

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東北)	良く なっている	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの期間に天候や施策、イベントなどに恵まれたこともあり、下降トレンドのなかでも来客数が前年を超えている状況である。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みがあった前年との比較は難しい。ただし、商店街全体としては、好天に恵まれたことやイベントを毎週のように実施した事により、来客数が増加している。特にファーストフード店、飲食店は若干ながらも活況を呈したようである。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	来客数の動き	・店舗が繁華街の近くであるが、深夜の客が増加傾向にあり、5か月振りに来客数は前年比100%となっている。
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・例年より気温の高い日が多く、UV関連商品や夏物をいち早く購入しようという客の動きが比較的活発である。また、じっくりと他店と比較したうえで、しっかりとした機能に対しては多少高くとも購入するというケースが増えてきている。
		百貨店（総務担 当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの影響もあり、1人当たりの買上点数は前年よりも増加している。全体的に節約志向が薄れてきており、高額商材なども売れている。また、新しい商品や自分にとって価値のある商品に対する消費意欲も上向いている。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・生鮮食品を中心とした食品の売上は前月同様に順調に推移しており、今月に入ってから宝飾品などの高額商材にも動きが出てきている。日用品、ぜいたく品共に堅調であり、消費税増税の影響は減少しつつある。
		百貨店（経営 者）	販売量の動き	・来客数の増加とともに、若干ではあるがファッション、食品を中心に販売量も向上してきている。高額商材の売上も徐々に上向いてきており、先行きへの不透明感はあるものの、少なくとも前年同時期より消費意欲の回復を実感している。
		スーパー（経営 者）	来客数の動き	・一昨年と比較して、既存店の来客数はプラスとなっている。また、値上げされた商品も違和感なく購入されている。
		スーパー（営業 担当）	来客数の動き	・チラシによる販売促進効果の影響もあるが、例年より気温が高いためか夏物商材の動きが良く、客の買い回りの動きも良い状態である。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・客単価は依然として前年割れのままであるが、ゴールデンウィークが天気に恵まれたおかげで、来客数は前年を上回っている。
		コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・前年の消費税増税後の反動減による売上の落ち込みの影響もあるが、コーヒーやドーナツなどのカウンター商品のけん引により、来客数の前年比が3か月前と比較して5ポイント増加している。
		コンビニ（エリ ア担当）	販売量の動き	・売上の前年比が100%を超えている。
		コンビニ（店 長）	販売量の動き	・例年に比べて気温が高く、飲料関係を中心に販売量が活発に推移している。必然的に客単価も若干ではあるが向上している。
		家電量販店（店 長）	単価の動き	・前年は消費税増税前の駆け込み需要による反動減があったため、前年比がかなり伸びている状況である。テレビは前年比140%と売上の伸びが継続しており、エアコンは一昨年との比較でも前年比120%となっている。また、春から白物家電の単価が大分高くなってきており、客からは景気が良くなっている様子がうかがえる。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の反動減が薄まってきており、新車の受注量も上向いている。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・販売量の前年比が30%程度増加している。
住関連専門店 （経営者）	販売量の動き	・来客数が増加しているわけではないが、来店した客は確実に商品を購入している。		
その他専門店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・例年より早く気温が上がり始めた影響で、飲食店へのビールの販売量が伸びている。また、自動販売機での飲料水の販売量も良い状態である。客にも、今まで節制していたタバコ、酒、飲料水などを消費する余裕が生まれているのではないかと。		

その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕(営 業担当)	販売量の動き	・思ったよりも順調に制服の追加注文がきている。各企業とも、これまで人員を削減してきたツケなのか人手が足りず、そのしわ寄せがきて大変だと聞いている。	
その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕(営業担 当)	単価の動き	・価格競争が一段落して収益が見込める価格にまで修復されてきており、販売量も前年並みに回復している。また、一時期の高価格体系が下方修正されて需要が回復している。当地域に限れば、震災関連の動きは落ち着きをみせており、今後は民需の回復がどう動くかが正念場である。	
高級レストラン (支配人)	販売量の動き	・3か月前と比べてかなり業績が良くなってきている。特に中国料理やその他専門店では、前年比110～113%の売上となっている。	
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・ゴールデンウィークを始め、それ以降も継続して予約がきている。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ数年、ゴールデンウィーク明けの来客数は極端に減少していたが、今年はそこまでの落ち込みはみられていない。また、ランチメニューの客単価が少し上がっており、多少の改善傾向にある。	
観光型旅館(ス タッフ)	来客数の動き	・5月は順調に来客数が伸びている。また、ゴールデンウィークなどの高単価な日程でも満室となっており、当館の状況は良くなっている。	
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊客の来客数が増えている。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・前年は消費税増税の影響で個人客の利用が落ち込んでいたが、今年は前年比としては回復している。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ここ数か月は、予約状況は良いもののフリー客の動きがあまり良くない状態が続いていたが、今月は、予約状況に加えてフリー客の来客数も増加している。結果として、来客数の前年比が大幅に伸びており、売上も大幅に増加している。	
旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・国内旅行の受注が前年を上回っている。	
観光名所(職 員)	単価の動き	・団体客は入込数、予約状況共に前年並みである。しかし、ここにきて天候に恵まれているためかフリー客の来客数がかなり増加している。フリー客の買上単価も上昇しており、全体的な売上を若干引張る形となっている。また、ここ半年近くは徐々に売上が上向いてきている感触がある。	
観光名所(職 員)	来客数の動き	・前年の消費税増税の影響か、来客数の動きが鈍い状態が続いていたが、今月はゴールデンウィークが好天であったこともあり、好調な来客数となっている。	
美容室(経営 者)	来客数の動き	・来客数が増加し、客単価も上昇している。晴天続きで暑い日も多いこともあるが、消費税増税の影響が薄れてきており、さらに、大手企業の賃上げなどによる景気の回復感があるのではないかと。	
その他サービス 〔自動車整備 業〕(経営者)	販売量の動き	・客の表情も明るく、販売量、来客数共に好調である。	
その他住宅〔リ フォーム〕(従 業員)	販売量の動き	・5月は受付件数が増加しており、消費税増税以降初めて前年実績を上回っている。	
変わらない	商店街(代表 者)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク後から、客の動きが止まっている状態が1～2週間ほど続いている。
	商店街(代表 者)	単価の動き	・消費者の財布のひもが緩む気配は一向に見当たらない。
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・客の様子からは、不安要因として消費税増税の影響がまだまだあるようにうかがえる。また、そのような状況のなか、商品並びに需要の動きも渋い状況である。
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・来客数が激減している状態が続いている。
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・売上の前年比は、多くの店舗で100%を上回っているが、前年の消費税増税後との対比であるため、平均すると例年とあまり変わらない状況である。ただし、5月に入って修学旅行生が目立っており、お土産品店、郷土料理店が一時的に活況を呈している。

一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・最近の客の消費行動をみていると、必要な物は購入するものの、家庭に物が溢れているのか、揃えて買うということはない。また、連休にしても、郊外を訪れて食を楽しむ傾向はあるが、物を買うといった傾向にはなかなか至っていない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・客単価が若干上昇しており、前年比105%である。消費税増税前の駆け込み需要による反動減から少し盛り返し始めていた前年の5月と比べても、今年はそれを更に上回っている。ただし、良い状態が続いているものの、飛び抜けて良いわけではなく少しずつ上向いているような状態である。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・3か月前と比較して来客数が1割ほど落ちこんでいるものの、客単価が上昇しており、1日の平均売上に変化はない。ただし、ここにきて客からは節約志向がみられるようになってきている。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・販売量は落ち込んでいるものの、高額商材の販売で売上を確保している。しかし、低価格商材の動きが悪い状態が続いている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・夏物商戦が本格的になってきているが、客の購買状況が前年から回復していない。
百貨店（買付担当）	単価の動き	・普段の買上単価もそうであるが、特別招待会などのお買得な時でも、一昨年と比較してまとめ買いが減少している。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・都市部と地方の経済格差が顕著になってきている。都市部の上場企業の業績向上に伴う賃上げムードが地方の中小企業では顕在化していない。さらに、外国人観光客の増加に伴うインバウンド消費も地方には影響がない。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・カード会員への施策展開を実施したことにより、化粧品などを中心に売上は前年比で相応に推移している。しかし、日によって変動が大きく、本質的に消費動向が改善しているとはいえない状況である。
スーパー（経営者）	単価の動き	・平均1品単価の前年比が5%上昇しており、来客数も前年を上回るなど、前年の消費税増税の影響がやや薄れつつあるように見受けられる。ただし、買上点数は依然として伸びの鈍い状態である。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークが天候に恵まれており、田植えなどの前倒しもあって極めて堅調に推移している。その反面、円安による値上げがまだまだ続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は横ばいである。しかし、加工食品などの値上げの影響もあり、買上点数は前年割れの状態となっている。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・売上、来客数共に既存店は前年比105%と堅調に推移している。しかし、前年の5月は消費税増税による反動減が続いていた時期であり、現在の状況と単純に比較はできない。前々年と比較すれば102%前後であり大きく伸長はしていない。都市部の大きな景気回復は東北ではみられていない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年比が4%減、売上も3%減少となっている。ただし、客単価、買上点数共に微増で推移しているため、客の心理としては、大きなマイナスにはなっていないようである。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・状況が良くなっているわけではないが、前年の落ち込み具合と比較しても一定を保っているため、変化は無いという印象である。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・上向いている面もあれば下降している面もあり、全体的な来客数からも状況に変化はみられていない。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・県内店舗の売上、来客数に変化がない。
コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数の動きは少し良くなっているものの、客単価が低下している。ややデフレの方向に向いており、当店のみならず全体的にその傾向が強いようである。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・夏物が売れる時期であるが、近年はマイカー通勤や空調の完備された会社施設などにより、春夏物、秋冬物の衣料より、年間を通して着ることのできる合着の受注が増加している。そのため、販売量の波が1年を通して平らになってきている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・買上客数が増えている反面、客単価が下がっている。ここにきてセール品中心の動きになってきており、夏物商材の動きは予断を許さない状況である。

衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・気温が上昇しているものの、クールビズ用のビジネスシャツやスラックスの需要が伸びていない。
衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・来客数、買上点数共に、ここ6か月間の推移に変化がない。
家電量販店(店 長)	単価の動き	・前年に比べて来客数は減少しているが、購入単価は上昇している。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車が発売されたものの、売行きに以前のような勢いがみられない。また、新規の来客数も決して多くはない。
乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・来客が全く無いわけではないものの、ここ数か月の土日の来客数に変化がみられない状態である。
その他専門店 [酒](経営 者)	来客数の動き	・店頭では、売れ筋が量販商品から純米吟醸や純米酒などに移行してきている。また、飲食店では地元の酒が根強いものの、徐々に純米酒以上の酒が浸透してきており、数字としても表れつつある。
その他専門店 [靴](従業 員)	販売量の動き	・気温が高く晴れの日が多いため、行楽などの外出用の需要がある。
その他専門店 [ガソリンスタ ンド](営業担 当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークも販売量は減少傾向で推移しており、大きな変化はみられない。
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・低価格メニューを廃止したため、売上、客単価は上昇しているが、来客数は若干減少している。
一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・2~3か月前と比較しても、当店の状況に極端な変化はない。しかし、同業他社は良い店と悪い店がはっきりと分かれている。これは個々の店の力であり、全体的な景気の影響ではない。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・歓送迎会シーズンから1か月が経過して来客数、単価共に著しい変化がなく、景気の変動はない。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・旅行のスタイルが団体旅行から個人旅行へと変化して観光バスの利用者が激減しており、来客数が伸び悩んでいる。また、個人旅行では多少宿泊料が高くなって、その他の館内消費が伸びないため、総売上は停滞気味である。更に、客層も高齢者が全体の半数を占めている。
観光型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・来客数については厳しい状況が続いているが、単価は若干上昇している。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・年明けから急に個人客、一般宴会共にブレーキがかかっていたが、今月に入って販売量は少し落ち着いてきている。
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・テロの影響が長期にわたっており、海外旅行の販売量が落ち込んでいる、その分を国内旅行で埋めており、状況としてはほぼ変わらない。
旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・国内旅行は堅調に推移しているが、海外旅行の先々の予約は前年同時期と比較して大きく落ち込んでいる。
タクシー運転手	販売量の動き	・ゴールデンウィークで皆お金を使っているのか、5月に入ってから売上が少し落ち込んでいる。ただし、不景気だからという雰囲気ではない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・取引先の人材派遣会社からは、人材不足により企業とのマッチングが厳しいとの声を聞いている。また、定款を変更して新規事業の模索をしている人材派遣会社からの相談も受けている。
通信会社(営業 担当)	単価の動き	・一見すると景気は良くみえるが一部の企業だけである。また、今年になって物価の上昇も続いており、全体的に景気は横ばいである。
通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・好況感が地方経済にまで伝わっていない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィークが終わって客の購買意欲も落ち着いてきており、新規加入者数が伸び悩んでいる。全国的に格安のスマホなどが話題になっているが、地方ではまだまだ大手キャリアの利用者が中心に進んでいる。当社も新規事業として準備を進めているが、反応はあまり良くない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・建設業以外の顧客からは、経費削減の話しかされない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・顧客からは、価格を優先した提案内容をリクエストされている。

		遊園地（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークを始め良い天候が続いており、落ち込んでいた前年よりは良くなっているものの、県内水族館の閉演イベントの影響が見受けられる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比94～95%の状態が続いている。また、客単価は前年比としては良いものの、ここ数か月との比較では下回っている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建築が予定されている土地を取得できたことにより商業物件は順調であるが、住宅の受注量に伸びがみられない。
やや悪くなっている		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・フリーの来客数が明らかに減少しており、新規客とフリー客の売上が減少している。また、売上が安定していたブランドが苦戦しており、全体に影響が出ている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・暑い日が続いているため、Tシャツやシャツブラウスなどの比較的単価の低い商品が売上の中心となっており、単価が前年より10%ほど落ち込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの商況は好調である。しかし、そこである程度のお金を使ったためか以降は節約モードとなり全体としてはむしろマイナスとなっている。また、来客数の伸び悩みが顕著に表れている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・軽自動車税増税が始まった4月以降、販売台数がかなり落ち込んでいる。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・4月からの軽自動車増税の影響が顕著に表れており、比較的好調だった軽自動車の市場が縮小してきている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・連休明けに販売量が少し動いたものの、例年に比べて整備工場からの受注量が減少している。また、整備工場では客単価が落ち込んでいる。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・耐久消費財である家具を扱っている。シーズンが終了しており販売量が伸びていない。また、来客数も減少している。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・月の初めは来客数、売上共にまずまずの状況であった。しかし、中旬を過ぎてからはさっぱりであり、安定した商売ができていない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	販売量の動き	・客が悩んで先に進まない状況であり、実際に購入、工事に至らないケースが多い。いまだに消費者の財布のひもは固く、厳しい状況である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・良くなっているという実感が無い。マスコミのムードだけが良くなっており、地方経済にはさっぱり浸透していない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きもあまり良くないが、同業者の話からもやや悪くなっているという話題が多い。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・例年より宿泊者が減少している。また、同業他社も同様の状況である。
		タクシー運転手 タクシー運転手	お客様の様子 来客数の動き	・客の乗り控えがますます目立ってきている。 ・特に夜間の客が減少している。街中は夜中の12時を過ぎるとゴーストタウンの様になっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・久しぶりに来店した客が、施術料が高く数か月一度しかパーマをかけられないと話している。やはり地方では景気の回復はまだまだである。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・教育施設の耐震補強工事がほぼ完了している。しかし、それに代わる公共工事が不透明な状況である。
悪くなっている		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークにそれほど人が動かず、購買量も減少している。天気は良かったものの、思うように売上が伸びていない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・寒暖の差が激しく、客も何が必要なのか判断できずになかなか購入に踏み切れない様子である。
企業動向関連 (東北)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年同月比では若干売上が良くなっているものの、一昨年と比較すれば悪い状態である。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度をまたいで発注された公共工事の受注者が確定してきている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・前年と比較しても、受注量は横ばいで推移している。また、見積依頼もそこそこある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・これまで建設業に偏っていた受注増の動きが、他の業種にも広がりにつつある。
変わらない	農林水産業（従業員）	それ以外	・春の農業機械の売行きは前年並みである。しかし、修理の依頼は例年よりもかなり多いようである。	

	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク中の動きが良かったが、それ以降は良くない状況である。また、出店している駅構内の売場が改装中であり、休業している分の落ち込みも大きい。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が前年比90%台前半の状態が続いており、減少に歯止めがかからない。
	木材製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需給状況が悪く、値下げ競争により収益が悪化している。
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・道路修復工事があっても、人件費の問題から人材確保が難しい状況である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・順調な受注状況が継続しており、景気は良好である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・半導体製品の受注量、販売量の動きに大きな変化はなく、以前からの良い状態が継続している。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事受注量は一定量あるが、これ以上になると技術者が不足しており、現状維持が精一杯の状況となっている。
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、一服感の状況に変化はない。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客の継続契約案件において入札が定例化してきている。そのような状況のなか、受注量は何とか増加傾向にある。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の様子に変化はない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・大企業の業績は上向きであるが、地方には波及していない。パイが少ないなかで仕事の取り合いをしている状況であり、新たな新需要はない。
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの決算状況を見ると、約3分の2の企業が利益を出しており、ある程度好調なクライアントが多い。
	その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円安により輸入品が次々と値上がりをしているが、減量して更に値段を上げているものが多く、このような商品を客はなかなか購入しない。そのため、メーカー商品でもお買得品などお得感のあるものの売行きは非常に良い状況が続いている。
	その他企業 [ 企画業 ]（経営者）	取引先の様子	・住宅の受注棟数は前年並みである。また、供給側としては労働力が不足している。
	その他企業 [ 工場施設管理 ]（従業員）	取引先の様子	・物流は若干増えているが、人員は余っているようである。
やや悪くなっている	農林水産業（従業員）	それ以外	・燃料価格が最近再び値上がりに転じている。
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・店頭の売行きが良くない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・印刷業界は、ゴールデンウィーク後から全体的に仕事が止まっている様子である。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減のあった前年と比較しても、ここ3か月間は前年と同様の売上となっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注状況は、横ばいもしくはやや減少しており、回復の兆しがみえていない。
	広告業協会（役員）	それ以外	・マスコミ各社は、消費税増税後の反動減により落ち込んだ前年よりも下回っている状態が続いている。企業のベースアップが消費を押し上げることを期待していたが、引き合いが少なく、ボーナスセールにも期待が持てない状況である。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客の旅行代理店が店舗統合などの理由により減少傾向にある。そのため、取扱旅行商品パンフレットなどの部数も減少している。
	その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ]（経営者）	受注量や販売量の動き	・上旬からの出荷量の伸び悩みが、そのまま月末まで継続している。特にボリュームの大きいスーパー、コンビニ向けの出荷が不調に終わったことが大きな要因である。
悪くなっている			
雇用関連	良くなっている	-	-

(東北)	やや良くなっている	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・今年度に入ってから、全体として価格を下げなくても良くなっている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・会社都合による離職者数の減少、及び、求職者数の減少が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に引き続き好調である。求人募集をしても応募者がなかなか来ないという問い合わせが依然として多く寄せられている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・大学新卒採用に向けての人材確保のため、既に大学3年生向けのインターンシップを企画、スタートさせている企業が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数の減少により、求人とのミスマッチが続いている。また、派遣法改正の動きが不透明なことも懸念材料である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込件数が低調のまま推移している。業種の広がりも無く、正規雇用の申込みも目立っていない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・有効求人倍率は前年同月を上回ったものの、前月よりは下回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2か月連続で前年同月を下回っている。このように求人は高止まり状態が続いているが、正社員求人が全体の46%で、非正規求人の割合が過半数を占めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・労働者派遣業などの求人減により新規求人数は減少傾向にある。有効求人数も前年同月比が5か月連続で減少しているものの、求職者数の減少も継続しているため、有効求人倍率は引き続き1.2倍台で推移している。
職業安定所（職員）		採用者数の動き	・求職者数が減少傾向にあり、就職件数も7か月連続で減少している。求人は高止まりの状況であり、人手不足で思うように生産量を伸ばせないという企業も見受けられる。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・前年同月と比較して新規求職者数、有効求職者数は微減し、新規求人数及び月間有効求人数は微増している。有効求人倍率はこの1年の間0.8後半から1.0台前半で推移しており、雇用が落ち着いているという状況は変わらないが、求人数の好調に比べて求職者数の動きが鈍くなっている印象がある。	
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年同月比が微増している。有効求人倍率は9か月ぶりに1倍を下回ったものの、大きな変化はみられない。	
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人は前月と同様の動きであり、変わらない。	
	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・新年度での新規契約と継続契約の総計が、年度末での契約数に届かず、売上ベースは前年度マイナス4%で収束している。これは前年以上の落ち込みであり、状況はやや悪化している。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・国の被災地支援において、復興費用の一部を自治体にも負担してもらうことが示唆されており、被災地の疲弊感はますます強まっている。求人においても、この影響が少しずつではあるが出始めている。	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・求人以外の広告の前年比が大きく減少している。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・若者の人口減少に加えて、首都圏の大企業を中心とする求人増加により、地元中小企業の人員確保は厳しさを増している。採用活動の不振は企業の成長と地域経済発展の足かせとなっている。	
	-	-	-	