

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(店長)	・前年の秋物商戦は、消費税増税後の手探り状態のなかで非常に苦戦をしたが、今年はその影響は薄れてきているのではないかと期待している。
		商店街(代表者)	・例年であれば落ち込みを防げない時期であるが、対処療法的ながら、様々な助成金などで一時的に効果は続くともみている。そのため、各業種とも少しの間ではあるが先行きに期待が持てるのではないかとみている。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・数か月前より、当地域においても不況感が解消されつつある。客のほぼすべてが需要を満たすために動いている様子がかがえており、また、今後もこの状況が続くことを期待している。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数は上昇傾向にあり、今後も継続するとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・前年からの落ち込みは、春ごろから来客数を中心に回復傾向にある。
		衣料品専門店(経営者)	・秋物本番を迎えて、今よりも活気が出るとみている。
		家電量販店(店長)	・プレミアム付商品券に期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・例年9月ごろから秋の需要期が始まるため、期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・新型車発表の効果が表れると期待している。
		住関連専門店(経営者)	・お盆が近いということもあり、仏具類の販売が好調である。また、次に彼岸もあるため、しばらくは好調な状態が続くとみている。
		その他専門店[白衣・ユニフォーム](営業担当)	・夏物の売上減少分は必ず次のシーズンに反映するとみている。ただし、各メーカーの商品はほとんど値上げとなるため、客の反応が心配である。
		高級レストラン(支配人)	・レストランの全ての予約状況は、前年と比較してとても好調に推移している。
		高級レストラン(支配人)	・祭りなどのイベントが多い時期であり、他県からの観光客による消費を見込んでいる。
		スナック(経営者)	・そろそろボーナスが支給される時期に入り、納涼会や宴会が今よりは多少増えるのではないかとみている。少しは団体客が動いて売上も多少増えるのではないかとみている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・北陸新幹線の開通により、観光客の注目や関心はどうしても北陸方面にいつまわっている。しかし、今後は青森～北海道間の新幹線開通が控えており、首都圏の客は東北にも目を向けている。そのため、宿泊部門において非常に期待をしており、そうなればお土産部門も大きく収入が伸びて、今年よりは来年と良くなるのではないかとみている。
		観光名所(職員)	・予約状況は順調であり、前年より1～2%増加している。現状で単価が上がっている分、この1～2%が更に上乗せになるため、今後の見通しは明るいとみている。
		観光名所(職員)	・9月の大型連休に期待している。
		遊園地(経営者)	・9月は大型連休がある。そのため各所がにぎわうとみている。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・夏のボーナスの支給状況も前年より増額となっており、販売量、売上、単価共に前年よりも1割以上増加している。
		住宅販売会社(経営者)	・不動産売買及び大型の定期借地権賃貸の伸びに伴い、一般物件、戸建物件の受注予定がある。
変わらない	一般小売店[医薬品](経営者)	・プレミアム付商品券が好調な売上をみせているが、それを実際に使用する客はまだあまりみられておらず、動きが鈍い状態である。12月末が使用期限であるので年末までには良くなるかとみているが、この先2～3か月は動きの鈍い状態が続くのではないかとみている。	
	一般小売店[医薬品](経営者)	・特別に何かがあるわけではないが、客の動静、購買力、来客数をみても、悪くなる要因は見当たらない。客は欲しいものはしっかりと購入しており、このような良い状況は8月以降も続くともみている。	
	一般小売店[医薬品](経営者)	・顧客層は、経済的に余裕のある層とそうでない層に分かれている。震災前のように一律に余裕がない雰囲気とは違ってきており、営業の方向次第では景況の捉え方も分かれるのではないかとみている。公平にみても経営環境は悪い状態ではない。	
	一般小売店[寝具](経営者)	・今年のこれまでの動向をみても、冬に向かって商品が動くとは考えにくい。	

百貨店（売場主任）	・現在の客は、必要なものを必要な時期に必要な量だけ購入するというスタイルが定着しており、婦人服は売上の低迷が続いている。話題性のあるものやヒット商品が見当たらないなかでは、ファッションに付随する身の回り品の売上が回復に向かうとは考えにくい。
百貨店（総務担当）	・足元の景況感は決して悪いわけではない。これからも急速に変化するとは考えにくい。ギリシャ問題などの世界的な不安定要素や国内の政治不信などが消費にどのような影響を与えるのかは今の段階ではわからない。
百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響も一段落しており、今後の景気は安定していくとみている。ただし、個別にみると全国的に婦人服の売上の不振が続いており、今後秋冬物の商戦次第で景気に変化する可能性はある。
百貨店（営業担当）	・個人所得が変わっておらず、景気が大きく好転する要因も見当たらない。
百貨店（買付担当）	・ハウスカードのポイントアップ期間に売上が集中するなど、客のシビアな購買動向に変化はみられず、この状況は今後しばらく続くとみている。
百貨店（売場担当）	・来客数の減少傾向に変化はなく、今後新規客が大幅に増えるとは考えにくい。また、経済状況が好転している様子はなく、消費税率10%への引上げとなれば状況は更に厳しくなる。現状からプラスになる要素は見当たらない。
百貨店（経営者）	・百貨店の中心アイテムである婦人服の売上が回復する兆しが見当たらず、むしろブランドショップの撤退などマイナスの要因が大きい状況である。また、幾分高額商材の動きが活発になっているものの、大きなシェアをしめる衣料品をカバーするには至らないとみている。
百貨店（経営者）	・地方の景気対策であるプレミアム付商品券事業は、消費者にとって生活防衛策の一つとしては好評であったものの、対症的な一過性の対策であり、景気を底上げする影響力はみられていない。本質的な景気刺激策が求められる。
百貨店（経営者）	・ベースアップや賞与の増額による所得改善は、地方においては多くはなく、購買動向が変化した様子はみえていない、そのため、必要なものだけ買うという流れは簡単には変わらないとみている。
スーパー（経営者）	・今月の傾向が続くことを期待したいが、消費負担が重い世代においては、本格的な可処分所得の上昇がない限り難しいのではないかと。
スーパー（経営者）	・ガソリン価格は前年に比べて安い状態で推移しているものの、商品の値上げなどがあり、トータルの売上は変わらない。
スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の効果は早くも薄れており、目玉商品だけを買回るなど、お盆前の買い控えに入っているように見受けられる。節約志向は今後も続きそうである。
スーパー（店長）	・地方はまだまだ景気が良い状態ではなく、また、この先2～3か月で景気が良くなるとは考えにくい状況が続いている。
スーパー（総務担当）	・今後、特に大きな災害が無ければ、景気は引き続き維持されるとみている。
スーパー（営業担当）	・天候に左右されることはあっても、為替相場などの外的要因に大きな変化がなければ現状と変わらないとみている。
スーパー（営業担当）	・夏季賞与も出揃ったが、中央資本の一部の企業を除いて地元の中小企業は大きく改善しているとはいえず、この先景気が大きく回復する兆候はみられない。また、7月は空梅雨で高温の日が続いており、今後の農産物への影響を懸念している。
コンビニ（経営者）	・消費税増税からかなり時間が経っているが、客の動きや購買数などはかなり落ち込んだまま変わっていない。そのため、3か月先もそう変わらないとみている。
コンビニ（経営者）	・今のところは景気が良くなる要因は見当たらない。いれたてコーヒーやドーナツなどで売上を維持しているが、今後のファーストフードの新商品、新機軸カテゴリーの開発が必須ではないか。
コンビニ（エリア担当）	・実際に収入が増えなければ、消費につながらない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数に変化するような兆しが見られない。
コンビニ（店長）	・例年どおりの推移であれば、夏～秋の季節の変化とともに売上も少しずつ落ち着いてくることが見込めるが、競争が厳しい現状においては現状維持が精一杯である。

衣料品専門店（経営者）	・雇用関連は業種によりばらつきが目立っている。小売業や建設業の人手不足が解消されれば全体的に景気は上向きになるとみている。
衣料品専門店（経営者）	・先行きがどうなるのかわからない状況である。
衣料品専門店（店長）	・秋物商品の立ち上がり次第ではあるものの、夏物商戦においては低単価商品中心の動きであり、高単価商品、ビジネス衣料の動きが鈍い傾向が続くとみている。
衣料品専門店（店長）	・景気への不安と買い控えは今後も継続するとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・8月の最終処分期間の動向に注目したいが、景気が上向きになるような要因は見当たらない。
家電量販店（店長）	・来客数の増加は一時的なものとみている。
乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税増税の影響が残るなかで、新型車イベントの予定もなく、現状から好転するとは考えにくい。
乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税後は、客に揺さぶりをかけてもなかなか思うように販売できない状況である。
乗用車販売店（従業員）	・ボーナス支給後であるのに土日の来客数が少ない。また、毎年のものであるがこの時期は自動車の販売台数が非常に苦しい月である。この状況が数か月で良くなるとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・秋口に向けて完成した新築物件への入居者が増えるため、家具などを買い求める客により来客数は若干良くなるとみているが、販売量はそう伸びないのではないかとみている。結果的に状況は変わらないとみている。
住関連専門店（経営者）	・祭りもあり、クルーズ客船も十数回の入港予定がある。当店で船の前で物販をするので、いくらかは期待している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在のところ大きな変動要素は見当たらない。ただし、天候などの状況で農作物に影響が出れば、地元の主要消費者である農業関係者の消費が冷え込む可能性がある。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・今年の夏の長期予報は平年並みの気温とのことである。このまま天候が大きく変わらなければ、夏物から秋物商品へスムーズに移行できる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格は引き続き下落傾向にあり、末端の需要も堅調に動いている。この状態はこのまましばらく続きそうである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・一部の店舗では販売量の増加がみられるものの、需要全体の減少傾向に歯止めをかけるまでには至っていない。また、販売価格の変化による販売量の変動もほとんど期待できない状態であり、これまでどおりの減少傾向が続くとみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気に対して、上昇、下降いずれにも強く影響する要因は特段見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・ギリシャや中国の影響で株価が乱高下したものの、今は落ち着いてきており、特に変化は無いのではないかとみている。
一般レストラン（経営者）	・全体的に物の値段が上がってきているなかで、レストランで食事をする余裕はまだ生まれていないように見受けられる。また、予約の様子からもこのような状況はしばらく続くとみている。あまり先行きは明るくない。
一般レストラン（経営者）	・先行きの状況は変わらないとみている。ただし、懸念事項としては、世間ではボーナスが支給されているものの、周辺の業者などにその恩恵を受けている様子が見られないことが気にかかっている。
観光型ホテル（スタッフ）	・県内で選挙があり、多少の影響が出ている。また、祭りやお盆などの曜日の関係上、団体客があまり見込めない状況であり、特段の集客数増加のめどは立っていない。
観光型旅館（経営者）	・8月はお盆や夏休み、9月は大型連休と人が動く要素はあるため、売上は今よりは多少増えるかとみている。しかし、季節要因のみであり、景気が上向き材料は見当たらない。
都市型ホテル（経営者）	・夏場は個人消費が増えるかとみている。しかし、企業利用の予約の動きが9月以降はやや鈍い状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・ここ数か月は、個人客、団体客共にほぼ前年並みの入込が続いており、来月もほぼ同様の予約状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・年度が替わってから、予約受注及びフリーでの利用が順調に推移し、売上が伸び続けていたが、好調であった予約受注の伸びがこの先は鈍くなってきている。このままの状態が継続すると、今までのように良くなるのではなく、横ばいで推移していくとみている。
旅行代理店（経営者）	・7月から食品関係を中心に様々なものが値上がりをしており、旅行に使うお金が少なくなっている。一番のピークである7～8月がこのような状況であると、9月は横ばいでいくのではないかとみている。

	旅行代理店（従業員）	・旅行消費動向は、一般の消費動向より半年から1年遅れると言われており、ここ数か月の間で改善する動きになるとはいえない。
	タクシー運転手	・当市においてコンサートなどの催しがあると、人の動きが大変激しくなりタクシーも台数が取れないくらいになる。このようなことから、景気が良くなっている状況に変化は無いとみている。
	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
	通信会社（営業担当）	・秋から格安SIMなどの新規サービスを導入していく予定であるが、既に他社が先行しているため、大幅な売上増加はないとみている。しかし、客にとっては総合的なサービスアップとなり解約防止などの効果は期待できるため、加入者の増減は横ばいのままで推移すると見込んでいる。
	テーマパーク（職員）	・客の人気商品はまだ安価な物が多い。比較的高単価な商品は、品質の良い物でも手に取って見るだけで、購入には至らない状況が続いている。
	遊園地（経営者）	・9月には6年振りの5連休があるので、水族館の新規オープンの影響を緩和してくれることを期待している。
	競艇場（職員）	・イベントや目玉商品などで来客数を増やそうとしているが、あまり効果はみられていない。良くも悪くも変化のない状況が続くのではないかと。
	美容室（経営者）	・プレミアム付旅行券やプレミアム付商品券が出回っているが、表面的には少し良くなったように見えるものの、根底の景気回復が実感できないため、先行きがそう極端に変わることはないとみている。
	美容室（経営者）	・客との会話からも、あまり状況が変化するような要因はみられていない。
	美容室（経営者）	・雑誌やクーポンを利用する客が多く、固定客は減少している。
	設計事務所（経営者）	・先行きがみえない状態であり、良くなる材料も見当たらない。
	その他住宅【リフォーム】（従業員）	・受付件数、受注件数共に微増傾向であるが、大型工事の物件が少ない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街のなかにある、ドラッグストア、居酒屋、ファーストフードのチェーン店の撤退が目につきはじめています。大きな企業もかなりあがいている状態であり、消費の絶対量が少なくなってきたように見受けられる。
	商店街（代表者）	・一般消費者の収入が飛躍的に増えているわけではなく、レジャーや旅行に支出をすると、たちまち耐久消費財や一般消費に影響が及んでくる。消費者全体がいわゆる2%のインフレ目標というものを歓迎しているようにはみえない。それよりも将来のインフレへの心配が強いのではないかと。
	商店街（代表者）	・暑すぎて、消費意欲や購買意欲がなえてしまうのではないかと。
	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の盛り上がりもせいぜいお盆過ぎまでではないかと。また、最近経験したことのないような猛暑に見舞われており、来客数に影響が出ているため、この暑さが長引くことを懸念している。
	一般小売店【酒】（経営者）	・今年の祭りは土曜日が入らないため、売上に期待ができません。
	スーパー（店長）	・地域のプレミアム付商品券の利用は10月までである。その後は、各メーカー商品の値上げも続いており、景気の先行きは現状よりはやや後退するものとみている。
	コンビニ（エリア担当）	・競合店閉店などの環境面でのプラス要因が思ったほど好影響にならず、来客数の伸びが少ない状況である。また、今後はエリア内での競合店の出店が加速していくとみている。
	コンビニ（店長）	・経営する店舗の近くに、近々また競合店がオープンする予定であるが、強い競合店のため非常に不安である。少子高齢化社会で人口が減少するなか、コンビニだけが増え続けている厳しい状況であり、経営が難しくなりつつある。
	衣料品専門店（経営者）	・期待していたプレミアム付商品券の効果も薄く、景気にプラスとなる要素が見当たらない。
	家電量販店（従業員）	・今月の売上は好調であるものの、季節的な要因が非常に大きい。そのため、この暑さが落ち着くと売上も平年並みに落ち着くとみている。
	乗用車販売店（店長）	・新型車効果が薄れてくるとみている。
	その他専門店【酒】（経営者）	・プレミアム付商品券の使用期間が終了する時期であり、消費者の購買意欲は今ほど高くないとみている。そのため、先行きを考えると決して楽観視はできず、不透明さが怖い。

	その他専門店〔食品〕 (経営者)	・報道などが景気の上向き傾向を作っているようで心配である。実際には給料はそのまま減少しており、ガソリン価格や身の回り品の高騰により、秋以降の景気は下降するのではないかとみている。	
	高級レストラン(経営者)	・少しずつ良くなっていくと楽観的に考えていたが、予約状況などをみるとあまり期待はできない。当社ばかりではなく、中央市場などの魚介類の売買状況をみても、高級店はどこも良くないのではないかとみている。	
	一般レストラン(経営者)	・これから2～3か月は気温が上昇するものの、お盆や夏休みなど休みが多くなる時期であり、日数的に仕事ができない月が多くなる。また、やはり景気は落ち込んでおり、景気が良くなるような好材料がない状態である。	
	一般レストラン(経営者)	・8月はお盆だけは人が集中して動くものの、その他の3分の2の期間は静かになってしまう。これを変えるために個々でイベントは行っているものの、一過性でありエリア全体が分散しているため、全体的にみれば景気は下向いていくとみている。また、9～10月は農繁期であり、街に出てくる時間がない人が多いため、景気が上向き要素は薄い。	
	観光型ホテル(経営者)	・客が集まるようなイベントがない。また、好天気のためか温泉地は敬遠気味であり、館内のプールも休業状態である。	
	観光型旅館(スタッフ)	・プレミアム付旅行券などの販売により予約が7～8月に集中している。そのため、9月の予約状況が思ったより伸びておらず、苦戦しそうである。また、9月の大型連休や土曜日は問い合わせも多いが、他の曜日の動きは鈍いままである。	
	都市型ホテル(スタッフ)	・当県は敬遠されているのか、外国人観光客はほぼ見当たらない。また、デスティネーションキャンペーンも6月で終了しており、その後の景気は悪くなるとみている。	
	旅行代理店(店長)	・3か月の先行受注状況をみても、販売量が前年を下回っている。	
	タクシー運転手	・先行きがますます悪くなるような傾向が見受けられている。	
	タクシー運転手	・今後は消費税率10%への引上げが予定されている。また、介護保険料の増額により医療費の負担が増えており、客からは生活がかなり苦しいものになっている様子がうかがえる。景気は決して良くはなく、具体的に景気が良くなるような方向性もみえていない。	
	通信会社(営業担当)	・中小企業の設備投資より、金融機関からの借入れが多いという情報が聞こえてくる。今後、更なるリストラが増加する傾向であり、雇用の不安定が発生するのではないかとみている。また、9月の中間決算状況において厳しい局面を迎えるかとみている。	
	通信会社(営業担当)	・物価上昇の影響が徐々に出てくるとみている。	
	通信会社(営業担当)	・前年の消費税増税以降、地方では建設業以外は景気回復を実感できていない。	
	悪くなる		
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	-	
	やや良くなる	食料品製造業(経営者)	・9月より商品の値上げを実施する予定である。出荷量は落ちても利益面では改善になる。
		出版・印刷・同関連産業(経理担当)	・前年以上に受注残高が回復してきており、今後もやや良くなっていくのではないかとみている。
		建設業(従業員)	・官公庁発注見通しの更新により、期首には無かった案件の追加発注が期待できる。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕(経営者)	・夏らしい暑さが続いており、お盆休み、夏休みへ向けた出荷を計画通り見込むことができている。また、観光需要にも期待している。
変わらない		農林水産業(従業者)	・ものの販売単価が前年と同水準である。今年は品質も良く、収穫が終わるまで販売額が安定するものと期待している。
		食料品製造業(経営者)	・現状が好調であるものの、これ以上良くなる要素は特に見当たらない。
		食料品製造業(営業担当)	・既存商品の売上減少分を新商品の売上でカバーする営業活動が続くとみている。
		木材木製品製造業(経営者)	・商品の価格改善の見通しが良くない。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・地元工務店などに受注の先細りの傾向があり、チラシなどの受注に影響がでることを懸念している。
		土石製品製造販売(従業員)	・一部の企業の景気が回復したとはいえ、取引先や請負先まで回復するにはまだ時間がかかるとみている。
		一般機械器具製造業(経営者)	・顧客ごとの受注の増減に大きな変化がみられていない。また、海外需要も地域によって低迷を続けており、輸出額の急激な伸びが期待できない状況である。

	電気機械器具製造業 (営業担当)	・年末までは受注があるところが多く、当面はこのままの状態 で推移するとみている。	
	電気機械器具製造業 (企画担当)	・会社の業績として想定外のことが起きない限り大きな変化 はない。	
	建設業(経営者)	・資材の値上がりが続く工事単価が上昇しているため、利益 的に問題がある。しばらくは現在の傾向が続くとみている。	
	建設業(企画担当)	・首都圏での工事量増加の影響が大きくなるのは来年度から とみており、しばらくは現状のまま続くと見込んでいる。	
	通信業(営業担当)	・アベノミクスの経済効果が表れているのは大手企業だけで あり、地方及び中小企業は、伸びるどころか維持するための 企業努力が続いている。	
	金融業(営業担当)	・プレミアム付商品券の影響はあるとみている。	
	司法書士	・消費税率10%への引上げ時期の延期により、不動産取得に 向けた動きが停滞している。	
	公認会計士	・建設関係については、あと1年ぐらいいは好調を維持すると みている。また、小売業、サービス業の回復状況が気になる ものの、ここ2~3か月で回復するとは考えにくい。	
	その他非製造業[飲食 料品卸売業](経営 者)	・前年と比較し、消費者の商品選びや購入価格がかなりシビ アになっている。ただし、良い商品があれば消費が向上する ことは間違いなく、消費者目線でそういう商品を扱うように 努力している。	
	その他企業[企画業] (経営者)	・発注件数の減少傾向に改善の兆しがみられていない。しば らくはこの状況が継続するとみている。	
	その他企業[工場施設 管理](従業員)	・余剰人員や遊休設備はあるものの、製品の出荷数は安定し ている。	
	金属工業協同組合(職 員)	・これといって目立つ動きはなく、良くも悪くもない状況で ある。	
やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・T P P交渉においてアメリカ産米の輸入枠拡大が設けられ る見通しであり、米価が更に下落するのではないかと懸念し ている。	
	食料品製造業(総務担 当)	・ギリシャや中国などの外国の景気悪化により、日本の株式 市場も影響を受けて株安になるとみている。また、食料品な どの価格上昇により、少しずつではあるものの消費者の購買 意欲が下向いていくのではないかと。	
	繊維工業(経営者)	・不安定な要素が多く、今後も景気は良くなるのではない かと。	
	輸送業(経営者)	・荷主の生産が計画値どおりに進まない見通しであり、その 影響が徐々に表れるとみている。	
	広告代理店(経営者)	・お土産品の売上増加が広告関係の受注量にも影響してくる が、笹かまぼこの包装紙や掛紙などの出荷が良くない状況 である。	
	経営コンサルタント	・現在の消費活性化効果は一時的なものであり、その効果が なくなった後、他にプラスとなる材料が見当たらない。	
	悪くなる		
雇用 関連	良くなる	-	
(東北)	やや良くなる	アウトソーシング企業 (社員)	・特定のものではなく全体として仕事が増えてきており、今 後も期待ができる。
		職業安定所(職員)	・管内において、介護施設の新設やバイオマス発電の操業開 始が予定されており、今後も求人は増加するとみている。
		職業安定所(職員)	・新規求人倍率は、前月から0.37ポイント上昇しており5か 月ぶりに2倍を超えている。また、月間有効求人倍率は、前 月から0.05ポイント上昇して1.36倍となっており好調が続い ている。
		民間職業紹介機関(職 員)	・派遣での非正規社員の募集が増加傾向となっている。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・当県でも既に4割近くの学生が内定をもらっている。ま た、企業も採用意欲がおう盛であり、8月に入っても説明会 をそのまま継続しており、必要な採用数を確保しようとする 動きがみられている。
		人材派遣会社(社員)	・求人広告件数は、前年と比較しても横ばいで推移するとみ ている。しかし、広告効果が低調なため1件当たりの単価は 低下傾向にあり、大型求人広告は見込めない状況である。
		人材派遣会社(社員)	・求職者数の増加を期待できない。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・プレミアム付商品券の発行による消費意欲の上昇を期待し ているが、効果はあまり見込めない。
		職業安定所(職員)	・求人数は微増しているものの、多くは介護などの不人気職 種であり、雇用に結びついていない。
		職業安定所(職員)	・求人、求職の状況からは大きな雇用の変動は今のところ考 えにくい。ただし、企業の解雇数が前年の第1四半期と比較 して件数にして約1.5倍、人数にして約3倍となっている。

	職業安定所（職員）	・ 求人数、求職者数の減少や、ほとんどの業種で人手不足が続く状況に変わりはなく、特に目立った雇用調整の情報もないため、情勢に変化はみられない。
	職業安定所（職員）	・ 業種を問わず、人手不足の深刻な状況が続いている。特に製造関係では、人手不足により生産量が増やせない、売上が伸ばせないという声を聞くことが多い。
	職業安定所（職員）	・ 求人の状態はここ数か月と変わりなく、やや微減のまま安定している。現在のところ、企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な企業整備の情報も無く、近隣地域の求人の好調は聞こえてくるものの、近い将来の求人動向に大きな変化はみられない。
	職業安定所（職員）	・ 新規求人数は、前年比で増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きに変化はないとみている。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ 労働者派遣法改正案が衆議院を通過したものの、審議が止まっているため成立のめどが立っていない。そのため、現在のクライアント企業に不安感が広がっている。
悪くなる	-	-