

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	コンビニ（店長）	・雪国なので春になると人の動きが目に見えて良くなる。除雪等の経費がかからなくなり、ようやくきちんとした収入が取れるようになる。売上、来客数共に今月と比べると格段に上がる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・中心商店街の再開発等も若干遅れてはいるが順調に進んでいる。原材料価格の高騰、人材不足等もここにきて多少緩和している。また、経産省や国交省の補助金により、ますます中心市街地の頑張りが期待されることも含めて、今よりも良くなるととらえている。
		百貨店（営業担当）	・4月の消費税率引上げに伴い、実用品や買い置き品の消費動向に期待する。
		百貨店（経営者）	・過去1年程度は来客数が前年を下回っていたが、今年に入り来客数が前年を上回る日が増えている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の効果が若干とはいえあると予測している。
		家電量販店（店長）	・12月あたりから質の良い商品、単価の高い商品がよく売れており、今後もこの流れが継続していくとみている。
		高級レストラン（支配人）	・冬期間さまざまな自然災害に見舞われ、物価にも影響が出たが、春の到来と新年度への期待から、楽しみを生み出すような消費活動につながっていく。
		一般レストラン（経営者）	・3月については多少予約が見込めるため、2月よりは改善していくが、4、5月は消費税増税の影響がどのように出てくるかが非常に危惧される場所である。流れが良い方向に向いていってほしい。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンに入り、団体客の利用が増えてくることが予想される。既に予約も少しずつ入ってきている。4月過ぎころまでは良い方向でいけそうである。
		通信会社（営業担当）	・4～5月に向けて新規造成地への入居が始まるため、新規加入者の獲得が見込める。そのため、売上の大幅な増加が見込める。
		観光名所（職員）	・春の観光シーズンに入り、そこに向けて様々なPRを用意している。
変わらない	商店街（代表者）	・町中は静かで、景気が上向き気配はない。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ここ数か月、良い方向に向かっており、今のところ売上は前年比110%弱となっているが、3か月後については分からない。	
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・消費税増税で買物を控える客が増える。	
	スーパー（経営者）	・3月は消費税増税前の駆け込み買上が増えるであろうから良い結果が残るとみられる。ただ、2月は来客数も買上点数も伸びがなかったため、反動の起こる4月には賃上げや復興投資外の企業の雇用拡大投資で、消費環境改善などが進むことを期待したい。あわせて政府の経済対策の第三の矢が4月以降に腰折れしないことを期待したい。	
	スーパー（店長）	・競合店及び来客数の状況が変わらないので、引き続き変わらない状況が続く。	
	スーパー（総務担当）	・消費税増税前の買い置き需要はそれほど目立った動きはなく、酒、たばこが若干増えている程度である。4月からの増税の影響は多少出ると予想している。	
	スーパー（営業担当）	・3月は消費税増税前で消費が拡大するとみられるが、増税後の消費がどのようになるかは不透明である。しかし、今以上景気が良くなることは考えられない。	
	コンビニ（経営者）	・消費税増税に伴いこれからの売上がどうなるかはわからないが、景気が良くなることは考えられない。	
	コンビニ（エリア担当）	・来期も各チェーンで過去最高の出店が計画されている。	
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に販売が伸びてくるが、それ以降消費が少なくなることは目に見えており、否定的に考えざるを得ない。	
	衣料品専門店（店長）	・入学、卒業といったモチベーション需要、消費税増税前の駆け込み需要で一時的に売上が上がると予想できるが、4月以降の反動を考えると、現状とさほど変わらないか、やや悪化すると想定している。	
	衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もなく、この先も景気が上向きになることは考えられない。	
	乗用車販売店（従業員）	・消費税率が上がれば、来客数や販売台数が減る。	

自動車備品販売店（経営者）	・通常3、4月は新卒者の購買で中古車がよく動く時期である。今年は4月から消費税増税が控えているため、3月は良いが、その分4、5月は例年より悪くなることが予想される。								
住関連専門店（経営者）	・当店で販売している商品は、どうしても必要とする方々が購入するものである。衣類や食料品のように消費税率が引き上げられるから購入しておこうといった類のものではないので、税率引上げ後の極端な反動はなく、販売には大きく影響しないとみている。								
その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税増税の影響等は一段落していると思うが、余談を許さない状況で、景況よりも対応次第で良くも悪くもなると考えている。景気の実態はしばらくこのままの状況が続くとみられる。そうすれば、特に資材等仕入価格高騰への対応や経費節減をしなければならぬので、各家庭で酒類は買い控える可能性もある。一層売手の工夫が必要になる。								
その他専門店〔酒〕（経営者）	・特にたばこの売上は、値上げに伴い禁煙を口にする消費者も少なくないため、更に落ち込むとみている。消費者の動向が不透明である。								
その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税の影響による落ち込みが予想される。								
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・4月1日の消費税増税以降、購買客数は間違いなく減少する。各企業のオーナー等も先行きが見えないことに大きな不安を抱えている。弊社においても増税後、売上テコ入れ策を実施するため、全体の景気は変わらない状況になりそうである。								
一般レストラン（経営者）	・消費税率が4月から上がるので少し心配しているが、外食は食いためでできないので変わらないと予想している。								
観光型ホテル（経営者）	・3、4月は地元客で前年並みであるが、5、6月の旅行シーズンの入込が悪い。								
都市型ホテル（スタッフ）	・長い冬が終わり買物などで外に出られる方が多くなるが、4月の消費税増税により、プラスマイナスで変わらない状況になるとみている。								
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税を控えて4月に予定されているものが3月に実施されることを希望しているが、3月の予約状況は芳しくない。加えて4～6月の第1四半期についても、主力の宴会、婚礼共に例年と比較しても低調に推移しており、大変心配している。								
都市型ホテル（スタッフ）	・前年4月より、各レストランの営業効率を上げるため、営業時間短縮や人員の有効配置等を実施し、人件費、食材費の圧縮にそれなりの効果はあった。しかし、レストランクローズによりホテル全体のイメージがマイナスになったとの声も多数寄せられ、販売量の増加も踏まえ通常営業か季節営業を検討している。								
旅行代理店（店長）	・マーケットの好調は続くと思われるが、消費税増税に伴う影響が不透明である。								
旅行代理店（従業員）	・4月以降については購買に慎重さがうかがえる。								
タクシー運転手	・良い方向に向かう状態は変わらない。朝早く出て昼間だけの乗車だが、朝早く出ても繁華街でお酒を飲んでいる人が結構多くいる。								
通信会社（営業担当）	・景気回復に向けた良い材料は短期的には一部ありそうだが、全般的には否定的である。								
通信会社（営業担当）	・消費税増税前後の差し引きにより、景気回復を実感するには至らない。								
観光名所（職員）	・乗客数の伸びは今月だけのものなのか、3月からの乗船予約状況は例年とさほど変わらない。2月の良い状況が3、4月と続くとは断言できない。								
設計事務所（経営者）	・状況が大きく変わることはない。								
住宅販売会社（経営者）	・受注は順調だが、業者の手が不足していて現場の動きが悪く、完成売上が伸びない。								
やや悪くなる	<table border="1"> <tr> <td>商店街（代表者）</td> <td>・3月は新入学、就職関連商品を中心に例年以上に好調を期待できるが、4月以降の反動減の予測が難しい。</td> </tr> <tr> <td>一般小売店〔酒〕（経営者）</td> <td>・消費税率が上がるので、商品が動かなくなる。</td> </tr> <tr> <td>百貨店（売場主任）</td> <td>・消費税増税前の駆け込み需要の後は、反動もあり、しばらく慎重な動きになる。</td> </tr> <tr> <td>百貨店（総務担当）</td> <td>・4月からの消費税増税の影響が出るのが想定されるので、4～6月までの第1四半期くらいまでは、今よりも消費マインドが下振れする。</td> </tr> </table>	商店街（代表者）	・3月は新入学、就職関連商品を中心に例年以上に好調を期待できるが、4月以降の反動減の予測が難しい。	一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税率が上がるので、商品が動かなくなる。	百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要の後は、反動もあり、しばらく慎重な動きになる。	百貨店（総務担当）	・4月からの消費税増税の影響が出るのが想定されるので、4～6月までの第1四半期くらいまでは、今よりも消費マインドが下振れする。
商店街（代表者）	・3月は新入学、就職関連商品を中心に例年以上に好調を期待できるが、4月以降の反動減の予測が難しい。								
一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税率が上がるので、商品が動かなくなる。								
百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要の後は、反動もあり、しばらく慎重な動きになる。								
百貨店（総務担当）	・4月からの消費税増税の影響が出るのが想定されるので、4～6月までの第1四半期くらいまでは、今よりも消費マインドが下振れする。								

百貨店（企画担当）	・消費増税の影響は、特に好調に推移してきた高額商品の動向にマイナス影響を与える。また、例年4月展開の初夏の商品アイテムも、3月の需要を狙い前倒しの展開が予測されるため、4～5月は衣料品、雑貨に1割ほど影響が出るものとみている。食料品は微減、回復は早めと予測している。
百貨店（買付担当）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が数か月は表れる。
スーパー（経営者）	・消費増税の影響で、3月は月末にかけて買込めが起りプラスになるが、4月からは反動でマイナスとなる。差し引くとマイナスの方が大きくなるとみている。
スーパー（店長）	・現在は買い置き需要があるものの、4月以降の節約傾向は目に見えている。春には基幹店のすぐそばに大型の競合店出店の予定もあり、ますます厳しくなる。
スーパー（店長）	・3月は4月からの消費増税前のまとめ買い特需により、若干景気も持ち直すとみられるが、4月以降の買い控え、買上点数の減少による売上低迷が懸念される。
スーパー（店長）	・消費増税直前の3月は2月以上に中長期の保存が可能な加工食品や基礎調味料、嗜好品などのまとめ買いが予測されるが、4、5月はその反動が大きくなるのが予測される。
スーパー（店長）	・消費増税の影響が出てくる。
コンビニ（エリア担当）	・4月の消費増税に伴い、買上単価の減少が懸念される。
コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が今後も続く。
コンビニ（店長）	・3月は消費増税の直前ということで、いろいろなものが多少売れるが、その後4～7月と夏に向かっては流通業ではデフレが懸念されている。また、そういう傾向が見られる。
コンビニ（店長）	・4月以降は消費増税に伴う駆け込み需要の反動により、消費マインドが低下すると考えられる。消費が冷え込む可能性に不安がぬぐえない。
衣料品専門店（経営者）	・消費増税後の消費の動向を注視しなければならない。先行きは不安である。
家電量販店（店長）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が長引くと考えている。
乗用車販売店（従業員）	・消費増税前ということで、本来の車検よりも早めに購入している客が多いため、その影響が出てくる。
乗用車販売店（店長）	・消費増税後に買い控えが起こる。
乗用車販売店（店長）	・繁忙期に入るが、集客に苦勞する傾向が日に日に強くなっている。
乗用車販売店（店長）	・消費増税前の駆け込み需要で販売量は若干上向きになったが、これからは新車の生産が3月に間に合わないものが多く、販売量も減ることが予想される。
住関連専門店（経営者）	・4月以降消費増税の影響で売上が減少することを非常に懸念している。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・4月以降は消費が冷え込むことが目に見えている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・消費増税の動きが4月に控えており、心理的に消費マインドが冷え込みそうである。一般の消費者心理が買い控えに動き、しばらく消費が低迷すると考えている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・物価は上がっているが、給与が上がっていないことや、消費増税などにより、販売不振が予想される。
高級レストラン（経営者）	・大企業を中心にベースアップすれば少しは良くなるだろうが、あくまで期待値である。地方経済は全く別の法則で動いているように思えてならない。
高級レストラン（支配人）	・消費増税の影響が一段落するまでは、客単価の高い外食は苦戦が続き、生き残れなければ淘汰されていく。
一般レストラン（経営者）	・4月からの消費増税はどのような形で出るかは分からないが、何らかの影響が出ると予想している。
一般レストラン（経営者）	・来月には東北最大級のモールが当商圏にでき上がる。一時的には街全体が活性化するが、地元の商店等は客を取られるので、長期的には街の景気は良くならない。
観光型ホテル（スタッフ）	・現在既に減少している個人客だが、いろいろ値上がりし、奥様方による財布のひもの締め付けが強くなっており、落ち込みはしばらく続くことが予想される。
都市型ホテル（スタッフ）	・個人、法人共に来月以降の予約状況は前年を下回っている。
都市型ホテル（スタッフ）	・暖かくなるに従い人も増えてくるだろうとの期待がある。しかしながら、ホテルの宴会プラン、レストラン、和食料理において花見を前面に打ち出して販売をするが、消費増税の影響は未知数とはいえ、飲食業へのマイナス部分は大きくなることが予想される。

旅行代理店（経営者）	・個人旅行については横ばいだが、法人旅行の動きが悪い。4月の消費税増税後も不透明感がある。	
タクシー運転手	・4月からは消費税率引上げの影響で客が減るとみている。	
タクシー運転手	・消費税率引上げ後はもうタクシーには乗らないという客もいる。税率の引上げは財布のひもを締めさせつつある。	
通信会社（営業担当）	・消費税増税により小売業の競争激化や客の買い控えが予想される。また、単価の値下げにより企業が賃金カットの方向に進めば2、3か月後の景気は悪くなる。	
通信会社（営業担当）	・4月以降はものが売れなくなり、徐々に販売量が減っていると想定している。景気は悪くなるとみている。	
通信会社（営業担当）	・消費税増税により、買い控えが起きる。	
テーマパーク（職員）	・消費税増税により、不要不急な買物を極力控える風潮になり、観光土産品などはその影響をまともに受ける。	
遊園地（経営者）	・今回の消費税増税には料金据置きで対応するが、家計への影響は免れないとみている。	
競艇場（職員）	・消費税増税の影響で娯楽やレジャーにかける金額が抑えられる。	
美容室（経営者）	・消費税増税に伴い、客足が一時的にストップするとみている。	
美容室（経営者）	・この先入学シーズンは着付けやセットの客が増える時期だが、その後学校にかかる費用がかさむということで美容室にかけるお金を節約される客が多い。	
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税による消費後退は否めない。	
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税直後の4、5月の販売量の冷え込みが予想される。	
悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響はもう既に出てきている。この状況はしばらく続くとみており、この先もかなり悪くなると予想している。
	商店街（代表者）	・これは一時的だと思うが、アルバイト募集が非常に困難になってきており人が集まりにくい。そのため、人件費も上がらざるを得ない状態である。これで、消費税率も上がり、売上も伸びないとなれば、零細企業は本当に深刻な状態になる。少なくとも4～6月は深刻な状態になるのではないかと覚悟を決めている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ソチオリンピックが終了しても、客足は遠のいたままである。この状態で4月の消費税増税が実施されれば、当分客は戻らない。消費税の増税に消費者が慣れたころ客が戻るということを信じてじっと待つしかない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・本来なら、消費税増税を控え一時的にでも積極的な消費活動が展開され、当店も含め世の中が活況を呈するところだが、ここに至ってむしろ店頭における動きが沈滞してきている。身近に景気の良い話も聞かない。こういった状態で消費税率が引き上げられれば、その後は大変厳しいことになるのではと危惧している。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が出る。現在好調な高額品、化粧品、生活用品の反動減とともに、衣料品などの買い控えも予測され、相当の影響を受けることが予想される。
	百貨店（売場担当）	・消費税増税の買い控えの影響は当然見込んでいるが、その影響をどこまで抑えられるのが心配である。4月は当然来客数も減少するが、5、6月にどのように関心が変わっていくかが重要である。
	百貨店（経営者）	・消費税増税後に大幅な落ち込みが想定される。儉約意識の高まり、価格競争などが想定され、大幅な売上減を想定している。
	スーパー（経営者）	・駆け込み需要の反動減やコストプッシュ、物価高等により、景気が悪くなる。
	スーパー（店長）	・前回の消費税増税後の景気が低迷したのと同じように、今回も4月の増税後は景気の低迷が長く続く。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税前にもかかわらず、価格改定の際に値上げする商品が目立ってきている。規格変更という名目での値上げが相次いでいる。来客数が増えないなかでこれに3%の増税では購買意欲も減退するとみられる。
	コンビニ（経営者）	・消費税率が8%に上がるということで、田舎の場合には給料面も上がらないため、そういった面ではかなり落ち込む可能性が高い。
	衣料品専門店（経営者）	・4月からの消費税増税により、生活防衛意識はますます強まり、必要最低限のものしか買わなくなる。衣料品に関しては単価、販売量共に低下する。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税率が8%に上がることもあり、変わらないというより期待できない。

		衣料品専門店（経営者）	・消費税率の引上げにより、衣類は確実に買い控えの対象になる。
		衣料品専門店（店長）	・商況の変化による来客数の減少と、消費税増税後の買い控えの影響が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降、例年だと就職、転勤、進学などに伴う需要が引き続き発生する時期だが、3月までの駆け込み需要の反動減が出てくることは明らかである。ただ、賃金交渉の結果いかんによっては、反動減の幅が縮小されるのではないかと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降は消費税率引上げによる販売量の反動減が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・売上は消費税増税後の反動減が心配される。いろいろ対策を考えているが、どこまで通用するか。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税に間に合わないと思った時点で購入を控える客が増えてきている。各社、3月成約の客に対しては、納期遅れ値引きとして増税分を負担するとの触れ込みをしている。4～6月は確実に販売量が落ち込むことが予測されることから、3月中にできるだけ受注を獲得する必要があり、そのための施策を検討している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・繁忙期と重なる時期だけにどうなるのか全く読めない。しかし、消費税増税前の駆け込み需要があればあるだけ、その後は受注数が減ることは目に見えている。
		一般レストラン（経営者）	・4月の消費税増税が響いてくるとみている。同業者も戦々恐々としているようである。
		観光型旅館（スタッフ）	・消費税増税後は来客数が減少し、増加する経費を価格転嫁しづらい状況にあるため収益は悪化する。ただ、早めに仕掛けたこともあり、ゴールデンウィークの先付けは順調である。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（総務担当）	・私どもの商品は耐久財ではないので、駆け込み需要は期待できないが、その反動も少ないとみている。連日の受注状況と年度末パターンを考え合わせても、大きな落ち込みは考えにくい。
		繊維工業（経営者）	・円安により大手輸出企業は良くなっているようなので、徐々に全体的にも良い方向に向かうことを期待したい。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・例年3～5月ごろは受注がおう盛になる傾向がある。
		金融業（営業担当）	・マインド面は改善してきている。
		広告代理店（経営者）	・賃金上昇による消費促進を狙った広告が増えてくる。
		司法書士	・2、3か月後においては今の状況を維持できるとみている。
	変わらない	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・人員配置等の策で無駄を省きコストダウンを図っているのので、その成果が表れてきている。
		食料品製造業（経営者）	・相変わらず牛タンの人気は良い。今後、暖かい時期に向かえば向かうほど来客数も増え、良くなるという期待感はある。やや良い状態が継続するとみている。
		食料品製造業（経営者）	・4月からの消費税増税で動きが鈍る可能性が高い。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があまり見込めないのに、増税後の買い控えムードが懸念される。
		土石製品製造販売（従業員）	・新年度に入ってから大きな発注工事予定がない。しばらくは補修工事などとなり、景気を左右するほどの工事はなさそうである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯電話、スマートフォン、PC、タブレットなどの携帯端末機器の新製品開発動向に大きな変化見通しがない。各分野の割合に変化はあるが、トータルボリュームに変動が見られない状況が続くとみられる。
		建設業（経営者）	・今後3、4か月は、現在の受注量で景気は維持できる。
建設業（企画担当）	・消費税増税の影響が多少あるとみられるが、官の出件量は現状維持が続くと予想される。		
やや悪くなる	通信業（営業担当）	・先行き見通しの明るい要因は今のところ見当たらず、予断を許さない状況である。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。	
	公認会計士	・人不足、資材不足が解消されない限り、建設関係の業績は現状維持とみられる。小売、サービス関連の会社も業績は落ち着いており、2～3か月での業績回復は難しい。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・顧客の現況や今後の動静を考慮すると、しばらくこのままの推移と予測される。	
	農林水産業（従業者）	・減反にかかる助成金が大幅に減る見通しである。	
		木材製品製造業（経営者）	・住宅着工の受注量が減少に転じており、部材の販売減が想定される。

		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・やはり消費税率の引上げによる消費低迷が心配される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新興国経済に陰りが出てきていることによる輸出の減少と、消費税率引上げによる反動等による受注減が考えられる。
		建設業（従業員）	・年度をまたいだ大型公共工事の発注が進捗してはいるものの、年度初めの時期であるため、発注速度はやや低下するものと推測される。
		輸送業（経営者）	・消費税増税後の見通しは分からないが、物流の減少になるのではないかと心配している。
		通信業（営業担当）	・消費税増税による買い控えが出てくる。
		金融業（広報担当）	・消費税増税後の反動が出てくる。
		広告業協会（役員）	・消費税増税後の反動で景気が落ち込むことが予想されているが、その対策に広告費をかけようという企業や団体は見当たらない。増税後2～3か月は静観しようというムードが伝わってくる。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税の影響が出る。
		金属工業協同組合（職員）	・これまでは、消費税増税前の駆け込みを含め内需主導による受注の引き合いがあったが、4月からの増税に伴い、反動で受注が落ち込む。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・現在、消費税増税前の駆け込み需要が起きている。4月以降はその反動が出て、景気は落ち込む。
		輸送業（従業員）	・消費税増税による消費意欲の低下が懸念される。
		コピーサービス業（経営者）	・消費税率が上がり、受注量は激減することが容易に想像できる。
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）	・しばらくは現在の受注ペースが続くのではないかと考えている。
		民間職業紹介機関（職員）	・近郊の製造業が回復傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・四大卒向けの説明会において、中小企業、100名以下の企業は前年のエントリー数の8割ほどであるが、2000名以上の企業は前年比102～103%と伸びている。景気の良さが採用マーケットに表れているようである。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響が読めない。
		職業安定所（職員）	・窓口の状況からみると、求人状況は今後も高水準で推移する。また、求職者についても目立った企業整備等の予定もないことから、減少傾向は続くと思われるが、消費税増税の影響がどれくらいになるか注視していく必要がある。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率の上昇には一服感があり、年度初めは求職者の自然増も予想される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は高止まりで推移しているが、新規求職者数は23年4～6月以来となる3か月連続、前年比増加となっている。また、月間有効求職者数は東日本大震災以後初めて前年比増加となり、先行きが懸念される。3月末に製造業で120名の企業整備があり、不安要素となっている。
		職業安定所（職員）	・年度末を迎えて建設業の求人が増加してきた。製造業も増加しているが季節的要因が強い。求人倍率についても伸び悩んでいる。
		職業安定所（職員）	・復興需要に伴う新規求人数は高水準で推移しているものの、景気自体が良くなっているとの判断は難しい。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けたプラス情報に乏しい。また、依然として新規登録者数が低迷している。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が4月以降出始め、売上減から採用人員の引き締めが発生する可能性が高い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の駆け込み需要の反動の落ち込みは当然懸念される。ただ、企業側もそれに対する対策を準備しており、消費者側がそのことを周知徹底できればそんなに遅くなく戻ってくるとみられる。事実、先行求人者の申込も4月以降前年比であまり落ち込んでいない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響は大きい。買い控えが採用意欲減退につながりそうである。
		職業安定所（職員）	・4月からの消費税増税により消費が落ち込み、景気が悪くなると予想される。
		職業安定所（職員）	・年度末に向けて、従業員の大量解雇の動きがある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるものの、人出不足、コスト高、消費税増税後の反動等により、今後は懸念する企業が多い。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税が開始される4月からの落ち込みが強く懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税により、消費が落ち込む。