

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・予約件数が順調に伸びている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客は不景気な話はしていない。また、今月は国際会議があった関係か客の数も多いように見受けられる。
(東北)	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・高額商材の動きに注目が集まっていたが、徐々に生活雑貨関連の店でも動きが出てきている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	単価の動き	・新学期、新年度に向けての購買動向として、客単価の上昇がみられている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による反動減が薄れてきている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税から1年が経過して来客数のトレンドが回復傾向にある。また、カウンターコーヒーや揚げ物などのファストフードが好調に推移しており、前年比で2けた以上伸長している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・原油価格が安定しており、外に出かけるファミリーの客が増えてきている。また、消費税増税から1年が経過し、影響が少し薄れてきている感がある。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・冬と比較すれば、来客数、売上共に良くなっている。ただし、全体的に売上の前年比は低下している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・周辺企業の人事異動などで来客数が乱れ気味ではあるが、気温の上昇に伴い、飲料部門を中心に売上が回復してきている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要には及ばないものの、前々年並みに来客数が戻ってきている。この来客数は予測どおりであり、今までは予測よりも下回っていた状況であり、少しずつ景気が上向いていると実感している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・入卒といった目的買いの需要に加えて、普段着としての春物需要が例年に比べて早い。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・軽自動車税増税、エコカー減税厳格化を前に、新車の駆け込み需要が発生している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・軽自動車税増税前に、多少の駆け込み需要が発生している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費者の買い控えが少しずつ緩んできている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・今月中旬あたりから余裕のようなものを感じている。飲食店からも謝恩会や歓送迎会の予約の話が多く聞かれており、一般消費者は、日ごろぎりぎりまで切り詰めている分、使うところでは使うようである。雪もなくなり、気持ちにも余裕が出てきているのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月に入って送別会などのニーズがあり、1～2か月前と比べれば客が少し戻ってきている。ただし、中高年の客がメインであり、若者客の来店が難しいという傾向は続いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数と予約の電話がかなり多く、3か月前と比べてもやや良い状態である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・送別会などが多く、販売量やコースの単価も若干上昇しているため、比較的良好な状態である。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は、例年ある会社の送別会はもちろんであるが、一般の小グループの送別会や、家族、特に子供連れの客が目につく。また、料金の面においても、以前のように安かるう悪かるうから、少しレベルアップしたように見受けられる。
都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・春先に向け、婦人層を対象とした着物や宝飾などの展示会の開催の予約を受注したが、いずれも前年を上回る業績であったと聞いている。		
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門は好調に推移しており、一般宴会も送別会の受注が前年と同程度となっている。また、レストランでは前年比を上回っている。		
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前年は爆弾低気圧の関係で売上が落ち込んでいたが、今年は全般的に天気が良く、個人旅行が持ち直している。		
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・年末に続く大きなキャンペーンの効果に加え、新生活への消費もやや上向きであり、新規の客も増えてきている。また、既存の客のオプションサービスへの申込も増えており、徐々にではあるが客単価も上昇している。		

	遊園地（経営者）	来客数の動き	・前半はスローペースであったが、気温が高めに推移した後半は順調に推移している。雪の影響が残った前年に比べて、来客数は20%ほど好転している。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・依然として、販売額、単価、入込客数共に好調である。
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・同地区内の店舗移築に伴う不動産手配の依頼が数件発生しており、確実に確保出来ている。春以降の一般建築物件として受注の可能性が高い。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費者はすっかり賢くなっており、安くても良いものなら買うが、そうでないものは買わないということがはっきりとしている。給料が上がろうだといわれても、そう簡単に消費は戻らないのではないかと。このような状況では、売上が2%も伸びれば御の字である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月は、降雪も少なく好天に恵まれたので来客数も多く、各飲食、物販共にまずまずの好成績であった。そのため、売上規模が高い3月と比較した場合、今の時点では2月のほうが良い状態となっている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街近くの施設が郊外へ移転し、来客数が減少している。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・前年は消費税増税前の駆け込み需要により盛り上がったが、今年は平静を保っている。また、冬の間プラスに貢献していたガソリン価格、灯油価格が再び上昇しており、年度替わりのこの時期の消費に影響することを懸念している。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・今月は初旬から中旬にかけてかなり悪く、下旬から良い日が続いたことでマイナス分を埋め戻している。結果として、客単価、来客数共に平均並みで終わっている。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・前年と比べても、著しく商品に動きが無く低迷している。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・オケーションギフトを中心に、目的を持った客の動きは前年より好調である。しかし、自家需要品に関しては依然として慎重な動きであり、販売数、買上単価の伸び悩みが続いている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要と比較すれば、売上自体はマイナスであるが、婦人服、紳士服共に堅調な売上を示しており、景気自体が落ち込んでいるとはいえない。また、食料品も生鮮食品などの売上は前年を上回っており、必要なものを購入するという消費者マインドに変化はない。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の購買状況は節約志向のままであり、改善していない。
	百貨店（売場担当）	それ以外	・前年の消費税増税前の駆け込み需要との比較のため、今月の景気は下向きとなっている。どれだけの施策を計画しても、売上が2けたの伸びをみせた前年の大きな壁はクリアできず、最終的な売上は前年比85%となっている。
	百貨店（経営者）	来客数の動き	・大手の賃上げ、インバウンド効果、原油安など、景気回復に向けた好材料が全国的に出てきており、百貨店の状況も地方を含む回復傾向にある。しかし、まだまだ本格的な回復にあるとはいえない。
	百貨店（経営者）	お客様の様子	・前年の消費税増税前の駆け込み需要により、3月の前年比は苦戦している。また、前年に数字を伸ばしていた化粧品やリビング商品などの落ち込み幅が予想していたよりも大きく、客は慎重な買い方をしていることがうかがえる。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・3月は、前年の消費税増税前の駆け込み需要があったにもかかわらず、平均1品単価の前年比の伸び率低下は少ない状態である。また、販促効果もあって来客数の落ち込みは底を打っている。ただし、買上点数は予想どおりに前年を下回っており、売上は前年をクリアできていない。末端の消費傾向はまだまだ横ばいである。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の購入量、使用金額にほぼ変化がない。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は増加しているものの販売点数は伸びていない。前年の消費税増税前の状況を考慮しても、依然として客の財布のひもが固い状況が続いている。	

スーパー（営業担当）	お客様の様子	・前年3月は消費税増税前の駆け込み需要により、賞味期限の長い食料品、酒類、買い溜めが出来る家庭用品などの需要が多くみられた。直近の数字をみても、生鮮食品は前年を上回っているものの、米、酒類、家庭用品の前年比は大きく落ち込んでいる。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・今月は、客単価が前年比4%減と大きく落ち込んでいる。これは前年にたばこの消費税増税前の駆け込み需要があったためであり、つられて売上も若干ダウンしている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・経営環境に変化はなく、来客数の動きもほぼ変わらない状況である。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比較して、来客数が前年比で約2%減少している。また、購買単価も若干低下している。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格の高騰や販売価格の低下で、利益が薄くなってきた。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少ないため、売上も伸びない状況である。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・入学、就職準備として取り揃える時期であるが、春物商材の動きが悪い。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・春需要である家電製品の引越し需要が、前年と比べてやや落ち込んでいる。年末年始に比べると、テレビなどは持ち直してきている様子ではあるものの、全体としては良くなっているとまではいえない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両の販売量が低調である。
乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・軽自動車税増税前の駆け込み需要の気配がない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・3月決算にもかかわらず、来客数がほとんど無い状態である。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は、新生活や転勤などの異動マーケットにより、消費が伸びることを期待していたものの、伸び悩んでいる状況であり、販売量が前年比で減少している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・異動シーズンのため飲食店に動きがある。しかし、地元の農業関係者には米の価格下落による影響があり、特定の店しか回転していない。また、店頭でも相変わらず二極化しており特定の商品しか売れていない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・商品の値上がり激しく客は買い控えをしており、また、衝動買いも減っている様子である。テレビでは賃金のベースアップがニュースになっているが、それは大企業のことであり、地方の消費者の懐具合は厳冬のようなようである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・燃料価格が下落しても需要はさほど伸びておらず、物の動き、人の動きが活発になっている様子がみられない。除染関連事業は堅調であるが一般の企業の回復の動きは鈍く、販売量も前年割れで推移している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・3月はこれまでのような販売価格の変動が無く、落ち着いた状況が続いている。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・一時期ほど悪くはないが、それでも来客数の前年比は70%程度である。このような状態が何か月も続いており、景気が上向いているという国の指標は全くあてになっていない。
高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・単価は前年より上がっているが、来客数は前年を下回っている状況である。売上自体は前年比でほぼ横ばいとなっている。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客単価は上昇しているものの、来客数が若干減少しており、3か月前と比較しても売上に変化はない。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数、売上共に悪化した前年と比較しても、状況に変化はない。ただし、来客数は休日と平日との差が激しく、少し悪化している。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・法人客、個人客共に、来客数、売上が前年並みに戻っている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が依然として伸び悩んでおり、3か月前と比較しても前年比の減少比率がほぼ同じである。また、予約状況が良くても実際に当月に入ると伸び悩むため、結果として前年比マイナスで終了することが続いている。

	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・商品内容と価格とのバランスを慎重に検討しているのか、直前の受注が多い。また、海外の受注状況の先行きが思わしくない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・この時期は就職、異動といったもので費用がかかるためか、ますます乗り控えが目立ってきている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地方創生予算がソフト関連にあてられるものの、民間の負担もあるため、まだまだ中小企業への還元には至らない。また、東日本大震災の復興予算の消化率が50%弱であるとの報道もあり、地域経済への反映がみえない状況である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・今年になって物価上昇が続いている。また、春闘は大企業が軒並みベースアップとなっており、一見すると景気が向上するように思えるが、全体の底上げにはならない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資に関する意欲に変化がみられない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客から、売上が変わらないという話を訪問の都度に聞いている。
	観光名所（職員）	単価の動き	・客の1人当たりの売上単価は上がっているが、来客数は今一つ伸びていない。消費税増税後、消費税を気にするような買い方は大分収まってきており、2～3か月前と比べても変化はないが、この傾向がこの先どちらに向かうかはわからない。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・3月に入ってからの降雪が多く来客数が伸びなかったが、春休み期間に入り、ようやく来客数が若干上向ってきている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・3月は卒業、入学の時期のため親子での来店が多く、来客数が伸びている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・入学シーズンであるにもかかわらずヘアセットや着付けの予約もなく、例年より客足が遠のいている。絶対に必要な入学準備品にお金がかかる分、入学式のセット代までは出せないようである。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・震災復興関連の住宅の仕事がほとんど無くなっている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・予約数は普通であるが、3月はフリー客がかなり少なくなっている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・3月は決算セールがあるため、通常であればそこそこ良くなるのだが、今月は、前年はもちろん一昨年と比べても販売量が落ち込んでいる。
	一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・低価格器材の販売量は変わらないが、高額カメラやレンズの販売量の減少が続いており、売上の落ち込みを大きくしている。
	百貨店（総務担当）	単価の動き	・前年のこの時期が消費税増税前の駆け込み需要であったことを除いても、今月は客の動きが少し鈍く感じられる。
	百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の影響を除いたとしても、春物衣料品の動きが重衣料中心に非常に厳しく、それに合わせた雑貨の動きも悪くなっている。また、年々、この季節の返礼ギフトの動きも少なくなってきた。
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、その時に購入された商品の販売量が落ち込んでいる状況が続いている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・特売時以外の買上点数が減少傾向にある。
	スーパー（総務担当）	単価の動き	・来客数は前年より少し増加している。しかし、買上点数が落ち込んでおり、客単価が大きく下がっている。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・今月は天気が良かったが、休日の人の動きが厳しい状態となっている。また、客は目的買いがほとんどであり、衝動買いが少なくなっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年比が悪く、特に夕方から夜間にかけての来客数が減っている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・春物衣料品の実需期であるにもかかわらず、来客数があまり伸びていない。また、消費税増税前の駆け込み需要があった前年と比較すると、かなりの落ち込みとなっている。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、前年のこの時期に衣料が売れていたことに加えて、雪が降って寒い日が多く、春物衣料の動きが鈍い状態である。

		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・例年であれば新規客の来店が最も多くなる時期であるが、今年は非常に少ない。成約台数も通常の月と比較して30%程度の実績である。
		乗用車販売店 (店長)	単価の動き	・販売台数は相変わらず前年比90%ペースで推移しているが、想定範囲内である。しかし、サービス入庫での客単価が徐々に落ち込んでおり、売上高全体を下げている。
		自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・3月は繁忙期に入る時期であるにもかかわらず、客の動きや販売量の動きが非常に悪い。例年の3月と比較しても今年は特に違うように見受けられる。
		その他専門店 [パソコン] (経営者)	販売量の動き	・ここにきて、受注量が更に減少している。投資や株式などは良い話を聞くが、市場の現金商売は出費がかなり抑えられている。
		その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・例年より気温が高く、春物商品の動き出しが順調であるが、前年に消費税増税前の駆け込み需要があったため、販売量は減少している。
		高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・売上の良い店舗もあるが、全体的にみると悪い。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・統一地方選挙が控えているが、予想に反して歓送迎会、学校、スポーツ少年団関係などからの予約が入っている。当エリアでは無投票選挙となるようで、人の足を止めなかったのかもしれない。前年末の選挙では大打撃を受けたのでほっとしている。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・来客数の前年比が横ばいか又はやや下回る月が続いていたが、今月は10%以上の落ち込みとなっている。平日の宿泊客の動きが弱く、予約も前年より伸びていない。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・忘年会は例年並みのにぎわいであったが、年末からは悪天候が重なり、暴風雪の警報が多かった。また、北陸新幹線が開通したにもかかわらず、3月末の販売量は落ち込んでいる。
		美容室(経営者)	単価の動き	・今年に入って少しは持ち直した感があったが、ここにきて若干支出を抑えている様子であり、今月は単価が下降傾向にある。
		その他住宅[リフォーム](従業員)	来客数の動き	・受付件数が増えておらず、なかでも大型工事の受注に伸びがみられていない。
	悪くなっている	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・3月中旬からは前年よりずっと多くの花粉症の客が来店しており、客単価も上昇している。ただし、それ以外の来客数がかなり減少しており、全体的な数字は悪くなっている。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年は消費税増税前の駆け込み需要で大きく売上を伸ばしており、今月はその影響のために厳しい状況である。
企業 動向 関連 (東北)	良くなっている	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・年度末のため、大型復興工事などの落札者が決定してきている。
	やや良くなっている	農林水産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・少数数ではあるが、震災前の収入に戻った農家が出てきている。
		食料品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・年度末の繁忙期を迎えている。販売計画を達成しており、さらに前年実績のクリアも確実である。
		出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年度末の受注量が前年比20%増加となっている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・ものづくり関連企業は受注が多く入っている状況であり、忙しくて人手が足りないところが多い。
		建設業(企画担当)	それ以外	・工事案件には一服感があるものの、ベースアップや株高などによる期待感がある。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・ほぼ計画どおりに推移しており、年度目標は達成できそうである。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・新規案件が少しずつ増加傾向にある。
		変わらない	農林水産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・国際会議の開催により一般客が減少し、さらに、前年は3連休だったお彼岸が今年は2連休であったため、その分の売上が減少している。
		食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・東北地区における販売量の落ち込みが大きく、前年割れが続いている。復調の兆しがみえない。

	土石製品製造販売（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・年度末のため、あまり新規発注がない。また、受注価格も、取引先の状況から簡単に上げる訳にはいかない状態が続いている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・大きな変化はないが、新商品開発は順調に推移している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末で、小口工事が増加している。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷主の生産量が大きく変わらないため、物量そのものに大きな変化がない状態が続いている。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・投資をする企業が増えていない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・地方創生、賃上げなどの話題からマインドは上向きになっているが、景気が良くなっていると感じるまでには至っていない。	
	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・会社案内などの年度末で切替え作成する印刷物において、価格の引き下げ要請が多く見受けられている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・人手不足により相対的に賃金は上昇しているが、企業の業績を反映したものは言い難い。	
	公認会計士	取引先の様子	・建設関係は足踏み状態である。また、小売業、サービス業関係では売上が前年比を下回っている。	
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・半年前からずっと販売量などの前年比が落ち込み続けており、なかなか右肩上がりにはならない。	
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要による反動減により、出荷量は目標を大きく下回っているが、一昨年に比べれば上回っており、着実に消費が戻って来ている実感がある。また、スーパー、コンビニ向けの出荷に安定した伸びがみられている。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末の受注は確保できたが、量としては例年ほどではなく、金額的にも削減傾向が継続している。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・遊休設備が出て来ているが、製品の出荷数は安定している。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったので売上は良かった。しかし、今年はその分を差し引いても良くない状態である。	
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・店頭の売行きがあまり良くない。	
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅着工数の減少により、住宅部材の供給過剰から価格が低迷し、収益が悪化している。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	それ以外	・印刷業であるが、同業者においても受注が少なくなっていて、受注競争が激しくなっている。前年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、一昨年と比較しても今年は約5%程度は受注が落ち込んでいると聞いている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品については、国内向けは減少傾向にある。また、海外現地法人向けでも、特にアセアン、中国向けが減少している。	
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・春節休み明けの物流増加を期待したが、変化は一向にみられない。	
	広告業協会（役員）	それ以外	・前年3月は消費税増税前の駆け込み需要によりマスコミ媒体は潤ったが、今年はイベントもなくなり厳しい状況にある。特にテレビ媒体は、地元及びネットスポンサーも出稿が少なく、震災後では最も厳しい。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来であれば大きく売上が伸びず年度末商戦において、売上に大きな変化がない。	
悪くなっている				
雇用関連				
(東北)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・大卒の新卒採用のスケジュールが今年から変更になり、3月に企業の説明会を実施したが、目標とした動員数に達していない企業が全体の8割であり、学生は非常に売り市場となっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新年度に向けて、採用が増加している。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・仕事量が非常に多くなっている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人倍率が9か月ぶりに2倍を割り込んで1.81倍となっている。これは、新規求職申込件数が5か月ぶりに前年比12.1%増加となったことが原因である。新規求人数は前年とほぼ同数であり、好調が続いている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者と求人のミスマッチが続いている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・人手不足感を持っている企業は多く存在するが、業績回復の持続に対する不安感も強い。したがって、採用も一時的なもので賄っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・人手不足を感じている企業が多い。大都市圏と地方では景気回復度に差があり、より良い労働条件を求めて首都圏に流失する傾向にある。
	職業安定所（職員）	それ以外	・有効求人倍率は2か月連続で減少したものの、高水準で推移している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売、飲食店、介護などの不人気業種を除き、求人数の増加がみられない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2か月連続して前年同月を下回っているが、求人数は2千人台の高止まりが続いている。また、求人倍率も1.10倍であり、7か月連続で1倍を上回っている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数の前年比は2か月連続して減少している。しかし、求職者数は事業主都合離職者の減少により引き続き減少しており、特に状況は変わらない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2か月連続、月間有効求人数は5か月連続で前年同月を下回っている。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求職者数、有効求職者数、新規求人数及び月間有効求人数は微減している。また、有効求人倍率はここ1年間は0.8台後半から1.0台前半で推移しているため、雇用が落ち着いているという印象であり、大きな変化はみられない。
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規登録者の伸びが鈍化しているなか、企業からのオーダーに追いついていないため、需要過多の状況となっている。結果として、2月売上は前年比マイナス8%、累計でマイナス6%であり、ギリ貧状態である。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数の動きは下降傾向にある。さらに、前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、今年はその反動で大きく落ち込んでいる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・県外からの求人広告は相変わらず好調に推移しているものの、県内の景気には結び付いていない感がある。