

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	百貨店（売場主任）	・消費増税直前の動きに期待している。
		百貨店（買付担当）	・3月までは消費増税前の駆け込み需要が期待できる。
		百貨店（経営者）	・消費増税が近くなり、駆け込みによる食料品や生活消耗品、オールシーズン品の需要に期待感がある。
		高級レストラン（支配人）	・年度変更が落ち着くと人や金の動きが活発になる。スポーツのシーズンも開幕し、明るいニュースなどで活気が戻ることを期待している。
		タクシー運転手	・4月からの消費増税の影響は心配であるが、引き続き良くなっていくのではないかとみている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・当商店街では、2～3月にかけて新入学、就職者への制服、教科書類、文房具の取扱が大きく増加するので、消費税率引上げ前までは期待できる。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・給料日以降は持ち直しているようであり、消費の低迷からは抜け出しつつあるようである。消費増税前の駆け込み需要による景気がどの程度あるかに期待したい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在、医薬品、化粧品、雑貨、食品のいずれの分野も好調に推移している。2、3か月先も良い傾向が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費増税直前の3月までは、駆け込み需要により順調に推移するものと予想している。なお、当店の客層は年金生活者が多いが、今後も灯油など固定費の上昇による家計の圧迫が予想される。増税後の4月以降については、厳しくなるとは予想するものの、どの程度になるのかは計りかねている。
		百貨店（総務担当）	・今月に入り、ブライダル関連やラグジュアリー関連、オケージョンという部分で消費増税前の購買動向が見られるようになってきている。3月までは、新生活に関するオケージョンや、もっと身近な身の回り品で駆け込み需要が見込めるのは明らかである。ただ、一転、4月に入ってから反動は否めない。3月までは上向きで、4～6月くらいまでは反動でマイナスになっていく。
		百貨店（企画担当）	・消費増税前の駆け込み需要が更に拡大する。ただし、4月以降の減少も大きいと予測している。しかしながら、前回の増税時の増減幅よりは縮小するとみている。各店舗の営業施策により変動していくと読んでいる。
		百貨店（営業担当）	・消費増税前の3月までは、高額商品又は身の回り品のまとめ買い、前倒しの買上に期待ができる。
		百貨店（経営者）	・4月の消費増税前までは、前年を上回る売上が期待できる。ただし、4月以降については大幅な減速が懸念される。
		スーパー（経営者）	・3月までは消費増税に向かって駆け込み需要が見込める。4月以降については反動による価格競争激化が懸念されるのでマイナス予測をしている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費増税前の駆け込みに期待したい。
		コンビニ（店長）	・雪も融け、除雪代の支出もなくなり、来客数も少しずつ増えてくる。複数店舗を運営しているが年末開いた新店も売上が伸びてくるかと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・今のところ消費増税前の駆け込みはみられないが、増税直前の2、3月になれば、駆け込み需要が増えるのではないかと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・4月になれば気候も安定し客足も伸びるので、今よりは期待できそうだが、消費税率が上がることを考えると不安もある。
		衣料品専門店（店長）	・消費増税でどのような心理状態になってくるかが一番気に掛かるころではあるが、2、3月というのは新生活を始めたり、新入学の方々が非常に増えるので、元より非常にたくさんの客が来店する時期である。それに早買いの客が乗っかってくるとしたら、相当忙しくなることが予測される。
	衣料品専門店（店長）	・春物商材は動きが良くなりそうな様子が見える。また、消費増税前の駆け込み需要が見込める。	
	衣料品専門店（店長）	・消費増税による駆け込み需要が増える。さらに、2、3月は入学、入社によるスーツ需要が増える。	
	家電量販店（店長）	・消費増税前の駆け込み需要が予測される。	

家電量販店（店長）	・3月までの消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、4月はいったん落ち込む。しかし、当県の場合は引き続き復興需要がある。新築をする客や引越しに伴い家電の買換えをする客の見積依頼が多く発生しているなど、復興需要がみられるので、いったん下がった後は持ち直して、また上昇に転じるのではないかとみている。特に単価の高い商品、良いものが出てきているという傾向は、客のマインドが良くなってきているということではないか。
乗用車販売店（従業員）	・消費税が5%のうちにと駆け込み客が増える。実際に現在も増えているし、これからも3月までは増えると思われる。
乗用車販売店（店長）	・話題のビッグコンテンツの登場で、しばらくの間は例年以上の来客が見込める。それに伴って受注の底上げが期待できる。
住関連専門店（経営者）	・4月からの消費税増税を前に耐久消費財、高額商品は少しずつ動き始めているので、3月まではある程度の駆け込み需要が望める。しかし、4月以降にその反動がどうなるかは分からない。
住関連専門店（経営者）	・被災者の方の新築がやっといくらか進んでいるので、その方面への販売が出てくるのが予想される。しかし、大手の同業者も力を注いでいるので、当店のような小規模な店にどの程度回ってくるかは不明である。だが、期待も込めて売上は伸びるとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待するが、購買を控える動きがつかえる。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度に向けては忙しくなるが、消費税増税の影響がどれほどなのか予想がつかない。
スナック（経営者）	・2月末ごろからそろそろ歓送迎会が始まるので、送別会などで団体の予約数が増えてくる。この1月は数字が予想以上に伸び悩んでおりかなり厳しいが、2月後半、3月くらいから良くなると考えている。
通信会社（営業担当）	・4月までの2か月間は消費税増税前で景気が上向くとみている。ただし、4月以降はその反動が出てくるのが考えられる。
通信会社（営業担当）	・3～4月にかけては、大がかりな加入促進イベントの開催も決定しており、多くの新規加入も見込めるため、加入者増加に伴う売上増加も見込める。
美容室（経営者）	・当店でも消費税増税前にと高額な美容液を購入した客が何人かいる。こういった人が色々なところで多数出てくるのではないか。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税の影響は懸念されるが、期待感もこめてこのまま回復傾向が続いてほしい。
設計事務所（経営者）	・今月になりいろいろな所から建築の計画の話が出てきている。それが決まってくれば上向きといえるような状況になるのだが、資材価格の高騰や人手不足により計画だけで終わるものもあるため、少し様子を見ないと判断できない。
変わらない	<p>商店街（代表者）</p> <p>一般小売店〔寝具〕（経営者）</p> <p>スーパー（経営者）</p> <p>スーパー（店長）</p> <p>スーパー（店長）</p> <p>スーパー（物流担当）</p> <p>コンビニ（経営者）</p> <p>コンビニ（経営者）</p> <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>コンビニ（店長）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p>
	<p>・景気回復の実感がなく、消費意欲が減退している。</p> <p>・販売量の落ち込みはもう少し続く。消費税増税前の駆け込み需要は期待できない。</p> <p>・消費税増税前の駆け込み消費に期待したいが、先食いの感が強く、限定的とみられる。実感できる景気回復を望む。</p> <p>・競合店の状況が変わらないので、現状と変わらない。</p> <p>・ここ2、3か月、変化があまりみられない。</p> <p>・消費税増税前で耐久消費財等の需要は一時的に増えると思われるが、あくまでも一時的なものであり、増税後の景気の先行きは不透明である。</p> <p>・個々の給料が上がっていないが、4月からは消費税率が上がる。そういったこともあり、現在の底の状態が続くとみられる。上向きになる可能性はほとんどないのではないか。</p> <p>・売上は相変わらず前年割れが続いている。プラス要因がない。</p> <p>・今後も特に客数増の見込みはない。</p> <p>・消費税増税前の駆け込み需要はたばこ以外は多くは見込めない。増税後は反動があることを予測している。中期的には変化は少ないとみている。</p> <p>・消費税増税にそのまま突入し、景気は更に悪化するのではないか。</p> <p>・消費税増税に対する意識がより一層高まり、食品や日用品等への出費抑制が懸念される。</p> <p>・地方ではいまだアベノミクスの恩恵は見えず、給与にも反映されていない。消費拡大には時間が掛かる。</p>

衣料品専門店（総務担当）	・取扱商品から見ると、消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。
家電量販店（店長）	・来客数の増加は消費税増税前のにわかなものと受け止めた場合、消費税増税後の反動がある。
乗用車販売店（経営者）	・3月の年度末までは駆け込み登録の好調さが維持されるが、4月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動減が大いに予想されている。したがって、状況とすれば上下運動を繰り返すのではないかとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・回復傾向にあるかもしれないが、消費税増税がどう影響するか見えない。また、来月初旬に売場で清酒の値上げがあるとみられる。消費者の所得が増えているわけではないので、大きい売上の増減はないと予想している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・積雪状況や天候に人の動きが大きく左右されるので不透明ではあるが、年度替えの時期でも動くことが予想され、これ以上良くはならずとも、横ばいの状態はキープできると考えている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費税増税前ではあるが、石油関連の買いだめ等は困難なため、消費者の動向から我々が受ける影響は少ない。生活必需品を取り扱ってはいるが、一般的な景気の影響を受け、しばらくは状況が厳しくなると予測している。良くて現状維持である。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要はレストランにはあまり関係がなく見込めない。今年は雪が少なく良い方向を向いているので、少しでも上向きになることを願っているが、今と同じくらいの状況が維持できればよい。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税となるが、入学シーズンや新年度の始まりになることから考えると、お祝いや歓送迎会は省くことができないと予想している。実際には景気が下向いてきても、その時期だけはプラスになるので、プラスマイナスゼロになる。
観光型ホテル（経営者）	・この先の入込は、その月にもよるが前年並みである。なお、週末は良いが平日は悪いというその波が大きい。歓送迎会などの関係か、公務員的な利用者が大半である。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況、特に2、3月は例年と比較しても非常に低調に推移しており心配される。飲食業界は他の業界とは違い、3月の駆け込み需要的なものは見込めないの、いかにして地道に消費者が求める商品を提供していくかになる。
旅行代理店（店長）	・消費税増税等の効果と、現在の景況感や賃金の上昇傾向から、現状維持とみている。
通信会社（営業担当）	・消費税増税前後につき、右往左往するとみられるが、結果的には好況には至らない。
通信会社（営業担当）	・顧客訪問での様子からは、特に何もうかがえない。
住宅販売会社（経営者）	・当地域の公共事業及び大型民間物件工事が年度をまたいで多くあるため職人の手がない。受注予定はあるが、工期の確定が難しく契約ができない。自社物件は工期が半年以上遅延している。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・4月の消費税増税に加え、会社の決算期となる。国内の需要環境は軒並み悪化しているので、低迷が続く。
商店街（代表者）	・今回は以前の消費税増税時のような駆け込み需要はないのではないかと考えている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・日本酒は仕入価格が値上がりしている。それに加えて消費税率も上がるので、売上は落ちると予想される。
百貨店（営業担当）	・3月は直前の駆け込みが見込まれるが、4月以降、特に4月に関しては消費税増税の影響をまともに受けることが予想され、高額品は前年の半分程度の売上にとどまると予測している。一般商品も反動が見込まれ、影響は9月くらいまで続くともみている。
スーパー（店長）	・地域商圏人口の増加も見込めないなか、4月からの消費税増税前の備蓄やまとめ買い等、需要は若干高まるが、食料品に関しては儉約ムードに入り、景気に関してはやや悪くなる。
スーパー（店長）	・4月からの消費税増税の影響で、景気はこの先半年から1年は悪くなる方向で進むとみている。
コンビニ（経営者）	・これまで堅調に推移してきた客単価や買上点数がダウンしているために、プラス材料は見当たらず、不安が先行する。特にたばこのダウンが大きく、消費税増税ともなれば、より一層ダウンの可能性が大きいのではないかと不安である。
コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により、消費が冷え込む可能性がある。
コンビニ（店長）	・4月からの消費税増税に対して消費マインドが低下してくるのは間違いない。また、ここにきて電気料金が上がっており、当店でも10万円程度上がることになる。また、灯油も高いなど良い材料が何も見当たらない。

家電量販店（店長）	・消費税増税後の冷え込みが懸念される。
乗用車販売店（経営者）	・4月以降は消費税増税後の反動減が予想される。
乗用車販売店（経営者）	・車両等の高額商品の消費税率上昇後の落ち込みが予想される。
乗用車販売店（経営者）	・4月以降は消費税率上昇の影響をもろに受け、販売量は落ち込むことが予想される。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税が始まるので、3月の注文だと間に合わない。そのため、今後は落ち込んでいくのではないかと考えている。
乗用車販売店（店長）	・初売りと消費税増税前の駆け込み需要で、販売量の増加を見込んでいたが、新車の納期の問題などで予想を下回る結果となった。今後2、3か月先はクリーンエネルギー補助金の終了や消費税増税により、更に厳しくなると予想される。
自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は用品などではある程度考えられる。しかし、車検は時期が決まっているし、補修や板金修理も突発的なものなので、その点では考えにくい。当地域は今期降雪が少ないが、除雪に携わる業者にとっては死活問題である。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税後、落ち着くまでは必要最小限の売買になるとみられる。今後数か月は物もお金も動かず、売上は激減する。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料関連は価格が上がりすぎて、消費者の節約志向が定着し、販売量が減少している。4月以降は消費税増税でより一層減少するとみられる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・高単価商品の購入が伸張しており、消費税増税前の駆け込み需要がピークを迎えつつある。4月以降は売上が減少すると考えざるを得ない。
一般レストラン（経営者）	・4月には消費税率も上がるので、当然消費者は買い控え、わが社でいえば食べ控えをする。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税の問題と材料価格の値上がりがあり、3か月後はやや景気が悪くなるのではないかと。エビに限っていえば価格が約2～2.5倍になっている。
観光型ホテル（スタッフ）	・業績が良いとみられる会社の利用がある反面、いまだに復興から完全に復帰できず、利用のない顧客もみられる。このまま一進一退が続くとみられ、前年実績を上回ることにはかなり厳しいという状況である。
観光型旅館（経営者）	・高級で高額な宿が好調とは聞いているが、ミドルクラスの中小旅館を利用する地元の顧客層は宿泊旅行を控えているようである。ここにきてますます動きが鈍くなってきている。
都市型ホテル（スタッフ）	・中心市街地に建設した施設のテナントが撤退するという話がある。県や市といえども集客が難しい構造になってきている。秋までは大きなイベントがないので、それまでどのようにしてにぎわいを作っていくかというところである。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税に伴うパッケージ商品の見直し、また、会計システムの必要経費等、現状の売上実績では負の要素が多く不安材料が多い。
都市型ホテル（スタッフ）	・震災特需の影響による来客数の増加や、イベント増の影響は終了し、来客数、イベント数とも震災前の状況に戻っている。来月以降の予約状況も前年を下回り始めている。
都市型ホテル（スタッフ）	・悪くなる理由としてはやはり消費税増税に尽きる。また、結婚式を挙げる方々がますます減ってきている状況なので、予算修正もしなくてはならない。
旅行代理店（経営者）	・4月の消費税増税により、若干落ちてくることが予想される。
タクシー運転手	・乗客の話のなかに消費税の影響や消費税の負担の話が時々出てくる。その内容を聞くと、景気が近々良くなることは考えられない。
通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、3月前後は一時的に上向くが、4月以降は需要が冷え込み悪くなると予想している。
通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しく、やや悪くなる可能性が高い。
観光名所（職員）	・大きなイベントも無く、閑散期となる。
遊園地（経営者）	・消費税増税後の客の動きは予測がつかない。2段階増税ということもあり、今回は価格据置きを中心に検討している。
競艇場（職員）	・4月の消費税増税の影響で弊社のような娯楽産業の利用は減ることが予想される。
美容室（経営者）	・4月からの消費税増税に絡み、3月に集中するか、5、6月に先送りされるかという状況である。4月はもしかすると厳しい状況になるかもしれない。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税直後は、前年と比べて30～40%冷え込むと予想している。

	悪くなる	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・4月からの消費税増税についても、医薬品等では駆け込み需要は見込めない。私どもの分野においては景気は悪くなる と考える。
		百貨店(売場担当)	・確実に消費税増税は売上に影響してくる。今月、重衣料が好調なのがよい例である。アベノミクス効果などと言っているのは、一部の富裕層だけであり、いまだ経済状況は好転していない。4月以降は更に厳しい状況になることが予想される。
		スーパー(経営者)	・食品における駆け込み需要は非常に限定的だが、4月以降の消費税増税の反動減については大きいとみている。均すとマイナスに振れ悪くなる。
		スーパー(店長)	・現在は節約志向が高く、買い控え傾向である。3月は買い置きのための駆け込み需要があるとみているが、その後2か月くらいは消費がかなり冷え込むと予想している。
		スーパー(店長)	・食料品でも保存が可能な米、調味料、嗜好品、酒などは2月後半から3月は消費税増税前の駆け込み需要で売上は大きく伸長する。しかし、その反動で4～6月にかけては大きく落ち込むことが予想される。
		スーパー(総務担当)	・円安による公共料金の値上げとともに消費税増税による買い控えも起きる。その一方で、給料の増加は望めないため、景気は低迷する。
		衣料品専門店(経営者)	・消費税率の上昇によって、衣料品は真っ先に削られると予想している。
		住関連専門店(経営者)	・3月までは消費税増税前の駆け込みがあるとみていたが、今月の様子から希望が消えそうである。4月以降もどうなるか心配している。
		高級レストラン(経営者)	・消費税増税の反動があり、なかなか回復しないであろうが、夏くらいにはなんとかと考えている。
		高級レストラン(支配人)	・格差はもうとどまることがない。今年1年持つかどうかという厳しい状況である。
		一般レストラン(経営者)	・4月からの消費税増税で確実に冷え込む。
		観光型旅館(スタッフ)	・賃金上昇などの話も聞こえてはくるが、4月以降の予想の話である。消費税増税前の需要増加はあまり見込めず、増税後は反動で一時的とは予想しているが確実に悪くなる とみている。
		テーマパーク(職員)	・消費税増税の影響で、必要な物以外は買い控えに走る傾向にある。アベノミクス効果はうかがえるものの、給与のベースアップなどはこれからであり、景気が良くなるとは考えづらい。
企業 動向 関連  (東北)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業(総務担当)	・安価な消耗品でも消費税増税前の駆け込み需要が期待されるので、準備を怠らない。
		出版・印刷・同関連産業(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要がかなり出てくるとみられる。
		土石製品製造販売(従業員)	・積雪のある地域では、雪が融けてから道路補修工事が出てくるので、少し景気が上向くとみられる。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・例年、年末年始休暇による稼働日減の影響もあって大手企業の設備投資は縮小される傾向にあり、1月は必然的に売上が減少する。3月の大手各社決算時期や4月からの消費税増税を見据えると、今月より上昇すると見込んでいる。
		輸送業(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要に大いに期待している。それに伴って、輸送増にも期待している。
		輸送業(従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		金融業(営業担当)	・マインド面は改善してきている。
		広告業協会(役員)	・2、3月は季節要因により広告市場は好調であるが、今年は特に新聞、テレビ、折込、交通広告など幅広いメディアに打診がきている。消費税のこともあるが、とにかく嬉しい話題である。
		広告代理店(経営者)	・消費税率変更に伴う表記変更で、印刷物やホームページの修正の駆け込み的な発注があると予想される。
		広告代理店(経営者)	・受注量が増加している。
		経営コンサルタント 公認会計士	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化する。 ・建設関係の資材価格高騰、人手不足の解消が進めば、現在よりは業績の改善等が見込める。
		その他企業〔工場施設管理〕(従業員)	・現在は装置の移動等でコストが掛かっているようだが、それが一段落すれば更に物流が増えると予想される。
変わらない	食料品製造業(経営者)	・このまま変わらず、2、3か月先もやや良い状態で推移する と考えている。	
	食料品製造業(経営者)	・消費税増税の影響がどのようにでるかかわからない。	

	食料品製造業（営業担当）	・消費増税前の特需は期待できず、好転する要素もない。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・やはり消費税の問題があるので、駆け込みが若干見込めるかもしれないが、その後を考えるとむしろマイナスではないかと考えている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・4月以降の状況は分からないというところが多いが、あまり大きな変動はないと予想している。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯端末などの電子機器の生産見通しは横ばい傾向である。新興国等への新たな販路拡大の可能性も現状は低いいため、景気としては変化が無いとみられる。	
	建設業（経営者）	・消費増税前の受注があるので、3、4月は現在の景気は続く。	
	建設業（企画担当）	・消化能力が限界となっており、しばらくは現状維持が続くと予想される。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。	
	金融業（広報担当）	・コスト増の状況は変わらない。	
	司法書士	・中古不動産などは年度内の駆け込み需要が見込めるものの、新築住宅の需要については落ち着きを見せている。	
	コピーサービス業（経営者）	・土木建築関連は景気が上向いているようだが、今のところ我々の業種にその恩恵は全くない。この先も通常どおりの売上で推移していくのではないが。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・商品そのものの単価が全然上がらず、むしろ下がっていることが多い。そういった状況でも値上げは認めてもらえず、利益に全然結び付かない。この辺りの地域は中小企業が多く、給料などもなかなか上がっていないのが実情で、まだまだ時間が掛かる。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・消費増税を控え、若干の仮需要が見込まれるが、近年、在庫を多く持たない得意先小売店が多く、大きく出荷が延びることは見込めない。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先における来年度予算も厳しい状況が予想され、当方の見通しとして楽観視はできない状況である。	
	金属工業協同組合（職員）	・駆け込み受注の終了等により受注案件は期待できない。半導体関連や医療器関連等の引き合いは強いが、依然として単価及び納期は厳しく、その対応に苦慮している。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・農協の指導もあり、4月からの消費増税を前に生産資材の駆け込み需要が盛んになっている。	
	農林水産業（従業者）	・新年度からの消費増税により、農業資材や農機の支払金額が増える。	
	繊維工業（経営者）	・消費増税の影響で、店頭での売行きは大分悪くなることが予想される。	
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工の受注量が減ってきており、需給のバランスが悪くなると予想している。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、国内については消費税率引上げ後の消費の反動が出るかと予測している。輸出についても新興国経済に陰りが出ていることの影響を受けることになるとみている。	
	建設業（従業者）	・年度末を迎え、官公庁からの発注が一時的に減少することが予測される。	
	通信業（営業担当）	・顧客の業績不振などの理由による解約案件が予想されるため、対応策に追われている状況である。	
悪くなる	通信業（営業担当）	・消費増税の影響が出てくる。	
雇用関連 (東北)	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・製造業において求人数の増加傾向がみられる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・中途採用で採用しきれなかった塾、外食産業、住宅関連、小売業が、中途採用ではなく新卒採用、大卒採用に切替えて、積極的に説明会の開催や募集活動をしている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の増加は今後も見込まれるので、需給バランスは悪いものの、良化していくとみられる。
		アウトソーシング企業（社員）	・3月も既に予約が入っている。3月までは良いと予測している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費増税前の駆け込み需要もあり、3月ごろまでは高額商品を中心に消費が高まる。ただ、増税後の4月以降にどのくらいの落ちになるかが読めないところがあり、その先の不安感はあるが、現在の状態は引き続き続いていくと予想している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月の消費増税が心配だが、年度内の採用や設備投資を計画通り進めれば、4月以降も上向きで推移する。
		職業安定所（職員）	・製造業からの求人が伸びており、引き続きの伸びを期待したい。
		職業安定所（職員）	・消費増税前になり求人を含ん引していた建設業の伸びが鈍くなったが、製造業の求人、特に食品製造が大幅に増加している。しかし、季節的な求人が多く、やや良いを選んではいないがそこまではいえないかもしれない。

変わらない	職業安定所（職員）	・地域内の景況感が悪く、求人の増加等の見込みがない。
	職業安定所（職員）	・前年の求人が非常に多かったことから、新規求人数は前年割れの状態がこしばらく続いているが、引き続き高水準で推移するとみられる。しかし、消費税増税後の影響がどれくらいになるか、今後は注視していく必要がある。
	職業安定所（職員）	・求人数は前年比増加の傾向だが、非正規パートが多くを占める。原材料価格及び原油価格の高騰や消費税増税の影響なども注視していく必要がある。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は1年間ほぼ同数で推移している。新規求職者数は最近では久しぶりに2か月連続で前年比プラスとなり、懸念材料となっている。また、3月末で100名の製造会社の企業整備があり、年度末における注意が必要である。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けた繁忙需要に好材料が無い。また、一部の地域で製造業の合理化による派遣社員削減の可能性も発生している。
	人材派遣会社（社員）	・消費税増税など不安要素が多く、採用に慎重になっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在は消費税増税を前に消費が拡大しているが、4月以降は経済の縮小が容易に予想される。
	職業安定所（職員）	・消費税増税後の反動を懸念している企業が多い。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響で個人消費の落ち込みがあるのではないか。