

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)		*	*
		百貨店（総務担当）	・客の消費行動は、自分が気に入ったものは価格にかかわらず購入する方向に変化しつつある。今後も同様の傾向が続くとみており、これから景気は少しずつ良くなっていくのではないかと。
		百貨店（買付担当）	・気温が低下するとともに購買意欲が出てくるとみており、今月ほどの落ち込みはないのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・客や同業者からあまり良い話を聞かないため、不安な面はあるが、これから冬支度のために人が動き始めることから、期待をしている。
		衣料品専門店（経営者）	・コートなどの需要がみられる。
		衣料品専門店（店長）	・来客数は伸びていないが、客単価は上昇傾向にある。購買層の二極化はあるものの、今まで百貨店などで服を作っていた方の来店もあり、まとめ買いもみられている。そのため、来客数さえ戻れば、景気は良くなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・今後も新車イベントが続くため、販売量は更に上向くとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車が発表されている。現在受注予約中であり、今後は更に本格的に動き出すとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・主力車がマイナーチェンジのため販売できずに伸び悩んでいる。ただし、11月には販売が再開されるため、販売量が伸びることを期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・ほとんど動きのなかった前年と比べれば、今年の冬は多少なりとも期待をしている。防寒着などは気温に左右されるため、早めに雪が降って欲しい。
		高級レストラン（支配人）	・前月から予約が順調であり、この先も好調な状態が続く見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月前先に景気が良くなるという要因は特には見当たらない。ただし、今月が最も悪い状況であることから、これ以上悪くなることはないのではないかと。報道などからも、この国が極端に落ち込んでいるとはいえないという話であり、多少は良くなることを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・しばらく低迷していた予約受注の状況が、わずかではあるが前年を上回ってきている。前年の10月以降から低迷し始めたため、前年比はかならずしも大幅な増加とはならないが、低迷状態を脱しつつある状況のため、この先の受注に期待をしている。
		旅行代理店（経営者）	・秋の行楽シーズンがこれから最盛期を迎えるが、予約状況が良く期待感がある。そのため、今月と比べると良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・10～12月にかけて、新規事業の導入や新商品のサービス開始など大がかりなキャンペーンを展開するため、年末に向けて新規顧客の獲得が見込める。
		観光名所（職員）	・秋以降に大きなイベントを計画しているため、来客数の増加を見込んでいる。
		競艇場（職員）	・10月には大きなイベントがあるため、売上の盛り返しを期待している。
	商店街（代表者）	・消費者の心のなかに将来への不安が常に漂っている状況では、いくら首相が一億総活躍社会の実現を叫んでも、国民はその気になれない。消費者は決してバブル時代を懐かしんでいるのではなく、むしろ、将来にわたって堅実な生活を描けるならば、安心して消費に向かっていくのではないかと。	
	商店街（代表者）	・イベントなどが続くため、天候に恵まれれば入出が期待できる。ただし、客単価の下落が続いているため、売上が伸びるまでには至らないのではないかと。	
	商店街（代表者）	・これから秋物の動きが順調に推移していくとみているが、現状よりも確実に良くなるとは言いがたく、現状維持が続くのではないかと。	
	商店街（代表者）	・どん底のまま、変わらない。	
	商店街（代表者）	・前年はプレミアム付商品券により売上が増加したが、今年は取扱がなく、売上微減の傾向となるのではないかと。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・当県は10月より国体が開催される。オリンピックのメダリストが多く参加するということで、観戦に行く人が多くなるのではないかと。このことで街に人が出てこなくなるため、一時的に厳しくなるとみている。	

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・比較的病気になりにくい秋に来客数が増えるとは考えにくい。また、消費者には病気への予防意識も高まっており、ますます来客数が増える状況ではない。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・悪くなる要因が見当たらないため、現在の良い状態が続くとみている。
一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・先行きの動向が掴みづらい状況が続くとみている。
百貨店(売場主任)	・気温の低下により秋物を意識する客が目立ってきてはいるものの、積極的な購買姿勢は依然としてみられていない。気温低下が更に進まないとは本格的な秋冬物の動きにはつながらないとみている。
百貨店(企画担当)	・来客数の減少傾向に変化はなく、今月の売上も前年比マイナスで推移している。また、減少幅も前月より悪化傾向にある。ただし、今後については、秋物を中心に現状程度の売上が確保できると見込んでいる。
百貨店(営業担当)	・駅前の大型商業施設が新規オープンした影響が一段落したことで、街全体として景気が上向き新たな材料が見当たらない。ただし、3か月予報では一気に冬がくるとの予報であり、前年、一昨年と不調であったコートが動けば、婦人を中心に景気が好転する可能性もある。
百貨店(営業担当)	・個人所得の増加に期待が持てず、消費喚起につながらない。
百貨店(売場担当)	・秋冬物の動きが本格化するものの、客はいろいろな方法で購入できるため、百貨店の売上は伸び悩む一方ではないか。百貨店ならではの、魅力的な施策や動員策が必要である。
百貨店(経営者)	・前年に大幅に落ち込んだ防寒衣料の動きが今後の焦点となる。ただし、現在の流れが大きく変わることは無いため、低価格ラインの品ぞろえも必要になってきている。また、客層の高齢化が進むにつれ、悪天候による来客数のマイナス幅が年々大きくなっている。
スーパー(経営者)	・地方の人口減少と高齢化は止められず、消費の減少傾向はじわじわと確実に進んでいる印象がある。この事実への対応策が自社でも必要である。また、最低賃金の改定程度では大きな改善は望めない。将来に期待が持てる予算執行を早急に進めて欲しい。ただし、数か月の間は、現在のこの傾向に変化はないだろうとみている。
スーパー(店長)	・チラシやポイントの競争も激しくなっており、この状況は当分続くとみている。
スーパー(店長)	・10月は前年より日曜日が1回多いため、来客数、売上共に期待できる。しかし、その分11月が減少するため、2か月トータルとしてみた場合、大きな変化にならないとみている。
スーパー(店長)	・9月は前月を若干上回っているが、全体としては大きな変化とはなっていない。このことから、この先もほぼ横ばいで推移するとみている。
スーパー(店長)	・商圈に大きな変化はなく、節約志向は続くとみている。
スーパー(総務担当)	・野菜類の高騰など、台風の影響は多少残っているが、物価そのものは安定しており、景気が大きく悪化することはないとみている。
スーパー(営業担当)	・農産物の作柄は平年並みの見込みであるが、全体の状況から景気が良くなるような材料がない。
コンビニ(経営者)	・客単価は低いものの、セール品だけではなく高単価商品もそれなりに売れている。客はお金を持っているのだから、衝動買いなどが少ないため、今後の景気もそれほど変わらないとみている。
コンビニ(経営者)	・客単価の停滞傾向は今後も続くとみている。
コンビニ(エリア担当)	・大きな環境変化がないため、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)	・この先、大きな変動は見込めない。
コンビニ(エリア担当)	・来客数の増加が期待できるような要因は見当たらないことから、現状維持で推移するとみている。
コンビニ(エリア担当)	・来客数が好転するような要素が見当たらない。
衣料品専門店(経営者)	・ここ数か月、販売量及び単価の低下が続いている。この状況に歯止めがかかる要素が見当たらないため、しばらくはこの傾向が続くとみている。
衣料品専門店(経営者)	・早期受注作戦として、無料配布の月刊誌にランドセルやお歳暮商品の広告を掲載している。

衣料品専門店（店長）	・東日本が例年よりも気温が高くなるという予報を踏まえて、薄手の防寒着で対応する予定であるが、単価ダウンを補うだけの売上が確保できるかは不透明である。
衣料品専門店（店長）	・景気が上向きにならない限り、客はビジネス衣料の購入にかなり慎重になっている。
衣料品専門店（総務担当）	・この1年半、同じ状況が続いており、この先景気が上向きになるとは考えにくい。
家電量販店（店長）	・来客数は年々減少しており、その傾向は今後も継続するとみている。
家電量販店（店長）	・新築需要以外の買換え需要において、高額商材を選ぶ客層の消費意欲が少しずつ減退しており、客の購入単価が低下している。
家電量販店（従業員）	・来客数が少ない状況が続いているため、この先あまり変わらないとみている。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、土日祝日の来客数の動きが全く変わらないため、この先このまま続くとみている。
住関連専門店（経営者）	・注文家具を中心にやっているため、とりあえず差し迫った状況にはない。ただし、業界全体の市場規模が小さくなってきているため、さほど好転はしないだろう。
住関連専門店（経営者）	・景気回復の兆しが無いため、今後も変わらないとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・特定の付加価値がついている商品は堅調のため、このまま日本酒の需要期に入れば動きが期待できる。また、大きな変動要因は見当たらないため、一定の動きを保ちつつ推移するとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が上向きになりつつあるという報道があるが、大企業と中小企業、都市と地方の格差が広がっただけという認識しかなく、現状維持がやっとという状況は変わらないとみている。そのなかで少しでも売上を上げるため、何かしらの付加価値を付けていくという努力は惜しまずに行っていかなければならない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・需要期を迎えるが、暖房用の燃料の単価が上がらないままであれば、収益はかなり厳しい状況になる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・大きな変動要因がなく、これまでと変化はないとみている。
高級レストラン（経営者）	・良くなる要素は特にはない。人件費が上がっているため、経営はかなり厳しくなるのではないかと。当店は価格を高く設定しているためそれほどではないが、業界としては悪いまま、推移するとみている。
高級レストラン（支配人）	・予約における来客数や単価などは、現状と変わらない傾向で推移している。
一般レストラン（経営者）	・先行きの景気は、特に良くも悪くもなるようにはみえない。
一般レストラン（経営者）	・景気の上昇につながるイベントなどは増えているが、人口の少ないエリアにおいてそのようなイベントが続くと、その期間だけの消費で終わり、継続的な流れには結びつかない。周辺の商店などにお金流れないため、結果的に景気が上向きになることはない。
スナック（経営者）	・お盆明けくらいから、来客数がどんどん減ってきており、売上も落ちてきている。今後も期待できる要素がなく、かなり厳しくなるのではないかと。
観光型ホテル（経営者）	・この先、秋の観光や忘年会などトップシーズンに入るが、予約状況に今一つ伸びがみられていない。
観光型ホテル（スタッフ）	・個人客に動きはあるものの、団体客の見通しは悪いままである。
観光型旅館（経営者）	・消費動向の変化もあり、特別な要因がなければ上向きことはない。もしあるとしても一過性のものであり、景気の底上げにつながるとは考えにくい。
都市型ホテル（スタッフ）	・この先は、秋の行楽や忘年会などが控えている。比較的天候が安定しているため、宿泊は好調が見込めるが、婚礼の次に会合の件数が減少傾向にあるため、予断は許さない。
都市型ホテル（スタッフ）	・10月に知事選挙があるが、その先の動向は不透明である。
旅行代理店（店長）	・短期間で景気が改善するような要因がない。
旅行代理店（従業員）	・世界情勢の不安要素などから、しばらくはこの状況が続くとみている。

タクシー運転手	・現在の当地域の景気は良いと実感している。仕事の関係からも不景気な話を聞かない。駅前にオープンした大型商業施設にも客が多く入っている。このような景気の良い状況は今後も続くともみている。
タクシー運転手	・客のなかには仕事を求めている人もいるが、なかなか思うような仕事がないという話を聞く。また、仕事はあるが人手がないため、仕事ができないという話もある。このようにミスマッチ状態が継続しているため、景気が良くなるとは考えにくい。
通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
通信会社（営業担当）	・高額商材が売れない。
テーマパーク（職員）	・高単価商材を多く購入する団体客の予約数が減っており、買上点数や単価などが好転するような要素が見当たらない。
観光名所（職員）	・団体の予約などは特に変わらないが、9月の大型連休の状況からみても、若干落ち込むのではないかと。10月にも明るい材料はなく、9月と変わらない状況になるとみている。
遊園地（経営者）	・シーズンオフを迎えるが、イベントを開催して前年並みの売上確保を目指していく。
美容室（経営者）	・今のところ市場に大きな変化はなく、全体的には今後も現在の状況が続くとみている。
美容室（経営者）	・客の様子からも、あまり状況に変化はないとみている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現政権の継続が期待できるため。
住宅販売会社（経営者）	・住宅受注の伸びは緩慢であるが、一般事業用の物件が伸びている。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・9月に受付件数が前年並みまで回復したが、これが供給に変わるのには数か月先になる見込みである。
商店街（代表者）	・9月に入ってから、商店街を含めた周辺で閉店する店が増えてきている。先行きはかなり暗いのではないかと。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・以前はついで買いをしていた客が必要なものしか買わなくなるなど、節約志向と思わせる現象が広くみられており、東日本大震災前の不景気を感じさせる状況である。若者を含めて働いていない人が大変多く、これでは景気回復も難しいのではないかと。
スーパー（経営者）	・競争激化により、単価の下落が進むとみている。
スーパー（営業担当）	・10月は曜日の関係で売上はプラスになるとみているが、通年では既存店100.3%と変動がなく、今後も大きく変動する要素は見当たらない。ただし、最低賃金額の上昇、社会保険の適用拡大など経営面では厳しくなる要素が多い。
コンビニ（経営者）	・買上点数もだが、購入単価もわずかではあるが減少傾向にある。3か月後も同様に減少し続けるのではないかと。
コンビニ（店長）	・建設業の経営環境が震災前に戻っており、事務職の人も作業着を着るような仕事をせざるを得ない状況になっている。また、そのような作業員や主婦の客の買上点数が減っており、景気はやや悪くなっていくのではないかと。
コンビニ（店長）	・競合店が増え、影響も徐々に大きくなっている。さらに、冬に近づくにつれて来客数も減り、除雪や光熱費などの負担も重くのしかかってくる。今年は本当に厳しい冬になるだろう。
家電量販店（店長）	・来客数が減少傾向にあり、この傾向は今後も続くともみている。
住関連専門店（経営者）	・9月は彼岸の月ということで、特別に売上が増加している。ただし、3か月先には多少の不安もあり、販売量は少し落ち込むとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・気温が下がりがつつあり、秋物を手にする客が増えているが、購入にはつながっていない。そのため、冬のシーズンまで期待できない。
一般レストラン（経営者）	・毎朝の市場でも、ここ2～3か月は静かである。魚も入荷が少なく、値段も高い。悪い内容が続いているため、この先の2～3か月も悪くなっていくのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・今月はたまたま良かったが、来月以降からは再び前年を下回るのではないかと危惧している。また、このところの異常気象により、外に出る人が少なくなることを心配している。
都市型ホテル（スタッフ）	・前年同時期と比較して、法人や団体などのバンケット利用が減少している。また、来月以降の予約状況も芳しくない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の稼働率が伸びる要素が見当たらない。また、宴会部門の現状からは、忘年会、新年会の受注が前年を上回ることはかなり難しいとみている。
旅行代理店（店長）	・問い合わせがあっても正式受注につながらない。一部には好調な地域があるものの、それ以外の予約件数、予約人数は増えていない。

	通信会社（営業担当）	・マイナス金利の施策効果は一般市民に届いていない。住宅メーカーの販売も低迷しているため、3か月後は消費動向の低迷が加速するのではないかと懸念している。
	通信会社（営業担当）	・今冬の灯油価格は、前年よりも上昇する見込みである。物価上昇に影響する可能性があり、景気はやや悪くなるとみている。
	美容室（経営者）	・若い人は都会に行ってしまう、地方には活気が無くなっている。そのため、会社も無くなってきており、景気は悪くなっているとみている。
	× スーパー（経営者）	・同一エリアに競合店がオープンしており、経営環境の変化を懸念している。
	× 乗用車販売店（経営者）	・円高株安の傾向が長期化することによる、景気の停滞を懸念している。
企業 動向 関連  (東北)	-	-
	電気機械器具製造業（企画担当）	・製品価格の回復傾向は今後も続くこととみっており、業績だけではなく、賃金の上昇や設備投資の増加につながることを期待している。
	建設業（経営者）	・秋になり、工事の問い合わせが増加している。特に新築工事の受注が増えている。
	輸送業（従業員） 金属工業協同組合（職員）	・新規取扱が年末にかけて順調に推移する見込みである。ここにきて、半導体関連の受注量が増加傾向にある。また、有機EL関連も1年先までの話が出ており、若干の明るさが見え隠れしている。一方、建設機械関係はすっぱりと雲に隠れている状況から抜け出せていない。
	農林水産業（従業者）	・アメリカ大統領選挙の両候補者がTPPに後ろ向きではあるものの、米農家は依然として予断を許さない状況である。
	食料品製造業（経営者）	・消費者の財布のひもは固いまま、緩むような気配がみえない。
	食料品製造業（営業担当）	・既存商品の販売量が好転する要素がない。また、新商品の売上も期待できないため、これから先も厳しい状況に変化はないとみている。
	食料品製造業（総務担当）	・個人消費は全体的に節約志向のままであり、大きな変化がない。この先、秋冬商品が店頭で並ぶことで購買意欲につながることを期待している。
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の価格競争により、収益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（経営者）	・年末までは動きが良くなる見込みがない。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・震災復興の需要が減少している。また、官需、民需において大型物件が少なく、あまり変化はみられないのではないかと。
	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量が改善されてきている。ただし、先行きは不透明であり、注視する必要がある。また、円高が継続しているため、その影響を懸念している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事の依頼はきているようであるが、人手不足などにより十分にこなしきれない部分も多く、現状から大きく変化することはないとみている。
	建設業（従業員）	・公共工事の発注前倒しの効果もあり、年末までは同レベルの発注状況で推移するとみている。
	建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであり、この先2～3か月先は現状のままで推移するとみている。
	輸送業（経営者）	・環境に大きな変化はなく、突発的な出来事がなければ、現状のまま推移するとみている。
	通信業（営業担当）	・今後も顧客ニーズに応じていくためには、日ごろからの継続的な営業活動が必要である。
	通信業（営業担当）	・政府や日銀の金融、財政政策による景気の上向きはみられない。
	金融業（営業担当）	・この先特に大きな変動要因は見当たらない。
	金融業（広報担当）	・2次産業は、全体的にプラス基調の継続が期待できるが、個人消費を喚起させる要因が乏しい状況である。
広告代理店（経営者）	・年末に向けて多少忙しくなるだろうが、大きな期待はできない。ただし、来年度の予算取りにおいて新たな案件が出てきているため、来年度に期待している。	
広告代理店（経営者）	・様子見をしている企業が増えているようである。中央の動きが良くなれば、そちらに引っ張られるだろうが、このままだと悪くなる可能性もある。	
経営コンサルタント 司法書士	・天候不順による農業生産物の生育を心配している。 ・低金利にもかかわらず登記件数は前年並みであり、住宅着工に必ずしもつながっていない。	

	公認会計士	・建設関係の会社が頑張っており、ここ2～3か月に全体的な大きな落ち込みはないとみている。従って、景気についても大きな変化はないのではないかとみている。
	コピーサービス業（従業員）	・機械の買換えが進んでいない。先送りされているケースが多くなってきている。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・特別良くなるような要因はないものの、良い雰囲気ではある。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・下期に入り、上期よりは予算の利用が増える見通しはあるものの、控えめ傾向は強いとみている。
	農林水産業（従業者）	・秋の果物の販売価格は、ほとんど前年と変わらない。晩秋までこの状態が続くとみている。
	食料品製造業（経営者）	・良くなる兆しや要因が見当たらない。
	広告業協会（役員）	・当地域では年内のイベントが少なく、今後の見通しはあまり明るくない。テレビ広告には引き合いがあるが、他のメディアには引き合いは少ない様子である。ただし、バスケットの新リーグが開幕したため、今後の地元球団への応援広告に期待をしている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・顧客の新製品の投入に強い意欲がみられない。
	x 出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・マイナス金利の影響で、金融機関の収益が圧迫されており、広告宣伝費が大幅に圧縮されてきている。回り回って全業種に影響がでてくるのではないかと危惧している。
雇用 関連  (東北)	人材派遣会社（社員）	・行政の受託事業や下期開始の大口受注が確定しており、例年に無い繁忙期に突入する見込みである。そのため、2～3か月先に大きな期待をしている。
	人材派遣会社（社員）	・冬の繁忙期に対する求人依頼が例年より早い。採用難からか他社に先駆けて動いている様子である。従来よりも早まっているという意味で、景気は良くなっている。
	人材派遣会社（社員）	・新卒採用に力を入れていた企業が、ここにきて新卒を取り切れずに中途採用で人材を補充する動きが出てきている。景気が悪い状況であれば、採用ができなければ採用見送りとなるが、中途採用でも人材が欲しい企業が多いことから、景気は良い状態が続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求人のミスマッチ傾向は、今後も続くとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末にかけて、流通を中心に動き出るとを期待しているが、現在の状況から一部の地域を除いて、冷え込んだ状況が好転することは期待できない。明るい話題としては、ある町が市になるという、昨今の地方都市では非常にまれな出来事である。これを契機に、周辺地域の活性化につながることを期待しているが、トータルとしては変わらないのではないかとみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比は増加する見込みであるが、介護関係などの応募者が集まりにくい求人も増えることから、景気への影響は少ないとみている。
	職業安定所（職員）	・新規出店や工場の拡充などの予定はなく、現状のまま推移していきとみている。
	職業安定所（職員）	・人手不足の業種と、人手が充足している業種との差は、ますます大きくなっている。ただし、求職者が減少していることで求人倍率が上昇していることから、今後景気が良くなるとはいえない。
	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に、大きな変動要因は見当たらない。また、大量の人員整理、雇用変動、あるいは、新規の事業所の設置などの話もなく、現在の状況がしばらく続くとみている。
	職業安定所（職員）	・求人の状況は小さな増減を繰り返しつつ、高止まりの傾向にある。また、現在のところ大規模な企業の創業及び大規模な人員整理の情報はない。新規求職者についても小さな増減を繰り返しており、近い将来に景気が大きく動くような印象はない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年と比較して上昇を続けているものの、景気が上向くような要因が見当たらない。
	職業安定所（職員）	・人手不足の業種があるなかで、業績不振に伴う人員整理や事業所廃止の情報も相次いでおり、先行き不透明感が増している状況にある。
	職業安定所（職員）	・4月以降、新規求人数は減少傾向で推移している。特に、建設業、医療福祉、派遣や保安を含むサービス業などで減少が目立つが、いずれの業種においても求人の充足率は低い。また、輸出関連の製造業においては、EUやアジア経済の減速、円高などを危惧する声も出ている。

	学校就職担当者	・事前確認済み予定求人公開、増員などに変化はなく、今後も大きな変化の期待はできない。
	人材派遣会社（社員）	・9～10月は、特に飲食店が年末商戦の人員準備を行うのだが、昨今の人手不足にもかかわらず、採用活動が鈍化している。このことから、事業規模縮小などを考えている企業が多いのではないかと危惧している。
	人材派遣会社（社員）	・2～3か月後の業績に大きく関わる新規求人数が低調に推移している。
	アウトソーシング企業（社員）	・今後も復興関連の仕事は減るのではないかと危惧している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・台風被害を受けた企業が、事業継続を断念するケースを懸念している。これは、東日本大震災からの復興途上の本県にとって大きな打撃である。
	x	-