

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)		コンビニ(店長)	・雪が解けて除雪代の支払が終わるため、経費的にかなり楽になる。また、夏に向けて徐々に売上も増加するので景気も良くなるとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・暖かくなれば、来客数も増えると見込んでいる。
		衣料品専門店(店長)	・数年前と違い、今は安ければ安いほど良いという状況ではない。必要なものを必要なだけ買うなど、多少財布のひもが緩んできているように見受けられる。単価の動きにおいても、デフレ的な価格のものはあまり売れなくなってきており、景気は前向きになってきているのではないかとみている。
		タクシー運転手	・現在の状況から、景気が悪くなるような原因は見当たらない。これからは桜も咲いて、消費者は買物をしたくなるような気分になる。また、新幹線において当地域の駅で降りる客は多い。景気の先行きにおいて、マイナスの要因はない。
		商店街(代表者)	・5月からは商店街でも本格的にイベントが展開される。この先少しずつ暖かい気候になれば、来客数が増えることにより、売上増加が大いに期待できる。
		一般小売店[書籍](経営者)	・しばらくは商品が動く見込みであり、全体的な景気は上向き傾向にある。
		一般小売店[寝具](経営者)	・4月からの新年度に向けて、商品が動くことを期待している。
		一般小売店[雑貨](経営者)	・農業や園芸関係が動く時期のため、良くなるとみている。
		百貨店(営業担当)	・前年の駅前地区の新店オープンにより一時期顧客が流れていたが、1年を経過して顧客が戻りつつある。売上も前年減少した分の反動でプラスになると見込んでおり、来客数も一時期の落ち込みから徐々に回復してきている。このことで、今後前年を上回ることが見込まれている。
		百貨店(経営者)	・新しい客の増加や、貴金属品を中心に高額商材の動きもあり、回復への期待を待っている。ただし、百貨店の主力アイテムである衣料品の動きに下げ止まり感がなく、依然として厳しい状態が続いている。
		コンビニ(経営者)	・新規オープン後半年が過ぎて、ようやく認知度が高まってきた。フリーの来客数が増加傾向であり、春休みも加わって若年層の来店が目立っている。今後も少しずつではあるが、買上点数と客単価は上昇していくとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・競争環境を含めた外的要因は変わらないものの、消費行動は回復していくとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・被災地域以外の状況は、若干ではあるが改善傾向に向かっている。しかし、まだまだ客の財布のひもは固く、低価格商品を購入する状況が続くとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・客との会話から、少しは春物を購入する動きが出てくるとみている。ただし、消費者は依然として消費に対して消極的であり、古い服を修理して再利用するなどしており、一時期のような集客は見込めないのではないかとみている。
		その他専門店[食品](経営者)	・あくまで今月と比べてではあるが、春めいてくるため、人の動きは良くなるとみている。
		高級レストラン(支配人)	・例年の同時期に比べて、予約などの問い合わせや申込が多く、客の消費に対する動きは活発である。
		一般レストラン(経営者)	・市場に仕入に訪れる人に動きがみられている。暖かくなって人の動きも出ており、客の様子からも景気はだんだんと良くなるとみている。
		観光型ホテル(経営者)	・先々の予約状況からも、今年よりはやや良くなるとみている。
		観光型旅館(スタッフ)	・前年と比較して、予約申込件数が増えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・4月から3か月続く大型観光キャンペーンの重点販売地域に当県が入っている。また、新幹線の20周年記念などイベントが目白押しである。当ホテルにも好影響が表れることを期待している。
	都市型ホテル(スタッフ)	・桜の開花に伴い、宿泊やレストランを利用する客が増えることを期待している。	
	都市型ホテル(スタッフ)	・今月からレストランでデザートフェアをやっている。前年よりも料金を上げたにもかかわらず、来客数が落ちていない。このイベントは来月以降も開催する予定である。特に女性の来客数が多くなっているため、期待をしている。	
	旅行代理店(店長)	・春の行楽や、大手私鉄の特急の延伸運転などに期待をしたい。	

通信会社（営業担当）	・入学や就職が通信業界や家電業界に寄与するところが大きい ため、4～5月の消費動向は上向くとみている。また、これからは中小企業の投資が鍵となるのではないかと。案件は多数あれどなかなか結果に結びつかないものの、経営者からは意欲が感じ取れる。
通信会社（営業担当）	・節約志向が高まっており、消費に力強さはみられない。ただし、有料テレビやインターネットなどの家の中の消費需要は引き続き高まっているため、もうしばらくは期待が持てる。
観光名所（職員）	・例年以上に様々な集客イベントを計画しているため、期待をしている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・この先の景気は安定しているとみている。
商店街（代表者）	・2000年からの17年間は下り坂のほうがかつたが、ようやく安定の方向に進んでいるのではないかと。格差の拡大などいろいろ言われているが、日本人の多様力は見事であるといえる。商売も創意工夫で荒波を乗り切っていきたいものである。
商店街（代表者）	・新年度がスタートするなど動きが活発になるこの時期に、それを受け止める業種業態の整備が遅れており、苦戦が続いている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の動向、販売量、来客数をみても良いため、今月ほどではないものの、好調な状態が続くとみている。
百貨店（売場主任）	・消費者の購買意欲は依然として低調のままで推移しており、春のファッションに対する関心も例年より低い様子である。生活防衛志向が強く、ヤングミセス、ミセスゾーンの顧客は、自身の身の回りに対する関心が薄れているように見受けられる。
百貨店（総務担当）	・客との会話からもこの先の景気が急激に良くなるとは考えにくい。初任給も例年とそれほど変わらず、給料も変わらないという話がでていることから、2～3か月先の景気に変化はないとみている。
百貨店（企画担当）	・売上、来客数共に、前年割れで推移している。ただし、マイナス幅に大きな変動はなく、この先環境が大きく変わる要素は見当たらない。
百貨店（営業担当）	・地方では個人所得の向上が見込まれないため、大きな景気の変化は期待できない。
百貨店（買付担当）	・商品選択の二極化は継続しており、客も用途によってしっかり買い分けをしている。
スーパー（経営者）	・景気が良くなる理由も悪くなる理由も見当たらない。雇用が安定していれば悪くはならないとみている。
スーパー（経営者）	・4月は、原油価格の上昇や為替の影響などから値上げする商品がある。また、公共料金の一部値上げ、社会保険料も若干増えそうであり、消費環境は芳しくない。国の予算の成立、完全失業率の低下、有効求人倍率の上昇などにより、所得改善や消費の改善を期待しているが、その効果が表れるには時間を要するとみている。
スーパー（店長）	・消費者は相変わらず節約志向であり、客の話からも広告品などを買い回っているとのことである。
スーパー（店長）	・4月にも競合店の出店予定があり、更に競争が激しくなる見込みである。商圏内の世帯数、人口が変わらないなかで、今後も販売店の増加が続くため、長期的には企業収益の低下が懸念される。ただし、近い将来においては大きな変化はないとみている。
スーパー（総務担当）	・米国大統領の動きで、円相場や株式相場が左右されるのではないかと。ガソリンも値上がり傾向であり、当面は様子見の状況が続くとみている。
コンビニ（経営者）	・客からもあまり景気の良い話を聞かない。
コンビニ（エリア担当）	・この先、景気が大きく変化するような要因が見当たらない。
コンビニ（店長）	・公共関係、役所関係の仕事をしている人の話を聞いても、3月は普段よりも予算が少なかったせい、仕事も少なかったと聞いている。行政が仕事をストップしているのか、道路工事も少なかったように見える。理由は良くわからないが、この傾向は今後も続くのではないかと。また、単価も引き続き低い状態が続くとみている。
コンビニ（店長）	・低価格帯の商品が売れる傾向は、強まるとともに今後も継続するとみている。
衣料品専門店（経営者）	・必要な時に必要なものしか買わないという購買行動は、この先も変わらない。

衣料品専門店（経営者）	・冬物を購入した客に夏物の販売を強力に推し進めている。企業の採用も順調なようなので制服などの販売に期待している。
衣料品専門店（店長）	・一般ビジネス衣料は前年並みで推移しており、今後も買い控えが続くとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・この1年間は前年比90%の状態が続いている。景気が良くなる気配がないため、この状態がこの先も続くとみている。
家電量販店（店長）	・新事業を立ち上げるなど、売上改善策を講じているが、効果が出ていない。
家電量販店（店長）	・来客数、客単価の落ち込みが続いている。
家電量販店（従業員）	・夏物商材など、天候に左右される商品がどう動くかによって変わる。夏が寒く夏物商材が動かない場合は大変厳しい結果になるのではないかとみている。
乗用車販売店（経営者）	・景気の先行きが読めない状況である。
乗用車販売店（従業員）	・土日の店頭での営業などにおいて、新規客や既存客の動きをみてもずっと変化がないため、今後もそれほど景気が良くなるとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・仏具販売店において、急な売上増加は見込めない。付加価値を高めて利益を上げていく形態をとっていくつもりである。ただし、景気自体にはあまり変化はないとみている。
住関連専門店（経営者）	・現在の状況が好転する材料がないため、この先景気は変わらないとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・選挙など、地方の売上に影響が出そうな行事が終わっており、景気は落ち着くとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・現状では何も変わる要素がなく、ただただ耐えるしかない。都市部ではプレミアムフライデーが実施されていたが、当地域周辺ではどこかよその話という捉え方ではない。どこか置いてきぼりをされたような感じが否めず、ますます地方と都市部の様々なところでの格差が激しくなるとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・低単価商品か、値下げした商品しか動かない印象がある。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・需要構造が変化しており、暖房に占める石油製品の割合が低下し電気に移行しているため、長期にわたり需要が減少してきている。少ない需要を分け合っていないため、業界全体が縮小していくことが見込まれる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・この先期待できるような要因が見当たらないため、景気は良くも悪くも変わらないとみている。
高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況からも景気が良くなるような動きはない。今月は前年並みで推移しているが、先行きは不透明である。
一般レストラン（経営者）	・現在の政治の状況が不安定であるが、解散の見込みはなく、景気についても特に影響はないとみている。
一般レストラン（経営者）	・現在の予約状況からは、2～3か月先もさほど盛り上がりはないとみている。ただし、1～2月よりは改善がみられているため、今月並みの数字が継続することを期待している。ワインを飲む客が減少するなど、レストラン離れの状況は基本的に変わらない。そのため、かなりの企業努力をしていかなければならない。
一般レストラン（経営者）	・エリア内での客の取り合いはあるが、景気に対する影響はほとんどない。全国レベルの大きな大会が増えないかぎり、エリア内での景気の活性化には結びつかないとみている。
スナック（経営者）	・3月は送別会シーズンであるが、思ったほど客足が伸びず、団体客もあまり見込めない状況で終わりそうである。そのような状況をみると、4月の歓迎会シーズンやその他のケースでも団体客はあまり動かずに難しい状況が続くとみている。
観光型旅館（経営者）	・相変わらず景気が上向きような要因がなく、また、景気の良い話も聞こえてこない。
都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況も前年並みのため、景気は変わらないとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況が好調に推移し始めている部門はあるが、全体的には大きな伸びはみられていない。フリー客の来客数増加や各部門での予約受注の増加がみられないため、先行きも現状のまま推移するとみている。
旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークもあるため期待をしている。ただし、業界的にも、前年ほどの伸びはないとみている。

旅行代理店（従業員）	・店頭による国内旅行、海外旅行の申込は減少傾向にあるが、インターネットでの受注状況は好調である。ただし、頻繁に発生している海外情勢の不安から、今後しばらくは状況に変化はないとみている。
通信会社（営業担当）	・政府の今後の動向が不透明であり、景気が向上するような材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・景気に大きな影響を及ぼすような要因が、見当たらない。
通信会社（営業担当）	・どの顧客を訪問しても、厳しい話になってしまう。
テーマパーク（職員）	・今月は買上単価がやや良くなったが、この状態が今後も続くとは考えにくい。
遊園地（経営者）	・個人消費に力強さが感じられないが、イベントなどにより前年並みの売上を確保していきたい。
美容室（経営者）	・固定客の再来店率は前年並みであるが、新規客は少ない。消費者の財布のひもが固い状態は、今後も続くともみている。
美容室（経営者）	・価格競争相手として、身近に1,000円ヘアカットが増えている。客の財布のひもが固くなっており、安い方に傾いている。
住宅販売会社（経営者）	・一般建築の受注は拡大しているものの、住宅に関しては大きな伸びが見込めない。
商店街（代表者）	・法人関係の予約が少なく、4月にはほとんど入っていない。この先の景気はかなり悪くなるのではないかとみている。
商店街（代表者）	・プレミアムフライデーなどの景気回復策による効果が期待できない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・医薬品を定期購入していた客層の多くが、高齢化により施設に入ったり、入院したりしている。このような方々は、積極的な消費行動はとらないことから、社会全体として消費活動は低調になるとみている。
百貨店（売場担当）	・本来の3月の売上の核となるはずのオケーション需要において、売上が不振となったことが、全体の売上に大きく影響している。実際に動員の仕掛が成功したのは常顧客の実績によるものであり、フリー客の増加は依然厳しいとみている。
スーパー（店長）	・当店の隣接地に競合店が出店する。周囲の競合店も価格で対応していくため、数値のほうは厳しくなるとみている。
スーパー（営業担当）	・現状では景気が回復するような政策が見当たらない。既存店の売上推移は過去3年間ほぼ同じで緩やかな低下傾向が続いている。また、競合激化による来客数の減少は今後も続く見込みのため、既存店で前期実績をクリアすることは非常に厳しくなっている。
コンビニ（経営者）	・気候や気温が良くなると、なかなか売上が厳しい。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の前年比が減少傾向にあるが、改善の兆しが見えない。
衣料品専門店（店長）	・春物商材の立ち遅れが、そのまま夏物商材の立ち遅れにつながり、需要が後ろ倒しとなるのではないかと懸念している。
家電量販店（店長）	・ヒット商品となるような家電製品がないため、先行きの見通しはあまり明るくない。世界経済の動向に不安要素もあり、客の消費マインドが低下しているのか、あまり積極的に買物をしている様子はみられていない。
乗用車販売店（経営者）	・この先の、新車販売、車検入庫の反動減を心配している。
乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰傾向が懸念材料である。
乗用車販売店（従業員）	・これといった新型車の投入予定もなく、来店する客もあまり購入には乗り気でない様子である。
住関連専門店（経営者）	・2～3か月先の受注残が少ないため、売上は減少する見込みである。受注活動で次の目標に向かって進めていきたいが、現状ではなかなか厳しい。
高級レストラン（経営者）	・良くなる材料があまりない。
一般レストラン（経営者）	・前年の年末から売上は減少傾向である。今月の後半からは、送別会などにより多少の来客数はあったが、前年と比較して単価が下がっており、先の見通しは決して明るくはない。
旅行代理店（店長）	・5～6月の国内団体旅行の問い合わせがなかなか入ってこない。
タクシー運転手	・人が移動する時期だが、消費者の財布のひもはますます固くなっている。
観光名所（職員）	・インバウンド以外に明るい材料がないにもかかわらず、4月以降の予約は日本人客が多く、今まで伸び率を支えていたインバウンド客がほとんどなくなっている。そのため、この先の景気はやや悪くなっていくのではないかとみている。

	競艇場（職員）	・ここ2～3か月は大きなイベントもなく、来場者は常連客のみになる。大口の利用者が増えれば売上増加につながるが、そのような利用者は1～2人程度である。よって景気は現状維持もしくは下降するとみている。	
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・前年と比較して、大型工事の受注と塗装工事の問い合わせが減少気味である。	
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・街なかで大きなイベントがあれば人も大勢集まるが、その人達が繁華街で買物をするかという、そのような方向にはならない。周辺の店舗の人達も、暇だとか客が来ないという話題が日常会話となっている。	
×	スーパー（経営者）	・可処分所得が伸び悩むなか、この先も儉約志向が強まるとみている。	
×	スーパー（店長）	・ここしばらくは、競合店のオープンにより厳しい状況が続くとみている。	
×	コンビニ（経営者）	・人口がかなり流出しており、地元では後期高齢者の方ばかりとなっている。そのため、これから先の売上は厳しくなるとみている。	
×	コンビニ（エリア担当）	・かつての顧客がひいきにしていた商品売ることができなくなっている。そのため、そう簡単には過去の数値を確保できない。	
×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・気温による変動はあるが、夏物の動きは例年同様、もしくは悪くなるのではないかと。各メーカーが冷却ファン付の作業着を新商品として出しているが、東北で売れるのかは全くわからない。これまでの実績もないため、多分人気はでないかとみている。	
企業 動向 関連  (東北)	建設業（経営者）	・新たな受注もあり、景気は上向きになってきている。あとは技術者の確保だけが懸念事項である。	
	食料品製造業（総務担当）	・行楽シーズンを迎え、商品の動きが良くなることを期待している。	
	建設業（従業員）	・復興予算の関係からも、大型公共工事の見込める最終年度となるため、これまで遅れていた案件の出件が進むと見込んでいる。	
	広告代理店（経営者）	・広告の相談が増えているということは、景気が良くなる傾向とみている。	
	農林水産業（従業者）	・東日本大震災から6年がたっている。風評被害がなくなり、販売単価が本来の金額に戻ることを期待している。	
	農林水産業（従業者）	・平成30年度からの減反廃止などにより、米政策が大きく変わる。そのため、平成29年度の米価格や転作作物の価格が不透明である。	
	食料品製造業（経営者）	・イベントなど、人の動きがあるときは良いが、普段の動きが良くない。	
	食料品製造業（経営者）	・旅行者が増えるような大きな変化や対策がない。	
	食料品製造業（営業担当）	・既存品の売上減少分を新商品発売でカバーしたいが、現状維持が精一杯ではないかとみている。	
	繊維工業（経営者）	・店頭での売上が悪く、しばらくは景気が良くない状態が続くとみている。	
	木材木製品製造業（経営者）	・賃貸住宅にパブルの現象がみられ、住宅需要に対する不安要素となっている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・国内の受注状況、輸出の先行き共に、大きな変化がない。	
	建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、この先2～3か月は現状のままで推移するとみている。	
	輸送業（経営者）	・全般的に物量が増加する気配がなく、横ばいか減少気味であることが気にかかる。	
	通信業（営業担当）	・他社に乗換えられないよう、顧客に対し自社の強みを辛抱強くPRしていくしかない。	
	通信業（営業担当）	・政府の諸政策の効果が景気回復につながっていない。	
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。	
	金融業（広報担当）	・有効求人倍率は過去最高水準で推移している。一方で、個人消費の一部にやや弱さがみられている傾向は当面続くとみている。	
		広告代理店（経営者）	・景気の先行きが不透明であり、取引先は様子見状態が続くとみている。
		経営コンサルタント	・春に向けて消費が活発化する時期ではあるが、消費者の節約志向が続くとみている。
	公認会計士	・建設業の話では、夏～秋にかけての受注は確保できているが、その後については未定との話が多い。そのため、今後2～3か月は現状維持で推移するとみている。	

	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・少子高齢化がますます進んでいくなかで、全般的に景気の流れが良くない。高級品やそれに近い商品の販売量がだんだん減っていることから、消費者が安いものに飛びつく傾向は当分続くのではない。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅需要は国の補助金などによる影響もある。現在はゼロエネルギーハウスに関連する補助金を目的として家を建てる人が増えているが、工務店においてその対応が遅れているため当方にも影響がでている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・既存製品の受注減少については下げ止まっているものの、新製品の話が出てこないため、受注が増える見込みがない。
	金属工業協同組合（職員）	・新規物件の相見積などは微増しているが、なかなか成約までにたどりつけない。ただし、受注が減少するまでには至っていない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・復興需要が完全に終了したのか、全体的に売上が減少している。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・復興需要、復興対策も一段落し、売上の前年維持は難しくなってきた。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・官需、民需共に大型物件がなく、これまで東北の需要を支えていた震災復興特需もピークを過ぎ減少傾向に向かっている。全国の中なかでも、東北は前年比のマイナス幅が大きい地区となっている。平成29年度の東北地区の需要想定見通しも厳しい数字が出ている。
	広告業協会（役員）	・新年度はイベントも少なく、自治体の地方創生のコンペティションに賭ける以外に顧客を伸ばす道はない。
	司法書士	・当地の登記所における登記申請件数が、例年と比べても低迷している。
	コピーサービス業（従業員）	・企業の働き方の変化に対応した商材が鍵となる。労働時間が短縮に向かった場合に、取扱うオフィス関連商品がどのように変わっていくか、先が読めない状況である。
	×	*
雇用 関連  (東北)	人材派遣会社（社員）	・前年と比較して、4月の長期派遣契約数は約10%増加で推移する見込みである。また、第1四半期末である6月には、約12～13%の増加を見込んでいる。
	人材派遣会社（社員）	・製造業の設備投資が止まっていないため、求人数の継続した増加が見込まれる。
	人材派遣会社（社員）	・3月末卒業の地元大学の就職率をみても、前年より上昇している。また、ぎりぎり卒業が決まり就職先が決まっていなかった学生でも、3月の時点でまだ募集をしている企業があったため、就職を決めることができている。このような状況からも、景気の良い状態が続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・活況を呼び込むような要因が少ない。
	アウトソーシング企業（社員）	・この先の仕事量も変わらない見込みである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末の動きに期待していたが、思うように伸びていないため、今後も変わらないとみている。
	職業安定所（職員）	・景気が良くなる要因は見当たらないものの、これから求人が増加する時期でもある。求人の増加とともに景気が良くなることを期待したい。
	職業安定所（職員）	・人手不足により、販売やサービスの業種での店舗撤退などの動きが出始めている。
	職業安定所（職員）	・新規求人に対する正社員の割合が約4割であり、数字どおりの景気回復はあまり期待できない。
	職業安定所（職員）	・企業の売上などが大きく伸びるような要因はなく、求人の状況にも新しい動きはみられていない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比は3か月連続して減少しているものの、有効求人倍率の高止まり傾向は変わらない。また、現在のところ管内における企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報はなく、近い将来に景気が大きく動く印象はない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は引き続き1倍を上回る水準で推移している。ただし、上昇要因は有効求職者の減少が続いているところが大きく、今後景気が上向くような要因は見当たらない。
	職業安定所（職員）	・幅広い業種で人手不足感は強まっているものの、一方では、事業所廃止や人員整理を行う事業所の動きもあり、景気が上向く印象はない。
職業安定所（職員）	・事業所を訪問した感触では、今後の世界経済や復興関連に伴う景況に不安を持っている。また、人手不足が継続する見込みである。3月末に大手通信機器メーカーで人員整理の発生があるが、従前からの計画事項であり、国内グループの再編によるものである。	

	民間職業紹介機関（職員）	・年度末のために減少していた求人であるが、新年度に入っても回復していない。
	学校就職担当者	・今後の求人獲得予定数は、年度当初の確認済み状況から、新規採用、増員など若干の増加を見込んでいる。
	人材派遣会社（社員）	・求職者減少のみならず、労働契約法の2018年問題も控えており、先行きが見通せない。
	人材派遣会社（社員）	・新年度体制となり、新卒採用から研修などが続く。そのため、当面の間の採用ニーズは緩やかに下降するとみている。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・業種を選ばなければ求人は多く存在している。ただし、どうしても流れは首都圏に集中している。当地域はまだましなほうであるが、地方格差や貧富の格差、業種間の格差がますます顕著になってきており、この状況は当分続き、先行きに不安感がある。
	x	-