

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	良くなる	タクシー運転手	・5月末に不通であった路線が全線開通となる。街中ではサーカスが興行しており、博物館でも大きな催しが行われている。客が途切れない状態であり、マイナスとなる要因は見当たらない。
(東北)	やや良くなる	商店街（代表者）	・各店共に、徐々にではあるが来客数の微増、購買単価の上昇がみられている。また、新規出店する飲食店もあり期待をしている。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響はこの先にはかなり沈静化するとみている。また、今後は、商店街、行政、商工会議所が三位一体となったソフト事業への取組が更に活発化していく。客はこれらに期待感や安心感を持ち、需要に対して財布のひもが少しずつ緩まるのではないかと。徐々にではあるだろうが景気が伸びていくことを大いに期待している。
		商店街（代表者）	・7月1日より2割お得なプレミアム付商品券が発行される。短期間ではあるものの、売上の増加が期待できるため、商店街としても集客増加の段取りを計画している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・このところ高額商材が売れ始めており、賃上げや株高の影響がそろそろ地方にも及んでいるのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年、会員対象のセールなどにより上向く時期であり、県や市のイベントなどで人出が見込まれるため、良くなるのではないかと。また、客の健康志向がより強くなっており、その影響で買上点数が増加していけば、更に上向きになるとみている。
		百貨店（総務担当）	・市場全体が株高で景況感是非常に良い。また、ここにきて企業の業績が好調であり、夏のボーナス支給も期待できるため、好循環にうまくつながることを期待している。
		百貨店（営業担当）	・今年のクリアランスセールは、消費税増税の影響を受けて伸び悩んだ前年の反動もあり、売上は伸びるとみている。また、盛夏物を中心に動きが順調であれば、現状より更に景況感良くなるのではないかと。一方、お中元については、ここ数年のマイナス基調は変わらないとみえており、マイナス幅をどれだけ減らせるかが課題である。
		百貨店（経営者）	・震災後の交通網の整備や夏のボーナスなど、商環境にプラスの要素が見込まれている。また、今後の盛夏、ギフト商戦についても現在の微増傾向は続くとみている。さらに、春以降から進めてきた売場改装の効果も徐々に出てきている。
		スーパー（店長）	・ここにきて、消費税増税に対する抵抗が無くなってきており、客の購買意欲が上がっている。
		スーパー（総務担当）	・可処分所得の若干の増加と、前年の消費税増税後の反動により、来客数が増えてきている。また、これに伴い買上点数も増加しており、来月の状況にも期待ができる。
		コンビニ（エリア担当）	・水族館などのオープンに伴う工事特需を見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・今より競争環境が緩和される可能性が出てきている。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の落ち込みが底を打った状態から、来客数、売上共に回復傾向にある。
		コンビニ（店長）	・客単価は落ち着き気味ではあるものの、コンビニ業界では来客数が伸びており、若干良くなるのではないかと。また、これからは新年度予算により公共事業なども動き始めるので、気温の上昇と同時に景気もやや良くなっていくとみている。
		コンビニ（店長）	・限られたパイのなかで厳しい環境に置かれていることに変わりはない。しかし、大きな不安要素もなく、夏に向けて売上は増加していくとみている。
衣料品専門店（経営者）	・現在苦戦している分、夏物のセールでは売れるのではないかと期待している。		
家電量販店（店長）	・白物家電、黒物家電共に、徐々に単価が上がりがつつあり、良い商品、高付加価値商品が売れ始めている。復興需要が減少しつつあるという話もあるが、当県ではまだまだ新築需要などが多いのではないかとみている。		
家電量販店（店長）	・プレミアム付商品券の需要に期待している。		
家電量販店（従業員）	・来客数にあまり変動がないものの、売上が増加しているため今後期待が持てる。		
乗用車販売店（経営者）	・4月からの軽自動車税増税の影響で軽自動車の販売量は落ち込んでいるが、夏場の商戦に向けて回復していくとみている。		
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あるとみている。		

乗用車販売店（従業員）	・将来的には軽自動車税増税前の駆け込み需要の影響も少なくなるので、少しは景気が上向くのではないかと。
住関連専門店（経営者）	・8月に当地で大きな祭りがある。クルーズ船も入港する予定であり、観光客の増加に期待ができる。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・既にお中元ギフトの問い合わせがあるなど、消費者の購買意欲がうかがえており、お中元シーズンには今以上に良くなると期待している。また、このままの天候が続けば、ビアガーデンなどの販売量も多く見込める。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年の同時期は買い控えが目立っていた。その反動により、今年は消費が増加傾向に転じるとみている。
観光型ホテル（経営者）	・2～3か月後の入込数は前年比で多少の増加となっており、間近の予約も目に付いている。ただし、好天のためか日帰り客は減少している。
観光型旅館（経営者）	・今後予定されている自治体の景気対策により、大きな効果は期待できないとしても、多少の消費は刺激されるのではないかとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・大きなイベントの流れがようやく落ち着いてくるため、ベストシーズンである当地に目を向ける客が増えるかとみている。また、ボーナスの支給により、街中が若干潤うのではないかと。
都市型ホテル（スタッフ）	・前年は消費税増税の影響で個人客の利用が落ち込んでいたが、今年は前年比としては回復している。また、先の予約も順調である。
都市型ホテル（スタッフ）	・数か月前からの予約状況の進捗に加えて、今月からはフリー客の動きも活発になってきており、一過性の動きではなく持続性がみられている。また、全部門で明らかに来客数が増加しており、リピート客の利用間隔が短くなってきている。
旅行代理店（経営者）	・各社のベースアップを反映して、夏場の需要が伸びてくるのではないかと。今後はボーナスの支給もあるので、期待をしている。
旅行代理店（店長）	・国内旅行の受注が前年を上回っており、この傾向は続くかとみている。
観光名所（職員）	・客単価は順調に推移している。また、さくらんぼ狩りの団体客の予約も若干良い状態であり、全体的に伸びていくとみている。
美容室（経営者）	・昇給に伴いボーナス関係も増額しているのではないかとみており、消費に期待をしている。
美容室（経営者）	・オーガニックシャンプーなどの髪や体に優しい商品の販売が好調であり、必要なもの、価値を感じるものに対する消費は上向いている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・地方創生施策への期待感が高く、しばらくは好調のまま推移するとみている。
住宅販売会社（経営者）	・一般物件用土地のリクエストと併せての建築受注の予定がある。また、太陽光発電用土地のリクエストも再度増えている。
変わらない	<p>商店街（代表者）</p> <p>・予約が非常に少なく、先行きに不透明な部分が多い。良くなるという期待は持てない。</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>・賞与支給、プレミアム付商品券に期待したい。</p> <p>一般小売店〔書籍〕（経営者）</p> <p>・地方にいる限り、消費動向を変えるほどの雇用や収入の変化は認められないため、今しばらくはこの状態が続くとみている。</p> <p>一般小売店〔医薬品〕（経営者）</p> <p>・震災前のように景気の悪さを強く実感することは少なくなっているが、一方で周囲の人の多くはいまだに景気の先行きを慎重にみている。そのため、景気は過熱しているわけでもなく、今は安定している時期なのではないかと。</p> <p>一般小売店〔寝具〕（経営者）</p> <p>・震災による土地離れや高齢化によって顧客の数は確実に減ってきている。復興住宅は徐々にできてはいるものの、先行きの不安からか客の買い控えは今も続いている。</p> <p>百貨店（売場主任）</p> <p>・現在の客の購買動向は、気温の上昇により夏物商材が先行して売れているだけという状況であり、プラスの消費につながっているものではない。</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>・地方では個人所得の向上が期待できない。そのため、身の回り品、買回り品を含めて消費の伸びも期待できない。</p> <p>百貨店（買付担当）</p> <p>・欲しいものにはお金をかける傾向は変わらずに継続している。しかし、景気が良くなるような要因は見当たらない。</p> <p>百貨店（売場担当）</p> <p>・顧客がオンライン販売に流れて店の来客数が落ち込んでいる。そのため、ブランド店は苦戦しており、売上を落としている。また、大きいサイズなどを百貨店以外でうまく見つけて購入している。</p>

百貨店（経営者）	・再来年の4月に予定されている消費税率10%への引上げまでは、基本的に現在の状況が続くとみている。
百貨店（経営者）	・消費税増税の影響は少しずつ和らいでいるが、ベースアップや賞与改善の話題が少ないなか、当面は現状維持で推移するものとみている。プレミアム付商品券の発売を一つのきっかけに、消費が喚起されて購買力の改善につながることを期待している。
スーパー（経営者）	・雇用状況が好調であるのはプラス要因ではあるが、実質賃金の低下や、年金生活者の動向を懸念している。
スーパー（経営者）	・株高による資産効果や、完全失業率の低下もあり、所得水準は上がりつつあるとみており、業績の良い企業の賞与増額に期待をしている。ただし、支出に関しては、それを打ち消すような商品の値上げ、高齢者の消費抑制などが続いており、消費拡大が顕著になるまでにはもう少し時間を要する。
スーパー（店長）	・来客数の減少に加え、客単価も減少してきている。商品は値上げ傾向にあり、客の節約志向は変わらないとみている。
スーパー（店長）	・メーカー原料価格の高騰により、今後も各メーカー商品の値上げが続くとみており、客の買上点数の前年割れが継続するのではないかと。
スーパー（営業担当）	・全体的な気象にはそれほどの変化はないが、小売業では、今まで以上に天気、気温によって景気が左右されるとみている。
スーパー（営業担当）	・東北地方では値上げ水準が低く夏季賞与も期待できない。反面、原材料費の高騰から食料品の値上げが少しずつ進んでおり、今後2～3か月で景気が良くなるような要因は見当たらない。
コンビニ（経営者）	・来客数の落ち込み分を客単価や買上点数の微増でフォローしている。ただし、来客数については、気温の上昇とともに伸びていくため、大きな落ち込みにはならないとみている。また、客単価や買上点数がしっかりとしているため、景気動向もさほど悪くはないのではないかと。
コンビニ（経営者）	・厳しい経営状況は変わらないものの、若干ではあるが来客数に好転の兆しがみえてきており、当を取り巻く経営環境はやや落ち着いてきている。
コンビニ（エリア担当）	・売上や来客数が変化するような要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・夏物衣料の最盛期となるが、Tシャツなどの必需品が売上の中心になるため、単価が上昇せず、来客数も増える要素が無いため、厳しい状況は継続するとみている。
衣料品専門店（店長）	・クールビズ、プライダル需要などのモチベーション需要に期待している。ただし、普段着に関しては、低単価商材中心の動きから高単価商材へのニーズが高まるか否かが不透明である。
衣料品専門店（店長）	・仕事着に関しては継続的に買い控えが続くとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・本来であれば5月後半から発生するはずの、ボーナスを見込んだ消費が見当たらない。
家電量販店（店長）	・景気の変動を実感できていない。
乗用車販売店（経営者）	・例年、4月以降から販売量は下降気味となる。その傾向は、底となる8月まで続くとみている。
乗用車販売店（従業員）	・新しい商品が出て、来客数が一時期に若干増加するだけで、すぐに元の数字に戻ってしまう。このような状態で急に来客数が増えるということはありません。
乗用車販売店（店長）	・顧客からも買い控えのムードが見受けられており、登録車、軽自動車共に前年割れが続くとみている。
乗用車販売店（店長）	・新型車販売の影響も徐々に薄らいでおり、販売量が減少している。半期決算期である9月までは、来客数も含めてこのような厳しい状態で推移するとみている。
住関連専門店（経営者）	・新築があれば買換え需要に期待ができるが、例年6～8月は需要が落ち込む時期であり、今月とさほど変わらないとみている。
住関連専門店（経営者）	・消費の力はまだまだ弱い。また、耐久消費財は季節にあまり関係がないため、夏に向かっても特に大きな変化はないとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・大きく変わる要素が見当たらない。米の収穫状況によって、地元農業従事者の消費動向が大きく変化するものの、米の収穫時期までは状況に変化は無いとみている。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・夏までの販売量がみえてきている。しかし、販売期間には波があるため均一的な売上にはならない。また、利益も薄いため今後も厳しい状態は続く。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・今後の天候次第ではあるものの、消費税増税の影響は薄れつつある。

その他専門店 [ ガソリンスタンド ] ( 営業担当 )	・震災関連の需要が落ち着いているなかで、個人消費や設備投資が今一つはっきりしていない。復興がなかなか進まず、消費がどのように動くのかよくわからないまま、現在の状況がただらと続いていくのではないかとみている。	
その他専門店 [ ガソリンスタンド ] ( 営業担当 )	・様々な復興イベントなどが行われているものの、実際の販売量には直結していない。しかし、大きな減少要因も無いことから、状況は変わらないとみている。	
高級レストラン ( 支配人 )	・周囲の飲食業の話からは、勝ち組と負け組がはっきりと分かれており、景気自体がそれほど良くなっているわけではない。また、市場が拡大していないので、市場の奪い合いとなっている。	
一般レストラン ( 経営者 )	・低価格メニューの廃止による、客単価の上昇、来客数の若干の減少という状態は、しばらく続くとみている。	
一般レストラン ( 経営者 )	・実質賃金はなかなか上がっていない。そのため、今月並みを維持するのが精一杯の状態である。	
一般レストラン ( 経営者 )	・相次ぐ商品の値上げにより、消費者の財布のひもは固くなっている。当店では企業努力により値上げをしていないものの、これ以上の原材料費の高騰が続けば、値上げをせざるを得ない状況になる。その時の負担感を客がどのように判断するかで、景気の先行きが左右されるのではないかとみている。	
スナック ( 経営者 )	・これからは、夏に向けて納涼会などの宴会がある。しかし、団体客が動くケースは基本的にあまり無いため、売上としては大きな変化は無いとみている。	
観光型ホテル ( スタッフ )	・法人客が減少しているが、家族などの少人数の個人客の増加により、売上はとんとんとなっている。このような状態がしばらく続くとみている。	
観光型旅館 ( スタッフ )	・当館の状況は良くなっている。しかし、エリア内でのシェアが伸びただけであり、エリア全体の数字は伸びていないので、楽観できる状況ではない。	
都市型ホテル ( 経営者 )	・夏に向けて個人客の動きは活発になる。しかし、法人客の動きが鈍るため、全体としては現在と変わらない状況になるとみている。	
旅行代理店 ( 従業員 )	・先行数値をみても、前年と比較して景気が上向いているとはいえない状況である。また、訪日外国人客数は全国的に増加しているものの、東北においては伸びていない。	
タクシー運転手	・客の乗り控えの傾向は今後も続くとみている。	
タクシー運転手	・消費税増税、介護保険料の増額など、特に高齢者にとっては希望の無い状態となっている。そのため、以前は多かった高齢者の客が減少しており、このような状態で景気が良くなるとは考えにくい。	
通信会社 ( 営業担当 )	・政府の経済改善施策を実施しても、当面の間は景気の向上は望めないのではないかとみている。	
通信会社 ( 営業担当 )	・改善できるような良い材料が見当たらない。	
通信会社 ( 営業担当 )	・新規加入者数の増加はそれほどでもないが、解約者数が思った以上に減少している。また、地方では同業他社の格安スマホやSIMフリーサービスも動きが鈍く、顧客の奪い合いもそれほど進まないかとみているので、この先2～3か月は大きな変化はないと見込んでいる。	
通信会社 ( 営業担当 )	・消費税率10%への引上げを前にして、経費削減を目指す企業が多い。	
テーマパーク ( 職員 )	・買上点数及び客単価の動きが良くない状態が続くとみている。	
遊園地 ( 経営者 )	・7月には、大型水族館が市内にオープンする予定であり、当分はその影響を受けるとみている。	
競艇場 ( 職員 )	・販売量は前月とほぼ同様に推移しており、下降傾向にあった状態も落ち着いてきている。また、2～3か月先も商品ラインナップにあまり変化はないので、目に見えるような変化は無いとみている。	
美容室 ( 経営者 )	・常連客の来店頻度は数か月に一度であり、新規客の増加も見込めない状況である。	
設計事務所 ( 経営者 )	・良くなる材料が見当たらない。	
その他住宅 [ リフォーム ] ( 従業員 )	・5月の好調が続くことを期待したいが、楽観視はできない。	
やや悪くなる	商店街 ( 代表者 )	・輸入商品を中心に15%前後値上がりしており、国内商品の価格も高値誘導の傾向がある。消費者はこのような状況に非常に厳しい目を向けており、値上がりした商品への抵抗感が非常に強くなってきている。
スーパー ( 経営者 )	・エルニーニョ現象が発生しており、今年は冷夏の予報が出されている。天候状態が非常に不安定であり、懸念している。	
コンビニ ( 経営者 )	・買上点数も少なく、目的買いが定着してきている。	

		<p>コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（店長） 自動車備品販売店（経営者） その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） 高級レストラン（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） 観光名所（職員）</p>	<p>・人口が減少して、働き手も減少している。前向きなニュースはない。 ・クールビズが浸透して、主力商品であるスーツが売れない状況が続いている。また、この時期に売れて欲しいアイテムの動きも鈍く購入する客が少ないので、今後も厳しい状態が続くとみている。 ・取引先は皆一様に、例年と比較して今年は動きが非常に悪いと話している。繁忙期でさえこのような状況であり、この先も動きは悪いまま推移するとみている。 ・クールビズが浸透してきており、制服からカジュアルに近いものが購入されてきている。そのため、これから夏に向けてより一層の競争激化が見込まれている。さらに、客の目は価格の安いゾーンに向くとみているので、客単価は下がるのではないかとみている。 ・地方に住む人達の所得が増えて経済が回るまでには相当の時間を要するとみている。また、消費税率10%への引上げになれば、また悪い状態からのスタートとなり、明るい兆しはほとんどみえない状態である。 ・選挙などが絡んでくる時期であり、外食の需要が冷え込むことを懸念している。 ・5～6月の予約状況を見ると、やや悪くなっている。 ・来月から地域特産果実の収穫期を迎えるが、今年は気温の異常により実りに悪影響が出始めている。観光やお取り寄せでも人気の高級果実であり、不作になればエリア全体の景気悪化の引き金になりかねないため、懸念している。 ・ゴールデンウィーク後の来客数の動きはあまり良くない。そのため、今月の良い状態が継続するとは考えにくい。</p>
	悪くなる	コンビニ（店長）	<p>・6月に、当店のごく近隣の場所に県内初出店の競合店がオープンするため、先の見通しが立たない状態である。かなりの影響を受けるとみており、商売の存続にも関わらないかとみている。</p>
企業動向関連 (東北)	良くなる やや良くなる	-	-
		<p>食料品製造業（総務担当） 輸送業（経営者） 輸送業（従業員） 広告代理店（経営者） 広告代理店（経営者）</p>	<p>・小売などが販売量を伸ばしている。また、株価の上昇により消費者マインドも上昇している。 ・販売量は順調に推移している。円安の進行と原油価格の値上がりが気がりではあるが、急激な変化さえなければ、今後も期待できるとみている。 ・夏場にかけて、出荷量の増加が見込まれている。 ・新しい水族館のオープンにより、広告関連での動きが多少出てくるとみている。 ・徐々にではあるが、得意先のマーケティング活動に動きが出てきている。</p>
	変わらない	<p>農林水産業（従業者） 食料品製造業（経営者） 食料品製造業（経営者） 食料品製造業（営業担当） 木材木製品製造業（経営者） 土石製品製造販売（従業員） 一般機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（営業担当） 電気機械器具製造業（企画担当） 建設業（経営者） 建設業（企画担当） 通信業（営業担当） 通信業（営業担当）</p>	<p>・震災から4年が経過して風評被害も大分薄らいだ感がある。今後は果物単価が上昇することに期待をしている。 ・現在の状況からみて、先行きが好転するとは考えにくい。 ・旅行者による飲食の売上は良い状態である。しかし、出店している駅構内の売場が改装中のため期間限定で閉店しており、その影響が出るとみている。 ・相変わらず東北地区での販売量減少が続いている。このような苦しい状況は今後も改善されないとみている。 ・住宅需要の好転を期待できない。 ・この先数か月間は、冬場に除雪作業で傷んだ道路の修復工事が多い。景気を左右するような大きな工事はまだ無い状態である。 ・受注状況は、横ばいもしくはやや減少している。回復の兆しのないこの状況はしばらく続くとみている。 ・受注量が特段に増える要素はないが、製造業においては、仕事が堅調に入っている状態が続くとみている。 ・パソコンの需要が低下していると言われていたが、エレクトロニクス全体としては需要が低下することはなく、その恩恵を受けて今後も良い状態が継続するとみている。 ・これからは、受注量よりも工事単価及び技術者不足が問題になるとみている。 ・復興関連工事は現状のまましばらく推移するとみている。しかし、来年度からの仕事量には不安がある。 ・受注量がこのまま増加傾向で推移するとは考えにくい。今後も予断を許さない状況であることに変わりはない。 ・政治次第である。</p>

	金融業（営業担当） 公認会計士	・特に大きな変化要因はない。 ・売上、利益は業種によってばらつきがある。サービス、不動産賃貸などは現状維持であり、建設業は高止まっている。また、小売り関係はいまだに前年割れの状況が続いており、大きな変動はないとみている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地方の中小企業の景気は非常に良くない。なかなか昇給やボーナスの支給などの消費が伸びるような状況にはならないため、現在の状況がしばらく続くともみている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・コンビニ向け出荷の伸び悩みが不安材料である。ただし、飲食店向けの出荷は順調なことから、大きな落ち込みは無いとみている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・株高ではあるが、地方に及ぶ影響は未知数であり、時間がかかるとみている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・人員の配置転換などを模索しているものの、なかなか大変な様子である。
	金属工業協同組合（職員）	・見積件数、受注量共に減少傾向にあり、今後上向くような良い材料は見当たらない。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・燃料価格の上昇が、肥料その他の農業資材の値上がり波及するのではないかと懸念している。
	繊維工業（経営者）	・購買力の回復が見込めない。
	出版・印刷・関連産業（経理担当）	・受注残が減少している。特にチラシ印刷は前年比10%以上の落ち込みとなっている。
	建設業（従業員）	・東北における集中復興期間の最終年度を迎えたが、公表された新規案件の発注見通しが思いのほか少なく、予想を下回っている。
	広告業協会（役員）	・7月にオープンする水族館の経済的波及効果を期待しているが、開業にかかわる出稿は少なく、広告業界は厳しい夏を迎えようとしている。
	司法書士	・太陽光発電を契機とした不動産取引も無くなり、不動産市場が低迷している。
	悪くなる	
雇用 関連  (東北)	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員） ・就職活動中の学生の様子からは、企業が積極的に採用数を取っている様子がうかがえる。今後の景気に良い影響を与えるのではないかとみている。 アウトソーシング企業（社員） ・仕事量に大きな増減はないが、価格面で若干上向きになっている。 職業安定所（職員） ・設備投資により、複数の企業が増員を計画している。 職業安定所（職員） ・新規求人倍率、有効求人倍率共に、前年同月比を上回っており、依然として好調が続いている。また、新規求人数は前年同月比でほぼ10%増加となっており、引き続き好調である。
	変わらない	人材派遣会社（社員） ・求職者数の大きな増加が見込めないため、状況は変わらない。 新聞社〔求人広告〕（担当者） ・地方において、企業が好況感を実感できない現状では、採用意欲は高まらないのではないかとみている。 新聞社〔求人広告〕（担当者） ・好転の要素が全くみられない。 職業安定所（職員） ・求人数の大幅な増加の傾向はなく、求職者数も減少傾向にはあるものの安定している。 職業安定所（職員） ・ここ数か月、求人は高止まり状態が続いているが、非正規求人の占める割合が依然多いことから、景気が今以上に改善されるとは考えにくい。 職業安定所（職員） ・食料品製造業や繊維工業で人員整理が予定されているものの、大きな変化はみられない。今後もほとんどの業種で人手不足が継続するとみている。 職業安定所（職員） ・人手不足分野である建設業、製造業や、特に水産加工業、介護医療関係の求人が多く、求人の高止まり状態が続いている。人材の確保が思うように進まない状況で業績を伸ばしていくのは難しい。 職業安定所（職員） ・求人の状態はここ数か月と変わりなく微増のままで安定している。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） ・新規求人数の前年同月比は増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きに大きな変化はないとみている。 民間職業紹介機関（職員） ・求人の動きについて、それほど変化は無いとみている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員） ・取引先である小売店からは売上が伸びているという話は少ない。また、求人の申込件数も減少している。

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・東京オリンピックへの景気感で、東京一極集中が顕著になりつつある。その影響からの人件費の高騰により、被災地では復興業種に人が集まらなくなっている。これからが復興の正念場であるが、被災地復興の遅れから、景気がまた悪くなるのではないかとの懸念がある。
悪くなる		