

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	住関連専門店（経営者）	・今までの営業で受注したものに關しては、12月までに生産を行い3月までに納品をすることになっている。そのため、3月までの売上は確保できている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・求人も多く労働人口の増加を見込んでいる。また、春先に向けて人もかなり動くともており、売上に期待をしている。ただし、同業他社とのパッシングがかなりあり、激しいダンピングも見込まれることから、激戦になることは必至である。
	やや良くなる	住宅販売会社（経営者）	・日用品製造工場の輸出好調に伴って定期借家契約の大型不動産が動いており、工場物件を受注する見込みである。
		商店街（代表者）	・いよいよ本格的な厳しい冬が到来する。防寒衣料の需要増加、また、好天時には来客数も増加して飲食店などにもぎわうため、これからの寒さに大変期待をしている。
		商店街（代表者）	・新年度は当県で冬、夏、秋の国体が開催される。1月下旬には冬季国体が開幕するため、選手団、観光客来訪によるにぎわいを期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・12月のプレミアム付商品券の駆け込み需要と比べれば、新年の初売り以降はあまり芳しくないかもしれないが、何とかこの調子でいくとみている。
		百貨店（営業担当）	・クリアランスセールは前年の冬から好調に推移しており、今年の冬も傾向は変わらないとみている。長く不振であった婦人服の回復次第ではあるが、今月後半の流れからみると少しずつ回復の傾向にある。また、地下鉄新路線の開通により街全体が活性化されれば、来客数も増えて景気にプラスの効果があると見込んでいる。
		百貨店（経営者）	・地下鉄の開業に伴い来客数の増加を見込んでいる。増加するアイテムは限定的であるが、特にデイリーニーズ商品の販売量は増加するとみている。また、アクセスが良くなることで、初売りやセールの来客数が増えることにも期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・地下鉄の新路線開通により人の動きが活発化している。また、冬のボーナス支給後は、客単価の回復もみられている。
		コンビニ（エリア担当）	・春先になれば、外的環境を含めて来客数の前年比は好転する見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加傾向にあることから、今後の景気も良くなるかとみている。ただし、来客数は微増であり天候要因による変動の可能性もあることから、やや良くなる程度ではないか。
		コンビニ（店長）	・競合店の影響があるものの、冬が終われば来客数も戻ってくる。また、除雪費や光熱費の負担も軽減するため、経費面においても経営が多少は楽になる。さらに、今年は暖冬のため、例年に比べて早い春が売上に良い影響を与えるのではないかと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・多少の春物の注文を見込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	・天候要因が改善すれば客も戻ってくると見込んでいる。特に1月以降は春から新生活を迎える人や就職活動をする人が出てくる時期であり、今年の動向からも春物の動きはやや早くなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・3月が年間最大の需要期であり、1月の初売りから状況が上向くと期待している。
		乗用車販売店（店長）	・新型車投入と繁忙期が重なるため、例年以上の来客数を見込んでいる。また、時節柄来客数の増加が販売量の増加に直結するため、期待をしている。
		乗用車販売店（店長）	・3月の決算に向けて客の動きが多くなるため、年明けの1月から少しずつ景気は良くなっていくとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・暖冬の影響で冬物購入の時期が遅れているため、今後も購入需要が続く可能性がある。また、プレミアム付商品券の使用期間が1月いっぱいであることから、利用が増えて売上増加につながると見込んでいる。
		高級レストラン（支配人）	・スポーツ関係のイベントやインバウンドなど、上向きとなる要因があり期待できる状況である。また、予約なども良い状況で推移している。
		旅行代理店（従業員）	・海外情勢不安を受けて、一時的に旅行を手控えている様子が見え始めるものの、2～3か月先の先行受注はやや持ち直してきている。
		観光名所（職員）	・ここ数か月は単価の上昇が続いており、加えて、フリー客の来客数も増加している。この状態が続けば、先行きの景気は改善されてやや良くなっていくとみている。

	遊園地（経営者）	・地下鉄の効果は春以降であるとみており、イベントなどの活用次第で一定の効果が期待できる。
変わらない	商店街（代表者）	・初売り商戦に向けて、各店工夫を施した福袋などを予定している。しかし、好天の予想であり来客数は期待できるかもしれないが、年末の状況から考えると全体的な売上増加には至らないのではないかと危惧している。
	商店街（代表者）	・状況が変化するような要素が少ない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・12月と比べて1月は全体の売上は落ちるものの、例年売上は確保できているため、来年も同様に推移するとみている。また、プレミアム付商品券が1月31日まで使えるので、まだ残っている客が使用することも期待している。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当面は政策の方向性に変更はなく、また、エネルギー価格も安値で安定している。そのため、月単位での業績にぶれはあるだろうが、すう勢として大きな変化はないとみている。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・景気に大きな変化はないとみている。しかし、災害復興により確実に持ち家が多くなっており、必要となる品物も増えている。利幅の少ない二次製品より、仕立てを重視して前向きに商売をしていきたい。
	百貨店（売場主任）	・暖冬の影響によりブーツ、手袋、マフラーなどの防寒商品の売行きが悪く、在庫を抱えたままクリアランスセールを迎えなくてはならない。例年以上の割引率で初売りをスタートするため、瞬間的な売上は期待できるが、冬物処分が長引くことも見込まれており、客の購買意欲がプラスに働くような要因が見当たらない。
	百貨店（総務担当）	・客の消費行動や景況感は決して悪くなく、この状態は継続するとみている。ただし、お金を使うときには使うが、使わないときは使わないという傾向もずっと継続している。そのため、今月のようなオケーションや、正月、バレンタイン、3月の新入学前、新生活のシーズンには客の消費は上向くとみているが、その分、普通の月は消費を抑えるといった、めりはりのある消費が今後も続くとみている。
	百貨店（営業担当）	・個人所得は増える見込みがないままである。消費税率10%への引上げに向けて、生活への影響度合いが不透明なこともあり、この先の消費拡大は見込めないのではないかと。
	百貨店（買付担当）	・消費税率10%への引上げを控えて、生活防衛意識が更に加速するとみている。
	百貨店（売場担当）	・暖冬の影響で冬物が苦戦しているが、ここ最近では、高額商材の売行き不振や、新規客が増加しないなどの、根本的な伸び悩みが要因となっている。さらに、この業界は景気や天気に左右されやすいため、この冬の商戦はまだまだ苦戦を強いられるとみている。
	百貨店（経営者）	・暖冬で冬物衣料品の動きが悪い。消費税率10%への引上げが決まっていることもあり、中間所得層の生活防衛意識がまだまだ強い。高額商材の動きは底堅いものもみられるが、全体としては変わらない。
	百貨店（経営者）	・消費税増税後、必要なものだけを購入するという客の動向は一貫している。また、地方においては所得水準が改善する動きも鈍く、現状の客の動向が変化する兆しが見受けられない。
	スーパー（経営者）	・ボーナスは多く出ているはずだが、堅実な買物行動に変化がみられない。
	スーパー（経営者）	・暖冬で冬季の燃料費が抑えられており、消費直結の子育て支援なども決まって消費にやや期待感がある。しかし、当面の消費環境は変わらないとみている。
	スーパー（店長）	・来客数は微増しているものの、1品単価、客単価が全く伸びず売上が伴っていない。年末年始はこのような状況が続くとみている。
スーパー（店長）	・商圏内の競合店の状況に変化はなく、景気回復の要因も見当たらないため、現状のままで推移するとみている。	
スーパー（店長）	・消費税率10%への引上げが控えており、景気低迷はしばらく続くとみている。	
スーパー（総務担当）	・ガソリン価格、灯油価格の下落により、可処分所得は若干増加せとなっている。しかし、暖冬により鍋物材料など冬物商材の販売量が伸び悩んでいる。	
スーパー（営業担当）	・石油価格の下落が続いており、本格的な冬を迎える当地方においては、光熱費の削減分が他の消費に回ることを期待している。しかし、暖冬傾向が続くと冬物商材全般の消費が鈍くなるため、景気は変わらないのではないかと。	

スーパー（営業担当）	・地方都市では冬のボーナス支給額にも大きな変化はなく、景気が良くなる材料が見当たらない。また、慢性的な人手不足から最低賃金が上がる傾向にあり、今後収益を圧迫するのではないかとみている。
コンビニ（エリア担当）	・当市の人口が減っていることなど、我々を取り巻く環境は良くならない。当社の数字は改善できるが、市場全体の勢いは下降傾向のままではないだろうか。
コンビニ（エリア担当）	・基本的な物販が横ばいのため、大きな景気の変化はないとみている。
コンビニ（店長）	・原油価格やガソリン価格が下落傾向にあり、先行きをはっきりと悪くなるということはない。しかし、当店においては単価の落ち込みはしばらく続くとみている。来客数が微増傾向にあるので、いかにして客単価を上げていくかは消費者のマインドにかかっているが、しばらくは現在の傾向が続くのではないかと。
コンビニ（店長）	・必要最小限の購買傾向が続いており、季節的にも大きな変化が発生するような要因は見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・地方創生の具体的な政策がみえないため、景気回復にどのような影響があるのかわからず、先行きは不透明である。
衣料品専門店（店長）	・暖冬対策として、ある程度気候に左右されにくい小物やボトムなどのアイテムを強化しているが、やはり冬らしい気候が続かないと冬物商戦は厳しい状態となる。反面、春物の立ち上がりは早くなるのが期待されるが、予想は難しく、現在の状況が大きく変わるとは考えにくい。
衣料品専門店（総務担当）	・この一年間は状況に変化がなく、今後も変わらないとみている。
家電量販店（店長）	・来客数が年々減少傾向にある。
家電量販店（店長）	・ここ数か月、来客数の前年比に変化がないため、今後も同様の動きとなるのではないかと。
家電量販店（従業員）	・来客数が少ない状況が続いており、今後も変わらないとみている。
乗用車販売店（経営者）	・新型イベントもなく、今以上に好転するとは考えにくい。また、前年は軽自動車税増税前の駆け込み需要があったため、3月いっぱいまで軽自動車の販売量の増加は見込めないだろう。
乗用車販売店（経営者）	・車両の販売量は好調であるが、継続的なものであるとは考えにくい。
乗用車販売店（従業員）	・新型車が投入される予定もなく、今後も現在と変わらない販売量で推移していくのではないかと。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、新規客の来客数が非常に少ない。1月になれば初売りがあるが、来客数が急に増えるということはない。
住関連専門店（経営者）	・何かもう一つ当店の売上に貢献するような商品がないと、コンスタントな売上が維持できず、景気の上昇にはつながらない。このままでは現状維持が精一杯である。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖冬がこのまま続けば、良くも悪くもなく横ばい状態が続くと見込んでいる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・商品単価が高止まりするなか、消費を控える動きが強まるとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格が高騰する様子もなく、大きな寒波が来ない限りは、販売量の減少と、価格の下落により収益が減少する状況が続くとみている。
高級レストラン（支配人）	・1～2か月先の予約の動きは、前年に比べて非常に弱い状況である。ただし、11～12月をみていると3日前から当日予約が増えていることもあり、どちらともいえない。
一般レストラン（経営者）	・特に変化する要因は見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・予約状況から判断しても、現在と似たような厳しい状況が続くのではないかと。よほどの良いことでもない限り、なかなかレストランまでに足を運ぶようなことにならないとみている。
一般レストラン（経営者）	・この先は歓送迎会や入学の時期になることから、余程のことがない限り飲食店において客の動きが悪くなることはない。
観光型旅館（経営者）	・消費税率10%への引上げ、マイナンバーなど不安要素は多いが、安定した明るい要素はなく、現状と変わらないまま推移するとみている。
都市型ホテル（経営者）	・雪国において暖冬は人の活動範囲を広げるため、期待が持てる部分もある。ただし、極端に景気が上向きになるとは考えにくい。

都市型ホテル（スタッフ）	・日本に來ているインバウンドの観光客が、当地域の雪まつりにどれだけ來てくれるかで勝負が分かれる。これが良ければプラスに転じるとみている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会関連の売上は前年を上回るとみているが、復興関連宿泊客の減少が響き、宿泊は落ち込むとみている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・数か月にわたっていた落ち込みが、下げ止まったところで安定している。ただし、この状態から上向きとなる気配は、予約状況及び周辺の同業種からは見受けられない。しかし、悪い方向に向かう気配もないため、しばらくは安定したまま推移するとみている。	
旅行代理店（経営者）	・海外旅行は、販売額が大きいだけに需要がいつ戻ってくるのかが判断材料になるが、今は先行きが見えない状況である。北海道新幹線の開業が起爆剤となり市場が活性化することを期待している。	
タクシー運転手	・タクシー業界は不景気になると運転手が増加する傾向にあるが、現在は人手不足であり、人が入ってこない状況である。同業者からも悪い話を聞くことはなく、皆成績を伸ばしている。このような状況は今後も続くのではないが。	
通信会社（営業担当）	・アベノミクスに対して期待ができない。	
通信会社（営業担当）	・景気が特段に上向きような材料に乏しい。	
通信会社（営業担当）	・3月に放送サービスにおいて、ビッグコンテンツの提供を開始するので、新規加入者数の上乗せが期待できる。このため、現状に近い契約数を見込んでいる。	
テーマパーク（職員）	・来客数はほぼ予定どおりの動きである。しかし、購入数や購入単価が大きく上向きような傾向はない。	
遊園地（経営者）	・ガソリン、灯油価格が安くなってはいるが、購入単価は依然として横ばい、もしくは低下している。また、人手不足による人件費高騰も懸念している。	
競艇場（職員）	・新規客を獲得しない限り、売上が今以上に良くなるとは考えにくい。そのため、現状維持が続くとみている。	
美容室（経営者）	・大企業は別として、中小企業の収入はさほど変わっていない。また、今までの客単価、来客数などの動向をみても、変動が少ない月が続いているため、今後も同様にこの状況がしばらく続くとみている。	
美容室（経営者）	・繁忙期、閑散期の差が大きく、まだまだ景気が回復しているとはいえない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・政府発表のデータはともかく、食品などの値上げにより、消費者の財布は振れないといった消費意欲の減退傾向に変化はない。また、収入についても、政府統計のとおりが増えてきているような気配はない。
	スーパー（経営者）	・物価高が更に進むとみている。
	コンビニ（経営者）	・買上点数は前年を上回っており、3か月前と比較してもプラスとなっているが、客単価は減少している。年末商戦も今一つであり、客の反応が鈍く来客数の減少に歯止めがかけられていない。今後は大きな商戦もないため、このような状況のまま続くのではないかとみている。
	コンビニ（経営者）	・12月に至っても売上が良くない状況であるので、2～3か月後は更に悪くなるのではないかとみている。
	コンビニ（経営者）	・最低賃金の上昇により、ますます経営が苦しくなる。
	衣料品専門店（経営者）	・防寒衣料の処分が例年よりも多いため、粗利の低下が確実にになっている。春物仕入れにも悪い影響がでそうである。
	衣料品専門店（経営者）	・景気の回復が見込めるような要因が見当たらない。年金生活者も手取りが減っており、余裕がなく洋服まで手が回らないと話している。
	衣料品専門店（店長）	・ボーナスの支給で必要な物を購入し始めているが、景気の不安定が続く限りは買い控えが続くとみている。
	家電量販店（店長）	・一時的にあった復興需要や、景気の浮揚感が薄れてきており、先行きに対する不透明感、不安感が、少しずつ客に広まっている。購買意欲を喚起するような新商品もないため、景気はやや悪くなるとみている。
	乗用車販売店（経営者）	・中国の景気低迷の影響により、景気はやや悪くなるのではないかとみている。
	住関連専門店（経営者）	・景気が良くなる要因が見当たらない。これ以上は悪くならないだろうが、良くもならないのではないかとみている。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今年の天候は非常に極端な動きをすることから、今から覚悟をしている。このまま暖冬が続いた場合、地元経済にも悪影響がでるとみている。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の下落に伴う販売価格の低下で売上が減少している。また、暖冬の影響による需要減少も重なり、厳しい状況が続くとみている。

	高級レストラン（経営者）	・大企業を中心に、給料、ボーナスは上がっているようであるが、地方経済はがたがたであり、そのような恩恵に与っている人は非常に少ない。また、企業も民間も財布のひもは固く、消費もあまり上向いてはいないため、景気は良い方向には進まないとみている。	
	一般レストラン（経営者）	・毎年1月は12月と比べるとかなり落ち込む時期であり、さらに、新年会の数も年々減少している。	
	スナック（経営者）	・最近は新年会を行う企業が少ないようであり、年明けからはまたいつもの暇な日常に戻るのではないかとみている。3月の歓送迎会シーズンまで何とかしのげるように努力したい。	
	観光型ホテル（経営者）	・新年会や送別会の減少傾向が年々顕著になってきており、先々の予約状況は前年よりやや少ない。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・団体客のリピーターが確実に減少している。また、新規客は、予約をネットなどいろいろな方法により行うことから、来客数の動向が把握しづらくなっている。そのため、予約の先取りが今まで以上に厳しくなっている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・法人などの団体客の来月以降の宴会予約件数は、前年同時期と比べて減少気味である。	
	旅行代理店（店長）	・先行受注状況が好転するような要因が見当たらない。	
	タクシー運転手	・毎年の動きであるが、正月を過ぎて一時的に乗車率が低下するとみている。	
	通信会社（営業担当）	・大手メーカーに対する不信や、大幅なリストラなど、家電業界は大きな試練を迎えている。また、消費者や企業の設備投資もなく、建設資材の高騰などもあり、ますます景気は悪くなるとみている。	
	通信会社（営業担当）	・取引先からは値下げ要望ばかりであり、安くなければ売れない状況である。	
	観光名所（職員）	・今後は大きなイベントもなく、春になるまでは来客数の増加は期待できない。	
	美容室（経営者）	・毎年年始は来客数が一層減少する傾向にある。しばらくの間は来客数が増えることを期待できない。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・今後は、消費税率10%への引上げの話題とともに消費が鈍っていくとみている。春先からの景気浮揚策を期待している。	
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・悪化した今月の実績から回復するには、相当の時間がかかる見通しである。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・今の政府のやり方では消費が落ち込んでいくことは明白である。東北においては特にそれがひどくなるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・12月が特別な月であるので、3か月後の売上は比較にならないが、暖冬の影響でリップクリームやハンドクリームがほとんど売れない状況を見ると、普通よりも悪くなるのではないかとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・暖冬の影響で除雪車の出勤率が低下することにより、収入の減少が見込まれる。また、建築関係者は屋根の雪下ろし及び排雪で冬季の事業経営をしている所があるので、今後も厳しい状況が続くとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・今後も気温が高い状況が続く予報であり、冬物商戦はかなり厳しくなる。
		観光型旅館（スタッフ）	・冬季はオフ期である。近辺にスキー場はなく雪の恩恵も受けないため、他の季節と比べて来客数は激減する。
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）	・暖冬の影響で、春先の作付けが前倒し気味となり、順調に進むとみている。
		食料品製造業（経営者）	・駅ビルのオープン、新幹線の函館開通、サミットなどのイベントにより、今後は他県からの来訪者が期待できる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・ふじりんごの農協出荷分について精算書はまだ届いていないが、天候に恵まれて品質も良かったので販売単価は例年並みで推移していると、農協職員から聞いている。
		食料品製造業（経営者）	・ここ数か月の動きはなかなか厳しく、景気回復の兆しが見当たらない。
		食料品製造業（総務担当）	・実質の雇用者所得は持ち直しを見せているようだが、個人消費においては足踏みがみられている。先行きにおいては、雇用、所得環境が改善して景気が持ち直すには、もう少し先になるとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・冬季に入り需要減少が見込まれており、当面は需要と供給のバランスが良くなることを期待できない。
	土石製品製造販売（従業員）	・積雪の時期となり、雪の状況で工事の見通しが読めなくなる。そのため、今後は道路補修工事などが主になるとみている。	

	建設業（経営者）	・受注量に変化はなく、3月ごろまでは現状のまま推移するとみている。	
	建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込み通りであるため、年度内は現状のままで推移するとみている。	
	輸送業（経営者）	・軽油価格が現状のままで推移していけば、そこまで悪い環境にはならないとみている。	
	通信業（営業担当）	・予断を許さない状況であり、今後も継続して顧客に対するきめ細やかな働きかけを行っていく必要がある。	
	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）	・年度末の忙しさはあるだろうが、受注価格的には厳しい状況が続くとみている。	
	経営コンサルタント	・暖冬で雪が降らない状況が続くと、スキー場を始めとした冬型ビジネスへの打撃が大きくなるとみている。	
	公認会計士	・建設業は当分好調が続くとみている。しかし、小売業などについては、消費が改善しない限りは現状維持にとどまる気配である。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・先行きの不透明感、消費税率10%への引上げの不安感から節約志向は継続し、外食への支出の総額は控え目のまま低調に推移するものとみている。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・現時点での動きから、得意先における年度内需要はごくわずかとみている。	
	金属工業協同組合（職員）	・見積案件などは多少の増加がみられるが、超短納期、低単価などの要望が強く、成立までには至らないケースが多々ある。従業員への賃金アップ対応も厳しく、また、冬季ボーナス支給額も増加していない。	
やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・販売量増加に結びつく要因が見当たらないため、厳しい状況は続くとみている。さらに、原材料費などのコストが増加すれば、厳しさは一気に増していく。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・暖冬の影響で、冬物衣料などの売上が伸びていないことや、企業に対する原発賠償が続々打ち切りとなっていることなどから、先行きはやや悪くなるとみている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品価格の下落傾向は、半導体市場のワールドワイド上での大きな流れであり、数か月で急激に状況が改善することはない。	
	建設業（従業員）	・現時点で今年度の大型公共工事の発注はほぼ完了しており、年度内の景気上昇は考えにくい。	
	司法書士	・比較的若年層の住宅取得が減少している印象を受けている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・販売エリアの基幹産業は7割程度が水産業である。地場の企業も中小企業や零細企業がほとんどであり、大手のような景気の良い影響はほとんど得られない状況である。また、賞与や昇給が期待できず町全体が少子高齢化の波に飲まれていくように見受けられ、将来が非常に危ぶまれている状況である。	
悪くなる	通信業（営業担当）	・世界的なテロ行為により、外国人観光客が減少するとみている。	
	広告業協会（役員）	・前年と比較して正月広告の出稿が減少している。また、初売り広告は金額的に前年を下回っている。さらに、1月以降の広告引き合いが極端に少なくなっていることが懸念材料である。今後は一般企業からの出稿は期待できないため、自治体、行政の広報活動に期待するしかない。	
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・現在の仕事量のまま推移すれば、景気はやや良くなるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地域では初売りの動向がその年の景気を占う指標となる。また、2～3か月先には北海道新幹線開業などの大型のイベントが続くため、プラスに動くことを期待している。
		職業安定所（職員）	・11月の新規求人倍率は2.46倍と今年度最高の数値となっている。また、有効求人倍率は1.53倍とこちらも今年度最高の数値となり、好調さが続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	・新年度の生産量増加に向けて製造業が求人を増やしている。ただし、求職者がなかなか集まらない状況にある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・慢性的な新規登録者の人手不足がある。また、一つの案件に対する競合社の数が増えている。このような状況が増加傾向にあるため業績が伸びにくく、先行きもあまり変わらないとみている。	
	人材派遣会社（社員）	・大学新卒の採用に力を入れている企業が相変わらず多い。大手企業は1～2月にインターンシップを企画しており、中堅中小企業は大学4年生向けの採用活動を継続している。	
	人材派遣会社（社員）	・求職者の伸び悩みは今後も継続するとみている。	

人材派遣会社（社員）	・年度末の人員入替いで一時的に活性化はするが、中期的視点においては採用ミスマッチが阻害要因となり、停滞が見込まれる。
新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・本県は相変わらず人口減少が進行しており、県経済は停滞している。このことから、個々の企業の正規雇用がなかなか進まない状況にある。
新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・周辺企業に大きな動きはなく、景気が良くなる要因が見当たらない。
職業安定所（職員）	・特に好転につながるような要因もないため、景気は変わらないとみている。
職業安定所（職員）	・現時点では、製造業の需要が回復する見込みはない。
職業安定所（職員）	・非正規求人の割合が高いことと、業種のなかで人手不足と人手が余っている業種が混在しており、今後も同様な状況が続くとみている。
職業安定所（職員）	・人手不足は継続しているものの、景気の変動にかかわるような目立った情報はなく、求人数、求職者数共に横ばいの状況が続くとみている。
職業安定所（職員）	・地域の雇用情勢をみても大きな動きはなく、今の状況がしばらく続くとみている。
職業安定所（職員）	・求人の状況はここ数か月変わりなく増加傾向にある。また、現在のところ企業の大規模な創業及び大規模な人員整理はない。求人の好調感はあるものの、内容として、正社員求人よりパートなど非正規求人の割合が多いため応募者の反応は鈍く、景気が大きく改善するというほどの印象はない。
職業安定所（職員）	・有効求人倍率は上昇しているものの、新規求人数の前年比は増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きが続くとみている。
やや悪くなる	-
悪くなる	-