

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北開発研究センター）

（－：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	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春闘に向けてペースアップを検討する企業が多いとのことであり、所得アップの兆しから先行きの不安感が薄れていくとみている。
		タクシー運転手	・当地は雪が少なく大型店舗が多い。また、3月には国際会議も開かれる。マイナスの要素を見付けることが難しい。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・原油安が今後の景気にどう作用するか。原油安も不況の産物ならば日本の景気にも過剰な期待はできない。しかし、短期的にみればこの原油安は多くの生活者にプラス効果をもたらすものであり、若干の期待をしている。
商店街（代表者）		・1月の20日ごろから好天に恵まれている。また、雪関係のイベントも多く人出が増えている。消費税率10%への引上げも先延ばしされているので、今後、冬物処分セール、春物の立ち上がりなど、少しずつ良くなっていくのではないかとみている。	
一般小売店〔書籍〕（経営者）		・年末～1月にかけては穏やかな天候で、来客数、客単価共に上昇傾向にあった。2月以降も、天候に左右される要因は多いものの、少しずつ好調の兆しがみえている。	
百貨店（営業担当）		・3月の売上は、前年であった消費税増税前の駆け込み需要の影響で前年を下回るとみているが、4月以降は駆け込み需要の反動減により前年比としてはプラスになる見込みである。ただし、景気自体が一気に好転するのではなく、高額商材なども時間をかけて徐々に回復していくとみている。	
コンビニ（経営者）		・周囲の建築工事や地下鉄工事が終わっており、大きな変化はない。ただし、季節柄、若干の売上アップになるのではないかとみている。	
コンビニ（店長）		・雪解けとともに、徐々に客足が戻ってくる。また、除雪費の負担が終わり経費面も落ち着いてくるので、今よりは利益が取れるようになる。競合店も増えてはいるが、多少は売上が戻ってくることを期待している。	
衣料品専門店（店長）		・就職活動、フレッシュャーズなどの特定マーケットの商戦に入るため、目的買いの客が増加して、やや良くなるとみている。	
乗用車販売店（経営者）		・3月までは軽自動車税、エコカー減税改正前の駆け込み需要を見込んでいた。	
乗用車販売店（経営者）		・3月は年間で最大の山場であり、雪解けで一気に動き出す。	
自動車備品販売店（経営者）		・除排雪関係に携わる業者の仕事が増える。また、除排雪関連機器の稼働率が上がり、今後も故障修理依頼が増えるとみている。	
その他専門店〔靴〕（従業員）		・前年は消費税増税前の駆け込み需要の反動減があったが、今年はその影響はないとみている。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）		・燃料価格の下落に伴い、春先からの行楽需要の回復が見込めそうである。また、春闘により賃金の増加が見込めれば回復基調が更に強まるとみている。地方までアベノミクスの効果が波及するように期待したい。	
高級レストラン（支配人）		・消費税増税による影響が落ち着いてきている。	
一般レストラン（経営者）		・異物混入事件などにより外食に対する不信感があるが、3か月後には、このような問題は解決されて状況が良くなっていることを期待している。	
一般レストラン（経営者）		・これから暖かくなり人出が増える。また、新年度を迎えるので宴会などの予約が入る。	
都市型ホテル（経営者）		・来客数としては、春先へ向かう高揚感とともに個人客の利用が増えるとみている。また、ガソリン価格の安値も行動範囲を拡充する要因となり、宿泊を伴う県外個人客の動向にも期待出来るのではないかとみている。	
都市型ホテル（スタッフ）		・ガソリンの値下げもあり、春の観光シーズンに向けて良くなっていく。	
テーマパーク（職員）	・外的環境に変化はないものの、内的環境として50周年メモリアルがプラスに働くとみている。		
観光名所（職員）	・消費行動にばらつきのある客のうち、購入する客が増えれば若干景気は良くなるのではないかとみている。消費税増税に慣れた客がそのような方向に向かっていくことを期待している。		
遊園地（経営者）	・原油安によって物価上昇が緩和されている。また、春には7年ぶりに新規マシン導入を予定しており、状況が上向くことを期待している。		
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・政権への期待は大きい。また、地方創生の予算枠もみえてきており、明るい兆しである。		

変わらない

商店街（代表者）	・最近では平均値で変化をみるのが難しく、かなりケースバイケースで変化しているようである。将来的に変化が不透明な部分が良くなるか悪くなるかわからない状況である。
商店街（代表者）	・初売りやその後続くセールなど、集中的な販売促進策も全体的に苦戦模様である。ただし、商店街としては新たな出店などが計画されており、例年景気が冷え込む時期ではあるが、底上げ効果を期待したい。
商店街（代表者）	・商店街ににぎわいをつくる元気がない。
商店街（代表者）	・消費税増税以降、消費者の消費抑制意識が長引いており、景気回復は当分の間は期待できない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリン価格が低下しても、その部分を外食産業に回す人はなかなかいない。また、株で儲けているような人もいるが、繁華街での飲食はほとんど見かけない。このような悪い状態はしばらく続くのではないか。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子、買上点数、客単価は良い状況であり、この傾向は今後2～3か月は変わらないとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・灯油、ガソリン価格の下落などの好条件もあり、この先数か月は特段に景況が悪化する要因は見当たらない。中期的にみれば状況は変わらないとみている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年の動向がまだわからない。
百貨店（売場主任）	・車での移動が主となっている土地柄であるので、ガソリン安は行動範囲が広がり人の流れも良くなるので、消費拡大のプラス要因となる。ただし、そう大きな動きにはならないとみている。
百貨店（総務担当）	・株高、円安などで一部の富裕層などは首都圏を中心に景気は良いが、それが地方まではなかなか回ってこない。これが小売りにまで浸透して消費が増えるのはまだまだ先である。
百貨店（営業担当）	・個人消費が上がる見込みは薄い。
百貨店（買付担当）	・定価品が入っても客の動きはあまり良くならない。また、客の動向が定まらないため今後を見極めることが非常に難しいが、はっきりと良くなるという状況ではない。
百貨店（経営者）	・消費税増税後からの客の慎重な買い方に変化はなく、現状から改善するような感触はない。
スーパー（経営者）	・しばらくは安定的に推移する。また、賃上げ動向で風向きが変わるとみている。
スーパー（店長）	・消費税率10%への引上げは確実であり、節約志向に拍車がかかっている。輸入品以外にも値上がりが見込まれており、今後も景気が良くなる見通しはたたない状況である。
スーパー（店長）	・今後も各種商品の値上げが続くので、客の節約傾向も続くとみている。
スーパー（店長）	・年が明けても景気が回復する兆しがみえてこない。この状態はまだ続く。
スーパー（店長）	・客単価の動きからは変化がみられない。
スーパー（総務担当）	・ガソリンは値下げとなったが、電気、ガス、水道など一般家庭への値下げはこれからである。さらに、油、小麦粉など原材料の値上げによる小売価格の上昇が控えており、当分の間は景気が上向き兆しはみられない。
スーパー（営業担当）	・原油安などにより、いくらかでも消費が良くなる事を期待している。しかし、当地区では実質的に賃上げもほとんどなく、まだまだ消費者の生活防衛が続くとみている。
コンビニ（エリア担当）	・競合チェーンによる現在の出店ペースは来期以降も続く。
コンビニ（エリア担当）	・客単価は微増傾向にあるものの、依然として来客数の前年割れが続いている。競争環境が厳しくなるなか、この傾向はまだ続くかとみている。
コンビニ（エリア担当）	・春先へ期待したいが環境が良くなる材料に乏しい。
コンビニ（店長）	・原油価格が暴落しており、全体的には消費者のマインドはやや回復傾向にあるとみている。しかし、非常に不確定な要素であり、現状維持となるのではないか。
コンビニ（店長）	・状況の改善につながるような事象が見当たらないので、当面はこの状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・春は入卒、入社などで社会的にスーツやスプリングコートなどの高単価商品が売れる季節であるが、単価、数量共に減少し、悪い状況が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・経営が順調で賃上げが進む企業がある一方、人手不足で難儀している企業もあり、偏りがみられる。企業全体が上向きにならないければ景気回復には程遠い。
衣料品専門店（経営者）	・来客数が少ない時期ではあるが、天気が良く気温が上がりはじめれば来客数の増加が望める。

衣料品専門店（経営者）	・地方の景気は停滞感しかなく、良くなるような材料が見当たらない。
衣料品専門店（店長）	・買上客数に関しては仕掛け次第で増加が見込めるが、高単価商品の動きに関しては急に良くなるとは考えにくく、結果として変わらない。
家電量販店（店長）	・客単価、来客数などの数字は、一時期の消費税増税前の駆け込み需要後の落ち込みからは良くなっている。ただし、改善したわけではなく下げ止まったという印象である。
家電量販店（店長）	・来客数の動きが鈍いものの、円安、ガソリン安などにより、消費者マインドの好転を期待している。
家電量販店（従業員）	・来客数が減少し続けている。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月間変化のなかった来客数が、この先2～3か月で良くなるとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・依然として来客数が少なく、回復の兆しがみえない。
住関連専門店（経営者）	・2～3か月先は転勤などの新生活が始まる時期であるので、若干の希望は持っている。ただし、客の財布のひもはまだまだ固く、そう大きく売上が戻るとは考えにくい。また、前年の消費税増税前の駆け込み需要と比較すれば、前年比は相当な落ち込みになるのではないかと懸念している。
住関連専門店（経営者）	・今の売上が維持できれば十分に良い状態である。今のところ景気が急に良くなる材料は見当たらないが、このまま推移していくことを期待している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・大きく景況を損なう要素はないが、地方にプラスとなる即効性のある要素も見当たらないので、大きく変わることはない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・年度末で人が動くため短期的な期待はあるものの、それが続くとは考えていない。地方に景気のいい波が来る前にブレーキをかける要因が出てくるのが常である。過度の期待はできないし、していない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・春先の動向としては、多少なりとも忙しくなるとみている。ただし、前年の消費税増税前の駆け込み需要のような忙しさにはならず、前年の反動でかえって動きが悪くなるのではないかとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の急落によって販売価格も低下している。しかし、販売量に変化はなく、車や暖房などの稼働増加も期待できないことから、景気の変化は期待できない。
高級レストラン（経営者）	・低迷した状態のまま続くのではないかとみている。良い材料もなく、それほど明るい希望もない。
高級レストラン（支配人）	・数か月先の予約状況は前年同時期と比較しても多少下回る程度である。予約状況なので流動的ではあるが、単価が下がってきているので、結果的には前年並みか若干の落ち込みになるのではないかとみている。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の見通しは立っていない。先行きが広がっている印象が持てず、マインド的にも厳しい状況が続く。
スナック（経営者）	・2月を乗り切れば、3～4月と歓送迎会のシーズンとなり宴会が増えるので、少しは期待が持てる。
観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約に勢いがなく、前年比で10%の減少である。また、日帰り客は、女性の趣味、サークルなどの集まりが目につく。
観光型ホテル（スタッフ）	・客の様子からは、景気に対する楽観よりも様々な不安が多く見受けられる。景気が良くなったという実感がほとんどなく、予算アップの提案をしてもなかなか難しい状況である。
観光型旅館（スタッフ）	・単価が上昇すれば更に良くなるとみているが、対応策を行うタイミングが微妙である。
都市型ホテル（スタッフ）	・2月は天候が厳しく人の動きがなくなるので、売上が一番悪い月である。しかし、当地は雪が少なく、また、歓送迎会が始まる3～4月に向けて活発になっていくので、全体的には今の状態が続くのではないかとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・年が明けてすぐは売上増で推移したが、正月明けからは極端に落ち込み、結果として売上減となっている。休日、イベント日と平日の差が激しく、いかに平日に客を取り込むかにかかっているが、平日は人の動きが全くみられない状況が続いている。何か大きな変化や刺激がない限りは今後も同じ状況が続くとみている。
旅行代理店（従業員）	・海外情勢の不安などから、旅行に与える影響が長引くのではないかとみている。
タクシー運転手	・客のなかには、消費税率10%への引上げを気にしている客や、思うような仕事がないという客がたくさんいる。このような状態では景気は良くなるはずはない。
通信会社（営業担当）	・好転が見込めるような材料に乏しい。

	通信会社（営業担当）	・2月から始まる大手通信会社のキャンペーンによる影響が心配ではあるが、当社ですでに始めている格安新商品の提供が順調に進んでいるため、全体としての売上は横ばいのままで進んでいくとみている。
	通信会社（営業担当）	・客はコスト削減の要求ばかりであり、商品が売れない。
	観光名所（職員）	・閑散期であり、今のところ大きなイベントの予定もない。
	美容室（経営者）	・シャンプーなどの石油製品において、値上げの予定がある。
	美容室（経営者）	・次々と食料品が値上げとなっており、冬の間は光熱費もかかることから、美容にかける費用を一番に節約する客が多い。また、パートやアルバイトの方は余裕がなく、自分でカラーリングやカットをしている。
	設計事務所（経営者）	・確実に作らなければならない復興関連の物件以外は、建設を見合わせる状況が増えていく。
	住宅販売会社（経営者）	・新築の資金調達が難しい顧客も多いため、中古再販において販路の拡大を進めている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受付件数増加のため、エコ住宅ポイント導入の案内を強めていく。
やや悪くなる	百貨店（経営者）	・百貨店の顧客高齢化の構造に変化はない。そのため、団塊世代の年金受給への移行による購買額全体の減少を懸念している。また、物価上昇の影響が生活防衛の形で高齢者に表れてくるとみている。
	百貨店（経営者）	・前年比の売上状況を考えると、3月までは駆け込み需要の影響が避けられない。かなり厳しい数値になる見通しである。
	スーパー（経営者）	・平均単価の前年比の伸びもやや落ち着きは始めている。また、今月は消費税増税前の駆け込み需要による前年比の反動が表れる月であり、しばらくの間は、売上の芳しくない状況が続く。
	スーパー（営業担当）	・前年の2～3月は、米、基礎調味料、酒類などを中心に消費税増税前の駆け込み需要が多くみられており、今年はその反動で前年を下回る見通しである。また、4月以降も現在の状態に回復する程度であり、大きく景気が回復するとは考えにくい。
	コンビニ（経営者）	・競合店の出店により、状況はますます厳しくなる。
	コンビニ（エリア担当）	・円安や天候不順による不作などで原材料が高騰している。そのため、様々な商品の値上げが予定されている。
	コンビニ（エリア担当）	・人口が増えているわけではないので、来客数も増えない。
	衣料品専門店（店長）	・これからフレッシュアーズの商戦となるが、今年は就職活動の客も重なる見込みであり、忙しくなる。そのようなピークのなか、接客がしきれないなどの機会ロスも含めて、単価がなかなか上がらないのではないかと懸念している。また、前年の消費税増税前の駆け込み需要のような勢いもないことから、非常に厳しい商戦になるとみている。
	衣料品専門店（総務担当）	・例年であれば一番売上が良いはずの12～1月でも、売上は非常に大きく落ち込んでいる。回復する兆しもなく、今後も悪くなるのではないかと懸念している。
	家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があるため、前年比でみるとやや悪くなる。
	乗用車販売店（従業員）	・4月から軽自動車税が増税となるため、3月までは販売量が伸びるとみている。ただし、4月以降はその反動により販売量はしばらく落ち込むのではないかと懸念している。
	乗用車販売店（店長）	・4月以降はエコカー減税の厳格化も始まり、更に需要が冷え込む可能性がある。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・年度が替わり、今後は売上の見通しが両極端な状況である。売上が良くても利益率が悪いという反比例な動きではなく、比例して利益が出るようにならなければ、今後も明るい見通しは期待できない。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・新年度に向けて消費が活発になることを期待したい。しかし、じわじわと物価が上昇しているなか、食品の消費が最も顕著に抑止されるのではないかと懸念している。
	一般レストラン（経営者）	・一般市場は冷え切っている印象を受けるが、当地ではこれから国際会議の開催などがあり、明るい材料がないわけではない。県外からの客の動向に期待したい。
	観光型旅館（経営者）	・予約数が明らかに減少している。休日前でも満室にならない日や、平日では宿泊者ゼロの日もある。
	都市型ホテル（スタッフ）	・前年と比べて予約状況が良くない。

		旅行代理店（経営者）	・円安に加えて、ヨーロッパを含めた治安の悪化の影響が出てくることを懸念している。当店で販売高が高いヨーロッパ方面にその影響が出た場合、その客が国内旅行にシフトするわけではないので、売上が落ち込むのではないかと。
		旅行代理店（店長）	・向こう3か月の予約状況は前年比を下回っている。特に海外旅行は円安もあり、継続的に減少傾向にある。
		タクシー運転手	・景気は良い方向に動いていない。
		通信会社（営業担当）	・国の補正予算の実行がカギを握っているとみているが、着手までには時間を要する。
		通信会社（営業担当）	・一部の企業だけがベースアップをしても全体の底上げにはならない。当面の景気改善は期待できない。
		競艇場（職員）	・ここ数か月、販売量の動きが悪い。客の話では以前より生活するのにお金がかかり、なかなかこういう施設ではお金が使いづらくなったとのことである。今後もこのような悪い状態が続くとみている。
		美容室（経営者）	・客との会話からは、アベノミクスが実感できない、先行きが不安である、との声が多い。
	悪くなる	百貨店（売場担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があり売上が大きく伸長したため、前年比は確実に落ち込むとみている。3月以降、前年比をどこまで留められるかを懸念している。
		スーパー（経営者）	・値上げの春が到来し、節約、儉約志向が更に高まるため、可処分所得が増えない。
		コンビニ（経営者）	・今現在、無職の人がかなりいる。そういった面で、店としてはかなり売上が落ち込んでいく可能性がある。
		乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化により市場は縮小傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会や入学などのシーズンを控えている。しかし、最近では他のぜいたくを節約してこれらに臨む傾向があり、景気が回復するような数字は期待できない。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・年度末までに受注が確定してくる公共工事が重なるため、受注量は増加する。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・燃料価格の下落が農業資材の価格低下につながると見込んでいる。
		食料品製造業（経営者）	・当地では3月に国際会議があるので、来客数及び売上が増加するとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新年度が始まり注文が増える時期なので期待している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・販売量の増加による給与、福利厚生への好影響が更に継続する見通しである。また、半導体製品の需要が増加傾向にあり、それに対して製品開発が追従できている。
		輸送業（経営者）	・燃料費が急速に下落しているため、物量が確保できれば良くなる。
		広告業協会（役員）	・流通業界はベースアップなどにより消費者の購入マインドが高まるとみており、マスコミ各社はスポット広告の時間取りに苦悩している。
		広告代理店（経営者）	・雇用拡大の影響なのか、求人用の会社案内やリクルート冊子を改訂し、部数を増やすという話が出てきているので、今後に期待している。
		広告代理店（経営者）	・新年度の活動において前向きな発言をする得意先が多く、景況感が上向き可能性に期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・年明け以降、円安による原材料費の値上げが増え、経営的には苦しくなる。また、売が増える要素もない。
		繊維工業（経営者）	・相変わらず店頭の売上があまり良くない。このような状況は今後も続く。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数は今後も伸び悩む見通しである。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・この先2～3か月の受注残は前年同月並みであり、良くも悪くもない状況である。
		土石製品製造販売（従業員）	・これから忙しくなる時期であるが、簡単には十分な人員を補充できない状態である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・製造業では、単発的な受注は続くものの安定継続的な仕事はほとんどなく、多少の変動はありながらも結果的に状況は変わらない。
		建設業（経営者）	・石油価格が下落しているが、電気料金の値上がりのほうが大きい。また、資材価格の上昇も続いており、経営的には苦しい。
		建設業（企画担当）	・しばらくは現在の状態が続く。ただし、来年度以降から首都圏で多くの工事出件が予定されている。
		通信業（営業担当）	・契約の切替えなど不安要因はぬぐい切れない。継続した営業努力でカバーしていくほかなく、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）	・しばらくはこの状況が続く。	
	経営コンサルタント	・経済の先行き不透明な状態は今後も続く。	
	公認会計士	・建設業関係は、資材価格高騰、人手不足が解消されない限りは、業績をこれ以上伸ばすことは難しい。また、小売関係は少しずつ回復していくとみているが、前年比を上回るほどの業績回復は難しい。	
	コピーサービス業（経営者）	・年度末、新年度を迎える時期ではあるが、大きな案件もなく、見通しが不透明な状態が続いている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・当地は地場産業が多く、円安による燃料の高騰や、輸入品の原材料の値上げなどが負担となっている。不景気な状況が続いており、商売も思うようにいかない。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・飲食店向け出荷の不調が続いている。在宅での酒類消費を期待したいところだが、食材などの値上がりの影響もあり出荷回復は望めない。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・訪問活動やPRなど手を尽くしているが、客の反応は今一つである。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・プラス面、マイナス面共に、現在の状況のまま続くのではないかと。	
	金属工業協同組合（職員）	・見積などの受注案件は多々見受けられるが、依然として低価格、超短納期などにより成立が厳しい。また、人員の確保が厳しくなってきた。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・果物農家の1年間の収入は前年の80%程度である。さらに、米の販売価格が前年の75%となっており農家の景気を悪くしている。	
	食料品製造業（総務担当）	・原材料に輸入品が多いため、円安による値上げが待たなしで控えている。内部努力で原価を圧縮するのにも限界がある。	
	食料品製造業（営業担当）	・売上高減少の下げ止まりを期待しているが、好転材料が少なく、厳しい状況が続くとみている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、自動車の国内販売の低迷の影響を受けるとみている。加えて、部品の輸出についても新興国経済の低迷の影響を懸念している。	
	司法書士	・不動産市況が活性化しておらず、前年後半からの受注減が続いている。	
悪くなる	○	○	
良くなる	—	—	
雇用関連	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度の採用に向けて、企業の求人数が増加することを見込んでいる。
(東北)		職業安定所（職員）	・12月の月間有効求人数は前年同月比12.2%増加している。また、12月の月間有効求人倍率は1.72倍と、前月の1.71倍を0.01ポイント上昇し、平成6年以降では最高となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業などの求人が増加傾向にあるものの、派遣の求人が多い。そのため、求職者が多い割に応募する者が少なく、派遣会社は苦勞している様子である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新卒者の採用スケジュールが変更になったことで、あらゆる業種、業界の人事担当者が、人員の確保に非常に悩んで策を講じている。そのため、求人意欲は相変わらず継続しているとみている。
		人材派遣会社（社員）	・首都圏勤務の求人は増加傾向にあるものの、県内勤務の求人は停滞気味である。特に正規雇用募集の動きは慎重である。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の増加は期待できない。このまま横ばいの状態で推移していくとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・年度末に向けて忙しくはなるが、前年も同じ状況であるので、結果としては変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年度は消費税増税前の駆け込み需要があつて、正規、非正規とも求人数が増えた。今年度はそのような要素がなく、求人数は伸びないのではないかと。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の売上の推移をみても、景気の方向性を確認できるようなものがない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で増加しているが、この増加が単月の動きで終わるのか、連続していくのか、今後の動きを注視していく必要がある。
	職業安定所（職員）	・求職者は減少傾向にある。ただし、従業員の大量募集や企業誘致などの見込みもない。	
	職業安定所（職員）	・求職者は、在職中の求職者が増加すると見込まれており、求人の高止まりの状態は今後も続く。	
	職業安定所（職員）	・再建が予定されている水産加工団地の企業からの求人申込が少し遅れる見通しである。また、その外の業種では今のところ大幅な増員の予定はない。	

	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 求人の状態はここ数か月と変わりなく安定している。また、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。
やや悪くなる	新聞社 [求人広告] (担当者)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当地恒例の初売りは例年並みであった。しかし、その後の商戦が伸びず、1月全体としては消費税増税前の駆け込み需要があった前年に届いていない。この駆け込み需要による反動の影響は3月まで尾を引くとみており、先行きはまだまだ不透明な状態である。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次年度に大手量販店の進出がある。しかし、年度末にかけて、製造業、卸売業、宿泊業で雇用調整の情報があり、求職者の増加が見込まれている。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 4～12月の決算営業利益は2百万円の赤字で収束している。前年比売上は1億円の赤字であり、売上総利益率が1%ダウンしている現状は、2～3か月先での改善の余地はない。