

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	衣料品専門店(店長)	・残暑が厳しかったため、秋物の買換えモードが例年より少し遅れているようなので、秋物への衣替えが進めば売れ、進まなければ売れないという状況である。今後もその辺りを懸念している。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・本格的行楽シーズンとなる。また、新規に開店したスーパードもあり、動きは活発になるかと期待される。
		商店街(代表者)	・10月に向かい、イベント、観光政策等での集客が見込まれる。衣料品、アパレルを中心に秋物の動きが活発になることが見込まれ、飲食関係は集客によりますます活性化していくだろうと予想される。期待度もかなり大きい。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・被災地へ国の予算が出たので、秋くらいからは2回目の震災特需が始まるだろうと多くの客が話している。
		一般小売店[寝具](経営者)	・来客数や電話の回数が増え、布団仕立ての注文が多くなってきている。
		百貨店(売場主任)	・冬本番を迎えるにあたり、ほぼ半年並みの気温とともに、今控えている消費意欲が一気に上向くと予想される。
		百貨店(経営者)	・異常な気温が2、3か月先も続くとは思えないことと、今月買われていない方の需要が先にずれ込むとみられることから、多少良くなる。
		百貨店(売場担当)	・9月の秋物の売上は前年比で大きく落としている。この反動が10~12月でくことは期待できる。ただし、9月同様に、天候や気温に大きく左右されることは明らかであり、10月が例年よりも暖かかったり、12月の降雪などにより、プラスにもマイナスにも転じる。しかし、少なくとも来月に関しては9月の未来店顧客の動員と秋物の動きの反動が期待される。
		コンビニ(経営者)	・震災パブルも終わったかにみられたが、例年とは違って9月が8月より売上が好調ということは初めてであった。工事関係者はまばらだが、夕方から夜の動きが良い。なお、買上点数もかなり伸びている。特に注目すべき点は「1番くじ」という趣味の世界の売上が良好なことである。これは1点の金額も高く、買上点数も多い。多少はそういった趣味の方にお金を回せる余裕ができてきたようである。
		衣料品専門店(店長)	・秋冬物の需要が増える時期を迎える。また、出かけやすい気候になる。
		乗用車販売店(経営者)	・エコカー補助金の駆け込み需要があまり大きくなかったため、秋以降の新型車イベントの効果などにより新車販売は上向いてくると予想する。
		乗用車販売店(経営者)	・11月に軽の新型車が発売となり、かなり期待できる。これにより集客が期待でき、相乗効果で他車種の拡販に繋がると予想している。また、自社の拡販施策も展開し、盛り上げを図る。
		その他専門店[酒](経営者)	・いい意味での良くなるではなく、年末年始近くは現状より良くならなければおかしい。ただ政治が不安定で、この時期に選挙が行われるとなると状況は大きく変わってくる。売上を上げるための企業努力は怠れないが、どこまで消費者が購買意欲を高めてくれるかなど不透明で怖い。
		その他専門店[靴](従業員)	・早い降雪を望む。
		高級レストラン(支配人)	・被災があった前年に比べると、年末年始に向けた気持ちと金銭面に余裕があり、購買、旅行、飲食など外に向けた個人支出が伸びる。
		一般レストラン(経営者)	・当店では忘年会や歓送迎会などが比較的多いので、例年通りであればやや良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・少し早いようだが、年末に向けての動きが出てくる。当店においても年々、忘年会の予約がくるのが早くなっている。それと同時に、時期を早くする会社も出てきており、年末に集中はするが、それ以外の月や平日にも分散してきているといった良い傾向が見受けられる。
		観光型旅館(スタッフ)	・10月下旬から11月中旬にかけて、既に満室の日もあり、予約が順調に伸びている。これからは、売れる日をいかにつめて売り切るか、売れない日をいかに売っていくかが勝負になる。
		競艇場(職員)	・年末年始にかけて客の購買量が増えることが予想される。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・米の価格上昇に引上げられた好景気感が年明けまでは続くとみている。
住宅販売会社(経営者)	・新エネルギー事業に伴う、大規模プロジェクト参加も予定されている。		

変わらない

商店街（代表者）	・当地域に限っていえば、現在の小康状態がしばらく続くとみられる。ただし、客単価が上がってこないと上昇には乗ってこない。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・客単価の動きが低減傾向にある。動いている商材もあるが、まだまだ厳しさが残っている。他の商材で、エコポイントなどでも動きが出ているようだが、明るい話題よりも暗い話題が多いので、モチベーションも上がらない。
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。世の中不安要素が多すぎる。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店の顧客の年齢層は高齢であり、全体の約60%が60代以上である。そのため、来店頻度が減っていく傾向にある。しばらくはこのまま変わらない状態が続くとみられる。
百貨店（総務担当）	・景気が良くなる要素が見当たらない。また、政局や海外情勢の不安定な要素等は顧客の購買行動の心理に影響するので、先行きは不透明である。
百貨店（企画担当）	・この時期のファッション消費の落ち込み分は10月にずれ込むとみている。その分の伸びは期待できるものの、高額商品については新商品提案にも、前年既に購入したからとの声も聞かれ、一服感も感じられる。その後の年末クリスマスシーズンへの期待の声もあり、全体的には横ばいと判断する。
百貨店（営業担当）	・前年の震災特需に対する売上減も一段落するとみられ、消費者の購買意欲も衰えていないことから、今後も急激に業績が悪化することはない。
百貨店（経営者）	・来客数の改善が見られない。買物市内循環バス等も利用者が減少している。
スーパー（店長）	・来客数の落ち込みはさほど大きくはないものの、点数及び1点単価が落ち込み、客単価トータルでの落ち込みが目立つ。年末を控え、買い控えの傾向がますます強まる。この状況は変わらないとみている。
スーパー（店長）	・商圏内競合店の数は変わらず、競合同士のチラシディスカウント合戦は変わらないとみられ、現状は横ばいと予想される。
スーパー（店長）	・高単価商品の動向が良くなると客単価が増加していかない構図になっている。来客数の増加策として販促強化を行うものの、来客数の増加分も客単価下落で大きくプラスに作用していない。
スーパー（店長）	・周辺の競合店の状況及び来客数の状況が変わらないため、変わらない。
スーパー（総務担当）	・震災需要はすっかり落ち着いている。来客数は微増だが、1点単価の下落は歯止めが掛かっていない。客単価も下がっており、この状況が続くのではないかとみている。
スーパー（営業担当）	・来客数及び売上アップ対策として、チラシ等で価格を打ち出し、買上率を上げる対策を打つが一過性にすぎない。無駄な買物はしない購買動向はまだまだ続くと予想される。
スーパー（物流担当）	・今年の新米の価格高やアメリカの干ばつによる小麦の価格高騰など、直接家計に結び付く与件もあり、客の購買動向は今以上に価格を意識したものになる。消費動向は現状より良くなることはない。
コンビニ（経営者）	・市内は復興需要も一段落している。求人は多いがミスマッチが多く、就職率は上がらないと考えられる。
コンビニ（エリア担当）	・特に大きくトレンドが変わる要因が無い。
コンビニ（エリア担当）	・競争店の出店が今後も続く様子である。
コンビニ（エリア担当）	・復興需要工事は継続するものの、それ以外では買上点数にシビアになると予想される。
衣料品専門店（経営者）	・当社でも新卒を採用したいが現状は厳しく、現有社員と短期パートでしのいで行く方向である。
衣料品専門店（経営者）	・客との会話でも、いまだに買い控えが頭の隅にあるような様子が見られる。
衣料品専門店（店長）	・このままの気候で中期予報通り一気に寒くなると、秋を飛ばして冬物商材需要となり、秋物商材の滞留が懸念される。
衣料品専門店（店長）	・紳士服市場のマーケットの縮小は続いている。さらに、競合同士での下取りなど価格の争いによって客単価が低下している。
衣料品専門店（総務担当）	・客の購入が、何があるからそのために必要なものといったように、目的買いになっている。特にアパレル商材がそのような状況であり、し好品的要素の物は今後厳しくなるとみられる。
家電量販店（店長）	・政府が対策をしていない。国際問題などの情勢も不安である。

家電量販店（店長）	・先行き不透明な政治の不安定要素がぬぐえない限り、景気の回復は見込めない。
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金が終了となり、販売量の減少は免れない。しかし新型車が発表されることでその効果が期待されるため、結果として景気の変化はあまりないとみている。
住関連専門店（経営者）	・新築住宅の完成時期になるが、絶対数が落ちているため、現状維持は難しいとみられる。
住関連専門店（経営者）	・今からシーズンに入ってくるが、耐久消費財なので、品定めをきちっとしていく客はそう多くなく、奪い合いになるのだろうと思う。販売量は変わらないかもしれないが、客単価を上げていかなければいけないと考えている。付加価値の追求になっていくと思う。
住関連専門店（経営者）	・当店は小規模なので、大規模店に比べると企画力も無い。このままそう大きな売上もないまま推移していくとみられる。3か月先も現在と同じ状況が続くとみている。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・衣食住にお金を普通に使える状況ではないように感じる。一番に子供優先で次は食費。次にいくらの余裕があるかという状況のなか、一般消費者のなかでは市場を変えるほどお金が動くことは考えられない。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・農業関係者も収穫を終え、飲食店も一定の動きがあるとみられるが、これからも地元での利益が減り、都市部が若干増えるという厳しい状況が続くと予想される。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・従業員1人にかかる金額が下がってきているようである。また出入りの激しい業種だとレンタルへの切替え等も進んでいる。販売だけの業種は難しくなるであろう。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・秋の観光シーズンから、冬場の需要期に向かって、震災の風評被害で観光がどうなるのか、また、農産物の需要が原発の影響をどの程度受けるのかなど、不安材料が山積している。気温の推移次第で、大きく需要が変動するので、今冬の気候が気になる。冬場のタイヤ商戦は前年の震災特需のようなものが無いため、非常に厳しいものと予想されている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状と比較して外部環境が大きく変わる予見が確認されない。
高級レストラン（経営者）	・緩やかに向上くとはみているが、数字に反映されるほど良くなるとは思えないので変わらない。
一般レストラン（経営者）	・レストランという業種が日常的な範囲を超えてしまっているような気がする。何か特別なときにはレストランでという風潮も大分増えており、財布のひもが固い状況が続いている。このような状況は今後も続くと予想される。
観光型ホテル（経営者）	・年内の入込客数はようやく前年並みになっている。復興支援の客は同じ地に2年は続かず、今年は他の観光地に行ったのではないかとみている。
観光型ホテル（スタッフ）	・本来は年間で1番の繁忙期を迎えるが、特に、遠方からの団体客が少なくなっている。今年は暑さのせいで、紅葉も多少ずれる傾向にあるが、シーズン本番に向けて今後の回復に期待している状況である。
観光型旅館（経営者）	・現在の売上傾向でほぼ一定してきた感がある。
都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関してはある程度着地目標が立てられる現状でもある。その点については良い流れのなかで変わらない。ただ、全体的に会合の数が減少しており、料飲及びレストラン部門を含め、宴会の見込みは決して良くない。婚礼については、東京電力福島第一原子力発電所の問題もあり、総合的な数字の落ち込みがあるので、判断材料としては除いている。これらを総合すると、そうそう大きくは変わらないものの好転もしないとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・秋田県内のいろいろな団体が東京に行き、秋田に来てください、秋田のものを買ってくださいといった運動をした。しかし、客のイメージとしては秋田といったら田沢湖であり、角館であり、そういったイメージを持っているので、全県的な広がりは厳しいと感じている。
都市型ホテル（スタッフ）	・今後も幅広い視野から動機付けや購買意欲のわく商品を作り出していけるか、更にリピートいただける仕掛けや仕組みをいかに構築していくかである。常に他のホテルに先駆けてスピードを上げてターゲットを絞った商品と幅広い層を狙う商品を提供できるかである。販売ジャンルの選択も重要な要素である。
都市型ホテル（スタッフ）	・製造関連大手企業の業績悪化に伴い、定例化している労働組合関係の忘新年会、各種会合の取り止めの話が出ている。
都市型ホテル（スタッフ）	・当地では、震災復興に伴う宿泊、イベント等の利用がまだまだあり、繁忙であった前年同時期に順ずる売上が続いており、数か月先までも予約が見込める。

旅行代理店（店長）	・個人消費が減速する危機感と、これからの復興関連需要、除染関連需要の活況が見込める好況感が同居しており、産業ごとに分かれている様子がみられる。	
タクシー運転手	・繁華街は人も多く、夜になるとタクシーも人も集まってくるので、現在のやや良い状況が続くとみている。	
タクシー運転手	・働きたくても働く場所が無いという話をよく聞く。働く場所が無い、仕事が無いのでは、景気は良くならない。	
通信会社（営業担当）	・政局不安や震災後の復興は決まっているものの、雇用も安定しておらず、非常に不安な年末になるのではないかとみている。	
通信会社（営業担当）	・新しい景気回復策もなく、上昇する要因が見当たらない。	
通信会社（営業担当）	・これといって景気が改善するような材料が見当たらない。	
通信会社（営業担当）	・景気が良くなる材料に乏しく、現状を抜け出せそうにない。	
通信会社（営業担当）	・大手通信会社による激しい顧客の奪い合いが続いており、中小の通信会社もその波に巻き込まれている。引き続き厳しい状況が続いているが、新商品の導入や魅力アップで顧客の解約防止や新規の顧客獲得に努め、現状維持することが精いっぱいだと予想される。	
テーマパーク（職員）	・復興支援を目的とした団体予約は入っており、入込人数は固い数字を維持できる見込みだが、元々安い料金設定の客であり、消費単価はあまり上がらないことも予想される。	
観光名所（職員）	・天候に恵まれ、来客数の伸びは順調だが、今後上向いていくための理由が見つからない。あまり変わらないとみられる。	
観光名所（職員）	・復興でこちらへ目が向いていて、首都圏などからの来客は増えているようであるが、地元客の動きが良くない。	
遊園地（経営者）	・夏の少雨の反動で雨が多くなる恐れがある。また、政治の不安定さなどから、復興需要関連以外では期待できるところが少ない。	
美容室（経営者）	・震災から1年半が過ぎ、客の動向も落ち着いてきたようである。年末まで同じような状況で続いていくのではないかとみている。	
設計事務所（経営者）	・しばらく今の状況が続くとみているが、現場では人手不足とコンクリートがなかなか入らない状況のようで、仕事をしなくてもできず、工期は遅れ気味である。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・本来であれば、年末にかけて大きな予約が入ってくる時期であるが、いまだ動きは全くない。先行き不透明である。
商店街（代表者）	・商店街という形態が客から見放されている。	
商店街（代表者）	・総選挙、消費税問題と景気を押し下げるムードが続き、加えて領土問題で中国、韓国からの観光客が減少と、好ましい材料が見当たらない。	
一般小売店 [医薬品]（経営者）	・震災直後売上は大きく下落したものの、それ以来1年半の間、結局多少の上下があるものの方向性なく横ばいで推移している。当店自身、震災後から店舗の建て直しでは費用を惜しむ余裕も無かったが、このように売上が落ち込んだまま回復する目途も立たない状況では、とにかく外注を絞るなど経費節減を徹底させるしかない。同様の事業所も多いだろうと想像し、よって景気は下降線上にあるとみる。	
百貨店（買付担当）	・復興需要の鈍化、政権交代、消費税増税などが想定されているため、消費の盛り上げりのプラス要素が見当たらない。	
スーパー（経営者）	・6月下旬～7月上旬くらいで、下降局面に入っていたようである。	
スーパー（経営者）	・10月は、9月の推移傾向がさらに進み、価格競争も一層強まり、売上高の伸び率は停滞し、収益環境の悪化がやや進むのではないかと懸念している。東アジア諸国との領土問題は、じわじわと輸出、観光業界に、そして東アジアに製造拠点のある企業の業績に影を落とし、国内へも強く影響が出てくることを懸念している。	
スーパー（店長）	・10月末にスーパーマーケットを中心にした大型のショッピングタウンの出店があり、当初は近隣だけでなく、周辺の市まで影響があると予想される。	
コンビニ（経営者）	・前年から今年にかけて放射能の影響がまだまだ見られる。下げ止まったような感もあるが、少しずつだが人口が減っている。	
コンビニ（経営者）	・この先の景気が上向きになる要素が見つからない。客との会話でも良い話がない。	
コンビニ（エリア担当）	・前年の震災後特需の影響が続くことに加え、同業他社の新規大量出店によるシェアの縮小が予測される。	
コンビニ（エリア担当）	・残暑も過ぎ、好調に回復していた来客数の前年比も夏前の水準に戻る事が予測される。	

		コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> 中国の情勢がここに来て悪化してきており、各業界で先行き不透明だという雰囲気が顕著になってきている。コンビニ、流通業もこの先の計画やアジア向けの戦略を変更せざるを得なくなっている。先行き不透明になった分、株価の下落も顕著なので、やや悪くなっていくのではない。
		衣料品専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 領土問題等で政治経済が混迷している状況では、消費者の購買意欲も上がるわけがない。
		乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 年末にかけて、新車販売の主体は一部の新型車発売に支えられるとみているが、エコカー補助金の終了に伴う反動で今後、約10～20%前後の前年割れが続くものと考えている。
		乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> エコカー補助金が終了したため、今後は販売量が少し落ちると予想している。
		乗用車販売店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> エコカー補助金が切れ、本格的に需要が減ってくると予想している。低燃費が売りの新型車を投入してばん回を図るが効果は未知数である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 原燃問題及び中国、韓国との関係悪化によりやや悪くなる。
		高級レストラン（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> 復興需要が一巡した今後は本当の勝負の時である。新しい需要をどうやって掘り起こすのが勝敗の分かれ目になる。
		一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 尖閣諸島の問題もあり、日中関係も若干悪くなるのではないかとということで、景気もやや悪くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 客の様子を見てみると、復興関係の職業の方は忙しいようだが、その他はかなり景気が良くないという話をよく聞く。この先も忙しくなるような気配は感じられない。
		スナック（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 4月に薬品メーカーによる医師接待の自主規制が強化されてから、売上がどんどん悪くなっている。一般の接待の方も回数が減ってきており、売上もかなり減少傾向にある。このままのペースでいくと、この先2、3か月、また更に厳しい状況になるのではないかと心配している。
		旅行代理店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 今の販売の状況をみていると、団体旅行は今と変わらない推移になるとみるが、個人旅行については若干良かっただけに今後は落ち着いて、そういう意味では悪くなっていくのではという感じを受ける。
		タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> 震災の影響はある。お盆過ぎからは、乗り控えが非常に目立ってきている。
		通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 不透明な政治により、経済の復興が見えない。また、中国の領土問題争いが今後経済へ与える影響も懸念され、景気は悪化すると予想している。
		通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に消費は冷え込んでいる。尖閣国有化に伴う日本製品不買の影響が東北の企業へ及ぼす影響度合いは予測できないが、対中国ビジネスを展開している地元企業への痛手は小さくない。
		美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> パーマやカラーリングをしたいが、予算がないのでカットだけ注文するという客もいる。また、結婚式に着物で出席したいが、着付け料金がかかるのでフォーマルドレスにするという方もいた。まだまだ景気が回復したとはいえない状況である。
	悪くなる	百貨店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 国内景気が良くないことに加え、政治の無責任状態が長く続き、政争に明け暮れている。経済政策に期待は出来ない。また、中国、韓国との情勢悪化も今後の日本経済に大きな打撃となることが予想される。世界的にも景気の悪化は明白となりつつある。
		スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 2014年4月、15年10月の消費税増税等を含め、先行きに不安要素があるということに加え、ガソリン、小麦、油を始め、すべてが値上げの状況になっていくので悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> エコカー補助金の終了を受け、車両販売の悪化が予想される。
		自動車備品販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ここ数年は10月より売上減少傾向の流れにある。好材料が無い現状ではこのまま通年と同じ傾向で前年比マイナスで推移すると予想される。
企業動向関連 (東北)	良くなる やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 住宅着工数の伸びに期待でき、販売量、収益共に改善が進むと判断される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 年末になり繁忙期に入ってくるため、例年通りの受注増が見込める。今よりは景気が良くなると判断している。
		土石製品製造販売（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> 震災後、耐震工事や老朽化したマンション、家屋を新しくする方が増えてきており、この先も新規発注工事が増え続けていく傾向にある。

	建設業（従業員）	・遅れ気味ではあるものの、議会承認期限等の関係もあり、年末に向けて大手建設業向けの公共事業が多数出件すると予測される。また、資機材高騰については供給サイドの施策が功を奏せば、ある程度の供給は確保できる見込みである。このため労務費高止まりに対する懸念はあるものの、景気は上昇傾向になっていくものと推測される。
	建設業（企画担当）	・第3四半期以降に遅れていた国、県案件の出件が多く予定され、受注増が期待される。
	輸送業（従業員）	・貨物がわずかながら仙台空港に戻っている。仙台空港の国際便は中国及び韓国が主要な位置を占めるので、懸念材料として、日中韓関係の紛争がある。
	司法書士	・消費税増税を見込んだ住宅地の購入の動きが散見される。
	コピーサービス業（経営者）	・政局が落ち着くとみているが、そうなれば、先の見通しが立ち、市場は活性化し、景気も好転してくる。我が社の場合は、受注の多い商品、少ない商品がカテゴリー別に分かれているのが現状なので、それが政局の安定とともに一挙に解消すると思われる。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・県からの原発関連の補助金が各家庭に入ったため、しばらくは家計に余裕が出ている。そのため、多少景気は良くなるのではないかとみている。
変わらない	農林水産業（従業者）	・今はぶどう及びなしの最盛期である。高品質ではあるが、もも同様、風評被害があるとみられ、不安である。
	農林水産業（従業者）	・米の価格は値上がりしているものの、農業者戸別所得補償制度の米価変動補填交付金の支払はないので、変わらない。
	食料品製造業（経営者）	・はっきりとした理由は分からないが、ここにきて再び牛タンの人気が出てきているようである。アメリカからの30か月齢の牛タンの輸入についてはのびのびになっているが、今現在、相場と関係なく、売上は順調である。現在の好調は12月のお歳暮の時期まで続くともみている。
	食料品製造業（総務担当）	・本来であれば需要期であるが、需要の低迷が続くと予想される。
	食料品製造業（総務担当）	・今後受注が好転する要因が見当たらない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・開発品種の縮小で販売量も伸びる兆しが無い。ただし、必要と判断された投資は行われており、総合的には変わらない状態が続くとみられる。
	建設業（経営者）	・リフォーム工事のほかに最近では新築の話も出ている。当地方では消費税増税の影響はまだ出ていないようである。
	輸送業（経営者）	・現状がしばらく続くものとみている。
	通信業（営業担当）	・予断を許さない状況には変わりはないが、現状維持の傾向となる見通しである。
	通信業（営業担当）	・政治、施策が変わらなければ何も変わらない。
	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）	・エコカー補助金の終了により好調な自動車販売の反動減が予想され、製造業においては、海外動向も懸念されるが、総じて大きな変動にはならないと考える。
	広告代理店（経営者）	・市町村に震災記録のための予算が落ちてきているが、競争は激しく粗利は低い。大きな変化は望めない。
	経営コンサルタント	・東北では経済のファンダメンタルは毀損されており、復興景気というデコレーションがはげ落ちれば、厳しい現実が姿を現す。
	公認会計士	・復興予算の執行状況が表だって現れてこない。まだ、2～3か月はこのような状況が続くとみられる。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・清酒定番商品の出荷が好調である。特に飲食店向けの出荷が高い水準で安定しており、秋冬の需要期を控え、順調な品出しが期待できる。
その他企業〔企画業〕（経営者）	・原子力発電所の運転再開が来年夏以降の見通しと報道されたことから、この冬の節電も考えられ、その影響で電化システムの販売量の伸びは当分持ち直せないと考えられる。	
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・中国の問題や政局等、相変わらず先行きの不安問題が続くそうである。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・本格的な農産物の収穫時期になったが、風評被害がまだまだ影響している。その影響で、景気は悪くなるのではないかとみている。
	通信業（営業担当）	・消費税増税、景気回復の遅れによりやや悪くなる。
	広告業協会（役員）	・大型小売店などは猛暑の関係で秋冬物の出足が鈍いこともあり広告を控えているので、10月以降は引き合いが少ない。好調の自動車販売、住宅販売は広告をしなくても売れるので期待できない。

		<p>その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・悪くなる要因は企業間の競争もあるが、やはりスーパーの価格の安さ、卸問屋の納価の安さである。それ以上に消費者の目が肥えてきて、とにかく安いところ安いところと購買が先走っているようであり、今後はなおさらそういった傾向が強くなるのではないかと。それにより、我々も販売が厳しくなる、そういう状況である。
		<p>金属工業協同組合（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受注量の減少が顕著に表れてきている。また、雇用調整を実施する企業が出てくるなど、今後の受注見込みも非常に厳しくなっている。
	悪くなる	<p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円高の定着と中国問題が長期化することが懸念されることから、輸出環境が更に悪化するものと予測している。 <p>電気機械器具製造業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・短期的な受注が多く、半年先はまだ埋まっていないところが多い。受注量自体も減ってきており、景気は悪くなると予想される。
雇用 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	-
		<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・雇用のミスマッチが続いているが、1～3月の契約終了月の前後には、年度末とも重なり人材市場にも動きがあると予想される。派遣登録スタッフからは派遣と紹介予定派遣の両方への問い合わせも多くなり、直接雇用を派遣会社へ期待する者も増えてきている。
		<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大卒採用で内定辞退が出た企業で、前年までは追加募集の動きは見られなかったが、今年は数を確保するために追加募集に踏み切る企業が増えてきている。
		<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・採用のミスマッチが顕著であることから、各社下期に入る10月以降、求人依頼も増加すると予測している。
		<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年末にかけて、このまま少しずつであっても地元の求人等が増えて回復傾向に入れば、少なくとも前年比較ではやや上向きの感はある。ただし、業種によって天と地の差があり、全体的な回復とはいえない状況である。
		<p>民間職業紹介機関（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多業種にわたり求人が増加している。
	変わらない	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市が企業誘致に積極的だったコールセンターがらみの求人は過当競争気味でニーズが継続している。また、警備、建設、飲食業、ホテル、アミューズメント及び自動車関連製造業に関しては、復興需要の期待感から求人ニーズは堅調と予想される。
		<p>アウトソーシング企業（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に変化を感じない。
		<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年の秋から始まるプレデスティネーションキャンペーンを皮切りに、数年間にわたり様々な観光イベントが開催される。雇用の面では期待しているが、東日本大震災や領土問題が長引けば、相殺されるのではないかと。
		<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・震災以来冷え込んでいた景気は、底を脱した感はあるが、特に大きく動いている様子はない。
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は引き続き前年同月比増で推移すると考えられるが、円高、原油高及び欧州の信用不安の影響により、製造業を中心に企業整理の動きも懸念される。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製造業の大手企業の生産拠点再編により、大量解雇者が発生しており、その影響による景況感の悪化から、一般求人、学卒求人共に減少している。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・復興関連の求人や建設業の求人、小売業、飲食店、介護施設などの新規オープンにかかる求人等もあり、求人は引き続き高水準で推移するものとみられるが、現状の求人数が非常に多い状況であることから、更に良くなるとは考えにくい。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・管内市町村の復興計画によれば、次の宅地造成等々の動きまでには時間を要するというところであるため、当面求人の大きな増加要素については、宅地造成の状況待ちということが考えられる。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・求人数が大幅に拡大するような材料に乏しく、産業別の温度差もある。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・求人数は3か月前と比べれば良くなっているが、前月とほとんど変わらない。高止まりで推移し、3か月後については現状とそう変わらないのではないかとみている。 	
	やや悪くなる	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・10月からの労働者派遣法改正に伴い、30日未満の期間の派遣が禁止され、その注文発注で企業側に不安感が蔓延している。また、規制強化事項が多々あり、今後2、3か月先は様子見で注文が微減となると予想される。
		<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・前年は県外からの被災地支援関連広告出稿が大きく伸びたが、今年はそれもほぼ終了の気配を見せている。地元の企業からも新規、追加の広告出稿の話は今のところない。
		<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国での企業活動の影響や、半導体業界の不振などで、多少悪化していくのではないかと推測される。

	職業安定所（職員）	・今後も管内で小規模なリストラが起こるとの情報もあり、雇用状況は悪化するのではないかと危惧している。
悪くなる		