

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	タクシー運転手	・当地ではどこに行っても人が多い。また、地下鉄も新規路線が開通するため、悪くなる要素は見当たらない。商業関係についてはかなり安定しているのではないかと。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ここ1週間ほど前から秋風が吹いており、朝晩も急に冷え込んできている。そのため、客の動きは秋物や冬物へと移行するとみており、売上に大きな期待をしている。また、好天のためか来客数が増えており、飲食業界も少しずつ売上がキープしているので、今後の仕掛けによっては期待ができるだろう。
		一般小売店〔書籍〕 （経営者）	・プレミアム付商品券の効果が年末まで続くともみている。全体的な商況の厳しさは同じであるが、底上げはできるのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・月々の売上はなかなか厳しいものがあるが、客は買い控えをしているわけではない。プレミアム付商品券も発行されており、この先2～3か月の景気は悪くならないとみている。
		百貨店（経営者）	・地下鉄の開業により若干ではあるが来客数が増えると思込んでいる。さらに、各種プロモーション強化などの営業施策をすることにより、販売量の増加を期待している。
		衣料品専門店（店長）	・8月に一度涼しくなっているため、気温が下がれば秋物は順調に推移するとみている。また、客の動きも今後は良くなっていくと思込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	・店側の仕掛け次第で顧客の来店状況が変化するなかで、今後はプレミアム付商品券の利用が見込める。
		乗用車販売店（店長）	・年末にかけて話題性の高い新型車の発売が予定されているため、販売量の改善が期待できる。また、各社の動きも活性化してきているので相乗効果を見込んでいる。
		その他専門店〔酒〕 （経営者）	・年末に向けて多少なりとも景気は良くなると思込んでいる。しかし、景気の先行きは不透明であり、株価の下落もみられるなかで、年末に消費者の購買意欲がどこまで高まるかが不安である。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の売行きが早々に停滞した分、早目に秋冬商材が動く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）	・中国人観光客を中心としたインバウンド効果により、販売量が増加すると見込んでいる。
		高級レストラン（経営者）	・力は弱いながらも、良い方向に向かっていると期待している。
		高級レストラン（支配人）	・現在の予約状況に加えて、10～12月の予約数も前年比を上回って推移しているため、先行きはやや良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・放送関連のメニューにキラーコンテンツが加わることが決定している。今後のPR次第では、解約が徐々に抑制されて新規の加入者が増加していくものとみている。
		観光名所（職員）	・土日祝日又は連休中などの外出傾向については、数字にもはっきりと表れている。この先も、休日や連休のたびにフリー客の乗船人数が前年を上回るのではないかと。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・懸念材料は少ないため好調を維持するとみている。ただし、労働力の確保が難しく労務コストが上がってきていることが心配ではある。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅受注の伸びは緩慢であるが、一般物件受注及び大型の不動産仲介などが伸びている。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街イベントなどで来客数増加を見込んでいるものの、来客数増加に比例した売上増加にはあまり期待ができない。
		商店街（代表者）	・店や町内のイベントにより、年末へ向けて多少の活気が出ることを期待している。
		一般小売店〔寝具〕 （経営者）	・景気の低迷は今後も続くともみている。
		百貨店（総務担当）	・消費が喚起されるきっかけさえあれば、客は消費に動く。その一方、きっかけがなければ将来への蓄えなどにお金を回して、思い切った消費につながらない。客の選択はよりシビアになっており、今後もそのような状況が続くとみている。
		百貨店（営業担当）	・中元商戦は久しぶりに売上が前年比100%で終了している。お歳暮もこの傾向が続けば景気の落ち込みはないとみている。また、婦人服においても、前年に売れなかったコートも今年は買換え年といわれており、売上を底上げする可能性がある。消費税増税の影響も薄れつつあり、景気も比較的落ち着いた推移すると見込んでいる。

百貨店（営業担当）	・個人所得に変化はない。また、客は将来の消費税率10%への引上げに備えており、消費が活発になる見込みはない。
百貨店（買付担当）	・客は必要な物であれば購入するが、そこに至るまでが非常にシビアである。
百貨店（売場担当）	・景気については、少しずつ持ち直している、大幅な落ち込みはないといわれているが、実感としては、来客数の減少や徹底して節約をしている客の様子からも、現状から大きく変動するとは考えにくい。
百貨店（経営者）	・都市部と地方の格差拡大に加えて、消費税率10%への引上げが控える先行きに対しては、好況感は生まれづらい。
百貨店（経営者）	・地方においてインパウンド効果は見込めない。これまでの客の動向などからも、現状の状況がすぐに改善するとは考えにくい。
スーパー（経営者）	・実質賃金は上がっておらず、人口減少により消費も停滞している。
スーパー（店長）	・来客数は微増傾向にあるものの、客単価が低いため売上が伴っていない。また、各社は年末に向けて様々な施策を打ち出してくることが見込まれるが、今後も節約傾向は続くともみている。
スーパー（店長）	・当地域のプレミアム付商品券は10月末で終了となる。現状での使用率も低下しており、景気の底上げ要素は見当たらない。そのため、先行きは現状より変わらないかやや悪くなるのではないかとみている。
スーパー（店長）	・価格に対する見方はまだまだ厳しい。安ければ買うがそうでなければ買わないという状態は今後も続くともみている。
スーパー（営業担当）	・冬季の灯油需要期を前にして、原油価格が安値で安定していることは消費拡大の一助になる。ただし、食品小売業への影響はほとんどないとみている。
スーパー（営業担当）	・景気回復、経済の活性化を目的にプレミアム付商品券の導入が行われているが、売上をみる限り前年との間に大きな差はない。大量に使用されるのは家電量販店などの一部の業種に限られているようである。
コンビニ（経営者）	・来客数の減少により売上が減少している。しかし、買上単価、買上点数共に堅調であり前年を上回っているため、景気が落ち込んでいるとまではいえない。
コンビニ（エリア担当）	・地下鉄の新規路線開通による影響が気になるものの、その他に大きな環境の変化は見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数に影響するほど、商環境に変化はないとみている。
コンビニ（エリア担当）	・現状の来客数に変化がなく、今後変化するような兆しもみえていない。
コンビニ（エリア担当）	・大きな景気回復要因がない。また、電気代や人件費の高騰などによる必要経費が上昇している状態で景気が安定しつつある。
コンビニ（店長）	・客は単価の安いものを狙って買物をしており、この状態が良くなるとは判断しにくい。ただし、ガソリン価格が下落していることは好材料である。冬の気候にも左右されるが、良い意味でも悪い意味でも小康状態が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・業種によりばらつきがあるため、全体が好況になるには時間がかかると見込んでいる。
衣料品専門店（経営者）	・10～11月は売上が多少見込めるものの、12月はわからない状況である。
衣料品専門店（経営者）	・冬物の最盛期となるが、秋物本番である現在の様子からみても、特に期待できる要因がない。
衣料品専門店（店長）	・気温によって販売状況に変化はあるものの、市場の拡大や景気回復がしていないので、状況が大きく改善することはない。
衣料品専門店（総務担当）	・将来的な景気の回復は実感できていない。今後消費税率10%への引上げがあるので、消費が進むとは考えにくい。
家電量販店（店長）	・しばらくは来客数の減少傾向が続くとみている。
家電量販店（従業員）	・今後も来客数が伸びない状況が続くとみている。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の影響が徐々に薄れており、新車販売の回復に期待している一方、車検需要の減少からサービス売上の減少を懸念している。
乗用車販売店（経営者）	・9月は各社が決算セールを展開したが、思ったほどの成果につながっていない。何かしらの思い切った施策を立てなければ先行きが見えない状態である。
乗用車販売店（従業員）	・客は、車が古くなり買換えの時期になっても、修理をして我慢して乗り続けている。
乗用車販売店（従業員）	・土日の来客数は全く増加していない。どちらかといえば少しずつ減少してきている。

住関連専門店（経営者）	・耐久消費財の家具を扱っている。景気がどちらの方向に進むかわからないため、客の財布のひもが固い状況に変化はないとみている。
住関連専門店（経営者）	・災害復興住宅が次々と完成して入居が始まっているが、期待していた家具や仏壇などの売上に結びつくことが少なく、大きな上昇には至っていない。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・気温が下がり、降雪、積雪がある冬にならないと長靴やスノーレーシューズが動かないため、先行きは天候次第である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・冬場の需要期までは、価格も含めて劇的な変化もなく現状維持で推移するとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・先行きに対して良い要因も悪い要因も見当たらないため、変化はないとみている。
高級レストラン（支配人）	・前年同月と比べて予約件数は下回っている。しかし、最近では間際の予約が多いことから、例年並みの数字には届くとみている。
一般レストラン（経営者）	・特に良くなる材料も悪くなる材料もないため、この先2～3か月の状況に変化はないとみている。
一般レストラン（経営者）	・消費税率10%への引上げに対する不安もあり、今後の景気が良くなるとは考えにくい。ただし、2～3か月後には忘年会シーズンが控えており、いくらか期待が持てる。そのため、結果として景気の状況は変わらないのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・これから芋煮会もあるため、外に人が出てくる機会が増えるともみている。ただし、これが終われば寒くなるため、人は再び外に出なくなってしまう。また、忘年会の予約も同じ日に集中しており、あまり良い雰囲気は見受けられない。
スナック（経営者）	・年末に向けて多少は良くなるともみているが、本格的な忘年会シーズンを迎えるまでは、まだまだ厳しい状況が続くのではないかと。
観光型ホテル（経営者）	・どんなにパンフやその他の宣伝PRに努めても、北陸の文化、食、温泉などの観光資産には勝てない。客の目は東北に向いていない。
観光型旅館（経営者）	・今のところ、伸びる要素や気配がみられない。今後は売上が増える時期ではあるものの、平年並みで推移する見込みである。
都市型ホテル（経営者）	・客の動向に大きな変化はないとみている。しかし、野菜などの価格高騰によって提供する商品の原価率が上昇しており、それに伴うコスト高を経営面として懸念している。
都市型ホテル（スタッフ）	・これから秋の紅葉シーズンを迎えて、更に忘年会シーズンへとつながっていくが、客がどれだけ当県に来てくれるのが心配である。多くの客の目が北海道新幹線に向いてしまい、当県を訪れる頻度が減ってしまうのではないかと。
都市型ホテル（スタッフ）	・この先に状況が好転するような要因が見当たらない。
旅行代理店（経営者）	・この先どうなるのかという不安感はあるが、現状と同じように推移するとみている。
旅行代理店（店長）	・先行きの受注状況に大きな変化がない。
旅行代理店（従業員）	・依然として顧客の様子見の状況が続いている。景気が回復したといわれるのは一部の企業に限られるようである。
タクシー運転手	・客からは、消費税率10%への引上げに対する不安の声を良く聞いている。このような状態で将来の景気が良くなるとは考えにくい。
通信会社（営業担当）	・景気が向上するような材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・好転が期待できるような材料に乏しい。
テーマパーク（職員）	・客の買上単価が上がらない状態が続いている。
観光名所（職員）	・冬季は来客数が減少する時期であり、イベントなどで誘客するものの、どこまで効果があるか心配である。
遊園地（経営者）	・12月になると近所に地下鉄の駅ができる。シーズンオフではあるがイベントなども含めて下支え効果を期待している。
遊園地（経営者）	・気温の低下とともに客足が遠のくため、単価も下がるとみている。
競艇場（職員）	・イベントや目玉商品で来客数の増加を図っているが、あまり反響はなく、良くない状態が続いている。
美容室（経営者）	・たまたま今月だけが良かったのかどうかは、この先何か月間をみないと判断できない。
美容室（経営者）	・価格競争により、今や安いお店にはかなわなくなっている。

	設計事務所（経営者）	・物件を計画しているという話は聞くが、図面を書くまでに時間がかかったり、計画自体が白紙に返ることが良くある。そのため、先行きはなかなか読めない状況である。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受注残高を増やすために、キャンペーンなどの取組を実施していく予定である。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・様々な物の値段が上がり、仕入れなどにも影響が出てきている。相対的に消費の動きも悪くなっており、景気は今後多少悪くなっていくとみている。
	商店街（代表者）	・アベノミクスは今後、厳しい局面にさらされるのではないかと。また、今の若者の必需品である通信費も非常に高くなってきており、可処分所得が非常に少なくなっているように見受けられる。
	商店街（代表者）	・最近、周囲では消費税率10%への引上げが話題となってきているが、このことが消費動向に水を差す要因になりかねないと危惧している。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これから年末になるため多少は良くなるとみている。しかし、現在の株安の状況が続いた場合、景気が良くなるような根本的な解決にはならない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・単価の高い客の来店頻度が落ちている。株価が大きく落ち込んでいる影響があるのか、客の表情にあまり余裕を感じられない。マインドが低調では消費は盛り上がりがない。
	百貨店（売場主任）	・中間顧客層の購買鈍化に加えて、上位顧客層においては、若干消費に対する意欲の低下がみえはじめている。また、地方の上位顧客層は首都圏ほどの購買力はなく、顧客全体が消費に対してシビアになっている。
	スーパー（経営者）	・株価が乱高下することなど、景気の悪さがマインドに影響している。各業種ともに人手不足が深刻になってきており、さらに、なかなか可処分所得が増えない状況が続いている。
	スーパー（総務担当）	・中国などの影響で株価の乱高下が激しくなっている。また、台風などの影響で野菜の価格も値上がりしている。今後の景気は波乱含みとなるのではないかと。
	コンビニ（経営者）	・近くに競合店のコンビニができたこともあり、客単価がなかなか伸びていない。また、目的買いが多く、売上がなかなか増加しない状況が続くのではないかと。
	コンビニ（経営者）	・目新しい施策もなく、これからの秋冬商戦は厳しくなる見通しである。
	コンビニ（エリア担当）	・サービスの質を落とさなければ維持できない状況になっている。
	コンビニ（店長）	・冬に向けて来客数、売上共に減少する傾向にある。更に光熱費、除雪代などの経費が経営を圧迫してくる。ただし、客の購買意欲が上がってきているのか、今年は客単価が上昇傾向にある。
	コンビニ（店長）	・現段階で販売環境の改善につながる要素が見当たらない。さらに、冬に向けて売上は下降線をたどるとみている。生き残っていくためには、多少の赤字は覚悟の上で価格競争に参戦してパイを奪い合わなければならない。
	衣料品専門店（経営者）	・エルニーニョ現象により暖冬という予報が出ている。高単価なコートやジャケットの動きが減少し、売上の前年維持が厳しい状況になることを懸念している。
	乗用車販売店（経営者）	・株安の傾向に拍車がかかっており、設備投資の意欲も減退している。
住関連専門店（経営者）	・雪が降る時期となるため、春先までは厳しい状況が続くとみている。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の収穫内容にもよるが、今のところ現状から大きく回復するような見込みはない。また、中国発の株安の影響も出てくるのではないかと懸念している。	
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・受注については、なんとか既存値までの仕事量を確保できているが、材料費の高騰や人手不足などにより経費が今まで以上にかかっているため、利益的には以前より厳しくなっている。	
一般レストラン（経営者）	・比較的景気が悪い時でも来店していた女性客が、個人消費が伸びないせいで最近では減少傾向にある。レストラン離れが進んでおり、決して料金が高いわけではなくても高級なイメージがある店からは客が遠ざかっている。今後もこのような状況が続くのではないかと。	
一般レストラン（経営者）	・観光シーズンが終わると県外からの来客数は減少する。さらに、地元客の動きもやや鈍くなっているため、年末まで来客数は減少傾向になるのではないかと。また、チェーン店の出店が目立つが、結果的に客が分散してしまうため、それぞれ厳しい状況のなか客の取り合いをしている。全体的に飽和状態であり、景気が良くなるような状況ではない。	

		観光型ホテル（スタッフ）	・単価は多少上昇しているものの、団体客の入込が特に少なく、全体の売上確保が難しくなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の復興支援行事がほぼなくなっている。また、好調であった建設関係の利用も、仕事量はあるものの人手不足や資材費高騰の影響で利幅が少ないとの理由から、以前に比べて利用金額が制限されるようになってきている。そのため、法人利用が少なくなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約受注の増加とフリー客の増加が春先からの上昇傾向を支えていたが、今月から徐々に予約受注が伸び悩みはじめている。直接的な原因はわからないが、中国経済の減退など経済の先行きが不透明なため、人や会社の動きが鈍っており、先の予約受注につながらないのではないかとみている。
		タクシー運転手	・ますます客の乗り控えが目立ってきている。
		通信会社（営業担当）	・物価上昇、賃金低迷、消費動向は低下傾向にある。携帯会社の工事量も減り、下請会社のリストラが始まっている。また、地域創生についても各市町村の職員不足により、施策はまだまだ計画段階にあるため、自治体向けに営業している民間にも影響が出ている。人手不足の解消が今後のポイントになるとみている。
		通信会社（営業担当）	・株価も下落しており、売上も落ち込みつつある。
	悪くなる	乗用車販売店（店長）	・例年、10～12月は販売量が落ちる時期であり、期待が持てない。
		観光型旅館（スタッフ）	・ふるさと旅行券の発行により、施設の利用が使用期間に集中している。また、今後は客の動きが鈍くなる冬季に入るため、厳しい状況になると見込まれる。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・8月分のももの販売単価が例年より2～3割高く、これから冬にかけて生産資材の購入が目立つとみている。
		金融業（広報担当）	・一次産業の動きが良くなっている。
		広告業協会（役員）	・今年12月の地下鉄開業に合わせて、沿岸部の不動産、商業施設の開発などが活発になってきており、年末にかけて期待が持てる。
		経営コンサルタント	・実りの秋と行楽の秋に期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・9月の大型連休は良かったが、本当に景気が良くなっているという実感はないため、今後も変わらないのではないかとみている。
		食料品製造業（経営者）	・大きなイベントなど、売上を増加させるような要因がない。
		食料品製造業（営業担当）	・状況が変化する要素が見当たらないため、このまま厳しい状態が続くとみている。
		繊維工業（経営者）	・消費者のマインドは大きく低下しており、今後もこのような状態が続くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅関連の過当競争により、収益はしばらく改善しないとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末に向けて、仕事は若干忙しくなるとみている。
		土石製品製造販売（従業員）	・しばらくの間は大きい工事もなく、積雪地域の補強工事や道路修復工事がほとんどであるとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量については、海外向けが多少改善しているものの、国内向けは改善傾向がみられていない。
		建設業（経営者）	・将来の景気は不透明でわからないが、2～3か月先までは現在の景気と変わらないとみている。
		建設業（従業員）	・補正予算の状況次第で公共工事の発注が拡大する可能性もあるが、現状では既発注業務、工事の執行だけで予算が手一杯との見方が強い。
		建設業（企画担当）	・首都圏の工事量増加に伴う地方への影響は来年度からの見通しであり、今年度は現状維持で推移するとみている。
	通信業（営業担当）	・今後とも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継続しておこなう必要がある。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。	
	広告代理店（経営者）	・景気に大きく影響するような要因はなく、現状のまま推移するとみている。	
	広告代理店（経営者）	・マクロ経済が上向きな時でも地方経済には不安定感があったので、このところの停滞感では、更に下向きに影響するのではないかとみている。	
	司法書士	・不動産の取引件数に変化がない。	
	公認会計士	・現状では小売関係の業績回復は期待できないものの、建設関係は一定の水準を確保しそうであり、現状との間に大きな変化はないとみている。	

		<p>その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）</p> <p>その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）</p> <p>その他企業〔企画業〕（経営者）</p>	<p>・東日本大震災から4年が経過しているが、状況に変化がなく購買力が上向いていない。地域にもよるだろうが水産関係はかなり悪い状況である。また、中小企業、小規模企業がほとんどであり、会社の数がどんどん減ってきている。景気が悪いというか非常に困っている。</p> <p>・景況感が表れやすい料飲店向けの出荷量が良くない状態が続いている。</p> <p>・得意先において販促や宣伝活動を行っても、従前のような需要に戻らない様相が続いている。</p>
	やや悪くなる	<p>農林水産業（従業者）</p> <p>食料品製造業（総務担当）</p> <p>出版・印刷・同関連産業（経理担当）</p> <p>電気機械器具製造業（企画担当）</p> <p>コピーサービス業（従業員）</p> <p>金属工業協同組合（職員）</p>	<p>・関東・東北豪雨による稲や蕎麦の倒伏が多く、収量に悪影響が出ることを懸念している。</p> <p>・海外経済の減速や株価下落によって先行きに不透明感があるため、個人消費も慎重になるのではないかと。</p> <p>・印刷物の受注残高が前年を下回っており、先行きが厳しくなってきた。</p> <p>・半導体製品全般の価格下落による業績への影響は、従業員の給与にも直接的に影響してくる。現在の状況が回復傾向にならなければ、各種手当の削減が業界全体として実施される可能性がある。</p> <p>・物流コストが上がってきており、販売価格に転嫁できていない。</p> <p>・ここにきて、大多数の企業が受注減の状態にあり、売上の減少が目立ってきている。</p>
	悪くなる	<p>輸送業（経営者）</p>	<p>・荷主から10月以降の大幅な値下げを強く要請されており、応えざるを得ない状況である。そのため、今後は厳しい経営環境になることが確実になっている。</p>
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	<p>アウトソーシング企業（社員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>民間職業紹介機関（職員）</p>	<p>・この先の予定も入ってきているため、2～3か月先も期待が持てる。</p> <p>・明るい材料として、介護関係施設の新設やバイオマス発電の本格稼働が予定されており、景気回復につながることを期待している。</p> <p>・平成27年8月の新規求人倍率は好調であり、有効求人倍率も速報値で1.47倍と引き続き好調である。また、9月は1.5倍前半も予想されており、引き続き好調が続くと見込んでいる。さらに、求人を出しても応募者が来ないという電話も非常に多い。</p> <p>・製造業の求人数が増加している。</p>
	変わらない	<p>人材派遣会社（社員）</p> <p>人材派遣会社（社員）</p> <p>人材派遣会社（社員）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p>	<p>・企業の求人の動きとしては現状と変わらず、人員の確保のための工夫や動きを継続している。</p> <p>・新規登録者の伸び悩みに改善の見込みがない。さらに、労働者派遣法改正の影響も懸念している。</p> <p>・求人広告の申込数はほぼ横ばいで推移しており、前向きな要素はそれほど多くない。</p> <p>・長期的に景気が良いと実感できない限り、企業が雇用を増やすことはないのではないかと。</p> <p>・求人数、求職数共に、特に注目するような動きはみられていない。</p> <p>・今後の景気動向に不安を抱えている企業が多い。また、好転する材料も見当たらない。</p> <p>・賃金が上昇しておらず、新規の大規模な従業員募集の情報もない。</p> <p>・求人倍率は前年同月より0.05ポイント増加しているが、非正規求人の占める割合が高く、求人倍率ほどの景気の良さは実感できない。</p> <p>・ほとんどの業種で人手不足が続いている状況に変わりはない。また、一部の製造業や小売業では事業縮小の動きもみられている。</p> <p>・人手不足の業種でも業績を伸ばしている企業はある。しかし、小規模建設業者や介護事業者からは、工期の長い仕事が取れない、収益が上がらないなどといった経営に対する不安の声を聞いている。そのため、今はまだどちらともいえない状況が続くとみている。</p> <p>・求人の状態はここ数か月と変わりなくやや微増のまま安定している。また、現在のところ企業の大型の創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報もない。求人の好調感はあるものの、近い将来の求人の動向としては大きな変化はみられず、内容としても正社員に比べ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はない。</p>

	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が続くとみている。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・有給休暇の増加による原価高と関連会社との併合による経費の増加という状況は、今後もマイナス要因として2～3か月は続くとみている。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・オリンピック景気など、強まる東京集中のあおりを受けて被災地が疲弊し始めている。東京に向けた、人、もの、金という流れがこれ以上加速すると、復興への前向き感がなくなり、消費マインドにも影響が出てくる。
悪くなる	-	-