

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	衣料品専門店（経営者）	・12月～2月がどん底であったので、これ以上悪くなることはない。
		衣料品専門店（店長）	・少しでも安価なものを求める客の動きが若干減少しており、必要な時に必要な物を購入するという動きが増えてきている。デフレの状態ではなくなりつつあるので、商況が平常期に戻れば景気は少しずつ上向いていくとみている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・全体的に若干ではあるが、季節同様の暖かな景況の声を聞いている。新たな出店計画もあり、新年度に期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税から季節が一巡するため、前年比の数字は若干良くなるとみているが、地方では景気の高揚感期待出来ない。ただし、ムードそのものは前年よりは良くなっている。
		百貨店（総務担当）	・ベースアップ、株高の影響などにより、春以降、新年度に向けて客のマインドが上昇することを期待している。
		百貨店（営業担当）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による反動減との比較のため、売上自体はプラスに転じるとみている。また、消費税増税からは1年が経過しており、婦人服を中心とした夏物衣料あたりから更に回復していくのではないかとみている。
		百貨店（売場担当）	・前年は、消費税増税前の駆け込み需要による反動減や買い控えがあったが、今年はそこまでの落ち込みにはならないとみている。
		百貨店（経営者）	・春闘により、一部の企業ではベースアップとなり、時間は多少かかるものの消費活性化につながるとみている。また、被災地では鉄道の復活や復興住宅への移転など、前年に比べて周囲の環境も改善されてきていることから、間接的ではあるがプラス要素となっていくと期待している。
		百貨店（経営者）	・前年の消費税増税以降、衣料品の長期不振から脱け出せずにはいたが、今年の春物からは回復傾向がみられている。
		スーパー（経営者）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による反動減が薄れてきており、消費者の購買力が強くなってきているのではないかとみている。
		スーパー（店長）	・3月は前年の消費税増税前の駆け込み需要との比較のため、特に後半にかけての数字が良くなかったが、4月からは、1～2月ごろの水準に戻るとみている。ただし、楽観は出来ない状況である。
		コンビニ（経営者）	・たばこ需要を除けば他は順調に推移している。むしろたばこ抜きでは全体的にはプラスになっており、来客数、買上点数共に若干上向きになっている。
		コンビニ（店長）	・原油価格が安定しており、消費税増税から1年が経過して、少し気持ちに余裕が出てきている雰囲気がある。また、気温も高めで推移しており、この4～6月あたりはやや回復基調となるのではないかとみている。
		コンビニ（店長）	・販売動向が大きく変わる時期であるので、きめ細かい商品ラインナップ、接客などで、例年同様の上昇幅維持に努めたい。ただし、顧客の節約志向はいまだに感じられるので、その辺は今後も注意していきたい。
		衣料品専門店（店長）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要の反動で苦戦した時期であり、4～6月は前年比の数字が上回ることは当たり前である。ただし、現状の春物の立ち上がりの早さから夏物需要の立ち上がりも例年と比べて早まるとみている、やや良くなるのではないかとみている。
		衣料品専門店（店長）	・前年は、消費税増税後の買い控えが4月からずっと続き、大幅に売上が低迷した。しかし、今後は通常に推移すれば、売上は回復するとみている。
		家電量販店（店長）	・ガソリン価格の低下や景気状況が持ち直しているという報道などがあり、客からも明るい話題を聞いている。また、4Kテレビを含めた少し高い商品が売れてきており、単価は徐々に上がっていくのではないかとみている。
		家電量販店（店長）	・企業のベースアップに期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・売れ筋であるミニバンのモデルチェンジが4月中旬に予定されており、かなり期待している。
		住関連専門店（経営者）	・少しずつではあるが高額商材が動いてきており、売上増に結びつくとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年は消費税増税の影響による売上の落ち込みがあったが、今年は前年ほどの影響は無いとみている。		
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・当地では4月からデスティネーションキャンペーンが開催されるため、県外からの誘客効果による販売量の増加を見込んでいる。		

	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・小売業界では、前年の消費税増税後の売上減少の影響があった時期が比較対象となってくるため、業界としては回復が見込める。
	高級レストラン（支配人）	・前年は消費税増税で売上が落ち込んでおり、その分、前年よりは売上が伸びるのではないかとみている。
	一般レストラン（経営者）	・電機メーカー、自動車メーカーが思い切ったベースアップをしているので、期待している。
	一般レストラン（経営者）	・4月ごろから暖かくなり、お花見や入学などの行事も多くなるので、状況はやや良くなるのではないかとみている。
	観光型旅館（スタッフ）	・ゴールデンウィークの予約が順調であり、この流れがしばらく続くかとみている。
	都市型ホテル（経営者）	・来年度において、周年行事などの節目のイベントを検討している企業が増えている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約では、前年比が消費税増税後初めて上回っている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・4～6月はデスティネーションキャンペーンが開催されるため、特に宿泊部門、レストラン部門において、来客数の増加を期待している。
	観光名所（職員）	・春以降は観光シーズンに入るため、イベントなどを開催して来客数の増加を図る予定である。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・株価の上昇などもあり、不安要因は見当たらない。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅受注の伸びは依然として緩慢ではあるが、店舗などの一般物件受注が確保できると見込んでいる。
変わらない	商店街（代表者）	・現在が景気の潮目になっている様子があるものの、先行きが全く予想できない状態である。
	商店街（代表者）	・大きく落ち込むといったことはないかとみている。売上の2けた増加といったことは望まずに、買う側も売る側も冷静な賢い商業環境というものに期待をしたい。マイナスにならないければそれで良いという気持ちである。
	商店街（代表者）	・商店街は、全国的に疲弊しており大変悪い状況にある。また、飲食系、物販系では業種や業態によって集客が大きく異なっている。今後は、特徴のある店は良くなるが、特徴のない普通の店はどんどん疲弊して空き店舗になっていくとみている。
	商店街（代表者）	・商店街の環境が、なおいっそう悪化している。
	商店街（代表者）	・消費活性化のためのプレミアム付き商品券が7月に発行される報道があり、そのため、発行までは買物を抑える消費者もいるようである。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・4月に大手企業が一齐に値上げを行うものの、ごく一部の企業のみである。そのため、これらの家庭の消費がどのように小売店に影響するのか全く予想がつかず、しばらくこの悪い状態が続いていくのではないかとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・1～2月はやや良い傾向にあったが、今月に入り販売量が少し落ちているので、先行きもそれほど変わらないとみている。また、客は目的のものはちゅうちょなく買っているのので、来店頻度が多くなればどうにか良くなっていくのではないかとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・店頭から見る限りでは、顧客層及び周辺の社会状況に特に変化はみられない。景気は当面の間は横ばいで推移するとみている。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・先行きの見通しが見えない状況である。
	百貨店（売場主任）	・消費行動の二極化傾向が強くなっており、結果として変わらない。
	百貨店（営業担当）	・地方は個人所得のベースアップが難しく、消費に反映されていない。
	百貨店（経営者）	・来客数、客単価共に、前年比が減少している。また、客の購買動向に力強さもみられないことから、当面は現状のまま推移するとみている。
	スーパー（経営者）	・前年の4月は消費税増税後の買い控えがあった月である。今年は様々な商品、サービスの値上げなどの消費にマイナスの側面がある反面、それらを打ち消す企業の値上げや地方交付金に期待を持っている。ただし、継続して消費に効果が表れるにはしばらくの時間を要するとみている。
	スーパー（店長）	・今後も段階的にメーカー加工食品の値上げが続くようであり、現状より上向くのは難しい。
	スーパー（店長）	・4月からはまた商品が値上げになるので、小売業ではまだまだ景気は上向かない。
	スーパー（店長）	・値上げなどの状況があるが、客の買物に大きく影響があるとはみていない。

スーパー（営業担当）	・ここにきて原油の価格が上昇しており、観光シーズンの足かせとなっている。また、ベースアップも中小企業の多い当地では難しく、景気が良くなる要因にはならない。
スーパー（営業担当）	・前年の4～5月は消費税増税後で消費全体が落ち込んでおり、当然、前年比の数値は7～10%近く改善する見込みとなる。しかし、マスコミ報道にあるような春闘のベースアップや大幅な賃上げは、中小企業の多い東北の地方都市では期待出来ず、賃金増による個人消費の増加、景気の回復は期待できない。
コンビニ（経営者）	・来客数の減少はまだ当分続きそうであり、依然として厳しい経営となりそうである。
コンビニ（エリア担当）	・大きな外部変化要因がない。
コンビニ（エリア担当）	・天候による変動はあっても、来客数、購買意欲などの上昇には期待ができない。
コンビニ（エリア担当）	・景気回復の兆しを実感できない。
コンビニ（店長）	・普段であれば夏に向けて徐々に売上が上がっていくものであるが、今年はその時期に、競合店が県内に出店する予定である。近隣に出店があるかどうかで大幅に経営も変わってくる。
衣料品専門店（経営者）	・前年は消費税増税の影響で消費がかなり落ち込んでいたが、1年を経過しても消費者の購買意欲は上向きにはなっていない。厳しい状況は今後も続くともみている。
衣料品専門店（経営者）	・大企業の賃上げは地方の中小企業には程遠く、地方創生は掛け声だけで中身がよくみえてこない。早々に地方の消費を喚起するような政策を望んでいる。
衣料品専門店（経営者）	・地方では経済の先行きに明るさを感じられない。まだまだ厳しい状況が続くとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・取引先や他業種などから話を聞いても景気回復を感じさせる話は無く、現状の状態が続くとみている。
家電量販店（店長）	・景気回復を実感できない。
家電量販店（従業員）	・来客数が少なくなっているものの、高額商材を選ぶ客が増えつつある。
乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスの効果が地方に波及していない。また、農業所得の減少により代替え需要がない。
乗用車販売店（従業員）	・この2～3か月で、客の動きが急に良くなったりこれ以上悪くなったりするとは考えにくい。
乗用車販売店（店長）	・メーカーに商品力がない。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税以降、耐久消費財の消費は落ち込んでいるままである。アベノミクスの効果が地方にはまだまだ浸透していないので、客の財布のひもが固く買い控えが続いている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・春先から6月にかけては、農業関係者は繁忙期に入るため大きな変動要素はない。また、土木、建築関係の顧客も現状維持の状況が続いている。ただし、特定の店舗で売上が落ち込む事例も散見されており、引き続き売上に関しては警戒をするべきである。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・特にビールなどの販売量が増える時期でもあるので期待をしている。ただし、この先には統一地方選挙を控えている。選挙期間中はどうしても宴会などが急激に減る傾向にあるため、選挙がどこまで影響を及ぼすのか不安である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・短期的に景気が上向く理由がない。地方ではまだ賃金のベースアップの動きが鈍く、所得が上昇する裏付けがなければ個人消費の向上はみられない。
一般レストラン（経営者）	・去年の10月からの約5か月間は非常に長く低調な時期であった。3月に入り少し上向いたが、今のところ大きく現状が変わる見込みはない。給料が大幅に上がり他の景気循環が良くなれば、こちらも少しは良くなるとみているが、あまり期待は出来ない。
一般レストラン（経営者）	・当エリアの動きをみても、飲食にお金を使う人やお酒をたくさん飲む人が少なくなっており、平日の歓楽街はゴーストタウンとなっている。新しく出来たショッピングモールには人が集まるが、買物より遊びに来ているだけの客が多い。
スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンもそろそろ終わりに近づいており、団体客が動くケースが徐々に少なくなっていく。多少は売上の変動があるが、大きな変化にはならないのではないかと。
観光型ホテル（経営者）	・現在の入込は、前年比で数%の減である。ただし、今年の傾向として間近になっての予約が特徴となっている。
観光型ホテル（スタッフ）	・4～7月までの予約状況は前年並みに推移している。繁忙期でもなく、良くなっても小波の状態のため、どちらともいえない状況が続くのではないかと。

観光型旅館（経営者）	・前年よりもやや売上が減少している状態のまま、横ばいに推移するとみている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・他社の大幅なベースアップによる消費の拡大に期待している。また、予約状況に関しても順調に進んでいる。ただし、当月になっての伸び悩みが数か月間続いており、さらに、統一地方選挙による動きの低下が考えられるため、結果としては変化なく終了するとみている。	
旅行代理店（経営者）	・今は堅調な状況で推移しており、このまま横ばいでいくことを期待している。さらに、ベースアップなどは良い回答が出ており、娯楽のほうに回ってくることも期待している。	
旅行代理店（店長）	・デスティネーションキャンペーンという大きなイベントがある割には、先行状況に勢いが無い。この先も状況はあまり変わらないとみている。	
旅行代理店（従業員）	・海外情勢を考えて国内旅行へとシフトされているが、国内旅行は客単価が低下するため、全体が復調するまでには相当の時間がかかるとみている。	
タクシー運転手	・今月は、国際会議の影響で若干通常よりは来客数が増えたが、先行きとしては、今までどおりのままで推移するのではないかとみている。	
タクシー運転手	・皆が良いといっており不景気になる要素を聞かない。今までどおりの良い状態で続いていくのではないかとみている。	
通信会社（営業担当）	・大企業のベースアップにより、消費動向の多少の上昇はあるものの、中小企業への還元についてはまだまだ業種により格差がある。また、既存の事業での上向きは厳しく、新規事業は商流に乗るまでに時間を要するので、この先3か月では変わらないとみている。	
通信会社（営業担当）	・ベースアップの効果が表れるにはもう少し時間がかかるため、当面は現状維持となるとみている。	
通信会社（営業担当）	・回復に向かう良い材料に乏しい。	
通信会社（営業担当）	・好感度は首都圏のみであり、地方企業のベースアップは全く期待できない。	
通信会社（営業担当）	・現在、同業他社商品と比較して低価格のメニューが好評であり、申込が続いている。急激な増加とはならないものの、売上は微増しており、現状を維持しながら推移するとみている。	
通信会社（営業担当）	・景気の状況は変わらないと言う客が多い。	
テーマパーク（職員）	・客単価に変動がない。	
観光名所（職員）	・販売量、単価などは動いているものの、来客数が少なく、団体客、フリー客共に少ない状態である。このまま前年と同じように平坦に続いていくのではないかとみている。	
遊園地（経営者）	・原油価格の低下はプラス要因ではあるものの、地方の中小企業がどのくらいの賃上げになるのかが不透明である。	
競艇場（職員）	・2～3か月先の商品も今月と同じようなラインナップであり、大きな変化はない。また、客も固定化しているため販売量的にも変わりはない。	
美容室（経営者）	・大企業では、かなり高いベースアップの見込みが出ており、景気上昇に貢献するとみている。ただし、中小企業ではなかなか大幅なアップは難しく、結果的には変わらないのではないかとみている。	
美容室（経営者）	・客からは、あまり好景気を実感できていないという声を多く聞いている。	
設計事務所（経営者）	・もう少し広範囲に仕事が取れば良いが、今のところは良くなる材料が見当たらない。	
その他住宅[リフォーム]（従業員）	・エコポイントの宣伝を強化しており、効果に期待している。	
やや悪くなる	スーパー（経営者）	・アベノミクスによる円安の状況が固定化し、輸入商品の値上げが相次いでいる。また、国内製造の商品についても値上げが続いている状況がみられている。
スーパー（総務担当）	・ガソリン価格は落ち着きを取り戻している。しかし、民間企業の給与はほとんど上がっていない状況であり、消費税増税の影響により客の消費行動はなおも慎重である。	
コンビニ（エリア担当）	・人件費、光熱費の上昇によって経営者の利益確保が困難になり、縮小傾向になっている。	
乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税、エコカー減税厳格化の影響により、4月以降は新車販売が落ち込むとみている。	
乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税前の駆け込み需要の反動減により、半年くらいは販売量が落ち込むとみている。	
乗用車販売店（店長）	・4月以降はエコカー減税の厳格化が始まるため、特に高額車への販売に対する影響を懸念している。	

	自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期である3月後半の動きが悪く、今後も繁忙期ではあるものの通常期と同様の状態となるかもしれない。エコカー減税厳格化の影響で、車が売れる時期が完全にばらけてしまっている。また、車検時の保守交換部品についても、新車購入から5～6年の間は高額なものはほとんど発生しない。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・夏まではいくつかの受注が確定している。ただし、それ以外は、フリーの受注や受注の見込みのある話も途切れており、営業活動をしても脈が無い状態である。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏場の商品は注文が分散しており、受注量が毎年減少しているため、売上也毎年難しくなっている。各社でいろんな商材を出してきているなか、販売店独自のカラーを出すことの難しさを実感している。
	高級レストラン（経営者）	・おそらく首都圏は相当良いのだろうが、地方は良くない。市場に仕入れに行っても、本マグロが売れていないので、高級すし屋なども駄目なのではないだろうか。良くなる材料が見当たらない。
	高級レストラン（支配人）	・4月からの予約状況も今一つである。また、周囲の客の状況をみても明るい話題がない。
	一般レストラン（経営者）	・3月の異動により常連客が転動してしまい、その補充がうまくいっていない。そのため、今までのような良い状態は保てないのではないか。
	都市型ホテル（スタッフ）	・3月中旬にかけて、客からの問い合わせが減少している。特に一般宴会は参加人数も激減しており、3月は前年に届かない状況である。これは悪天候に加えて何かが働いているのではないかと。来月は統一地方選挙もあるため、このまま悪い状況が続くのではないかと非常に危惧している。
	美容室（経営者）	・客との会話からは、この先様々な食料品などが値上げをするが、それに見合った給料の上昇もなく、自分のお洒落になかなかお金をかけられない、との声を聞いている。
	悪くなる	コンビニ（経営者）
		その他専門店〔食品〕（経営者）
		・消費税増税以降は、余計な買物をするのがかなり少なくなっている。これから先もかなり厳しくなるのではないかと。
		・商品価格がどんどん上昇しており、地方はますます疲弊していく。
企業動向関連 (東北)	良くなる	-
	やや良くなる	電気機械器具製造業（営業担当）
		輸送業（従業員）
		通信業（営業担当）
		広告業協会（役員）
		経営コンサルタント
		司法書士
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）
		農林水産業（従業者）
		食料品製造業（経営者）
	食料品製造業（経営者）	
	食料品製造業（総務担当）	
	食料品製造業（営業担当）	
	木材木製品製造業（経営者）	
	土石製品製造販売（従業員）	
	電気機械器具製造業（企画担当）	
	悪くなる	-
	やや良くなる	-
	変わらない	農林水産業（従業者）
		食料品製造業（経営者）
		食料品製造業（経営者）
		食料品製造業（総務担当）
		食料品製造業（営業担当）
		木材木製品製造業（経営者）
		土石製品製造販売（従業員）
		電気機械器具製造業（企画担当）

	建設業（経営者）	・4月からの建築資材の値上げにより、新規受注は一時的に落ち込むとみている。ただし、受注残があるので、今後についてはあまり変わらないとみている。
	建設業（企画担当）	・しばらくは現状のままで推移するとみている。
	輸送業（経営者）	・下げ止まった燃油費が再び上昇傾向にある。そのため、一時期は景気が上向くことを期待していたが、それが望める環境ではなくなっている。
	通信業（営業担当）	・契約更新又は成約につながるかは別にして、今後は、東日本大震災対応以降のこれまでのつながりを大切にして取引先と接していく必要がある。
	通信業（営業担当）	・政治次第である。
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因がない。
	広告代理店（経営者）	・災害記録集などの物件も一段落しており、大きな見込みはない。
	広告代理店（経営者）	・業績好調な大企業にけん引されることを期待したいが、まだしばらくは様子見が続くようである。
	公認会計士	・一般消費者の購買力はまだ戻っていない。建設関係も資材不足、人手不足がまだ続く見込みであり、景気が回復する状況になっていない。
	コピーサービス業（経営者）	・トピックスがなく、景気が良くなるような話も悪くなるような話も聞こえてこない。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・精一杯の自助努力を行っているが、その後の先行きが全くみえない。やり方が良くないのか、景気が悪くて販売量が減少しているのかの見極めがつかない。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の情報から、この先も仕事の量的な増加傾向はみられないとみている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・交代勤務の勤務変更もあり、安定した状態が続くとみている。
	金属工業協同組合（職員）	・業種、業態によって温度差はあるが、目新しい企業の動きはみられていない。また、中小企業のベースアップは考えにくい。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・稲作廃業農家からの小作依頼により、今年度から耕作面積が更に増える。このままの米価では一層経営が圧迫されてしまう。
	繊維工業（経営者）	・全体的には良い方向に向っているとみているが、円安、株高は一部であり全体的には余り潤っていないので、店頭の売行きは良くない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、ゴールデンウィークから動きが止まるため、やや悪くなるとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残の動きは、今年が一番悪い状態である。前年比20%減、一昨年比5%減であり、景気は悪い方向に向かっているのではないが。
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、売上に大きな変化は無いが、アゼアン地域の生産量が低下傾向にある。
	建設業（従業員）	・一部の年度をまたいだ公共工事の発注はあるものの、年度初めの時期であるので、公共工事の発注は鈍化するとみている。
悪くなる		
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、電力システム改革による、システム関連需要に関係した採用ニーズが増えることとみている。
	アウトソーシング企業（社員）	・全体として仕事が増えることが期待できる状況である。
	職業安定所（職員）	・月間有効求人数は、前年比13.9%増加と3か月連続2けた増加となっており、好調が続いている。また、月間有効求職者数は、13か月連続前年比減少であり、求人は多く、求職者は引き続き減少傾向が続いている。
	民間職業紹介機関（職員）	・製造業全般の求人が増加傾向にある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・継続的に採用説明会を開催する企業や、引き続き目標とした採用人数に向けて動いている企業がほとんどであり、このまま景気の良い状態が続くのではないかとみている。
	人材派遣会社（社員）	・事業内容によって景気の良し悪しが明確化してきている。また、横ばいはあっても景気向上は難しいとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求職者が増えることに期待ができない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年秋に実施予定の消費税率10%への引上げが、不安要素として採用の重荷となっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・好況感の一部の大企業に限られており、地方に効果をもたらすのはまだまだ先ではないか。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手不足を一時的に非正規雇用で補っている状態であり、景気が上向く感じは全くない。

	職業安定所（職員）	・新規求人数がここ2か月減少傾向にあるが、新規求職者数も引き続き減少傾向が続いているため景気は変わらない。
	職業安定所（職員）	・店舗や誘致企業の新設の情報はあるものの、求人数の増加に資するほどの規模ではない。
	職業安定所（職員）	・企業の手不足感は続いているが、パートを中心とした非正規求人が多くを占めている。また、求職者も在職中の割合が全体の3分の1を占めており、ミスマッチが発生している。よって、景況感は良くなっていると考えられない。
	職業安定所（職員）	・求人数は減少傾向にあるものの、大きな変化はみられていない。また、製造業や小売業で新たな雇用調整の情報があるものの、小規模にとどまっている。
	職業安定所（職員）	・建設業、製造業などから求人の相談がある一方、介護事業者からは介護保険法改正に伴う収入の減少などを懸念する声を聞いている。また、求職者からは、事業主から給料減額の話がされているという相談も出てきている。
	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。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・社会保険料負担が増えて派遣社員の原価が上がり、損益分岐点が上昇している。このような状態のなか登録者が注文に届いておらず、今後2～3か月先の景気は不安含みである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から一年が経過して、その傾向は落ち着いてきている。ただし、景気浮揚はペースアップが活気付く首都圏に集中しており、地方への恩恵はほとんどない。地方創生の政策が動き出したが、これが機能するかどうかが鍵とみている。
悪くなる	-	-