにもよるが、秋口に来年度の消費税増税10%に対する情報が出てきた段階でさらなる落ち込みがあるのではないかとみている。特に被災地域では落ち込みはより深刻になるとみている。
悪くなる	—	—