

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) | | 商店街（代表者） | ・いよいよ冬本番の天候になり、客の動きも冬物を視野に入れている様子が見られている。バーゲンセールとの比重が高いとはいえ、来客数の伸びに大いに期待をしている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・あくまで他力本願的なものではあるが、販売物の素材が良くなってきているため、表面的には持ち直し傾向になるとみている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ボーナス支給、初売り、クリアランスセールと、これからは衣料品を中心に販売量の動きが大きく変化していくため、現状よりは回復するとみている。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・年末年始は比較的高額商材が動き客単価も上昇する傾向にある。さらに、平成最後といった需要の盛り上がりがあれば、消費マインドは若干活性化するのではないかと期待している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・ワンブランド効果がチェーン全体に波及することが見込まれており、当エリアにおいても更なる伸長が期待できる。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・4K・8K放送の開始に伴い、テレビの売上が増加することを期待している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・1月の初売り以降は、年間最大の需要期である3月へと続くため、期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税の引上げに伴い、駆け込み需要として個人客からの受注が少しずつ増えると見込んでいる。 |
| | | 乗用車販売店（本部） | ・この先の年末年始商戦に向けて、一巡した新型車効果の活性化や冬支度の商材などが見込まれるため、来客数の増加が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・3月の決算に向けて、客の動きが良くなるとみている。 |
| | | その他専門店〔靴〕（従業員） | ・11月が振るわない年は、12～1月に売上が増加する傾向がある。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・原油の相場が大きく下落し続けているため、今後は販売価格の値下げが進む見込みである。そのため、需要の回復とガソリン、灯油以外の商材の販売拡大を期待している。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・11月の地下食品街の改装に続いて、地下道の見直しを図っている。その効果により引き続き販売量が底上げされるとみている。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・今年は単価を上げて勝負する商材が多い。そのような商材に対しても予約の動きが早いため、順調に推移している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・8月から続く来客数の増加傾向は今後も続くともみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・この先は忘年会のシーズンのため、12～1月はやや良くなると期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・アフターファイブの動きが活発になり、グループでの移動が増えてきている。忘年会シーズンに入るということもあり、今後の動きに期待している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・サービスエリアの拡張を予定しているため、新規の加入者の増加を見込んでいる。また、質の高い低価格メニューの展開により、他社サービスからの移行も期待できる。12月開始のBS4K放送サービスも徐々に浸透しているため、既存の加入者の単価上昇も期待している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・年末年始に向かうため、多少は良くなるとみている。 |
| | | 競艇場（職員） | ・年末は毎年、イベント効果で来客数が多くなる。新規客も多く来場するため、再来場を促すサービスを展開して今後の売上につなげていく予定である。 |
| | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・年末年始は毎年落ち込む時期であるが、既に確保されている仕事も多く、例年以上の受注量が見込まれている。 | |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・大きめの宅地の売却希望を受けている。造成して分譲する予定であるが、購入者は既に決定している。 | |
| | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・石油ストーブ、ファンヒーターなどの暖房器具受注と、リフォーム工事の問合せが増えている。 | |
| | 商店街（代表者） | ・年末商戦において、お歳暮の立ち上がり及早まりそうな動きに期待する一方、購入単価の下落傾向を懸念している。 | |
| | 商店街（代表者） | ・年末年始に向けての需要の不調が続いている。 | |
| | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・現在でも売上は好調であるが、寒ければ更に伸びる見込みとなる。しかし、この先の気温がどうなるのかわからないため、余り変わらないのではないかと。ただし、来客数はそれなりにあるため、不景気になるという雰囲気はない。 | |

| | |
|-----------------------------|---|
| 一般小売店〔寝具〕 (経営者) | ・高齢化社会とはいえ、なじみの高齢客は寿命などにより減少傾向にある。また、ニーズの多様なのか、街のお店屋さんに対する若者の感覚の違いが顕著にみられた1年である。 |
| 百貨店(売場主任) | ・食品、リビング用品関連は需要が底堅く、売上は比較的安定している。衣料品、ファッション関連商材は不確定要素が大きい。今月の好調な動きが継続するとは言い切れない。 |
| 百貨店(営業担当) | ・お歳暮商戦において新規客の増加の見込みが厳しく、なじみ客を囲い込んで前年を維持することで精一杯である。また、アパレル関連の冬物商戦は前年並みで推移する見込みである。 |
| 百貨店(買付担当) | ・ここ数年、気温で客の動きが左右される傾向が続いているため、今後も余り変わらないとみている。 |
| スーパー(経営者) | ・今後は、原油価格が落ち着くことで灯油価格やガソリン価格が下がり、家計への良い材料となるのではないかとみている。ただし、暖冬の影響なのか鍋商材の動きが余り良くない。また、一部加工食品の値上げがあるものの、全体的な消費の傾向は変わらないとみている。 |
| スーパー(店長) | ・この先も、市内の複数の競合店舗が看板を替えてオープンする。今まで以上に環境は厳しくなるとみている。 |
| スーパー(店長) | ・年末年始の販売動向は例年並みになる見込みであるが、通常日における購入点数の下降傾向はしばらく続くとみている。 |
| スーパー(店長) | ・平均値であった11月の売上においても、部門によっては数字を伸ばしているため期待をしたいが、数字の動きからはこの先も現状と変わらない推移が続く見込みである。 |
| スーパー(副店長) | ・安い商品は買うものの、それ以外の商品に関しては財布のひもが固い。来年の消費税の引上げを控えて、消費者の節約志向はまだ続くかとみている。 |
| コンビニ(経営者) | ・ここ数か月は来客数が安定しており、客単価、購入点数も底堅く推移している。ただし、年賀状関連は今年も出足が鈍く、縮小傾向にある。 |
| 衣料品専門店(経営者) | ・お歳暮商戦も最盛期に入り、前年並みの売上を確保できる見込みである。さらに、新規獲得に向けて飛込み営業をしている。 |
| 衣料品専門店(店長) | ・暖冬のため、単価の稼げる冬物防寒着の需要が盛り上がっていない。さらに、ビジネス衣料の買換え需要も、ふだん着需要と連動して盛り上がっていない状態である。 |
| 衣料品専門店(店長) | ・競合店舗オープンの影響は当分の間続くかとみている。 |
| 衣料品専門店(総務担当) | ・消費者には、し好みや代用可能なものは新規購入を控える傾向がある。景気が良くなる兆しはみられていない。 |
| 乗用車販売店(従業員) | ・ここ数か月、客の動きは横ばいで推移している。そのため、この先の数か月で良くなるとは考えにくい。 |
| 住関連専門店(経営者) | ・仏具販売は比較的売上の波が少ない業界であるが、最近の商品小型化、簡略化による単価の低下が止まらない。現状維持に努める必要がある。 |
| その他専門店〔食品〕 (経営者) | ・大きな起爆剤がなければ、景気はなかなか好転しないとみている。 |
| その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕 (営業担当) | ・前年比にそれほどの差は出ないとみているものの、楽観視はできない。競合他社の動きについても、安売りに走るようであれば厳しさが増すとみている。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当) | ・長期予報で暖冬予測が出ているため、販売量回復の見込みは薄いとみている。 |
| 観光型ホテル(経営者) | ・秋の観光シーズンや忘年会といったトップシーズンに入っているものの、前年比が振るわない状況である。予約の動きからみても、先行きの景気は相変わらず良くないとみている。 |
| 観光型旅館(経営者) | ・客の様子からは消費の手控え感がみられるものの、大きな変化はなく、先行きの景気は余り変わらないとみている。 |
| 都市型ホテル(スタッフ) | ・レストラン関係は大雪などの天候条件により影響が出るが、宴会関係の予約については例年並みに受注できている。 |
| 旅行代理店(経営者) | ・これからはオフシーズンに向かうため、景気が良くなるという見通しは持てない。この先の気象状況によっては、悪くなる可能性すらある。 |
| 旅行代理店(店長) | ・景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| タクシー運転手 | ・地元のタクシー業界において、1～2月は利益が余り出ない傾向にある。そのため、現在のやや悪い状態がそのまま続くかとみている。 |

| | |
|---------------|---|
| 通信会社（営業担当） | ・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題による影響を懸念している。20年前のリストラが記憶にあるが、取引先や株主などへの出向に伴い、販売車のクオリティーが下がっていた。在庫処分のための安売りや新製品への投資が抑えられるなど、雇用への影響が心配である。自動車メーカーと家電メーカーの低迷が先行き不透明のため、2～3か月は変わらないものの、その先はやや悪くなる気配がしている。 |
| 通信会社（営業担当） | ・景気の動きは、消費税の引上げ前の駆け込み需要が多くなる7月頃まで変わらないとみている。 |
| 通信会社（営業担当） | ・景気に大きく影響を与えるような要因に乏しい。 |
| 通信会社（営業担当） | ・年末年始の特需により消費は一時的に上向くものの、例年並みの見込みである。 |
| 通信会社（営業担当） | ・ガソリン価格の高騰が続くなか、冬になって更に燃料費コストが上がるため、コスト削減要求が強くなるとみている。 |
| 通信会社（営業担当） | ・先行きの景気が大きく動くとは考えにくい。 |
| テーマパーク（職員） | ・売上や単価が好調になるような要因が見当たらない。 |
| 観光名所（職員） | ・本格的な冬のシーズンを迎えており、イベントなどでの集客を図っているものの、余り効果は出ていない。 |
| 遊園地（経営者） | ・シーズンオフを迎えて、限定的な営業となる。家計に影響する物価やガソリン価格の動きが気になるところである。 |
| 美容室（経営者） | ・美容業界は良くも悪くも半年～1年ほど遅れて経済の影響が出てくる。そのため2～3か月先も急激な景気の変動はなく、横ばいで推移するとみている。 |
| 美容室（経営者） | ・今まで着付けで頑張ってきたが、昔と比べて着付けの仕事は多くなく、この先は余り期待できない。 |
| 商店街（代表者） | ・来年10月より消費税の引上げが開始されるが、POSレジなどの対応ができていない状況である。消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるものの、景気回復への期待はできない。 |
| 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・年末年始のにぎわいはあくまで一過性のものであり、景気に大きく変化をもたらすことはない。また、暖房費が大きく影響する地元においては、原油価格の高騰により消費者はますます苦しくなるばかりである。 |
| スーパー（営業担当） | ・競合店舗の出店が控えているため、今後も厳しい状態が続くこととみている。 |
| スーパー（営業担当） | ・現状からみて客単価の改善は厳しい。特売価格やクーポンを投入して前年の数字を確保することが精一杯である。競合店舗も同様に販促を強化するため、先行きの景気はやや悪くなる傾向にある。 |
| コンビニ（経営者） | ・ここ数年は、年末～正月にかけての人の動きに変化がない。昔のような人出は期待できない。 |
| コンビニ（経営者） | ・この先も来客数の減少が続いて厳しくなるとみている。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・人件費の高騰により、オーナー収益の確保が難しい状況である。また、おせちやケーキなどの年末年始の予約催事も、前年より10%程度下回っている。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・今年は暖冬が予想されており、アウターやコート類などの高単価商材の売上は厳しい見込みである。また、セールに入ってますます単価が低下するため、売上也厳しいとみている。 |
| 家電量販店（店長） | ・石油価格、灯油価格の高騰により、暖房器具が余り売れていない。暖冬の予報もあるため、今後も暖房器具の売上は減少するとみている。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・市場の縮小や人手不足により、景気は下向きになるとみている。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・製作と並行して受注を獲得し、売上につなげていかなければならないため厳しい状態である。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・景気回復の兆しがみえないため、厳しい状況が続くとみている。 |
| 高級レストラン（経営者） | ・1月以降にも景気が良くなるような材料はない。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・予約の状況からは来年1～2月の状況は見通せない。現在よりは多少落ちていくのではないかとみている。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・12月まで営業して年明けに閉店するという話はよく聞かすが、今年はその数が多く、業者が頭を抱えている。そのような状況のため、2～3か月後に景気が良くなっているとは考えにくい。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・いよいよ雪が本格的に積もるシーズンとなる。さらに、年末年始に支出した反動による節約志向の高まりにより、単価の高い夜の夕食に相当な影響が出てくるとみている。 |
| 観光型旅館（スタッフ） | ・遠方からの集客が見込めずに周辺地域がメイン市場となるため、景気は余り良くならないとみている。 |

| | | |
|----------------------------|------------------|--|
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・12月の忘年会の予約が低調である。ガソリン価格の高騰もあり、この先の天候が前年のように大雪となった場合、客の移動がどうなるのか心配である。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・前年同時期と比べて予約の動きが芳しくない状況である。 |
| | 旅行代理店（店長） | ・国内旅行、海外旅行共に1～2月の動きが極端に悪い。問合せも余り入ってきていない。 |
| | 観光名所（職員） | ・天候に関係なく来客数が減少するという事は、外出自体を控えているからではないか。消費税の引上げについて騒ぐマスメディアの影響を大きく受けているため、来年の10月に向けて報道が加速するにつれて、この傾向は更に強まるとみている。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・発注案件の減少傾向は、この先数か月は続くとみている。 |
| × | 商店街（代表者） | ・客の様子からは格差社会が確実な形で進行しているように見受けられるが、年配客の消費量が極端に少なくなっている。また、若者が使う金額も減少しており、年明けからはかなり沈滞したムードになるとみている。 |
| × | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・今月の悪い状態が続くとみている。客であるタクシー運転手も、非常に悪い状態であり先行きが心配であると何度も話している。 |
| × | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・駅前の市街地にある当店の周辺において、今年に入ってから数件の老舗が閉店しており、空き店舗となっている。これらの小規模事業者達も当店の客層であるため、このような状況からみてこの先の業績が良くなるとは考えにくい。 |
| × | スーパー（経営者） | ・来年10月の消費税の引上げに伴い、様々な対策が発表されているものの、消費者心理は非常に悪いのではないかと。ガソリン価格、灯油価格の値上げなどが響いており、可処分所得も減少している。 |
| × | コンビニ（エリア担当） | ・東北の人口が流出しているが、特別な産業の取組は見られていない。たばこ増税についても単価が上昇した分禁煙者も増加しているため、売上を押し上げることはできていない。 |
| × | コンビニ（店長） | ・11月後半から急激に客の雰囲気落ち込んでおり、大手企業に勤める客も単価が低下している。催事の注文は順調であるが、日々の買物で節約している様子が見えたり、先行きは厳しくなるのではないかとみている。 |
| × | コンビニ（店長） | ・真冬は来客数が今まで以上に減少して売上も減少する。一方で光熱費や除雪費などの経費が増加するため、非常に辛い状況になるとみている。 |
| × | 衣料品専門店（経営者） | ・例年1～2月は寒さのために来客数が少なくなってしまう。 |
| × | 衣料品専門店（店長） | ・シーズン当初の暖かさにより、防寒衣料の立ち上がりに弾みがつけられなかった。この先によほどの寒さが続かない限り、防寒衣料の持ち直しは難しい。 |
| × | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・定番商品の落ち込みは今後も続くとみている。また、特定銘柄の伸びが鈍くなれば一気に悪化する可能性があるため、今から対策の手配をしている。 |
| × | 観光型ホテル（スタッフ） | ・年明けの来客数及び販売価格に期待ができない。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | - | - |
| | 木材木製品製造業（経営者） | ・例年であれば年明けは売上が減少する時期であるが、今回は消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。ただし、それ以降は政府の対策があっても需要の減少は避けられないとみている。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・年度末に向けて受注量が増えるかとみている。 |
| | 建設業（従業員） | ・基本的には今月並みで推移するとみているが、公共工事の受注状況によっては上向きとなる可能性も含んでいる。 |
| | 通信業（営業担当） | ・年度末に向けて、予算を使い切りたい企業からの受注が増える見込みである。 |
| | 広告代理店（経営者） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、景気は一時的に上向くとみている。その後は消費税の引上げ、東京オリンピック、大阪万博など、東北に余り関係のないところでの需要は増える見込みであるが、その分東北に影響が出てくることを懸念している。 |
| | 経営コンサルタント | ・年末に向けた消費の盛り上がり期待している。 |
| | 農林水産業（従業者） | ・天候不順で余り着色が良くなかったふじりんごは、11月に入り品質が例年並みに戻ってきている。 |
| | 食料品製造業（経営者） | ・リニューアルオープンによる効果は一時的なものである。それ以外の店舗の状況に変化はない。 |
| | 食料品製造業（営業担当） | ・好転する要因が見当たらず、厳しい状況に変わりはないとみている。 |

| | | |
|------------------|---------------------------|--|
| | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・東日本大震災の復興需要が一段落し、受注額が前年同月比で約8～10%の減少となっている。 |
| | 窯業・土石製品製造業（役員） | ・組合員の需要見込みをベースに判断している。上期よりは需要が上回るものの、前年度比では95%程度の出荷が続く見込みである。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・米中の貿易戦争の影響について、どの客も比較的楽観視しつつも慎重になってきていることから、横ばいの状態が続くとみている。 |
| | 建設業（企画担当） | ・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、年末までは現状のまま推移するとみている。 |
| | 輸送業（経営者） | ・業種によってばらつきはあるものの、全体的には大きな落ち込みはないとみている。 |
| | 通信業（営業担当） | ・この半年の様子からは楽観できないため、予断を許さない状況が続くとみている。 |
| | 金融業（営業担当） | ・先行きの景気に対する大きな変化要因は見当たらない。 |
| | 広告業協会（役員） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要に伴う、広告費の増大に期待している。この先は徐々に動きが出てくる時期でもある。 |
| | 広告代理店（経営者） | ・東北の景気が良くなっているとは実感できない。 |
| | 司法書士 | ・割安感のある不動産の需要は高いものの、高価格帯は低調である。現状では消費税の引上げの影響は限定的である。 |
| | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・この先も、消費マインドが改善するような材料に乏しいとみている。 |
| | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・得意先の前年度実績額は確保できるとみているが、具体的な動きがみえないため、苦慮している。 |
| | その他企業〔協同組合〕（職員） | ・人手や設備などの企業力も高止まりしており、これ以上の大幅な受注拡大には対応しきれない。また、人件費や材料費などの価格高騰により利益が圧迫されている。 |
| | 農林水産業（従業者） | ・異常気象による米の収穫量減少を受けて、今後も同様の気候の継続を危惧する小規模農家からの水田小作の依頼が増えており、収益の圧迫が見込まれている。 |
| | 食料品製造業（経営者） | ・原材料などの価格上昇により利益面が非常に厳しく、自己努力だけでは追い付けないところまできている。そのため、商品の値上げの検討も必要になってきている。 |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・大口客向け製品価格の緩やかな下降はしばらく続く見通しである。そのため、徐々に景気に影響が出るのではないかと危惧している。 |
| | 金融業（広報担当） | ・寒冷地は、他の地域に比べて燃油価格の高止まりによるコスト負担への反映度合いが大きい。 |
| | 公認会計士 | ・今まで好調に推移して小売業の業績悪化分を上回っていた建設業の業績が、悪化し始めている。 |
| | コピーサービス業（従業員） | ・来年1月から配送コストの値上げが決定しているものの、現段階において販売価格に転嫁できていない状況である。また、家具メーカーから値上げの案内もきており、来年早々から厳しい状況でのスタートが見込まれる。 |
| | x その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・消費者は、消費税の引上げに対してかなり神経質になっており、購買意欲が非常に鈍っている。この問題を解決することは大変であり、この先の景気が良くなるとは考えにくい。 |
| 雇用 関連 (東北) | - | - |
| | 人材派遣会社（社員） | ・改正労働者派遣法の3年縛りによる入替え需要と、無期化がかなわず異動となるケースから、受注量が前年を上回っている。この傾向は、2～3か月先においても良い影響を与えるとみている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・中小規模の会社でも、業容拡大に向けた増員のために募集求人を増やしている。今後も同様の推移が期待できる。 |
| | 学校〔専門学校〕 | ・これから年末年始を迎えるため、景気は若干良くなるとみている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・求人数は増えるとみているが、求職者数は頭打ちしている。また、求人とのミスマッチも多い。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・年始商戦においても、販売サービスの人手不足による影響が続くのではないかとみている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・法律の改定により、これからの企業の採用のあり方が変化する可能性は高いが、どの企業も率先して取り組む要素がみえないため、しばらくは大きな変化はないとみている。 |
| | アウトソーシング企業（社員） | ・来年度の案件に良い材料はあるものの、2～3か月先については良くなる要素は見当たらない。 |

| | | |
|--|--------------------|--|
| | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題はあったものの、年末商戦～初売りにかけて、車を中心に消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。ただし、一過性のものであり、地元流通においてはそれほどの動きにはならないのではないか。盛り上がりもなく、結果として先行きの状況に余り変化はないとみている。 |
| | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・人手不足は慢性化しつつある。少なくとも2020年まではこうした状況は変わらないのではないか。 |
| | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・住宅や自動車など、消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待する向きもあるが、景気の変動にまでは至っていない。 |
| | 職業安定所(職員) | ・労働者の人手不足による求人数の増加傾向は続いている。また、いわゆる人手不足業種では、労働者の不足により、規模の縮小や廃業に至るケースが目についている。 |
| | 職業安定所(職員) | ・求人申込みのタイミングもあり、小売業の新規求人数は減少となっているが、その他はおおむね同水準で推移している。大規模な人員整理などの情報もなく、事業所への聞き取りにおいても、先行きに対して特に大きな変動要因はない。 |
| | 職業安定所(職員) | ・医療、福祉関係、サービス業からは更新に伴う大量求人が見受けられるものの、製造業、小売業からの求人は減少傾向にある。また、まとまった求人も少ないことから、景気は余り変わらないものとみている。 |
| | 職業安定所(職員) | ・新規求人数は前年同月比で13.3%増加しているが、前月減少の反動によるものである。新規求人倍率は前年同月より上昇しており、人手不足による高水準が継続している。状況に大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するものとみている。 |
| | 職業安定所(職員) | ・月間有効求職者数の前年同月比は減少している。また、企業の採用意欲は更なる高まりをみせているものの、希望する労働者の能力やレベルなどによるミスマッチが生じており、充足しないケースが多くみられている。 |
| | 人材派遣会社(社員) | ・外食産業や建設業関連では、人手を確保することができないため、営業計画や出店計画の見直しを検討する企業が増えている。このままの状況が続くと景気に悪い影響が出るとみている。 |
| | 人材派遣会社(社員) | ・1月下旬までは求職者動向が落ち着く時期となる。2月以降から求職者動向が活性化するが、改正労働者派遣法の影響は未知数である。 |
| | x | - |