

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	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） タクシー運転手	・夏休みやお盆休みの客の動きが上向きであった。消費税増税前の駆け込み需要の反動による景気の減退は、今後は回復していくのではないかとみている。 ・悪くなるような要素は今は見えない。客の会話も前向きであり、このまま良い方向に進むのではないかとみている。
	やや良くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者） 百貨店（営業担当） 百貨店（売場担当） 百貨店（経営者） コンビニ（エリア担当） 家電量販店（従業員） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（従業員） 住関連専門店（経営者） その他専門店〔酒〕（経営者） 高級レストラン（支配人） 一般レストラン（経営者） 一般レストラン（経営者） スナック（経営者） 都市型ホテル（経営者） 都市型ホテル（スタッフ） 通信会社（営業担当） 通信会社（営業担当） 観光名所（職員） その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） 住宅販売会社（経営者） その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・我々の業種は、多少の変動はあるものの、そんなに大きな変化があるということはない。必要な物は買われていることから、これからは元に戻って良くなっていくとみている。 ・消費税増税の影響がほぼ無くなるとみている。前年の消費税増税前の駆け込み需要では秋冬物に関してほぼ影響はなく、季節が変わるこの時期に需要を見込んでいる。 ・客の関心は秋に向かっており9月になれば購買心が出てくるとみている。特に重衣料は百貨店の強いところであり、早い段階で秋物の反応も出てきている事からも気温が下がれば売上も上がってくる。 ・食料品、生活用品の回復傾向には力強さを感じられる。また、衣料品も秋物になれば不安定な天候でも回復傾向が期待できる。 ・カウンターフーズ系のプラス一品の販売が好調であり、秋冬商材である中華まん、おでんの初動も良い事から、更なる単価向上に期待している。 ・来客数は少ないものの高単価の商品が売れている。 ・車両販売の下げ止まりがみえ始めており、改善の方向に向かうとみている。 ・10月に新車が発表予定であり、ここで一気に集客をはかって販売増を狙いたい。 ・新型車投入の効果を期待している。 ・そろそろ消費税増税前の駆け込み需要の影響が少なくなるのではないかとみている。 ・客の動向をみると買い控えから買換え需要で来客数が増えているので、現在よりは若干良くなる。 ・米などの農産物の作柄にもよるが、全体的に平年以上が期待できそうであり若干は良くなるとみている。ただし、まだ楽観視はできない状況である。 ・消費税増税の影響はほぼ無くなっている。 ・寒くなると魚がおいしくなる。また、気温が下がると人出がでてくるので、例年通りであれば段々と良くなっていく。 ・このところ少しずつではあるが順調にきているので、今後もやや良くなっていくのではないかとみている。 ・7～8月は売上が落ち込み、かなり厳しい状況が続いていたが、お盆休みが終わり給料日を過ぎた頃から少し動きが出てきている。この先は少し盛り返してくるのではないかと期待している。 ・小人数のグループでのレストラン予約が以前より活発になってきている。 ・観光シーズンとなり宿泊の予約状況はだんだんと上向ってきており、宿泊に合わせたレストランの企画を実施することにより、来客数の伸びを期待している。また、宴会の予約状況も上向きである。 ・商戦期を迎えるため良くなる。 ・ここ数か月間に開始した新サービスで徐々に加入者を増やしている。年末に向けて新たなサービスを提供し、営業活動を本格化するため新規加入者増加に期待が持てる。 ・秋口にこれまでにないイベントを企画しており、来客数は増加すると見込んでいる。 ・このまましばらくは良い状態で推移するとみているが、原材料費と人件費の値上がりによる粗利率の低下を懸念している。 ・3年以上の長期で取り組んできた大型不動産が複数契約となる予定である。 ・小売業界全体の景気が回復基調にあるという情報に期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・来客数の増加する要因が見当たらないなかで、天候が急変することが無いように期待したい。

商店街（代表者）	・当地は豪雨災害や水害も無く順調に推移している。しかし、全国では大変な豪雨災害が発生しており、そのような全国的な事情が消費の買い控えに繋がっていくのではないかと懸念している。また、来年度に予定されている消費税率10%への引上げに向けても先がみえない状況である。
商店街（代表者）	・節約で消費者は購買意欲が湧いていない。
商店街（代表者）	・6～7月で消費税増税の影響もほぼ沈静化したかにみえたが、天候不順の影響でお盆をはさんだ8月の稼ぎ時が不振だったことから、この影響が当面続きそうである。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・現在の経済指標は大企業及び大都市周辺の数値である。地方ではまだまだアベノミクスの効果の実感がわいておらず、こちらに対応できないと変わらない。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・いつもと変わらない商品の動き、売上であり、この先も変わらない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・8月が消費税増税後で売上が1番良い状態であるので、このまま推移するのではないかと。良くなりもしないがひどく悪くなるとも判断しかねる。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・6月が大変に悪く更に悪化が続くのではと危惧をしていたが、6月を底として改善が続いている。消費税増税直後は売上の動きに過敏に反応していたが、ここまで経過して基調判断すれば悪影響があるとしても営業努力で解消できる程度という感触である。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・秋にかけても売上は低迷するとみている。
百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響は無くなっているものの、個人所得に変化がみられるわけではない。全体的な動きも慎重なままであり、報道と実生活との乖離が見受けられる。
百貨店（総務担当）	・なかなか景気が上向きになるという要素が見当たらない。さらに、ガソリン価格の高騰や物価が上昇してきているなかで、慎重な客の購買行動はしばらく続く。
百貨店（営業担当）	・景気の回復が地方にまで届くには、まだまだ時間がかかりそうである。
百貨店（経営者）	・生活防衛としてシルバー層が衣料品の買い控えに流れているマイナス面と、景気回復に伴う所得の増加による高額商材の消費回復というプラス面があり、ほぼ現状と変わらない傾向が続く。
百貨店（経営者）	・来客数、客単価の減少は早期に回復するとは考えにくい。特に衣料品は客の動きが鈍いのが実情である。
スーパー（経営者）	・消費者はややブレーキを踏みながら買物をしている。急激に崩れることはない。
スーパー（経営者）	・天候不順の影響で農産品、水産品の中にやや異常な高単価品がみられるものの、特に大きな消費改善要因もみられないので、消費動向は同様の推移で続いていく。
スーパー（店長）	・ここ数か月で競合店が相次いで出店し、今までに無い逆風が吹いている。さらに、競合店は次々と新たな仕掛けを打ち出しており、当社も当然対抗策を打ち出しているものの、簡単には元の水準に戻りそうもない。今後も競合店の新規出店予定があるためますます厳しくなる。
スーパー（店長）	・競合店の状況は変わらず、横ばいのまま推移する。
スーパー（店長）	・消費税増税後は客の財布のひもが固くなっている。まだまだ今年いっぱいには影響が残るとみており景気は変わらない。
スーパー（営業担当）	・都市部のスーパーの景気は良いが地方は良くないという業界内の話がある。都市部と地方の景気は格差がはっきりと分かれており、その傾向は今後も続く。
コンビニ（経営者）	・例年、夏をピークに売上は下降傾向になる。ただし、来客数は減少しているものの客単価、買上点数共に堅調に推移しているため、プラスマイナスゼロというところである。
コンビニ（経営者）	・周りにあまり景気のいい話は出ていない。
コンビニ（エリア担当）	・大きな変化要因が無く売上の回復が見込めない状況である。
コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店加速の状況は変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・見通しとして明るい材料が無い。
コンビニ（店長）	・天候不順もあり、一進一退の状況であることに変わりはない。好転に繋がる事象が見当たらないのでこのままの状況が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・次の消費税増税が控えており、消費者の財布のひもは一層固くなる。
衣料品専門店（経営者）	・小売価格が落ち込み傾向にあり、更には仕入価格の上昇で利益が減少して価格競争が激化している。この状況がいつまで続くか見通しがたない。

衣料品専門店（経営者）	・客は来年の消費税率10%への引上げが頭にあるようである。
衣料品専門店（経営者）	・単価が高くなる時期であり厳しいなかでも数字が取れる。
衣料品専門店（店長）	・上半期は消費税増税で厳しかったという話を同業界、流通業界から良く聞いている。その分を取り返そうと世の中は動くだろうが、秋になったからといって、客が春に引き締めた財布のひもを緩くするとは考えにくい。相変わらずにらみ合いの厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店長）	・エルニーニョの影響で暖冬になることが懸念される。
衣料品専門店（店長）	・景気の回復がみられないために、今後もスーツの売行きが伸びるとは考えにくい。
衣料品専門店（総務担当）	・この1年間に変化が無く、景気回復の兆しは今後もみられない。
家電量販店（店長）	・消費税増税後は来客数が前年を下回っている。
家電量販店（店長）	・消費税増税の影響は夏を境にほぼ無くなると期待していた。しかし、回復に少し時間が掛かっており、当初の楽観的な見方からは慎重になっている。また、復興需要や客のマインドは先の見通しが少しはあるものの、今は足踏み状態である。
家電量販店（店長）	・消費税増税後の影響は薄れてきているが、天候に左右される商品の動向が不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要や新型車発表、東京モーターショーなどのイベントが多かった前年と比べると、販売増への糸口が見えない。
乗用車販売店（従業員）	・今後2～3か月で急に新規の来客数が増えるとは考えにくい。
乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減の出口はまだしばらくは見えてこない。
自動車備品販売店（経営者）	・従来の繁忙期が当てはまらなくなっている。多くの同業者が先の見通しに絶望感を持っており、好材料が何ひとつない。
住関連専門店（経営者）	・売上が良くなる事を期待しているが、周囲の状況などを判断すると、良くなる感覚がつかめないでいる。
住関連専門店（経営者）	・景気が上向いている市場の経済とは異なり、当店はそのまま変わらないで推移するのではないか。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・企業間での取引が少ないと聞かれるなか、従業員達の給料に変化は無く、一般生活は財布の中身が厳しい状況が今後も続く。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税以降は消費が冷え込んでいる。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・病院用の白衣については個人買いではあるが若干伸びている。顧客のニーズを掴むことが年々難しくなってきたり、季節感が薄れているなかでいったい何がどのタイミングで動くのかを慎重に判断しなくてはならない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・例年これからの3か月は冬場の需要期に向けて原油価格が堅調に動き、仕入価格も徐々に値上がり傾向になる。そのため、需要の減少と相まって大きな回復は見込めない。数量指定の給油が増えており、このままの状態で年末まで推移しそうである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後も燃料油価格は高いレベルで推移することが予想され、自動車の使用が増えることはない。
高級レストラン（支配人）	・予測できない天候、いまだ解決の兆しも見えない海外情勢、消費税率10%への引上げに対する不安など、明るい展望は望めそうもない。
一般レストラン（経営者）	・現状は変わらない。消費税率10%を決断する頃に変化があるのではないかとみている。
一般レストラン（経営者）	・まだ秋の予約がぱっとしているわけではなく、今後どのようになるのか見通せないのが本音である。今のような状況がしばらく続いていくのではないか。
一般レストラン（経営者）	・エリアの新規開発があるわけでもなく、客のライフスタイルが変わる要因も無いため景気は変化しない。
観光型ホテル（スタッフ）	・週末に満室にならないことが多い。単価を安く設定して対処しているものの、それでも部屋が埋まらない状況が9月も続くともっており大変苦慮している。
都市型ホテル（スタッフ）	・秋以降は全国的に祭りやイベントが無く、紅葉などもすべて天候に左右されている。良くなる要因は無く現状のままであるとみている。

	都市型ホテル（スタッフ）	・法人需要が落ち込む時期であるが、今年は輪をかけてこの先の予約状況が芳しくない。価格勝負では非常に厳しいので、施設、料理、サービスの3つの充実で価値感のある価格の商品開発と提供が要求される。ホテル業においては回復にはまだまだ時間がかかるようである。
	旅行代理店（店長）	・先行受注が前年並みであり好条件は見当たらない。
	旅行代理店（従業員）	・余暇、レジャーへの消費傾向が薄い。
	タクシー運転手	・日用品、雑貨、食料品などは消費税の影響は抜けているが、改善まではされていない。良くなる具体的な要因が見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・新聞報道では景気は上向いているというが、前年末から見ても低迷しており、全体的に景気が上向いているとはいえない。
	通信会社（営業担当）	・景気が良くなる材料に乏しい。
	通信会社（営業担当）	・消費税率10%の話になり、コスト削減の要求が多くある。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税は定着しつつあるが、今後良くなっていくとまでは判断できない。
	観光名所（職員）	・若干の落ち込み分をフリー客でカバーしつつも、団体客の予約状況は特に変わりのない様子である。この先も特に明るい材料はないものの大きく落ち込むこともないとしている。
	遊園地（経営者）	・秋に向けて回復の期待はあるが、燃料費の高止まりや様々な値上げの影響が懸念される。
	競艇場（職員）	・客を呼び込むためのCMなどの広告展開は中央団体が行っている。自社でのイベントなどで新規集客の底上げを目指しているが販売商品にあまり興味を持ってもらえていない。
	美容室（経営者）	・ボーナスなどが入り単価的には上がったが、来客数は今年の1月前後からずっと前年比95%が続いている。そういう状況に変わりが無く強いて言えば低迷が続いている。
	設計事務所（経営者）	・相変わらず先は見えないが、大きく変わることはない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・周辺の経済状況では上向いているという話であるが、我々のゾーンの実態経済は非常に悪くなる傾向にあるとみている。
	商店街（代表者）	・4月の消費税増税は、食料品など生活必需品の実質的な値上げを招いて、多少は上がった給与やボーナスをひとのみにした感がある。そのため、消費税率を10%に上げると1～2年前の状況に戻ってしまうのではないかと懸念が増している。消費者は今後の消費税がどうなるのかにかなり神経質になっている。
	スーパー（総務担当）	・スーパー間の競合と、ガソリン代、電気代の値上げなどにより来客数、売上点数共に減少しており、この傾向はまだ続く。
	スーパー（営業担当）	・前年よりもガソリン、灯油が値上がりしており、冬期に向かって今以上に光熱費が家計を圧迫する。
	コンビニ（エリア担当）	・競争環境が悪化している。
	コンビニ（店長）	・7月の電気料金はかなりの高額請求がきている。これはどこの店でも同様であり、この電気料金の値上げは一般家庭のマイナースタイルにも非常に悪影響を及ぼしている。そこに今年の4月からの消費税増税のダブルショックがあり、客のマイナースタイルは下がっている。原油価格の高騰や消費税増税の影響もあるが、目下の課題は電気料金の値上げである。いずれ減らしていくとしても今はまず原子力発電所の再稼働をしてもらい電気料金を下げてもらいたい。
	コンビニ（店長）	・季節による気温の低下に比例して来客数は緩やかに落ちていく。イベントや競合情報も無いため前年同様の動きになるとみている。ただし、ここ数か月間は来客数とそのままで単価が上昇しているため前年よりも客の購買力は上がっており、今後の売上に良い意味で影響するのではないだろうか。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・例年、お盆を過ぎると販売量も減少する。それに加えて、何もなければ消費者は動かないという雰囲気はぬぐえず好景気の実感はない。
	高級レストラン（経営者）	・秋になれば少し良くなるとみているが、あまり良い材料はなく楽観視はしていない。
	観光型ホテル（経営者）	・夏休み後の一段落が、9～10月の入込は前年を多少下回っている。
	観光型旅館（経営者）	・イベントなどでは来客数も動くが、それ以外はあまり動きがない。また、土日の予約が少なくなってきた。
	観光型旅館（スタッフ）	・引き続き予約状況は低単価志向であり、付帯をつけても高単価商品は敬遠されている。販売量を低単価商品で増やすやり方は現時点で限界がある。旅行シーズンも終わり冬季に入るのでは下がっていくのみである。

	都市型ホテル（スタッフ）	・個人客の、レストラン、宿泊などの利用は前年を下回っている。また、予約状況も回復には至らずやや厳しい状況が続いている。
	タクシー運転手	・次の消費税増税が頭にあるせいか、客の財布のひもはなかなか固いようである。
	通信会社（営業担当）	・求人が増えてきているもののマッチングした雇用は少なく、相変わらず失業者は増えている。特に40～50代の失業者が増えており、また、上場企業も50歳以上の所得を減額している現状を耳にしている。お金がかかる世代にしわ寄せが来ており、景気を良くするには今後は高齢者などの活用を重視する必要がある。
	美容室（経営者）	・年配の客が多く来店するが、消費税増税で物価も上がる一方であり、なかなか働いていた時のようには美容院に来られなくなったと会話している。
悪くなる	スーパー（経営者）	・ガソリン価格が高止まりのまま灯油を使うシーズンへ突入し、更には消費税の再増税が現実のものになれば、今まで以上に儉約、節約志向が強まるとみている。
	コンビニ（経営者）	・景気が悪くなる一番の原因は、消費税率が8%になりそれに伴い商品類が値上がりしていることである。また、ガソリン価格が高騰していることも大きい。
企業動向関連 (東北)	良くなる やや良くなる	-
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが取れて、やや改善が進む。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事に関する問い合わせが増えてきている。ここ2～3か月は上昇傾向が続くのではないかとみている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・新規製品開発が活発化してきている状況が今後も続いていくとみており、その結果が我々の業界全体の業績を押し上げる可能性に期待している。
	輸送業（経営者）	・現状はかなり厳しいがそろそろ物量増に期待している。
	金融業（営業担当）	・前向きな資金需要が出てきている。
	広告代理店（経営者）	・発注の引き合いがやや多い。
	その他企業「工場施設管理」（従業員）	・製品の物流が順調である。
	金属工業協同組合（職員）	・半導体製造装置、蓄電池、医療機器関連などの引き合い及び受注見込みがみられる。ただし、コストダウン要請及び材料費、電気料金、燃料費などの経費の高騰により収益は期待できない。
変わらない	農林水産業（従業者）	・秋りんごの生育も順調なので、秋の贈答用の注文数も期待が持てる。
	食料品製造業（経営者）	・牛タンの人気は相変わらず高い。しかし、円安や原料高が続く限りなかなか客の反応はプラスには転じにくい。ただし、消費税増税については4月より内税表示をしていることもあり、客はようやく慣れてきた様子である。
	食料品製造業（営業担当）	・辛うじて前年の売上高をキープしている状態であり、当面の間は現状のまま推移するとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、今後は低迷する時期になる。
	建設業（経営者）	・現在の景気はしばらく続くとみているが、今後は物価問題も出てくるので不安である。
	建設業（従業員）	・復興道路関係なども含め、コンスタントに発注が推移していく。
	建設業（企画担当）	・工事消化のピーク状態が続いているが、技術者、労務者不足と東京オリンピック関連工事による影響に不安がある。
	通信業（営業担当）	・顧客への臨機応変な対応のために、単価にこだわらず地道な営業活動が今後も必要である。
	通信業（営業担当）	・政治次第である。
	広告代理店（経営者）	・運送会社の運賃値上げにより印刷物などの納品コストが上がっているが、顧客に対しては価格を据え置いているため、利益を圧迫している。
	司法書士	・親子間の贈与に対する非課税枠の拡大などの施策方針を見極める状況がしばらく続くとみている。
	公認会計士	・小売り関係は消費税増税による売上減少が止まり、徐々に回復するとみている。しかし、建築関係は資材高騰、人件費高騰の状況が変わらず、何とか利益が出る程度である。
	コピーサービス業（経営者）	・大きな案件も少なく、小口案件などの通常取引もなかなか活性化されていない状況で先がみえない。
	その他非製造業「飲料卸売業」（経営者）	・今年に入って前年より悪くなっている。景気は大会社だけが良く中小企業や地方はほとんどが悪くなっている。景気が非常に悪く常に不安な状況が続いているのが一般的であり、それが商売や地域の不安にみんな繋がっている状況である。

		<p>その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）</p> <p>その他企業〔企画業〕（経営者）</p>	<p>・飲食店向けの出荷の伸び悩みが気掛かりである。大型小売店での販売促進策などに期待したい。</p> <p>・工務店業界では、復興に伴う住宅建築需要は施主の予算の関係からローコスト住宅に流れる傾向がしばらく続くとみている。</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>土石製品製造販売（従業員）</p> <p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <p>輸送業（従業員）</p> <p>金融業（広報担当）</p> <p>広告業協会（役員）</p> <p>経営コンサルタント</p>	<p>・今後も天候予測が不透明であり、大幅な回復は期待できない。</p> <p>・今後は一部の原材料の価格高騰が予定されている。労働者不足も現実になりつつある。</p> <p>・3か月先までの受注残と件数が減少しており心配している。</p> <p>・予想外の悪天候で、数件の新規発注工事が保留とされている。しばらくは道路補強工事などでいっぱいになりそうである。</p> <p>・自動車部品は、国内需要はある程度戻ってくるとみているが、アセアンを中心とした海外の需要に陰りが出ており、輸出環境は悪化していく。</p> <p>・首都圏への集約化は一層加速していく。</p> <p>・売上の伸び悩みが続くとみている。</p> <p>・今後は地元企業からの広告出稿は期待できない。中央からの出稿は明るさが少し見えているので後半に期待している。</p> <p>・消費税増税の際の便乗値上げを怒る消費者は少なくなく、消費税増税の影響は長引くと予想している。</p>
	悪くなる		
	良くなる	-	-
雇用 関連 (東北)	やや良くなる	<p>人材派遣会社（社員）</p> <p>アウトソーシング企業（社員）</p> <p>職業安定所（職員）</p>	<p>・今の大学3年生に向けて、1年半先の採用を見越したインターンシップを各企業がかなり積極的に実施している。前年の2～3割増の企業が始めており、今まで以上に景気は上向くのではないかとみている。</p> <p>・サミットの誘致を期待している。</p> <p>・新規求職者数は12か月連続で前年同月を下回っており、新規求職者数が減少し新規求人数が増加する傾向は引き続きとみている。</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>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>民間職業紹介機関（職員）</p>	<p>・現状の改善や2～3か月先に寄与する効果的案件が乏しい。</p> <p>・消費税の再増税などの不確定要因が多く慎重である。</p> <p>・求職者の増加は今後も大きくは見込めない。</p> <p>・2～3か月先に景気上昇の要因があるとは考えにくい。</p> <p>・首都圏の季節従業員募集の広告は好調であるが、地元企業の雇用は業種により偏りがある。</p> <p>・新規求人数、月間有効求人数共に、多少の増減はあるがほぼ同じような数値で推移しており、3か月後もこのまま推移するとみている。ただし、来年3月末に関連会社で派遣なども含め約400名の企業整備の予定があり、懸念材料となっている。</p> <p>・新規学卒求人も増加していることから、景気は変わらないというよりやや良くなるのではないかと。</p> <p>・受注は回復傾向にあるものの、人材確保が困難な状況が続いている。原材料費や燃料費の高騰などのため、収益は伸び悩んでおり、景気の回復の見通しは立っていない。</p> <p>・今のところ管内の雇用情勢に大きな変動要因は見受けられず、このままの状態が続くとみている。</p> <p>・求人の状況は安定した状態にあり、大幅な新規創業の情報や企業整理などの動きは見られない。ここ数か月は同様の状況が続くとみている。</p> <p>・求人は若干増加するが、例年の通り退職者の補充にとどまる傾向にある。</p>
	やや悪くなる	<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>・消費動向、景気動向のバロメーターである求人数が前年度に比べて4割減となっている。消費税率10%の再増税への対応もあり、秋口から厳しくなる見込みである。</p> <p>・今後も人手不足が解消される見込みが無く、地方経済が活性化される要素が見当たらない。</p> <p>・求人数は増加傾向にあるものの正社員求人は少なく、ミスマッチが生じている。</p>
	悪くなる	-	-