

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	一般レストラン（経営者）	・当店の予約数の動きもよく、同業者もいくらか良い様子がかがえる。また、客からは旅行などの話が出てきているので、景気は良くなっていくのではないかとみている。
		タクシー運転手	・当地は国立大学もあり、一度住み始めればずっと住み続けたいという人が多い。また、土日などは他県の車も多く、東北6県から人が集まっている。そういう点でもこれから伸び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）	・景気回復の答えが出るのは、本当にあと2～3か月というところであり、希望も込めてやや良くなることを期待している。
		商店街（代表者）	・徐々にではあるが、商店街全体にも景況全般の明るさの効果がみられている。宝飾店などの高額商材も動き始めるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・当地は桜の季節を迎えており、インバウンドの客が増え続けている。街なかを歩く観光客は確実に増えており、売上向上につなげる動きが活発になっている。地元客ともども、今後は各店舗や商店街の販促活動により大きく状況が左右されるとみている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・景気や雇用の面で良くなってきている。復興需要などにより一部の業界にけん引してもらっている部分もあるが、少しずつながらも良くなっていくとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・暖かくなって、客の気持ちが高揚感が表れて購買意欲が出ることを期待している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の購買意欲は通常の状態に戻っており、長く続いた不景気の間からいえば改善しているように見受けられる。しかし、一般的にはそうではないという意見もよく聞くため、徐々に社会全体に波及していくのではないかとみている。
		百貨店（総務担当）	・全体的なマーケットの環境はやや良くなっているようである。ベースアップや今後の夏のボーナスという部分で、客の消費マインドは向上していくのではないかとみている。
		百貨店（営業担当）	・前年に売上が大幅に落ち込んだ高額商材であるが、現在の顧客の購買動向からすると今後も更に回復していくとみているので、景気は良くなっていくのではないかとみている。また、前年の消費税増税前の駆け込み需要で影響の少なかった夏物商品も出てくる時期であり、その効果も期待している。
		百貨店（経営者）	・衣料品の回復傾向が夏物から秋冬物まで継続すれば、全体的な増収傾向を定着することができる。また、消費者からは、安いものよりも良いものを購入したいという傾向がみられており、百貨店にとっては追い風となっている。
		スーパー（営業担当）	・気温が上昇して家計に占める光熱費の割合が減少していくと同時に、各商品の値上がり感が一段落すれば、客の財布のひもは緩んでくるとみている。
		コンビニ（経営者）	・売上のなかでも高い割合を占めているたばこは前年割れで推移している。しかし、他の商品は販促セールの影響もあって動いている。値引き商品には割安感があるが、一方で、予想に反して高めの商品、弁当、ビール、ワインなどの商品も動いている。景気に明るさが出てきているのではないかとみている。
		コンビニ（店長）	・気温の上昇が例年より早い。飲料部門に一定の伸びがみられており、結果として売上増に直結している。ゴールデンウィークや農繁期入りの前のこうした状況は店舗側としてありがたい。若干ではあるが今後を期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・今の状況より悪くなる事はないとみている。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズが大分定着してきており、前年並みの状況に戻ってくるのではないかとみている。今はまだ客の財布のひもは固い状況であるが、4月初旬の天候不順により夏物需要が遅れているので、天候さえ良くなれば需要が喚起されるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・高単価商品を購入する消費者が明らかに増えてきている。また、来客数も伸びていることから、消費者の衣料品購入のモチベーションが高まっているように見受けられる。
家電量販店（店長）	・3か月前と比較しても単価は上昇している。特に冷蔵庫、洗濯機などの白物家電において高額商材が売れている。また、エアコンも前年実績より120%ほど伸びており、景気は良くなっていくのではないかとみている。		
乗用車販売店（経営者）	・消費税率10%への引上げ前の駆け込み需要が顕在化するとみている。		

その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・行楽シーズンに向けての販売量の回復を期待している。市況が悪化しない限り一定の収益回復を見込んでおり、景気は上向いていくとみている。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・ゴールデンウィークにかけて、観光需要の回復と復興需要の増加が期待できる。	
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・前年の消費税増税以降は、衣料品などの不要不急の商材に対して買い控えが目立っていた。それと比較すれば、今期は販売量が上回ると見込んでおり、各社の売上は改善するとみている。	
一般レストラン (経営者)	・株価も2万円を超えたりしているのでは、景気も上向くのではないかと期待している。	
観光型旅館 (スタッフ)	・エリア全体の数字が増えておらず、募集团体の催行率も思ったより良くないなどの不安要素はあるものの、今のところその影響は小さい。また、当館では先行の予約が順調に入ってきているので、大きな問題にはならないとみている。	
都市型ホテル (経営者)	・宴会を中心とした会合利用で、予約数が比較的活発に伸びている。	
都市型ホテル (スタッフ)	・一般宴会の予測をみると、4月のスタートダッシュは今一つであるものの、5月は多少尻上がりの状況となっている。これから暑くなるので、外に出てお金を使うようになれば、景気は若干良くなるのではないかと。	
都市型ホテル (スタッフ)	・消費税増税の影響から抜け出しつつあり、来月以降の予約も前年以上に確保できる見込みである。	
都市型ホテル (スタッフ)	・予約状況は前年比プラスで進捗しており、客の利用頻度も明らかに増えてきている。材料費の高騰などがあり、急激に良くなっているわけではないが、利用人数、単価、予約状況などが改善傾向にあるので、緩やかに良くなっていくのではないかと。	
旅行代理店 (店長)	・デスティネーションキャンペーン効果もあり、国内旅行の需要が伸びている。	
観光名所 (職員)	・ここ数か月間、客単価の若干の伸びが続いている。天候にも恵まれており、いろいろなイベントも開催されているので、ここに来客数が伸びてくれば、ここ数か月にないくらいの良い状態が続くのではないかと期待している。	
その他サービス [自動車整備業] (経営者)	・不安材料は特に無く、このまま好調を維持していくとみている。	
設計事務所 (経営者)	・震災関連以外の仕事の話が出てきており、少しは先行きが良くなるとみている。	
住宅販売会社 (経営者)	・住宅については、既存住宅の下取りで新築受注を行っており、リフォーム販売で売上を伸ばしている。また、一般建築については、3か月先まで受注が確定している。	
変わらない	商店街 (代表者)	・7月1日にプレミアム付商品券が発売予定であり、それまでは景気に大きな変動はないとみている。
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・客のなかにはタクシー運転手もいるが、客がいない、夜なのにタクシーに乗る人が少ない、と聞いている。土日などは非常ににぎわっているが、平日は繁華街であるのにほとんど人がいないという状態が続いている。非常に厳しい状況であり、2~3か月で元に戻るとは考えにくい。	
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・良い状態ではあるものの、来客数や販売量からは、これから更に良くなるとは考えにくい。ただし、悪くなるという印象も無く、客は必要な物をしっかりと買っている。ポイント2倍の時などは在庫があっても1つは買っていきような状況が続いている。	
一般小売店 [寝具] (経営者)	・客に魅力ある商品を提供するなどの企業努力をしなければ景気は回復しない。	
百貨店 (売場主任)	・地方においては、夏季賞与の見込みは例年と変わらないとみている。また、消費税増税から1年が経過したが、客の購買意欲が回復したという実感はなく、2~3か月先においても上向くとは考えにくい。	
百貨店 (営業担当)	・地方では個人収入の伸びが期待できないため、消費動向が上向くことも期待できない。	
百貨店 (売場担当)	・消費税増税だけの問題だけではなく、百貨店における新規客の来店減少も一因である。周囲には量販店やファッションビルなどの競合他社も多く、郊外には1日中楽しめる駐車場無料のショッピングセンターがあり、低価格でトレンドファッションを購入できる。今はミセスシニアといわれる世代も気軽に若い世代と同じようなファッションを楽しんでおり、百貨店離れをしていると強く実感している。また、食品その他の値上がりの影響による買い控えもある。	

百貨店（経営者）	・ここにきて高額商材の売上は落ち着きをみせている。今後の百貨店の消費につながる更なる景況感の改善は、企業株主総会や夏の賞与の時期となるため、それまではこのままの推移でいくとみている。
百貨店（経営者）	・購買単価はやや改善傾向にある。しかし、来客数や買上率は伸び悩んでおり、客の消費動向が回復しているとは実感できない。
スーパー（経営者）	・天候の安定や雇用の好調、賃上げ期待で足元消費は好調に見えるが、賃金収入の無い高齢者の動きが心配である。
スーパー（経営者）	・人手不足が顕在化しており、地方では採用困難な地域、エリアも増えており、大手ばかりでなく中小企業も雇用確保のために給与の引上げを進め始めている。企業は原材料及び人件費のコスト増加などもあり、収益的にやや厳しさを増す面もあるが、株式相場の活況や給与所得の増加で実質所得、可処分所得が増えて、消費拡大へとつながることに期待をしたい。ただし、そのためにはもう少し時間が必要である。
スーパー（経営者）	・扱い品目のなかでも特に生鮮に関しては値上げが相次いでおり、状況的に大きな変化はない。
スーパー（店長）	・今のところ各種数値は横ばいで推移すると見込んでいるが、4月以降に相次いでいるメーカーの加工食品の値上げが、どこまで消費に影響するかを心配している。
スーパー（店長）	・前年よりは良いものの、消費税増税の影響がまだ残っており、客の動向の鈍さは継続している。
スーパー（総務担当）	・前年は、3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動により、4月は買い控えとなった。しかし、今年の4月は良い意味での反動で、来客数、買上点数共に上向いている。この傾向は来月あたりまで続くともみている。
スーパー（営業担当）	・都市部に本社がある大企業を除き、東北に本社がある企業では賃上げ率も低く、個人消費を押し上げるには至っていない。また、既存店の売上、買上点数、客単価を見ても横ばい状態は依然として続いており、景気が回復しているとはいえない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数は改善傾向にある。しかし、競合環境の激化は避けられないため、楽観視はできない。
コンビニ（エリア担当）	・事態が好転するような変化には期待ができない。
コンビニ（エリア担当）	・2～3か月後における来客数の増加要因、もしくは悪化要因は見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・良くも悪くも変化するような大きな要因がない。
コンビニ（店長）	・電気料の高値、賃金の上昇が続いており、経営側としては非常にづらい時期であるが、客の消費行動はそれほど悪くない。今後、どのような方向に向かうのかは予想がつかないが、今のところはガソリン価格が安定しており、それほど悪くはならないのではないかと。
衣料品専門店（経営者）	・地方では、景気回復の実感も賃上げの話もほとんどない。厳しい状況は当分続くともみている。
衣料品専門店（経営者）	・地方ではプラスの要因が見当たらず、厳しい状況は続いていく。
衣料品専門店（店長）	・シーズンの立ち上がりでは、顧客の来店により単価の上昇が図れる。ただし、セール期に入れば単価と来客数の減少により苦戦するとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・一部の建設業界による景気好調は聞くものの、地方都市における景気回復は、全く実感できていない。
家電量販店（店長）	・周囲の状況からも、景気が回復しているような実感が無い。
家電量販店（店長）	・周辺は農家が多く、賃上げの効果はあまり期待できない。
家電量販店（従業員）	・来客数の少ない状況が今後も続くともみている。
乗用車販売店（経営者）	・新商品に乏しく、今以上に上向くとは考えにくい。
乗用車販売店（経営者）	・例年、ゴールデンウィーク以降から8月にかけて販売量が下降気味となるが、今年は新型車の発表により、若干カバーできるとみている。
乗用車販売店（従業員）	・軽自動車税増税前の駆け込み需要で購入した客がかなり多く、今後2～3か月は商談の数が少ない状況が続くとみている。
乗用車販売店（従業員）	・新型車などの新商品が出て、ほとんど来客数に変化がない。これは景気の問題とは違うものではないかと。
住関連専門店（経営者）	・家具の需要は春先から夏にかけて下降していき、売上も落ち込んでいく。また、地方は中小企業が多く、ベースアップの恩恵にあずかることは難しい。

住関連専門店（経営者）	・当店は小規模な店であり、景気が大きく変動することはない。また、消費税増税以来、客は価格に非常に敏感になっているので、あまり大きな伸びもないとみている。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	・値上げの影響など、不安要素がないわけではない。特にこれからの時期はどこまで観光客を誘致できるかが大きなポイントである。旅館業などはいまだに厳しい状況が続いており、良くなる要素が見つからない。	
その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年は消費税増税の影響が6月に強く表れたが、通常に推移すれば、今年は前年のような落ち込みは無いとみている。	
高級レストラン（経営者）	・消費税増税から1年が経過しており、その影響から少しずつ脱していくとみている。しかし、劇的な要素がないため、特別に良くなるとは考えにくい。	
高級レストラン（支配人）	・来月の予約は前年並みかやや良いくらいであるが、前月からの状況を考慮すると、どちらともいえない。	
高級レストラン（支配人）	・予約の状況や周辺施設の話からも変化はみられない。	
一般レストラン（経営者）	・周囲の状況を見ると、業種、業態により大きな格差やばらつきがあるように見受けられる。また、レストランというジャンルに関しては、依然として厳しい状況が続くとみている。期待はしたいが、高望みは出来ない。	
一般レストラン（経営者）	・周囲の状況からは、良くなる要素やこれといった起爆剤も無いので、今までの状態から変わらない。	
スナック（経営者）	・4月に入って歓迎会などが多少あったものの、思ったよりも数が少ない状況であった。今後も、あまり団体客が動くような雰囲気は見受けられない。	
観光型ホテル（経営者）	・この先3か月間の入込は、間近の予約が目につくが、前年比で数%程度のプラスに転じている。	
観光型ホテル（スタッフ）	・県外からの客のリピーターが特に少ない。どうしても話題性のある各地へ客は分散しており、予約状況をみても確実な予想が立てにくく、集客が伸びない状況が続いている。	
旅行代理店（経営者）	・1年で一番需要が多い夏場を迎えるので期待はしたいが、前年並みの予約状況となっている。今後は海外旅行がどのくらい回復していくかにかかっている。	
旅行代理店（従業員）	・全体的に生活実感が向上する様子がみられない。	
タクシー運転手	・客は口々に消費税10%への引上げについて話している。そのため、タクシーを利用する機会が少ないように見受けられる。	
タクシー運転手	・客のなかには、仕事はあるのに人手がなくてこなせないという人や、仕事を探しているがなかなか見つからない、短期の仕事はあるものの、ある程度の安定した生活のためには長期の仕事が欲しいという人もいる。お互いに全く反対の意見であり、今の雇用の仕方に景気を妨げている要因があるのではないか。	
通信会社（営業担当）	・現段階で大きな売上が期待できない。やや悪くなるとみているが、6月決算までは状況に変化はないとみている。	
通信会社（営業担当）	・4月からまた物価の値上げが発生している。賃上げをしても、結局は全体的な景気改善にはならない。	
通信会社（営業担当）	・景気好転に向けた良い材料に乏しい。	
通信会社（営業担当）	・地方ではアベノミクスの効果を実感できない。	
テーマパーク（職員）	・客単価が上昇する兆しが見えない。	
遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークの好天や学校団体の行事に期待したいが、地方消費に力強さがみられないことを懸念している。	
競艇場（職員）	・噴火警報が発令されているものの、客は普段と変わらずに来場しており、影響はない。また、以前と比べて販売量は鈍くなっているが、この先でも大幅な変化はないとみている。	
美容室（経営者）	・今月は、定期昇給月ということで単価が上昇している可能性もある。そのため、これから先は良くなるというよりも落ち着いた状況が続くのではないか。	
美容室（経営者）	・新メニューへの反応も鈍く、客の財布のひもはまだ固いと実感している。	
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・エコポイントによる問い合わせが若干増えている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・当地の飲食業は非常に数が多く競争が激しくなっている。また、大手資本チェーン店の参入が目立っており、お互いに売上を伸ばすことは難しい。景気はやや悪くなるのではないか。
	コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストア本部の施策も目新しいものはなく、売上、利益共に上向き気配がない。
	コンビニ（エリア担当）	・人口減少や高齢化などの問題が改善する見込みがない。

		乗用車販売店（店長）	・4～5月と連続でエコカー減税の厳格化が施行されるので、新車販売の状況が好転する状況ではない。
		自動車備品販売店（経営者）	・もはや繁忙期のピークというものが無くなってしまっている。今後も車輛補修分野は低迷していくのではないかとみている。
		住関連専門店（経営者）	・商店街のなかにある大型店が閉店し、交通量が非常に減っている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元の農家の財布のひもはかなり固くなっている。米価が持ち直すなどの明るい見通しが立たないと、地元にお金はまわらない。その影響が徐々に出てくるのではないかと。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・今後も受注量などは少しずつ目減りしていくのではないかと。金融機関からの情報によると、今までのマイナス分を取り戻せない中小企業が多く見受けられているとのことである。また、一般家庭の市場でもお金の循環がないため、一般の商売は難しくなっていくと実感している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏場の売れ筋商品が全く読めないのが、どうやって売上を確保するかが非常に不安である。ただし、クールビズの影響がもっと浸透すれば、販路も広がるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・夏ごろに、近いエリアで外資系の超大型スーパーがオープンする予定である。かなり安値の大量販売が売りであり、その価格に消費者が慣れてしまえば一般の店は厳しくなる。また、そこでの利益が街に還元されるわけでもないため、今後の買物スタイルは変な図式になるのではないかと。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊料金の低価格化が進んでいる。また、地元客は宿泊よりも日帰りレジャーにシフトしており、地元の経済回復が今一つ進んでいない様子が見受けられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・デスティネーションキャンペーン終了後の7月からは来客数が落ち込むのではないかと。また、一般宴会、婚礼の来客数が回復してくるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・加入促進イベントも一段落しており、若干ではあるが解約者が増加しているため、契約者数の純減状態が続くとみている。特に、同業他社の格安携帯やインターネットの割引攻勢が始まることを見込まれており、大手が展開するキャンペーンに顧客が奪われるのではないかと懸念がある。
		観光名所（職員）	・この先は夏休みに入るまで比較的来客数の少ない時期となる。
		美容室（経営者）	・エステ料金の改正や、サービス強化で来客数を増やす努力をしているが、なかなか難しい状況である。
	悪くなる	スーパー（店長）	・大手コンビニの大量出店が予定されており、客の流れがかなり変わるのではないかと懸念している。
		コンビニ（経営者）	・おそらくは人口減少が原因か、来客数が8～10%近く減少しており、この先も良くなるような傾向はみられない。
		コンビニ（店長）	・6月には、当店にかなり近い場所に競合店が出店してくる。県内初出店のため話題性もあるのでかなりの影響を受け、経営自体も難しくなってくるとみている。
企業動向関連	良くなる	建設業（従業員）	・年度をまたいで公共工事が発注されている。また、新年度発注の公共工事の件数も発注が見込まれている。
(東北)	やや良くなる	土石製品製造販売（従業員）	・今後は、冬期の除雪により壊れた道路舗装の修復工事などが多く発生する見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新入社員の採用が再開しており、設備投資の拡大の影響が徐々に業績を押し上げる傾向にある。
		輸送業（経営者）	・現状のまま推移すれば、マイナスの要因は見当たらない。
		広告代理店（経営者）	・当地では水族館の開業が控えている。広告関連に動きがあるので期待している。
		広告代理店（経営者）	・前年度には無かった新しい受注案件が増えつつある。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・前年は消費税増税で相当なプレッシャーがあったが、1年が経過してあまり気にならなくなっている。景気はやや上向いているのではないかと。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ゴールデンウィークの観光物産向け出荷に期待している。また、飲食店向けの出荷は好調が続いていることから、堅調な出荷を見込んでいる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・今年の果樹の開花が2～3日ほど早い。特にももの販売はお盆前が勝負のため、大いに期待している。
		食料品製造業（経営者）	・北陸新幹線の影響がどちらに出るかまだ不明である。
		食料品製造業（総務担当）	・政府による経済政策や金融政策が定着してきており、当面はそれが維持されるので、直近では大きな変化は無いとみている。
		繊維工業（経営者）	・需要が一度冷え込んでいるので、再び火が付くまでにはしばらく時間が掛かるのではないかと。

		木材木製品製造業（経営者）	・住宅の需要が伸びていない。価格競争が激化しており、収益の悪さが続くともみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この先は注文が冷え込む時期となる。また、アベノミクスが中小企業に波及する見込みもない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、国内需要についてはこれからも伸び悩むともみている。また、海外向けでは、新興国経済の悪化の影響を受けて低調に推移していく。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が変わらないというところが多く、今のところ変化の兆しはみられない。
		建設業（経営者）	・新年度に入って気温の上昇もあり、人の動きが良くなってきている。工事の受注もあり、消費税増税後の反動も沈静化しつつあるともみている。
		建設業（企画担当）	・復興最終年度に入り、しばらくは現状まま推移する。
		通信業（営業担当）	・新規開拓も必要ではあるが、これまでの、特に東日本大震災以降の付き合いを大切に顧客と関わっていく必要性を強く実感している。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		経営コンサルタント 公認会計士	・季節の変わり目による消費の増加を期待している。 ・建設関係の業績は現状維持か少し低下傾向にある。業績がまだ伸びている会社もあるが、落ち着いてきた会社の割合が多くなってきている。小売業、サービス業は、業績回復はなかなか厳しい状況であり、全体としては変わらないともみている。
		コピーサービス業（従業員）	・仕入先や販売先などから、景気が向上しているような話が聞けない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の状況からも、この先3か月は現状のままで推移するとみている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新品種の立ち上げがあり新しい設備も入ってきている。しかし、遊休設備もあるため一進一退の状況である。
		金属工業協同組合（職員）	・これまで翌月以降の受注予定が立たなかった一部企業から、微量ではあるものの受注が入ってきている。一方で、半導体関連で好調だった企業では、親企業の在庫調整などにより翌月から減量となる場所が出てきている。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・今後のTPP交渉の妥結内容によっては、米の取引価格に大きな悪影響を及ぼすのではないかと懸念している。
		食料品製造業（営業担当）	・東北地方での販売量減少が続いており、回復の兆しがみえない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・紙やインクが10%程度値上がりしており、印刷の需要は縮小する見込みである。また、取引先に対して価格転嫁がうまく出来なければ、収益は赤字となり景気は悪化するとみている。
		司法書士	・先行して取得する土地取引の件数が減少しているため、数か月先の新築住宅の着工数はあまり見込めないとみている。
	悪くなる	広告業協会（役員）	・3か月先までの受注状況を見ると、前年より引き合いが少ない。当地においてはイベントも少なく、活性化に結び付くような案件が期待できない。
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・マイナンバー制度、電力システム改革によるシステム需要により、中期的な採用の需要が増えている。
		職業安定所（職員）	・工場拡張により従業員を増やす予定の企業が数社あり、今後の求人数の増加を期待している。
		職業安定所（職員）	・3月の月間有効求人数は、5か月ぶり26年度3回目の1万1千人台であり、前年同月比で6.8%増加と引き続き好調に推移している。また、求人を出しても応募者が来ないという内容の問い合わせが寄せられている。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人の増加傾向は続いていくともみている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・2016年春採用の活動をしているこの段階で、既に2017年採用予定の大学3年生向けインターンシップについて考える企業が多く出てきている。このような景気の良い状態はこのまま継続するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数が増加する見込みがない。
		アウトソーシング企業（社員）	・若干ではあるが、価格の話がしやすくなっている。ただし、その一方で競争が激しくなっているため、結果として変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業は消費税率10%への引上げが重圧となっており、人員を増やすことに慎重になっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費の回復が遅れており、求人広告も増加する傾向はみられない。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加に期待ができない。

	職業安定所（職員）	・求職者が減少した反面、求人は高止まりが続いている。しかし、非正規求人の割合が依然として高く、求人倍率ほど景気が良くなっているとはいえない。
	職業安定所（職員）	・外資系の量販店が進出を予定している。一方、火山活動の活発化に伴い周辺の観光業では雇用調整が始まっており、一進一退の状況である。
	職業安定所（職員）	・人材確保に苦慮している企業が多い。特に介護関係の企業などは、人が集まらないために施設の新規開設の時期を延期したり、多店舗経営をしている理容店が事業の縮小を検討している様子などが散見されている。状況が良くなるような材料が無い状態が続いており、今後も大きな変化は無いとみている。
	職業安定所（職員）	・求人状態はここ数か月と変わりなく安定している。現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。
	職業安定所（職員）	・求人数の増加に陰りがみられるものの、求職者数は引き続き減少傾向にあり、景況感に大きな変化はみられない。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・現在の求人における東京への一極集中の状況が続けば、かさ上げ工事や復興住宅建築に大いなる影響を与えて、地元はより深刻な状態に向かっているのではないかと懸念している。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・県外の求人数は堅調に推移している。ただし、県内の景気は上向いていない。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末の契約終了などの影響は今後2～3か月は引きずるとみえており、悪化傾向にある。