

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 やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・年度初めは人も物も動く時期である。また、地下鉄の新規路線開通の効果も表れ始めるころであるため、期待している。
		商店街（代表者）	・温暖な気候が続いているため、4月以降からゴールデンウィークにかけて、春物や初夏物の需要が一気に高まるのではないかと大いに期待している。
		百貨店（営業担当）	・地下鉄の新規路線開通や、駅周辺の再開発による新店のオープンなどにより中心市街地に人が集まる機会が増え、街全体に活気がでてくるとみている。また、来街者が買い回りに動くことで景気も上向いていくと期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境が落ち着いてきており、各種指標の前年比も徐々に改善傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の増加傾向は今後も続いていくとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が相変わらず良くない状況であることから、これ以上悪くなりようもない。
		乗用車販売店（経営者）	・抑えられていた需要が回復することを期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ゴールデンウィークの期間中に地元最大の祭りが控えており、飲食店や観光客向けの販売量が増えるのではないかと見込んでいる。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・需要は減少しないとみている。そのため、販売機会を失わないよう天候や行事を意識した商品提案を行う必要がある。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・4月より食品などの値上げが実施されるため生活に多少の変化は表れるだろうが、必需品に限っては買い控えも少ないと見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・リニューアルの効果による来客数の増加を見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・4月は入学シーズンであり、その後は3月末～5月初旬にかけて花見のシーズンとなる。気温も高くなり人の出入りも増えて忙しくなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・だんだんと暖かくなり、人が外に出ようとする気配がある。そのため、良くなっていくと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・アフターデスティネーションキャンペーンにかかわる各種イベントが開催される。また、東日本大震災復興イベント、有名絵画の展示会などもあり、県外からの多くの集客と宿泊を見込んでいる。
		観光名所（職員）	・4月以降の予約状況はインバウンドにより大変好調である。また、フリー客の増加傾向も続いており、この先も景気は良くなっていくと期待している。
		観光名所（職員）	・本格的な観光シーズンに向けて誘客施策を実施しており、その効果に期待をしている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原油価格に値上がりの兆しがあることに多少の懸念はあるが、現在のような好調な状況はしばらく続くともみている。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅受注量は横ばいであるが、商業用地仲介から建築までの受注が多く予定されている。
		変わらない	
商店街（代表者）	・売れていない状況が、このまま続くとみている。		
商店街（代表者）	・早目の春到来により、当面はある程度の販売量を確保できるとみている。		
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・日本の景気に関して、外国人観光客による爆買いなどの報道は多いが、身近な消費マインドの上昇につながる動きは全くみられていない。		
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入ってからは店頭の売上の波が激しく、景気の先行きについてどうみるべきか難しくなっている。ただし、過去3か月の売上を前年と比べると1割近く増加しているため、短期的な印象で先行きに悲観的にならないように注意しなければならないのではないかと。		
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災から5年が経過したが、いまだに仮設住宅住まいの人がいる。また、高齢化も深刻な状態であり、復興商店街も以前のようなにぎわいが少なく、街全体に活気がない。このような状況が客の購買意欲を低下させる一因となっている。		

百貨店（総務担当）	・1月以降から全体的に景気の低迷が続いている。中国経済に対する懸念や、国内においては消費税率10%への引上げの先延ばしの可能性などの政局の不安定さが、消費者の購入マインドに影響を与えているのではないかとみている。
百貨店（営業担当）	・地方では個人所得のベースアップへの期待が薄い。また、消費税率10%への引上げに向けて消費を抑えている様子が見受けられている。
百貨店（買付担当）	・今月は返礼ギフトが好調で店の施策も好評であったことから、前年比が2けたの増加となっている。しかし、この先もこのような流れが続くかは疑問である。
百貨店（売場担当）	・客の購入スタイルの変化と選択肢が広がるなか、百貨店のあり方は非常に厳しい状況となっている。百貨店ならではの施策や取り組み、様々なサービスやチャレンジが重要となるが、この厳しい状況下では早々には変わらないとみている。
百貨店（経営者）	・夏の国政選挙、さらに、消費税率10%への引上げのような景況についてのニュースの影響もあり、消費マインドが上向くとは考えにくい。むしろ、高額商材の販売量の減少や、生活防衛意識の高まりを懸念している。
百貨店（経営者）	・地方ではインバウンド効果も薄く、来客数の伸び悩みなど客の慎重な購買動向に変化はない。また、そのなかでも高額商材の動きは特に鈍い。
スーパー（経営者）	・4月から国の予算も執行されることから経済効果を期待している。さまざまな値上げがあるが、消費への悪い影響はそれほど表れないのではないかとみている。ただし、しばらくは消費動向に変化はないとみている。
スーパー（店長）	・一昨年の消費税増税の影響で前年の4月の前年比は大きく伸びたが、今後は現状維持で推移するとみている。
スーパー（店長）	・売上の前年比は横ばい状態が続いており、この先も同様に推移していくとみている。
スーパー（総務担当）	・マイナス金利の影響はさほど受けてはいないが、競合店による値下げの圧力は相変わらず高い。そのため、今後の景気動向は不透明である。
スーパー（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因もないため、現在の状況が続くとみている。
スーパー（営業担当）	・春闘の様子をみると、大手でも賃上げ率が前年を下回っている。今後、地方や中小企業の回答が増えると更に低下していく見通しであり、先行きの景気は停滞するのではないかとみている。
コンビニ（経営者）	・天候によるプラス要因はあるものの、4月以降、たばこの一部銘柄で値上げがあるため、相殺される形となるのではないかとみている。
コンビニ（経営者）	・全体的に横ばいであり、今後しばらくは同様に推移するとみている。
コンビニ（エリア担当）	・周囲の環境に変化がないため、先行きの景気も変わらないとみている。
コンビニ（エリア担当）	・経済状況は良くなっている様子であるが、コンビニ業界の消費状況に大きな変化はない。
コンビニ（店長）	・原油価格の下落により身の回りそのものは助かっているが、世界経済としては、徐々に悪い影響が日本にも表れてくるのではないかとみている。また、電力自由化に対しても一般市民の間に期待はずれ感が漂っており、今一つ景気が上向くような材料がない。客の購買動向も低単価のものに流れており、悪い意味で景気は変わらないのではないかとみている。
コンビニ（店長）	・複数経営している店舗の半数近くに競合店が出店している。また、更なる出店情報もあり、不安がぬぐいきれない。市内全体でコンビニが飽和状態となっている。
衣料品専門店（経営者）	・地方創生の予算額が決定し、実際にどのように使うかによって、景気回復の道筋が多少なりともみえてくるのではないかとみている。
衣料品専門店（店長）	・これから春になるとクールビズの影響でスーツやジャケットなどが売れないサイクルに入ってくる。天候が順調にいけば良いがそうではないと、なかなか高額なものが売れなくなる。現在の状況では少し厳しくなるとみている。
衣料品専門店（店長）	・価値と価格のバランスがとれている商品については、多少価格が高くても購入する客が増えている。一方、ベーシックでお値ごろな商品の売行きが鈍くなってきており、全体としては盛り上がりには欠けている。
衣料品専門店（店長）	・クールビズが始まると、ビジネス用品のみが売れて、スーツの購入が一気に減少してしまう。
衣料品専門店（総務担当）	・他社及び異業種の情報を聞いても景気に対して良い話はなく、このような状況が1年以上続いているため、この先も変化するとは考えにくい。

家電量販店（店長）	・地方において、景気回復は実感できていない。
家電量販店（店長）	・ボーナス商戦に向けての期待感、また、猛暑に対する備えからエアコンなど季節商材の売上を見込んでいる。しかし、全体的な客の購買意欲はやや低下しつつあり、景気はあまり動かないのではないかとみている。
家電量販店（従業員）	・今後も来客数が少ない状態が続くとみている。
乗用車販売店（経営者）	・現状では先行きが不透明である。
乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表もないため、販売量がなかなか伸びない状況が続くとみている。
乗用車販売店（従業員）	・土日祝日における来客数に変化がない。今後2～3か月で急激に良くなるとは考えにくい。
乗用車販売店（店長）	・4月以降、経年車への税負担が増えるが、買換えを後押しするまでには至っていない。エコカー減税が継続することは明るい話題であるが、車に対する顧客のマインドはあくまで現状維持のようである。
住関連専門店（経営者）	・毎月の売上が伸びず、なかなか景気が好転する糸口がみつからないため、苦戦の連続となっている。
住関連専門店（経営者）	・北海道新幹線開業により、身の回りの景気は良くなると期待している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元では選挙などがあるため、多少の動きがあると期待している。ただし、消費動向は引き続き鈍くなるとみえており、全体的な状況に変化はない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・春の行楽シーズンにおいて燃料需要の回復に期待をしている。しかし、先行きの景況感の見通しが不透明であり、節約志向が高まっているため大幅な回復は難しい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）	・大きな変動要因はない。また、原油価格の下落によるコスト低下で販売価格は下がっているものの、消費量の増加にはつながっていない。
高級レストラン（経営者）	・景気が良くなるような要因も無いため、なんとなくこのまま悪い状況が続いていくのではないかとみている。
高級レストラン（支配人）	・予約状況は前年と比較して厳しい状況で推移しているものの、ある程度の予約も入っていることから、見込みが立てづらい状況である。
高級レストラン（支配人）	・企業や学校関係の送別会などが落ち着き、歓迎会にシフトしていくが、予約の入り方が今一つの印象がある。
一般レストラン（経営者）	・賃上げもそれほど上がる様子はなく、中国経済も改善する見通しが立っていない。そのため、特に状況が変化するような要因は見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・1年を通じて良い時期と悪い時期を繰り返している。そのなかで1～3月が非常に低調であることから、この先2～3か月先はそろそろ上り調子になるのではないかとみている。また、今後の補正予算や景気対策にも期待している。
一般レストラン（経営者）	・冬季の除雪作業がほとんど行われず、それに係る業種の人たちは大打撃を受けている様子である。この影響は意外と大きく、買物や外食を楽しむ余裕がなくなっていき、全体的に景気の上昇を妨げてしまうのではないかとみている。
スナック（経営者）	・今月は送別会のシーズンであるが、団体が動くケースが少なく、少人数の客が多い状態である。この先には歓迎会などがあるが、同じような状況になるとみえており、なかなか期待は持てない。
観光型ホテル（経営者）	・予約状況からみると、先行きの景気に変化はないとみている。
観光型ホテル（スタッフ）	・北海道新幹線開業によって東北は通過場所になり、景気回復は厳しくなるのではないかとみている。
観光型旅館（経営者）	・相変わらず景気が良くなるような要因は見当たらない。この先にゴールデンウィークがあるが、ある程度の波はあっても、トータルとして変化はないのではないかとみている。
都市型ホテル（経営者）	・新年度を迎えるにあたっては企業の前年度実績がいかにかに反映されるかが鍵となるが、現在の宴会予約状況において極端な伸びはない状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・年度の変わり目を迎えて人の動きが鈍り始めている。また、それ以前から先行受注状況が前年を大きく下回っている。ただし、必ずしも動きが無くなっているわけではないため、現状とあまり変わらずに推移するとみている。
旅行代理店（経営者）	・先行きの見通しは不透明である。ゴールデンウィーク、更に4～5月先には夏休みに入るが、インバウンドの影響で首都圏のホテル確保が困難となり、客がいるのに売れないという状況になる可能性がある。そのため、売上にも影響するのではないかとみている。

旅行代理店（店長）	・北海道新幹線開業など新しい話題があるものの、選挙などを控えて、遠出を控える客も増えるのではないかとみている。
タクシー運転手	・乗客から不景気な話を聞くことがない。また、地元の大型商業施設は、土日は駐車場に車が入る余地が無いくらいに繁盛している。このような良い状況は変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・総選挙や消費税率10%への引上げを控えているため、景気の向上は期待できない。
通信会社（営業担当）	・景気が大きく変化するような要因は見当たらない。
通信会社（営業担当）	・転勤や進学などによる引越しも落ち着く時期になり、新規の加入者はやや減少するとみている。しかし、ビッグコンテンツや新規メニューの効果により現状維持になるとみている。
テーマパーク（職員）	・客の動きに変化はなく、単価も変動していない。
遊園地（経営者）	・これからもっとも重要な時期であるゴールデンウィークとなるが、地下鉄新規路線開通に伴い、これまで17年間続いていた交通渋滞対策が終了している。そのため、客の流れがスムーズに地下鉄へと移行できるか多少の懸念がある。
遊園地（経営者）	・暖冬の影響とガソリン価格の低下により、レジャーの多様化が加速している。また、人手不足により思ったような営業展開ができず、収入面での伸びがない。
競艇場（職員）	・来客数及び購入単価は上昇しているが、これ以上の売上増加は見込めない。
美容室（経営者）	・大きな行事も終わり、しばらくは静かになりそうである。
その他住宅 [リフォーム]（従業員）	・消費税率10%への引上げの先送りが現実味を帯びてきているなかで、エコポイントなどの新しい景気回復策を期待している。
やや悪くなる	
一般小売店 [医薬品]（経営者）	・医薬品関係は何とか前年をクリアできるが、雑貨や美容関係については前年がとて良かった分、今年は買い控えている様子がうかがえる。そのため、先行きは少し悪くなるのではないかとみている。
百貨店（売場主任）	・消費に対する客の視点は厳しさを増しており、衣料品、服飾雑貨品のブランドや良質廉価という視点は特に厳しい。商品の価値観と自分の感性がマッチしなければ購入に至らないケースが増えてきている。
スーパー（経営者）	・前年より賃上げ率が低くなりそうであり、家計に響いてくるとみている。
スーパー（経営者）	・アベノミクスの崩壊という事実を、国民である地元の客は肌で感じている。景気の悪さ、不況感が進んでおり、先行き不安によって客の財布のひもは固くなっていくだろうとみている。
スーパー（店長）	・数か月後に基幹店の周辺に競合店の出店が予定されているため、来客数の減少が見込まれている。また、客単価も低下しており、このような状態がこの先も続くかとみている。
コンビニ（経営者）	・景気はなだらかな下降傾向になっている。一番の原因は人口減少にあるが、地方では給料の上昇があまりみられていないことも原因の一つである。
コンビニ（店長）	・たばこの値上げによる反動減がこの先に見込まれている。また、人の動きが活発となる時期となるが、競合店の存在もあり常に価格競争にさらされている。
衣料品専門店（経営者）	・国内の株価低迷、中国経済の低迷、ヨーロッパのテロによる政情不安など、経済にとっても暗いニュースばかりであり、景気が上向き要素は何も見当たらない。
家電量販店（店長）	・この先も来客数の増加が期待できない。
乗用車販売店（店長）	・需要期が過ぎ、4月以降の業界の動きは鈍くなる見通しである。
観光型旅館（スタッフ）	・販売量が増加しても単価は低下してしまうという良くない傾向になりつつある。
都市型ホテル（スタッフ）	・下降線ではあるものの、駅前の一等地ということもあり、宿泊に関してはビジネス客を中心とする程度の稼働を維持している。また、観光関係も旅行会社に積極的に働きかけている。しかし、一般宴会においては会社数の減少、婚礼部門においては人口減少の影響が表れてきており、この先どこまで耐え切れるのかと懸念している。
都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約状況が前年の同時期と比べて下回っている。
旅行代理店（従業員）	・ベルギーで発生したテロなど、海外情勢不安による影響が大きく、先行受注の状況は今後落ち込んでいくとみている。
タクシー運転手	・マスコミなどで消費税率10%への引上げが大々的に報道されており、タクシーの乗り控えが非常に目立ってきているように見受けられる。

		タクシー運転手	・消費税率10%への引上げについて話す客も多く、客が節約している状況がうかがえる。このような状態のなかで景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・電力の自由化に伴い新規事業を計画している企業が増えているが、競争原理が働いて撤退する企業も増えるのではないかと。そのため、雇用が発生しても売上と利益が確保できないと、結果として失業者が増える可能性がある。また、大手商社の赤字決算によるリストラの可能性が否定できず、再雇用問題と下請業者への影響が表面化し、景気は悪化するのではないかとみている。
		通信会社（営業担当）	・顧客が消費税率10%への引上げに備え始めている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・一般客の消費がかなり鈍ってきており、季節的に歓送迎会などがあるのだが、それが全く無い状態である。また、商店街のなかでは閉店する店舗が増えてきており、この先も景気は悪くなるのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3か月後には、衆議院、参議院の選挙があるという報道もある。このような話がでると繁華街は全く駄目になってしまうので、景気は非常に悪くなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率10%への引上げに対する不安感がある。
		住関連専門店（経営者）	・オーダー家具のため、先行した営業活動から受注し、製作して納品という流れになっている。この先2～3か月の受注残も少なくなっており、厳しい状況になるとみている。
企業動向関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・すでに新年度の発注予定工事を公表している発注者も出てきている。新年度スタートに合わせて、中央官庁や地方自治体から多数の公共工事発注があると見込んでいる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・3月18日に駅周辺の商業施設がリニューアルし、さらに初夏には商業施設の新館がオープンするため、観光客の増加を見込んでいる。
		輸送業（従業員）	・海産物の出荷が再開される見込みである。
		広告業協会（役員）	・地方創生加速化交付金を利用した対象事業に対するプレゼンテーションの要請が自治体からきている。また、消費税率10%への引上げ延期の話題がでているが、そうなれば消費も少しは盛り上がるのではないかと流通、小売関係者はみている。
		広告代理店（経営者）	・夏の選挙を控えて、多少の動きがでてくる見込みである。
		司法書士	・金利低下による融資利用者の増加を見込んでいる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・ももの開花が今年も早く予想されている。そのため、前年同様に収穫期が早くなり単価が上がることを期待している。
		食料品製造業（経営者）	・今月の良い状態がいつまで続くかは不透明である。
		食料品製造業（営業担当）	・好転するような要素が見当たらない。新商品を投入するものの、あまり効果は期待できない。
		木材木製品製造業（経営者）	・消費税率10%への引上げ前の駆け込み需要が盛り上がりえずに、採算性の改善が進まない状況が続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・株式市場が低迷しながらも安定してきていることで心理的に良い影響が出てきており、受注残は前年並みに推移している。ただし、賃上げ率は株式市場の低迷を反映して当初予定より低めになっていくとみている。
		土石製品製造販売（従業員）	・大型工事が入っても原材料費が高くては利益にならない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の新商品開発周期やスピードは、当社の景気に徐々に影響を与えている。しかし、ここしばらくは大きな変化がなく、そのため、景気の先行きもほぼ変わらないとみている。
		建設業（経営者）	・賃上げなどの明るい話題が欲しい。変化がなければしばらくは現状維持で進むとみている。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込み通りであるため、今後2～3か月先も現状のままで推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・物量及び燃油価格の横ばい状態は今後も続くとみている。
		通信業（営業担当）	・契約数が予断を許さない状況であり、各ユーザーに対してきめの細かい対応を行っていかなければならない。
		通信業（営業担当）	・経済に影響するような政治施策がない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		広告代理店（経営者）	・経済環境、社会状況の変化など、中央で振れ幅が小さくても地方で振れ幅が大きくなるのは常である。
		経営コンサルタント	・春の賃上げの見通しは、地方ではやや悲観的である。
		公認会計士	・建設関係は今年いっぱいまで受注を持っている会社が多く、極端な業績悪化にはならないとみている。また、小売業、サービス業においては業績悪化が進むかもしれないが、全体としては大きな変化にはならない見込みである。

	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・地元は中小企業が多い。給料もほとんど上がっておらず、むしろ下がるような傾向にあり、収入が減っているという話を聞く。そのため、非常に厳しい状態が続いていくのではないかとみている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・少ないパイを競合各社で奪い合う状況が続いており、たとえ実績のある受注案件でも金額が下がる傾向にある。また、企画コンペであっても、企画のよし悪しとは無縁のところ、提示した金額が優先される可能性がある。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員） 金属工業協同組合（職員）	・国内は良いものの、海外情勢が不安定である。 ・受注量が急激に変化するような要因は見当たらない。さらに、先行きの不透明感が増しており、経営マインドの低下が懸念される。
やや悪くなる	農林水産業（従業者） 食料品製造業（総務担当） 繊維工業（経営者） 一般機械器具製造業（経営者） 通信業（営業担当） コピーサービス業（従業員）	・直売所の来客数が減少傾向にある。 ・効果的な経済政策がないため、先行きの不透明感が強まるとみている。 ・デパート、専門店などの店頭での売行きがあまりにも良くない。 ・現時点で受注予測が前年を下回る見込みである。また、輸出も円高による目減りがある。 ・年度末商戦後は需要が落ち込む傾向にある。 ・仕入先から値上げの話がでてきている。数はまだ少ないものの、いずれは足並みをそろえた仕入先との値上げの交渉になるとみている。
	悪くなる	
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員） ・仕事量がかかり増えている。
(東北)	変わらない	人材派遣会社（社員） ・大口の新規受注のような好材料には乏しいものの、登録者数が増加したことに加えて、3月の売上減少分が微増で収束する見通しとなっている。そのため、この先2～3か月は現状維持で推移するとみている。 人材派遣会社（社員） ・労働者派遣法の改正の影響による、今後の派遣離れが心配である。 人材派遣会社（社員） ・求職者と企業のミスマッチは続いている。そのため、採用に支障をきたしているケースも少なくない。 人材派遣会社（社員） ・求人数の増加傾向に変化はない。しかし、製造業の技術派遣会社の採用動向からは、メーカーが体制の拡張を控えるような動きが出てきている。そのため、半年～1年のスパンでみた場合は不安がある。 新聞社〔求人広告〕（担当者） ・5月のG7仙台財務大臣中央銀行総裁会議などにより、市内では盛り上がりを見せている。しかし、被災地との格差がますます広がっており厳しさを増している。このギャップこそが問題である。 新聞社〔求人広告〕（担当者） ・北海道新幹線開業など明るい材料はあるものの、当地域までの波及効果はあまり期待できない。 職業安定所（職員） ・例年であればこれから求人が増えていく時期であるが、事業縮小により解雇をしている事業所もあり、景気は変わらないとみている。 職業安定所（職員） ・コンビニの新規出店などの動きが一段落しており、新規出店や事業拡大の動きがみられなくなっている。 職業安定所（職員） ・求人は、人手不足と人手余りの職種が大きく分かれており、しばらくの間は求人倍率が高止まりのままの状態が続くとみている。 職業安定所（職員） ・大型店進出による売上の減少からか、閉店予定のスーパーや、事業縮小をする製造業から人員削減などの雇用調整の情報がみられているものの、大きな変動とはなっていない。また、人手不足も継続している。 職業安定所（職員） ・求人や求職者の動きについて、大きく状況が変わるような要因が見当たらない。 職業安定所（職員） ・ここ数か月間は求人の状態に変化がない。また、現在のところ企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報は無い。求人の好調感はあるものの、内容として非正規求人の割合が多いため、求職者の反応は鈍く、景気が大きく改善するというほどの印象はない。 職業安定所（職員） ・有効求人倍率は3か月連続で低下しているものの、極端に悪くなるような要素は見当たらない。 民間職業紹介機関（職員） ・新規採用者の入社により、当面の求人数の動きに変化はないとみている。

やや悪くなる	職業安定所（職員）	・平成28年2月の新規求人倍率は、4か月ぶりに1.72倍と1倍台になっている。また、有効求人倍率も1.49倍と4か月ぶりの1.4倍台となっており、前年と比較して0.08ポイント、前月と比較しても0.07ポイントの低下となっている。
悪くなる	-	-