

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） 衣料品専門店（店長）	・少し涼しくなってきたので、秋冬物が売れるとみている。 ・プレミアム付商品券がここ数か月の景気を押し下げてしまっているのではないかと、という客の話を良く聞く。お盆の旅行など確たる目的がある人は早々に使用しているが、そうではない人は、プレミアム付商品券を購入しても12月末日までの期限までに利用すればよいと考えており、その分現在の景気がしぼんでいるのではないかと。ただし、今後は使用期限までには確実に景気は良くなるとみている。
		タクシー運転手	・客との会話からは、自分の仕事も忙しく、また、地下鉄の開通や来年開催のサミットなど、マイナスの要因はないと聞いている。当市においては景気は良くなっていると実感している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・飲食業などは特に好調に推移している。また、現状において動きの悪い夏物及び秋物の物販関連も、今後は本格的な形で動いていくとみている。
		スーパー（店長）	・お盆明けから気温が低下しており秋口並みの気温で推移している。そのため、秋物商材も1週間前倒して入荷しており、果物などは味も良く売れている。また、今年の天候から新米は豊作が見込まれており、消費者の購買意欲は高まるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車受注が少しずつ上向いてきている。また、新型イベント効果による販売量の増加を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・各社とも9月以降は決算セールなどで拡販展開が予定されており、市場が動き出すとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・残暑が厳しくないようであり、早めに秋冬物が動くと思われている。しかし、各作業服メーカーは今秋も値上げを予定しており、厳しい環境であることには変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・8月中旬以降の大幅な原油価格の下落に伴い、今後の燃料油の販売価格も下落していくため、需要の回復に期待をしたい。更には9月の大型連休で販売量が増加し、業界に弾みがつくことも期待している。
		高級レストラン（経営者）	・店から足が遠のいていた客が、最近になって再び来店するようになってきている。
		高級レストラン（支配人）	・秋口に入るところから、予約や問い合わせが多数きており、夏場に比べて期待できる。また、9月の大型連休も控えている。
		都市型ホテル（経営者）	・今年の夏は金沢を含む北陸地方の1人勝ちの感があったが、今後は、秋口へ向けて地元客を含む個人客の利用も増えてくるとみている。
		旅行代理店（経営者）	・ふるさと旅行券の利用や、夏に旅行を手控えた客が秋のベストシーズンに出かけることを見込んでいる。9月の大型連休の売上は好調であるので、良くなっていくのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・この先は、新商品の導入や大きなキャンペーンを予定している。そのため、若干ではあるが売上は好転するものとみている。
		通信会社（営業担当）	・プレミアム付商品券及びプレミアム付旅行券の販売状況から、先行きの景気は若干良くなるのではないかと期待している。
		観光名所（職員）	・フリー客のここ数年にない来客数の増加と伸び率に恵まれている。また、好調な客単価も加えると非常に良い結果となっている。さらに、来客数の増加が見込めるイベントがあるため、今後もこの良い傾向のまま推移するとみている。
遊園地（経営者）	・今年は9月の大型連休があるため、消費者が大きく動くと思込んでいる。		
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・年末までは、各数字が前年を上回る状態が続くとみている。		
変わらない		商店街（代表者）	・首都圏ではサラリーマンの所得が拡大しているといわれているが、地方ではその様なことはなく、むしろこの先の所得が減少するのではないかと不安がある。さらに、人口減少問題も抱えており、先行きにあまり期待が持てる状況ではない。
		商店街（代表者）	・秋口のイベントが続くため、落ち込むことはないと思われているが、良くなる要因にも恵まれていない。
		商店街（代表者）	・商店街のまとまりとしての道を失っている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・各ジャンルの商品動向はここ1か月上昇傾向にあるが、プレミアム付商品券発行に伴うものとみている。この状態が年明けまで続くことを期待している。

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・今年の3月以降、客の様子や買上点数をみると前年比が上向きになってきている。前年比105%程度で推移しており、年末に向けて少し伸びると期待しているが、大きな変化にはならないとみている。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・店頭で客と話していても、最近ではあまり景気の悪い話は出てこなくなっている。
一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・今年は本当に景気が良いと思うことができない状態であり、今のところ先行きの見通しは立っていない。
百貨店(売場主任)	・猛暑が続いたこの夏も、婦人衣料、身の回り品を含めた売上は前年割れを続けており、消費税増税後の個人消費は回復の兆しをみせていない。また、景気の良くなるような要素は地方都市においては全く想像できず、中間顧客層の求める商品、価格帯への対応が遅れれば、景気が一層悪くなることも考えられる。
百貨店(営業担当)	・婦人服の秋冬物の動きがポイントになる。冬物の動きが鈍かった前年の反動により売上が増えれば、景気も良くなるのではないかとみている。また、基盤である食品は、引き続き好調が続くとみている。
百貨店(営業担当)	・今後も衣料品を中心に苦戦するとみている。インバウンド効果は地方では期待できない。
百貨店(買付担当)	・アウトドア商品などの一部の目的買いについては単価が上がってきているものの、全体的には買物にシビアな傾向は全く変わっておらず、良くなる材料が見当たらない。
百貨店(経営者)	・今後、客単価は向上していくとみている。ただし、ブランドショップの撤退による来客数の減少など、前年に比べてマイナスの要因が多く、また、今年に入ってからシルバー層の来客数も減少傾向にあるため、その分をカバーするには至らないとみている。
百貨店(経営者)	・世界同時株安などの報道がなされており、中国では経済成長率の低下が明らかである。そのため、今後インバウンドなどの数少ない追い風要素までも見通せなくなっている。
百貨店(経営者)	・前年の消費税増税以降、一貫して来客数が減少した状況であり、改善する傾向がみられていない。また、高額商材を中心に客の慎重な買い方に変化がない。
スーパー(経営者)	・原油価格の低下により、今後は電気料金も値下がりするため、家計的にはありがたい。最低賃金の上昇により人件費負担が増える企業もあるが、消費環境に大きな影響はないとみている。
スーパー(店長)	・消費税率10%への引上げも控えており、客の財布のひもはまだまだ固い状態であるとみている。
スーパー(営業担当)	・原油価格が現状の低水準のまま進めば、冬季の光熱費が抑えられた分、食料品や服飾品などの消費が増えることが見込まれる。ただし、全体の景気を大きく左右するまでには至らないとみている。
スーパー(営業担当)	・諸外国の株安など全体的に景気の先行きが不安視されているなか、当県は短期的にみて影響は少ないと見込んでいる。このことは景気の回復あるいは、悪化させることもないとみている。
コンビニ(エリア担当)	・この先2～3か月は大きな環境変化がない。しかし、その後は地下鉄の開業があるため、市内の人の流れが活性化することを期待している。
コンビニ(エリア担当)	・消費者は、普段の生活に対して消費意欲が希薄な状態であり、この状況を変えることは難しい。
コンビニ(エリア担当)	・良くなるような環境の変化は少なく、消費動向の変化は期待できない。
コンビニ(エリア担当)	・来客数の動きに変化の兆しが表れていない。
コンビニ(店長)	・地方においては、人件費の高騰により会社の収益が上がっていない。さらに、給料の上昇もないままに物価だけが上がっており、買い控えや低価格志向が進んでいる。この傾向は当分変わらないとみている。
コンビニ(店長)	・秋に向けて売上は穏やかに増えていくが、前年同様の推移であれば、特に大きな変化はないとみている。
衣料品専門店(経営者)	・一部の客に高額商材が売れている。しかし、大多数である中間層の客に対しては、購買意欲を押し上げる要素は見当たらない。
衣料品専門店(経営者)	・新卒などの求人の様子からは、景気が回復基調に向かいつつあると実感している。
衣料品専門店(経営者)	・地方では不景気ムードがあり、なかなか景気が上向くことを期待できない状況である。

衣料品専門店（店長）	・この先3か月は平年よりも高い気温で推移すると長期予報が出ており、秋物商材や冬物商材の立ち上がりが遅れることを懸念している。
衣料品専門店（店長）	・スーツの需要が年々減少している。また、消費者の低価格志向も継続している。
衣料品専門店（総務担当）	・前年度から消費動向に変化がみられていない。今後もこのままの状況で推移してくとみている。
家電量販店（店長）	・4Kテレビが比較的好調であるが、単価が少しずつ下がってきており、売上としてはあまり期待できない。ここ数か月間は前年比が同様な状況で推移していくとみている。
家電量販店（従業員）	・売上は増加傾向にあるものの、来客数は横ばいのままである。このような状況がしばらく続くともみている。
乗用車販売店（経営者）	・今後も楽観出来ない状況のままで推移するとみている。
乗用車販売店（従業員）	・客に揺さぶりをかけても、良い返事がなかなか返ってこない状態が続いている。
乗用車販売店（従業員）	・8月と比べれば多少は良くなるとみているが、8月はあまり参考にならない月であるため、結局状況はあまり変わることはないともみている。
乗用車販売店（店長）	・新型発表などの目立ったイベントもなく、しばらくは現状維持の状態が続くとみている。
住関連専門店（経営者）	・客の様子をみても、状況はそうそう変わらないだろうとみている。
住関連専門店（経営者）	・高級な大型商品の売上が伸び悩み、安価な小物中心の販売が続くとみている。景気的大幅な上昇はまだまだ先である。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・今年の米の収穫量は平年以上とみられており、農業関係者の消費が引き締められる可能性がある。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・一般の家庭においては、家計に余裕のない状態である。ここ数年賃金が変わらず、今後の生活に変化が見込めるような要素がない。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税の影響が薄れてきている。また、プレミアム付商品券使用期限前の駆け込み需要を期待している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・冬前の需要時期になるまでは、仕入価格の低下による利益回復の動きが継続する見込みである。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今後の景気動向について判断する材料が乏しい状態である。
高級レストラン（支配人）	・4～8月までの動きは非常に良かったが、9月以降については、団体客の動きや周辺の飲食店からあまり良い話を聞かないことから、どちらともいえない状況である。
一般レストラン（経営者）	・株価が乱高下しているが、現在は若干落ち着いている。あまり下がるのは困るが19,000円台であるならばあまり影響はないともみている。
一般レストラン（経営者）	・秋口に入り多少は良くなるだろうが、2～3か月先に特別なイベントがないため、全体的な状況は変わらないともみている。
一般レストラン（経営者）	・給料日前はどうしても来客数が少なくなる。通常であれば給料日が過ぎれば増えていくが、今月に限ってはあまり良い雰囲気ではなく、今後も良くなるのではないのかという印象しかない。ただし、急激に悪くなるとも考えにくいため、どちらともいえない状況である。
スナック（経営者）	・売上が厳しいなかで人手不足も継続しており、来客数が少ないために思うように売上が伸びていない。またまだこれからも厳しい状況が続くとみている。
観光型旅館（経営者）	・景気が良くなるような要素が見当たらない。
観光型旅館（スタッフ）	・現在の傾向から、大きな変化はないともみている。ただし、最近では経済不安の報道が増えてきており、消費者の財布のひもが固くならないかが不安である。
都市型ホテル（スタッフ）	・この先は紅葉シーズンとなるが、天候に左右されるため、どのくらいの観光客が来るのかは不明である。また、いまだ人気のある北陸新幹線や、更には青森～北海道新幹線に客が取られるのではないかと危惧している。
旅行代理店（店長）	・国内旅行の先行受注は好調であるものの、海外旅行は回復がみられていない。
旅行代理店（従業員）	・受注状況は、国内、海外共に前年よりも若干減少している。特に、海外については伸びておらず、アジア方面の情勢の影響が残っている。
タクシー運転手	・客には消費税増税以降の節約ムードがまだ残っている。

	通信会社（営業担当）	・企業の9月決算次第であるが、東北地方についてはボーナスが支給されなかった中小企業も多く、更なる節約が求められており、個人消費も相変わらず低迷している。そのため、ここ2～3か月の間はやや悪くなる方向で変わらないのではないかと。
	通信会社（営業担当）	・プレミアム付商品券の効果に期待が持てない。また、景気の底上げとなる材料も見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
	テーマパーク（職員）	・わずかながら客の購入単価が上昇してきているが、今後も良くなるかどうかはわからない。
	観光名所（職員）	・年間でピークとなる8月の来客数が思わしくないため、今後も大きな期待はできない。
	遊園地（経営者）	・景気が良くなっている様子は見当たらない。また、新規オープンした水族館の影響がまだまだ続くため、イベントなどで下支えをしていく必要がある。
	競艇場（職員）	・売上が停滞している状況が長引いており、今後もその状況が変化するという期待が持てない。
	美容室（経営者）	・3か月前から現在に至るまで、客単価は横ばいの状況が続いており大きな変化はなく、今後もこの流れが続くとみている。
	美容室（経営者）	・客の会話からも、状況が変化するような要素はうかがえない。
	設計事務所（経営者）	・先行きが全く判断できない状況である。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・エコポイントは窓工事には好材料であるものの、大型工事にはつなげていない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の発行により消費に明るさがみえたものの、その効果は一時的であり、家計は再び節約志向に戻りつつある。
	百貨店（総務担当）	・一般的なインバウンドの売上があるなかで、株安並びに海外情勢、特に中国の情勢が懸念材料となっており、先行きに不透明感がある。
	百貨店（売場担当）	・海外ブランドの撤退による売上へのマイナス影響は、この先1年間は続くともみている。今後は新ブランドがオープンするものの、減少分をカバーするには程遠く解決策もみえていない。実際に新規客も増えていない状況であり、今後の秋冬商戦の見通しは厳しい。
	スーパー（経営者）	・株価の大幅下落と円高が、消費者心理にマイナスに影響することを懸念している。
	スーパー（経営者）	・物価上昇に賃金が追いついていない。
	スーパー（総務担当）	・中国株式が大きく下落したことに伴い、国内景気も大きな影響を受けるとみている。また、円高傾向が続けば株安も続き、景気も痛手を受けることになりそうである。
	コンビニ（経営者）	・暑さのおかげで買上点数は伸びたものの、客単価は前年を下回っており、来客数も伸びていない。たばこの売上が再浮上するなどの期待は持てず、さらに主力の米飯類の悪さも目立っており、先行きがプラスになるような要因は見当たらない。
	コンビニ（経営者）	・4年前の原発事故以降、かなり人口が減少している。これから先も状況が上向くような情勢になるとは考えにくい。
	コンビニ（経営者）	・先行きが好調となるような気配は見当たらない。
	コンビニ（エリア担当）	・同業他社の競争店との競争が激化している。また、異業種の形態変化も著しい。
	コンビニ（店長）	・最盛期に比べれば、来客数が減少し売上も落ち込むとみている。また、競合店の影響が徐々に始めているなかで、更に出店の話も聞いており、周辺の状況も含めて現状より良くなるとは考えにくい。
	家電量販店（店長）	・世界的な金融危機による影響を懸念している。
	家電量販店（店長）	・プレミアム付商品券の特需が一段落するとみている。
	乗用車販売店（経営者）	・海外経済の停滞の影響を懸念している。
	乗用車販売店（店長）	・9月は半期決算月であり、多少上向くとみているがその後は厳しくなる。
	住関連専門店（経営者）	・9～10月にかけて商品の値上がりがあるので、厳しい状況になるとみている。
	その他専門店[酒]（経営者）	・季節的なものもあるが、株価の急落など景気に関するネガティブな報道が多く、諦めのような雰囲気漂っている。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の予約が非常に少ない状態からも、多くの方は飲食やレジャーをしようとする意欲が減少しているように見受けられる。	
観光型ホテル（経営者）	・入込数は前年と同様に横ばいで推移している。企画や商品を考案しても、団体客は東北に目を向けてくれない。	

		観光型ホテル（スタッフ）	・10月以降の予約において団体客の伸びが鈍い。そのため、売上を確保することがかなり厳しい状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約動向は、あまり芳しくない状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は好調を維持していくとみているが、宴会婚礼部門は良くなるような材料が見当たらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・下半期は上半期のような勢いある予約受注がなく、停滞している感がある。はっきりとした要因は分らないが、予約受注状況だけをみると明らかに鈍化してきている。
		美容室（経営者）	・秋の行楽や運動会などの時期は外に出かける人が多く、美容室はいつも閑散としている。
		住宅販売会社（経営者）	・完成物件は順次完了しており資金が回っているが、新規受注の見通しが若干悪い状態である。
	悪くなる	商店街（代表者）	・例年であれば、年末にかけて予約が出てくる時期であるが、そのような流れはほとんどなく、従来よりも予約の数が少ない状況である。景気が悪く、消費がかなり落ち込んでいるようである。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・秋には選挙が控えている。また、現在のような株価が不安定な状況では、売上が良くなる要素はどこにも見当たらない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・財布のひもを緩めるだけの材料がない。更に株価も下落しており、ますます厳しくなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・秋の行楽シーズンではあるが、選挙が終わったばかりで派手な動きはなく、米の収穫期も控えているため、まだまだ夜の部の厳しさが続くともみている。
企業動向関連	良くなる	建設業（従業員）	・下期の発注において、一定量の大型公共工事の新規出件が見込まれている。
(東北)	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・旧盆以降も、ももの注文数は例年どおりである。また、好天に恵まれて品質も良いため、後半の出荷分も例年より販売単価が良くなると期待している。
		木材木製品製造業（経営者）	・今後、住宅の需要が増加する見込みであり、販売量、収益共に改善に向かうとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残高が前年同月比で5%程度上向いており、景気は上向きの方向にあるとみている。
		輸送業（経営者）	・燃油費が下がり気味であるので、物量が横ばいであっても、利益に関しては改善に寄与するとみている。
		広告業協会（役員）	・12月の地下鉄開業や自治体の観光キャンペーンなどイベントが目白押しである。また、プレミアム付商品券の発行やインバウンド関連などにも期待をしている。
		司法書士	・県外の中堅ハウスメーカーが当地域に出店する動きがみられている。
		変わらない	農林水産業（従業者）
		食料品製造業（経営者）	・値上がりしている商品が多く、消費者の財布のひもは固いままである。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品の動きが良くなく、明るい要素が見当たらない。そのため、年内は販売量の前年割れ状態が続くとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・中国などの海外経済の先行きが懸念されている。その影響によって輸出関連企業を中心に経営が悪化すれば、消費者は購買に慎重となるため、大きな伸びは期待できない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・9月は休みが多いため、売上に影響することを懸念している。
		土石製品製造販売（従業員）	・取引先からは、人件費の削減や増員なしで業務を行っているとの話を多く聞いている。景気が回復したといえるのは、ほんの一部の企業のみではないか。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は、前年と比較しても低水準で推移しており、増加する要因が見当たらない状況が継続している。
		建設業（経営者）	・今後も受注量に変化はないとみているが、資材費や人件費の値上げがあるため、経営的には若干厳しくなるのではないかと。
		建設業（企画担当）	・首都圏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いる。
		輸送業（従業員）	・夏季の一時的な需要の増加も落ち着いてきており、今後の状況に大きな変化はみられない。
		通信業（営業担当）	・地元の強みを生かした営業活動を地道に継続し、信頼を獲得していく必要がある。
		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）	・地下鉄の新規路線開業に向けた動きはあるものの、中刷り広告の期待度は少なく、大きな変化はない見通しである。

	公認会計士	・小売関係の売上回復がないと景気回復は難しいが、現状では回復の兆しがみえていない。また、建設関係も現状のまま推移するとみている。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・秋向け商材の受注量が前年並みのままであり、小売店の仕入意欲も高まってははいない。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の様子見と発注案件の絞込みの傾向については、今後も続くと思われ、得意先の担当者が明言している。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・余剰人員の移動もあるが、このままの出荷数で推移するとみている。
	金属工業協同組合（職員）	・企業間においては依然として温度差がみられており、更に格差が拡大してきている。
やや悪くなる	食品製造業（経営者）	・世界経済、特に中国経済の悪影響が日本経済にも表れるとみている。
	繊維工業（経営者）	・店頭販売の売行きが良くない状態が、急に回復するとは考えにくい。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・この先数か月は大口価格の下落傾向が継続するとみている。
	広告代理店（経営者）	・相次ぐ海外の事件によって旅行需要の低下が懸念されている。そのため、再び回復の見通しが立たなくなっている。
	経営コンサルタント	・地方選挙が本格化しており、地域の商業環境においてマイナスに働くとみている。
	コピーサービス業（従業員）	・新規設備投資の商談が少なく、今後販売量が増えていくとは考えにくい。
	悪くなる	
	良くなる	-
雇用関連 (東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員） ・マイナンバー需要を見込んでいる。 アウトソーシング企業（社員） ・前年よりも仕事量が増えており、今後も期待が持てる。 職業安定所（職員） ・引き続き、新規求人数の増加傾向が継続するとみている。 職業安定所（職員） ・7月の新規求人倍率は2か月連続で2倍を超えており、2.42倍である。また、有効求人倍率も前月を0.11ポイント上昇し、1.47倍と好調である。 民間職業紹介機関（職員） ・年度の上期終了に伴い、10月以降は全般的に上向きの傾向になるとみている。
	変わらない	人材派遣会社（社員） ・大学4年生の就職活動をみると、ここ1か月で非常に多くの内定が出されている様子である。各企業の求人意欲は継続しており、3か月先も今と変わらない状況であるとみている。 人材派遣会社（社員） ・景気が上向き要素がないと顧客は判断しており、しばらく様子見が続くとみている。 人材派遣会社（社員） ・国内景気が停滞すれば、派遣求人数の減少とミスマッチが経営へ悪影響を及ぼす可能性が出てくるとみている。 職業安定所（職員） ・不人気業種以外の業種からの求人数が伸びない状況は今年度当初から続いており、今後もこの傾向に変化はないとみている。 職業安定所（職員） ・求人は高止まりで推移しているが、求職者の減少が続いている。人手不足は専門技術職が目立っている。一方事務職などは相変わらず人手が過剰となっている。 職業安定所（職員） ・ほとんどの業種で人手不足が続いている状況に変化はない。ただし、一部の製造業では年末にかけて雇用調整の動きがみられている。 職業安定所（職員） ・求人数の高止まり状態が継続しているものの、人手不足により生産量の増加、あるいは売上の伸長ができない企業が多い。人材確保が思うように進まない今の状況では、大きな改善を見込むことは難しい。 職業安定所（職員） ・求人の状況はここ数か月と変わりなくやや微増で安定している。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なく、求人の好調感はあるものの、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられていない。また、正社員と比較して非正規求人の増加が目立つため、景気が大きく改善するという印象もない。 職業安定所（職員） ・新規求人数、有効求人数共に、前年比は増加と減少を繰り返している。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の成立が遅れに遅れており、派遣先企業と派遣社員からの不安の声が高まっている。また、業績にも悪影響が及んでおり、今後2～3か月先の景況も悪化するとみている。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・被災地において、被災地を見捨てるような要素が強まってきている。さらに、株価の下落や円高再燃なども相まって東北に暗い影を落としつつあり、先行きは不透明な状態である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・株価の大幅な下落などアベノミクスの経済対策に不安があるため、先行きが見通せない状況である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・世界的な株安の影響などもあり、先行きの不透明感から慎重になっている様子がうかがえる。
悪くなる	-	-