

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	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度以降になれば、おそらく動きが出てくるのではないが。ただし、前年の消費税増税前の駆け込み需要で一時的に上がった売上と、その後のマイナス分を考えると、今年の動きはおとなしいものであるとみている。
		タクシー運転手	・国際会議があり多くの人出が見込まれるため、タクシー業界やホテル業界などは景気が良くなる。また、震災で不通となっていた街中の道路が復旧したことで、観光面でも良くなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・3月には当地で大きなイベントがあり、来街者の増加が見込まれている。また、各店でもその対応策の検討がおこなわれており、努力が報われることを期待したい。
		商店街（代表者）	・今年は前年よりも吹雪などの雪の日が少ない。少しずつ春めいてきており、春に向けて4～5月と少しずつ来客数が増え始めていく。また、街中にもイベントなどで様々な人が来るので、特に学生との連携を強化することで、若い人の集客を増やしていきたい。
		商店街（代表者）	・寒波や積雪の被害も少なかったことから、早目の春を迎えそうである。例年より半月以上も早く季節商材が動き始めており、少しずつ消費が上向く気配がある。
		百貨店（総務担当）	・ここ最近では客の購買意欲が落ちておらず、年末商戦、初売り、バレンタイン商戦など、きっかけがあれば消費につながっている。そのため、政策や企業の自助努力など何らかのきっかけがあれば、景気も少しは上向くのではないかと。
		百貨店（営業担当）	・4月以降は、前年の消費税増税後の冷え込みの反動により、売上自体の前年比はプラスになる見込みである。また、消費税増税後に季節が一巡したことで、衣料品などのアイテムの復調を期待している。
		百貨店（経営者）	・春物シーズンのなかで、百貨店の主力となるファッションアイテムが活発に動き始めており、この流れは継続していく。また、一部では賃上げの動きも出てきており、前年の消費税増税後との比較は別として、消費者マインドとしてはプラスに働くとみている。
		百貨店（経営者）	・円安の傾向は、一部の輸出関連大手企業には恩恵を与えているが、地方の中小企業にはあまり好影響がみられていない。しかし、最近の原油価格の下落傾向は、ガソリン代、暖房費など様々な場面で地方の一般消費者にも景気回復に対する好印象を与えているのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の前年割れ幅は縮小しており、このままの推移であれば、単価で吸収できる見込みである。
		コンビニ（店長）	・一般品の一部値上げに対する懸念材料はあるものの、来客数が増加に転じる時期になるため、販売チャンスを正確にとらえたい。
		衣料品専門店（経営者）	・今が最低の状態であり、これ以上悪くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・春夏物の本番を迎えるため、少しでも活気が戻ることを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・春物商品の立ち上がりは早く実売期にも期待が持てる。また、単価が稼げるビジネス衣料の動きが良いなど、次年度以降につながる要素も出てきている。
		乗用車販売店（経営者）	・3月末に主要車種のモデルチェンジが予定されており、大いに期待している。
		住関連専門店（経営者）	・当店は耐久消費財を多く扱っているが、2～3か月先の予約が結構入っているので、多少は良くなるのではないかと期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・日経平均株価の上昇と、春闘の高額ベースアップ要求が一定割合で叶う予測であり、景気の上向き感が増すとみている。
		高級レストラン（支配人）	・祝い事などには一般客の消費も増えていくとみている。
		一般レストラン（経営者）	・3月は歓送迎会がある。4月に入れば気温も暖かくなり花見のシーズンになるので、客足が増えるのではないかと。
		スナック（経営者）	・少しずつ暖かくなってきており、通りにも若干ではあるが人通りが増えてきている。これから歓送迎会のシーズンとなり、気温の上昇とともに団体客などの動きも出てくるのではないかと期待している。
		観光型旅館（スタッフ）	・来客数が増えているのは良い兆しである。エリア全体の来客数と単価が増えることを期待している。

	都市型ホテル（経営者）	・ガソリン価格は比較的安値で安定しており、春先へ向かう高揚感ともリンクして、遠出を含む外出傾向が増えるのではないかと。また、そのことによる個人消費を期待している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず除染や復興に伴う宿泊が期待できる。また、レストランは花見シーズンでの来客が多く期待できており、さらに、宴会は前年並みの歓送迎会数を確保している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、婚礼、宿泊は前年比プラスで推移している。また、直近での変動が大きいレストランなどは良くなる実感が薄いものの、その他の部分では順調に人の流れがでてきており受注にもつながっている。この流れを切らさないよう、そして、更なる取り込みのため、魅力ある商品作りをしていかなければならない。
	旅行代理店（経営者）	・ベースアップにより賃金が上昇し、消費に回ってくるという期待感がある。しかし、客はテロを警戒して海外旅行を手控えており、それが国内旅行にまで影響することを心配している。
	観光名所（職員）	・国内の客はほぼ横ばい状態であるが、台湾、マレーシア、タイなどからの海外の客が増えている。現在もこれらの客の分が上乘せ分として伸びており、この客をうまく捕まえることができれば、今後も伸びていくとみている。
	観光名所（職員）	・春になり行楽客が動き出すので期待している。
	遊園地（経営者）	・春に新アトラクションが稼動するので、一定の集客を見込んでいる。また、今シーズンから入園料を震災前の価格に戻す予定である。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・販売単価が上昇しており、粗利の確保もできている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・省エネ住宅エコポイント制度導入による追い風を期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・食品品の値上げも落ち着いてきているので、今月同様に3か月先でも良い状態が続くことを期待している。
	商店街（代表者）	・政治経済の先行きに不安があり、ものを買う気持ちになれないのではないかと。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・世帯ごとの貯蓄金額は増えているにもかかわらず、消費性向に変化がみられており、消費に対して必要であるかないかという選択をする時代に入っている。そのため、売り出し期間以外の一般消費に関わる状況は相変わらず厳しい。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上は平均値で推移しており、今後も特別に良くなるということはない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・4月のベースアップもほとんど一流企業での話であり、中小企業、零細企業の人達には全然話題にも出てきていない。その家族が使うお金も非常に厳しくなっており、この状態はしばらく続くとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今まで以上に健康や美容に関心を持つ客が増えてきている。今後2～3か月はこの傾向が続くとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・株価も上昇しており、当面の間は状況が悪化する要因が見当たらない。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・消費はまだまだ低迷するとみている。
	百貨店（売場主任）	・地方は、都心部の景気の良い報道とは無縁だという割り切り感がある。先行きが良くなる要因も見当たらないなか、景気が好転するとは考えにくい。
	百貨店（営業担当）	・少しは上向きの傾向にあるが、更なる増税を見込んで消費を控える傾向は変わらない。
	百貨店（経営者）	・消費税増税後は、衣料品を中心に不要なものは購入しない傾向が続いている。客単価も減少しており、慎重な買い方に変化はみられない。
	スーパー（経営者）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年比の見た目が悪くなるのは仕方がない。
	スーパー（経営者）	・食品メーカーなどの値上げはあるものの、原油安で家計の暖房費、企業の輸送関係費などの軽減や、業績の良い企業の賃上げも期待されることから、前年の消費税増税前の駆け込み需要に届かないまでも、消費支出の改善を期待している。ただし、地方選もあり、実際に消費が拡大好転するまでにはもう少ししばらくの時間を要するとみている。
	スーパー（店長）	・1点単価、客単価の落ち込みに加えて、来客数の減少も目立ってきている。今までよりも節約志向がはっきりしてきており、この傾向は続きそうである。
	スーパー（店長）	・加工商品などの値上げは続いており、現状からの変化はない。
	スーパー（店長）	・これからも値上げが続くので、まだまだ景気は変わらない。

スーパー（営業担当）	・円安の影響で一部の食品が値上がりしており、価格に敏感な消費者の購買に影響を与えている。
スーパー（営業担当）	・4月以降は消費税増税後との比較となり、前年比は良くなるとみている。しかし、地方の春闘の賃上げ要求額をみても東京を中心とする大都市の企業とは大きくかけ離れており、景気好転の兆し、街角景気が回復しているという新聞記事と実情は大きく違っている。
コンビニ（経営者）	・前年との比較、また、2～3か月前の数値との比較でも変化は少ない。良くも悪くもなく、継続して上向いているわけでもないので、今後も現状維持のままではないか。
コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店は今後も続く。
コンビニ（エリア担当）	・これ以上、環境が良くなるような見込みはない。
コンビニ（店長）	・ここ数か月続いている来客数の回復傾向に変化はなく、ガソリン価格が低下していることが一つの要因ではないかとみている。しかし、単価は前年より下回っており、外出する回数は増えても買い控えの傾向はまだまだ続いているので楽観視はできない。一時期のような暗い展望はないが、これがいつまで続くかは不透明である。
コンビニ（店長）	・春になると、経費が減少し来客数が増加するので良くなる。ただし、県内初の競合店が大々的に出店してくる予定であり、大きな不安が残る。
衣料品専門店（経営者）	・経済的に余裕のある層の購買は上昇するが、一般的な層の購買はますます慎重になり、全体では厳しい状況が続くのではないか。
衣料品専門店（経営者）	・卒業や入学シーズンを迎えるため、新社会人の対応商品の売り込みや、入学の制服販売強化に努めて難局を乗り越えたい。
衣料品専門店（店長）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要でたくさんの来客があり、2～3月にこの数字を超えることはかなり難しい。また、4月以降は駆け込み需要の反動減により数字が良くないが、前年比に期待ができるかといえば客の様子からはそれも厳しく、楽観視はできない。
衣料品専門店（店長）	・ビジネスマンの消費は現状も買い控えが多く、この傾向はしばらく続くとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、売上が伸びた月である。そのため、現在の推移からは3月の前年比は厳しい。今の段階では、景気及び消費者の消費行動は変わらないとみている。
家電量販店（店長）	・売上の前年比は落ち着くとみているが、来客数が戻っていない。
家電量販店（店長）	・天候が良ければ更に需要が伸びるとみているが、今のところは良い材料も悪い材料もない。夏場の天候にもよるが、電化製品はエアコンなど季節商材の売行きが気になる。
家電量販店（店長）	・ガソリン価格の低下により、客の行動範囲が広がることを期待している。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月は来客数の動きに変化はなく、その先2～3か月で状況が良くなるとは考えにくい。
自動車備品販売店（経営者）	・客は兼業農家が多く、そのため、今期の多い積雪が今後の農業に影響を与えるのではないかと懸念している。
住関連専門店（経営者）	・2～3か月先には春の異動などがあるが、節約志向が続いているので単価的なものはあまり変わらない。大手企業は大分回復しているようだが、地方の中小企業ではまだ足元が悪い。高級志向が戻るのはまだまだ先である。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・春先までは景況に影響がでる要素はなく、地元飲食店は低調であるものの、都市部ではあまり変化はないとみている。この先は歓送迎会のシーズンを経て、ゴールデンウィークの観光シーズンとなるので、一定の売上は期待できる。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・周囲からは、年度が変われば再度厳しい状況になるとの話を聞いている。先の見込みの話や商談が少なく、業者や企業でも良いところと悪いところの偏りがあり、市場のお金のまわり方が鈍くなってきている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上の低迷は本当に苦しい。なんとか現状維持を保たなければならないが、先行きの不透明さに底知れぬ不安があり、毎月、月末を迎えるのが怖い。これからは天候も少しずつ良くなり、消費者の購買意欲も今までとは違ってくるとはみているものの、先の景気よりも今というのが本音である。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年の消費税増税の影響が落ち着きつつある。

その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・地元では中間貯蔵施設の見通しがつき、除染事業が順調に動きそうである。今後は運送業務を中心に軽油の需要が増えるともみているが、一般消費が上向くかは予想が難しく、結果的に横ばいで推移するのではないかと。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・販売価格が変動しても販売量は変わらない。今後も大きな変化は望めない。
高級レストラン (経営者)	・良くなる要素はないものの、春とともに少しは動きが出てくるのではないかと期待もある。
高級レストラン (支配人)	・この先の予約状況をみても、あまり景気が良くなるような見込みはない。また、市場はこれ以上広がることはないため奪い合いとなり、今の段階では状況はどちらもいえない。
一般レストラン (経営者)	・ここ数か月は、政治的にも経済的にも変動しないのではないかと。
一般レストラン (経営者)	・景気の回復が地方まで行き渡っていないことと、長引いた不景気にレストランというジャンルが取り残されてしまっている。仮に景気が回復したとしても、劇的に来客数が増えるとは考えにくい。
一般レストラン (経営者)	・周囲の様子をみても、あまり良い状況とはいえない。
観光型ホテル (スタッフ)	・先々の予約状況があまり芳しくない。4月の地方選挙の影響も多少あり、これから春～夏にかけての予約状況はみえない。
都市型ホテル (スタッフ)	・5月には東北六魂祭があり、それに向けて当県の注目度も増していく。ただし、3月には北陸新幹線開通という大きなイベントもあるので、そちらに多く客の目が取られてしまうのではないかと。東北全体としては観光客の数はそれほど伸びないかもしれないが、東北六魂祭と合わせればプラスマイナスゼロになるとみている。この後は北海道新幹線開通もあるので、ここは頑張っ乗り越えていきたい。
都市型ホテル (スタッフ)	・来月以降の予約状況は人数、金額共に少なめであり、前年を若干下回っている。
旅行代理店 (店長)	・当県においてデスティネーションキャンペーンがある。そのため、4月以降の先行受注は前年を上回っているが、先行きの不透明感是否定できない。
旅行代理店 (従業員)	・旅行に関しては、まだまだ様子見の状況が続く。
タクシー運転手	・客との会話のなかで、時々消費税率10%への引上げについての話題となる。これは、客のなかには消費税率10%への不安があるからであり、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)	・平成27年度予算をどのように活かせるかが鍵になるとみている。しかし景気の良し悪しが表れるのはもっと先であり、この先3か月の状況は変わらない。
通信会社 (営業担当)	・株価が上昇しても、富裕層だけが利益を得る状況では全体の景気向上には結びつかないため、当面は現状維持とみている。政府の景気改善施策が必要である。
通信会社 (営業担当)	・良くなる材料に乏しく、状況に変化はないとみている。
通信会社 (営業担当)	・大手通信会社の顧客の争奪戦が始まっているが、客は冷静に判断しているためか、まだ影響は表れていない。また、オリジナル商品の契約が順調なため、売上はやや上向いている。ただし、今後は格安スマートフォンやセット割引の新商品の登場に巻き込まれる可能性は大きい。生活費の見直しや節約志向が強まることも考えられるため、大きく消費が改善するような期待はできない。
通信会社 (営業担当)	・このまま円安が続くので状況も変わらない。
テーマパーク (職員)	・春休み、ゴールデンウィークでは来客数及び売上も上向きになる見込みであるが、他の平日は入込予想との間に大きな差異はないとみている。ただし、当地を題材としたドラマが放映される予定であり、その影響による入込増加を期待している。
美容室 (経営者)	・直接的な消耗品であるガソリンの価格が下がっていることで、生活費のなかである程度は美容室に回すお金ができていないのではないかと。ただし、この状態は一過性のものである可能性もあり、しばらくは様子を見ないと判断はできない。
設計事務所 (経営者)	・2～3か月先はともかく、その先の状況がどうなるかはわからない。
住宅販売会社 (経営者)	・住宅物件の伸びが緩慢である。介護施設及び工場物件などの一般物件受注が良いので、受注金額的には満たされているが、今年中盤の伸びに不安がある。
やや悪くなる	商店街 (代表者) ・消費に関して良い要素が全くない。物の値段も上がっているため、景気はやや低迷するとみている。

		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格が反騰し、客の生活は厳しさを増している。ここにきて、消費税増税の影響がじわじわと出てきている。
		コンビニ（経営者）	・会社の閉鎖などで無職の人が増えてきている。働く場所がなく収入のない人が多いので、売上の増加はあまり見込めない。
		コンビニ（経営者）	・飽和状態と思われているコンビニ業界であるが、競合他社の出店が続いており、状況はますます厳しくなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・競合環境の悪化が予想されている。また、円安による原材料の高騰は値入率を悪化させ、店舗収益の悪化にもつながると懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数減少の動きが全く変わっていないため、悪くなっている。
		家電量販店（従業員）	・客単価は上昇しているものの、来客数が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降の自動車諸税の実質増税による、販売数の減少を懸念している。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税や、エコカー減税厳格化により、今後は少し販売量が減少するとみている。
		乗用車販売店（店長）	・4月以降はエコカー減税の厳格化が予定されており、需要が更に冷え込むとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の入込は、前年比で1割の減少となっている、また、国際会議が3月に開催されるが、我々のような和式の旅館には影響が少ない。
		観光型旅館（経営者）	・3月は前年よりも予約の動きが悪い。東北やこのエリアに関しては、旅行や観光のマインドが低く、客が増えるような気配がない。
		競艇場（職員）	・2～3か月先に目玉商品があるものの、それ以外の商品については、販売量が以前と比較して落ち込んでいる状況が続いている。全体的に客の購入量は減少していく傾向にある。
		美容室（経営者）	・物価は上がるのに年金は上がることはないため、介護をしながら年金生活をしているような客には負担が大きく、景気の回復などは全然実感できない。
		設計事務所（経営者）	・学校の耐震改修工事が平成27年度で完了するため。
	悪くなる	百貨店（売場担当）	・前年の3月は、消費税増税前の駆け込み需要により、売上が2けた伸びるという異常値を出した月である。そのため、この前年比を上回るための施策を行っているものの、なかなか売上に結び付いていない状況である。ただし、大きいサイズの婦人服は、固定客の動員の成果と、今年にライセンスがきれる海外ブランドへの駆け込み需要があり、最終着地は前年比100%になる見通しである。
		スーパー（経営者）	・アベノミクスの負の遺産である円安が過度に進み、値上げが続いている。また、食料品も値上げラッシュが続いており、生活防衛意識が更に高まるとみている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・食品関連の相次ぐ値上げで、客の財布のひもは固くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・前年末の大きな選挙が尾を引いているうえに、当地では更に4月、10月にも選挙が控えている。その影響で人が夜の飲食に出てこなくなることは既に予想がついており、接待客が多い当店では直にその影響を受けるため、悪くなるとみている。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備投資においては、自動車関連以外の他分野でも活況を呈している。
(東北)	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・国際会議開催による人の流入を期待している。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数はやや上向くとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・スマートフォン、パソコン、タブレット端末など、電子デバイスが使われる電子機器の市場動向は、今後も好調を維持し続けるとみている。
		広告業協会（役員）	・3月は季節的な要因もあり、前年の消費税増税前の駆け込み需要には追いつかないものの、各媒体共に引き合いが活発のようである。
		経営コンサルタント	・春の賃上げに期待している。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・地元向けの出荷が好転しているため、今春の歓送迎会、花見などの酒類需要に大きく期待している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・2020年の住宅の省エネ基準適合義務化に向けて、業界の取り組みが活性化するとみている。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・農協による前年の米価下落に伴う原発賠償請求の申請がおこなわれた。これにより、前倒しで消費や生産資材の購入にまわすことができるので、気持ちに少しの余裕が出て楽になっている。

	農林水産業（従業者）	・農業情勢は依然として厳しいものの、前年産米の価格下落に伴う米価変動交付金の入金が見込まれている。	
	食料品製造業（経営者）	・円安の影響で3月からいろいろな食品が値上げとなり、家計に影響が表れるとみている。	
	食料品製造業（営業担当）	・新商品投入により売上改善を目指しているが、現状を抜け出すのは難しい。	
	繊維工業（経営者）	・良くなる事を期待しているものの、店頭売行きに期待が持てない。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・企業立地補助金などの震災復興予算の効果が表れ、景気を下支えしていくとみているので、景気はそのまま変わらない。	
	土石製品製造販売（従業員）	・ガソリン価格の変動がなかなか落ち着かず、最近はまだ値上がりしてきている。また、電気料金なども上がる一方であり、工場の稼働に大きな影響を与えている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末の駆け込みの受注もあるので、状況は特に変わらない。	
	建設業（経営者）	・物価が安定し、工事の受注が増えるとみている。	
	建設業（企画担当）	・徐々に首都圏工事の影響が表れるとみているが、しばらくは現状のまま推移する。	
	輸送業（経営者）	・物量は横ばいの状況である。また、燃料費は一時的には値下がりをしたものの、この頃は値上げの傾向にある。景気の回復を実感できない。	
	通信業（営業担当）	・予断を許さない状況であり、顧客に対するきめ細やかな働きかけをする必要がある。	
	通信業（営業担当）	・政治の効果が実感できない。	
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。	
	広告代理店（経営者）	・新年度で例年通りの発注量は見込めるものの、価格の引き下げによる影響が出るとみている。	
	広告代理店（経営者）	・4月以降の動きが鈍いままである。また、見込みでは堅調だった東京方面の動きも、2～3月の実態では鈍化している様子である。	
	司法書士	・全体的な流通量が少なく、値ごろ感のある不動産しか売買されていない。	
	公認会計士	・小売り関係は消費税増税からの売上回復が芳しくなく、回復にはもう少し時間がかかるとみている。また、建設関係は横ばい状況が続く気配であり、飲食業は売上、利益共に増加傾向にある。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新たな動きはなく、今後も現状維持で推移する。	
	金属工業協同組合（職員）	・依然として、受注量、売上高による企業間格差がみられているが、ここにきて企業間格差が拡大している。また、業績が伸びている企業においても、人手不足、長時間残業が続いている。	
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・商品の特性上、大きく売上を落とす具体的要因は見当たらない。しかし、原材料の値上げがいよいよ現実味を帯びており、楽観視はできない。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末が終わると、発注が冷え込むとみている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、国内受注の減少に加え、新興国向けの日供部品の需要の減少が悪化要因となってきた。	
	建設業（従業員）	・年度初めにあたり、一時的に公共工事の発注が鈍化する見通しである。	
	コピーサービス業（経営者）	・大口案件の数が少なく、小口案件も減少しつつあるなか、中小企業の経営者には相当の危機感を感じている人が多く見受けられている。	
悪くなる	○	○	
雇用関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・マイナンバー制度や電力システム改革により、IT、システム関連の需要が高まっているため、求人数が増える可能性がある。
		アウトソーシング企業（社員）	・業界全体の仕事量が増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地域では、地方創生の補助金を活用した振興策により景気浮揚感のムードが少しずつではあるものの盛り上がりつつある。しかし、その外の地域、特に被災地域との格差はますます大きくなりつつある。
		職業安定所（職員）	・平成27年1月の有効求人数は前年比16.1%の増加であり、2か月連続で2けた増加となっている。また、新規求人倍率は2.04倍と8か月連続で2倍を越し、好調が続いている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・相変わらず小売業、外食産業、中堅中小企業、建設業の人材不足が解消していない。そのため、募集活動を積極的に行う企業が多い。	

	人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加が見込めない。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・再来年4月には消費税率10%への引上げがあるため、景気の腰折れを心配している企業が多い。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・求人広告に関して、新しい動きはみられない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率の高水準は継続するとみている。しかし、数件の事業所廃止の情報があるので、全体的な景気は変わらない。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加している。しかし、円安などがデメリットとなっている業種からの、事業主都合による離職者が増加傾向にある。
	職業安定所（職員）	・求職者は減少しているが、在職求職者の割合が増えて全体の3分の1を占めている。その反面、会社都合退職者が2割減少しているため、求人の高止まり状態に変化はない。
	職業安定所（職員）	・食品製造業で工場閉鎖による雇用調整の情報があるものの、大規模な量販店の進出も予定されている。
	職業安定所（職員）	・全業種で人手不足が継続している。特に製造業では、人手が足りずに思うように生産量を上げられないところもある。また、予定されていた工場の完成が人手不足による工期の遅れでずれ込み、求人の申込も後ろにずれ込んでしまう状況も見受けられている。ただし、それ以外では全体的な変動要因はみられない。
	職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月と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。
	民間職業紹介機関（職員）	・全職種において多少の増減がみられるものの、全体的な求人状況に変化はない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・この第4四半期は抵触日を迎える取引がピーク状態であり、今後2～3か月先の業績に暗雲をのぞかせている。
悪くなる	—	—