

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	コンビニ(店長)	・総選挙により国民の関心が高まり、経済に様々な影響を与える。与党の新しい公約が経済を活性化させ、当初は上向きに動くのではないかと。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・飲食に関しては今後歓送迎会等が増え、好調な推移が見込まれる。また、ファッション、雑貨等に関しては冬物の動き、そして冬物バーゲンに拍車がかかってくる。政局も安定し、少しずつ未来に対して明るい展望が開け、少しは景気が良くなると期待している。
		一般小売店[酒](経営者)	・年末年始に向けて日本酒の需要があるとみている。
		百貨店(営業担当)	・行事や式典等に対する顧客の関心が強まるなか、クリスマス、正月、バレンタインと続き、顧客関心にうまくマッチした提案ができれば売上を伸ばす余地はあるとみられる。
		コンビニ(エリア担当)	・クリスマスから年末年始にかけてのイベント需要により、来客数及び買上単価の増加が見込める。
		乗用車販売店(経営者)	・1月の初売りセールから始まり、3月の年間で最大の需要期にかけ、例年、市場が大きく動き出してくる。
		乗用車販売店(店長)	・新型車効果と1月の初売り効果が見込まれるため、若干の回復が予想できる。
		その他専門店[食品](経営者)	・総選挙後の状況も落ち着き、少し購買意欲が上がってくるのではないかと。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・前年の冬は豪雪のため来客数が減少していたが、今年の冬は平年並みの予報であり、雪による客足の低下は前年より少ないと予想される。
		一般レストラン(経営者)	・来月は忘年会のシーズンであり予約も入っているため、例年通り忙しくなるとみられる。新年会は年々少なくなってきたが、12～1月はやや期待できる。
		一般レストラン(経営者)	・年末年始の動きは一段落しているところであるが、総選挙等の動きが終わって、少し世の中の緊張感もほぐれ、購買意欲も平常に戻ると予想する。
		スナック(経営者)	・いよいよ忘年会シーズンに入ってきたので、例年とはいかないまでも多少の売上は期待できるものとみている。客に聞くと、忘年会もかなり自粛するところも多いのだが、何とか頑張っていきたい。
		観光名所(職員)	・現在、2月に開催する大きなイベントの準備中であり、復興支援も含め盛り上げを図っているところである。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・国庫関係の事業は10月以降完全凍結されていたが、11月16日に解除され、年度計画にあった事業もやっと動き出している。今後は速やかな予算成立を望む。
	その他住宅[リフォーム](従業員)	・工事待ちの物件を片付けていく。消費税増税導入前の駆け込み需要が上がってくるのが予想される。	
	変わらない	商店街(代表者)	・生活防衛、格差の拡大、先行きの不安、総選挙の結果、気分には左右される一般庶民である。財布のひもを緩める要素が見当たらないが、政権も変わることだろうし、それを若干期待したい。
		商店街(代表者)	・師走に向け、店の退店、新規出店があるが、飲食店、サービス関連であり、物販店の減少傾向は止まらず苦慮している。
		一般小売店[書籍](経営者)	・書籍は全般的に好調に推移しているが、雑誌が依然として低調で、売上の成長度合いを阻んでいる雰囲気がある。客は欲しい物は欲しいようである。また、年末年始にかけてのギフト、その他の行動気配は期待が持てるが、全体的には成長するまで持っていけるかどうか不安である。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・客の流れや動向を見ていると、12月も今月とあまり変わらず、まずまずの状況である。一度にまとめて買うということはそれほどないが、最近結構こまめに来店する客が戻ってきている。そういう点でも、本当に落ち着いたと受け止めている。
百貨店(総務担当)		・ここにきて衆議院の解散等もあり、政治への不安定要素やそれによる景気の先行き、消費税の問題等々による客のマインドの変化が読み切れないので変わらない。	
百貨店(企画担当)		・総選挙等の影響はマイナス方向で出ると予測するが、それ以降の年末年始の顧客ニーズは拡大するとみる。一部消費税増税に対する先買い需要で、初売り等での高額商品の動きは上向きになると予測する。ただし、2、3か月ではほぼ横ばいになるだろう。	
百貨店(経営者)		・今後2、3か月先では極端な悪材料も無いが、好材料も無い。	

スーパー（経営者）	・12月は総選挙も結果が出て来年度の予算編成も本格化するだろうが、どこに重点的に政策投資が行われるかとても気になる。その在り様ははっきりするまでは、そして執行が始まるまでは、景況は変わらず厳しいとみられる。消費者の購買意欲も年末ボーナスの減少もあり、良くない状態が続くだろう。一番怖いのは公共投資が始まる前に海外需要のさらなる減少や、また円高が進んだり、株安が始まるような要因や事情が発生すること、景気の底割れが起きることである。一日も早く有効需要の対策、規制緩和の実施を期待したい。
スーパー（店長）	・来客数は微減だが、1点単価、買上点数の減少がずっと続いている。競争を含め、価格競争だけが激化し、利益を圧迫する悪循環はまだまだ脱却できそうにない。
スーパー（店長）	・商圈内の競合店数も変わらず、競合店間のチラシ価格競争は続くともみられ、現状横ばいで厳しい状況が続く。
スーパー（営業担当）	・ここ数か月の数値の推移から、客の購買行動がすぐに変わることはない。
スーパー（物流担当）	・中国、韓国との問題や、家電業界の不振等に加え、12月の総選挙もあり、景気が上向く要因が全く無い。
コンビニ（経営者）	・クリスマスケーキやおせち等、予約獲得商材の受注数が前年を大きく下回っている。景気回復の要素も無く、厳しい年末年始になりそうである。
コンビニ（エリア担当）	・大きな外的要因は見当たらず、前年並みの状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・沿岸部から中心部への人的流出は続いており、年末から年始にかけて、更にその傾向は強くなるとみられる。
衣料品専門店（経営者）	・この時期の総選挙で商戦には多大な影響が出るし、お歳暮商戦にもかかわる。今後は次期政権が雇用、景気対策にどのような政策を打ち出すか注目したい。
衣料品専門店（店長）	・安くはなくても必要なものを納得する価格で買うという傾向が続く。寒くなるなど我々の業界に追い風がくると売れるし、そうならなければ厳しいなど、天候要因にも左右される。状況から見るとあまり変わらないのではないかと予想している。
衣料品専門店（店長）	・来客数はわずかに増えてきているが、1人当たりの買上点数が下がり、客単価がダウンしてきている。今後、クリスマス需要という最大のモチベーションが待ち受けているなか、総選挙が行われることも消費者のマインドの低下につながる可能性が高いと危惧される。
衣料品専門店（店長）	・天候の影響による来客数増減による売上の変化はあるが、それ以外の景気回復の要因は無い。
衣料品専門店（総務担当）	・気候の冷え込みが体感されるようになった11月でも、季節性の高いアイテムの動きが見受けられない。本当に必要とするものしか購入しない様子がうかがえる。
家電量販店（店長）	・景気の刺激策が無い。
乗用車販売店（経営者）	・今後気になることが3点ある。1点目は総選挙の行方である。2点目は客の大半が冬のボーナスが減額されているという状況であり、3番目は新型車の効果期間が非常に短くなっているということである。それらによって、市場が盛り上がり欠けることが予想される。
住関連専門店（経営者）	・耐久消費財を扱っているものとして、住宅の新築着工件数が前年度より伸びているので、何かしらの動きは出てくるだろうとみており、悪くはないだろう。ただ、営業関係等々の努力が実を結ぶかはわからない。正月明け、初売りで最終的な来年度の小売の動向は読めるだろう。
住関連専門店（経営者）	・当店の商品は耐久消費財で、ぼんぼんと売れる小間物を扱っているわけではなく、ある程度長期の見込みで販売しているため、2～3か月先も今月とさほどかわらず推移していくとみている。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・利益が取れない状況はまだ続く。企業努力で件数を多く獲得するしかないが、周りの業者も同じ状況なので、競争が激化するなかで努力していくのは体力的に心配な部分がある。今後も厳しい状況が続くとみられる。
その他専門店 [酒]（経営者）	・変わらないというより分らない。総選挙も差し迫っているが、年が明けても政局不安が解消されそうにはない。景気の不透明さが消費者の不安を増大させている。
その他専門店 [酒]（営業担当）	・正直なところ見通しが立たない。総選挙の結果が地域社会に及ぼす影響にもよる。他に大きな要因が見当たらないので、この冬は、販売の仕掛けや工夫で前年並みの売上が何とか確保できると考えている。

その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・震災復興需要は冬場で建設関係が一段落する。また、政治の空白が予想されるため、来年度予算が執行されるまで動きが鈍くなると予想される。除染関係の需要も冬の到来と人手の確保が困難なため、来春以降に本格化する見込みであり、目先の景気には影響がないとみられる。燃料販売において、頼みは寒波の到来ぐらいしか期待できず、お天気頼みの展開が予想される。
一般レストラン (経営者)	・東北は他の地方と比べて、復興で来ている人たちは多いので、これ以上落ち込むことは考えにくい、だからといって良くなるというような雰囲気ではない。一部の業種だけが良く、全体的には決して良くはない。海外から支援を受けた義援金などはどこにいったのか。東北に落ちているとは思えない。
観光型旅館 (経営者)	・普段の予約状況や客の様子に特段変化がなく、宿泊よりは日帰り入浴という傾向が続いている。
都市型ホテル (スタッフ)	・消費低迷が如実になった今、いかに購買意欲がわく商品を作り出していけるか、さらに、リピートいただける仕掛けや仕組みをいかにして構築するかである。常に他の大手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。
都市型ホテル (スタッフ)	・宴会部門は定例の新年会以外、今のところ新規受注は無い。また、期待されたインバウンドも関係改善の兆しが無く、宿泊及びレストラン部門も苦戦の見通しである。
旅行代理店 (店長)	・概ね震災前の旅行需要に落ち着いてきたため、さらに大きく落ち込む可能性は少ない。
タクシー運転手	・今の景気がこのまましばらく続くのではないかとみている。
通信会社 (営業担当)	・年末にかけ一部業界では良くなるが、全般には期待できない。また政治も不安定で期待できる政策はない。
通信会社 (営業担当)	・12月に総選挙を控え景気改善は期待できない。
通信会社 (営業担当)	・好転する材料に乏しく、改善見込みは厳しい状況である。
観光名所 (職員)	・予約状況、フリー客の見込み等を考えると、さほど変わらないとみられる。
遊園地 (経営者)	・シーズンオフになっているが、総選挙によって政権の経済政策が変化していくことに期待している。
競艇場 (職員)	・毎年販売量がなかなか上がらない時期だが、例年よりあまり良くない今月と比べてそれほど差はないと予想される。
設計事務所 (経営者)	・年明けの仕事の話も出てきているが、実際に決まってくるものと分からない。確実なところは現状維持ではないかとみている。
住宅販売会社 (経営者)	・受注量は順調で安定している。年度をまたぐ大型物件もあるが、完成工事高にはひびかない予定である。
やや悪くなる	
商店街 (代表者)	・これから年末商戦という矢先に総選挙と、消費に水を差された感がある。これからの政局の行方もあまり期待できず、明るい新年を迎えられそうにない。
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・客単価や得意客の来店頻度が落ちている。客の懐具合は更に苦しくなっているようである。また、客との会話のなかでも、その端々で生活が苦しい様子がうかがえる。例えば、処方せんでの一部負担金が大変だといった話である。ついで買いはまず無い。大手企業の大規模リストラが伝えられるなかで、個々の消費者は、ますます生活防衛に走るだろう。
百貨店 (売場主任)	・先行き不透明な状況のなか、必要なものだけを求める傾向が続き、購買意欲が低下してくる。
百貨店 (売場担当)	・12月はボーナス月であり、クリスマスや年末の準備等で客にとっては忙しい月であるが、特に必要な買い足しアイテムは少なく、こちらからの動員、イベントを仕掛けて呼んでくるのだが、12月中旬ともなると購買意欲は1月のセールへの関心に変化する方が多数である。前半戦でいかに効果的に来店促進を行い、客単価を上げていくかが重要となる。11月は特に後半週で伸ばしたため、前年比、予算共に売上達成しているが、今後は気温がぐっと冷え込む予報のため、初雪での出足が心配である。
百貨店 (経営者)	・ここ数か月トレンドが下降気味で回復の兆しがみえない。国内外の旅行客の減少、所得減、増税、放射能、日中問題や、取引先の度重なる自己破産申請など明るい材料が無い。
スーパー (経営者)	・転換点が見えない。総選挙の結果で円安基調に変化する可能性はあるが、数か月の間には変化する可能性は少ない。
スーパー (店長)	・エリア内に長時間営業のディスカウントストアの大型店出店が12月に予定されており、一般食品、日配品、家庭用品など非生鮮食品のマイナスが予見される。
スーパー (店長)	・買上点数、販売量の伸び、競合店の様子をもみても、今後も厳しさが予想される。

スーパー（総務担当）	・1点単価及び客単価が前年比95%前後で推移している。買上点数自体は変わらないので、より安い商品にシフトしているとみられる。
コンビニ（経営者）	・今月は3か月前に比べれば、売上は100%と横ばい状態である。販促が無ければ実質ゼロ成長とみられる。完全に震災復興応援人員は無くなり、2年前の状況に戻りつつあることが来客数減から見てとれる。客単価は伸びておらず、横ばい状態であるため、例年どおりこれからの1～3月は厳しい環境になると予想される。
コンビニ（経営者）	・以前からだが、放射能の影響などがあり、人口が減っているのが主な原因でなかなか売上が上がらないのが現状である。
コンビニ（エリア担当）	・業界内の新規出店は、競合各社の計画目標達成を背景として増加していくと考えられるが、市場自体の大きさは限られ、人口減少傾向も進むことから、1店舗当たりのシェアがさらに縮小していくと予測している。
コンビニ（店長）	・12月16日というタイミングで総選挙があるが、選挙になると繁華街に人が出なくなり、景気が悪くなると飲食関係の客がコンビニに買物に来なくなる。そうなれば単価は下がることが見込まれる。既に市内では夜は静かになってきている。そういった影響で12月の数字は下がるのではないかと予想される。また、中国情勢も非常に悪く、いろいろなメーカーが悪いといっており、先行きが不安な状況である。
衣料品専門店（経営者）	・総選挙の結果がどのようになっても先行きの生活に対する不安感が増大し、購買意欲が弱くなるとみている。
家電量販店（店長）	・各業界、業種の冬の賞与の支給状況によっては、景気の回復はまず見込めない。また、政治的に不安定な要素も大きく響き、消費に回るお金はどんどん減らされていくような傾向が見受けられる。
家電量販店（店長）	・引き続きテレビやレコーダーなど黒物家電の単価は下がるだろうとみている。特にテレビは、売れ筋である32型や40型は単価が半減しているの、大型化により単価の高い商品もあるが減少分をカバーしきれてはいない。年末年始に向かっても動きは変わらないとみている。タブレット等の人気の商品は今後更に売れると予想されるが、減少分はカバーしきれないのではないかとみている。
乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントでの客の反応も鈍く、需要期を迎えても明るい材料が無い。しばらくエコカー補助金終了による減少が続く。
乗用車販売店（従業員）	・雪も降り、販売量が大幅落ちてきている。雪が解けるまではなかなか台数は伸びない。
住関連専門店（経営者）	・マスコミ情報等、消費をそく情報があふれており、客の慎重さが増しているようである。また、新築時でもまとめ買いをするケースが極端に少なくなっている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・ここ数年、春のドカ雪が続いており、春物商戦の立ち上がりは苦戦が続いている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・復興が大幅に遅れている。
高級レストラン（支配人）	・しばらくこの国はダメかもしれない。今の暮らしをいかに守るか、壮絶な闘いの日々が続く。
高級レストラン（支配人）	・地方では農閑期の11月から新年にかけて活発な動きを見せるが、その後は消費活動が停滞する。景気の明るいニュースもなく、例年よりも財布のひもが固くなりそうである。
一般レストラン（経営者）	・これから総選挙があるが、たぶんどこが勝ったということにはならないので、相変わらず決められない政治が続き、なかなか景気は良くならないのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・節約するという雰囲気がすっかり定着して、自然な状態になっており、よほど特別なときにレストランに行くというような雰囲気になっている。今後もレストラン業においては、客が来るようになるとはなかなか考えにくい。
観光型ホテル（経営者）	・12月以降の入込は前年を大きく下回っている。震災後、約2年になるうとしているが、他県からの復興支援も少なくなりつつある。また、地元は震災県でもあり、期待できない。
観光型ホテル（スタッフ）	・世界経済が悪いとか、あるいは復興に関する今後の計画などにより、個人消費が冷え込むということが考えられる。それにより、1泊旅行などが自粛されるのではないかとということ、デフレがまだ収まっていないので、そういう観点から厳しい状況が続くとみられる。

	都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門ベースでは、現在の予約数からみると1、2月の入込は厳しいと予想している。また、当市の近郊の方々による婚礼及び宴会についても同様のことがいえる。その部分が減ると、当然料飲施設も減るので、総体的には厳しい状況になる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの宿泊に関しては、これからデスティネーションキャンペーンを目前に控えて良くなるとみているが、この悪天候が続くようであれば、秋田を訪れる客が激減するのではないだろうか。また、冬になりスキーシーズンや温泉需要の客の増加が望まれるが、春までじっと我慢の様子が続くことも考えられる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・特需の反動で、今後は少しずつ厳しい状況に向かう。
	旅行代理店（経営者）	・今よりも良くなるということが考えられないというか、その見通しが立たない。先が見えないというのが本当なのかもしれないが、良くなる理由がないというのが1番である。
	旅行代理店（従業員）	・先行の数値状況より消費需要が落ち着いてくると予想される。
	タクシー運転手	・選挙が間近になると人出が減り、夜もほとんど出なくなる。
	通信会社（営業担当）	・エコカー補助金も終わり、車購入の伸びも悪くなり、家電メーカーの縮小があり、大量の失業者が増えるため、経済が浮上することは難しく、先行きは厳しい。政局も不安定なため、更に悪化傾向になるとみている。
	通信会社（営業担当）	・中国の影響で、製造業の生産がかなり足をひばられている。また、エネルギー問題についてもまだまだ先の話で、復興支援もこれからは何かありそうだが、まだどのように景気が良くなるかという具体的なものは見えていない。
	通信会社（営業担当）	・年末商戦等で一時的に消費は伸びると想定しているものの、年末の総選挙と政治不信のあおりを受け長期的な消費低迷期に突入していくとみている。
	美容室（経営者）	・建設業や復興関連産業は違うだろうが、一般的なサービス業については、年末の賞与の減額等が考えられるので、消費自体は厳しい状況かと考えている。
	美容室（経営者）	・日に日に寒くなるこの季節、美容室に出かけようとする客数が増えつつ減ってきている。年末ごろに多少客の出入りもあるが、それ以外は静かな状況が続く。
悪くなる	商店街（代表者）	・12月の予約状況が非常に悪く、1、2月も全く動きがない。総選挙その他の関係もあると思うが、全く動きが止まったという状況である。
	商店街（代表者）	・政治状況が不安定で、購買意欲を削いでいる。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・12月16日の総選挙が終わり新しい政治が始まったとしても、結果はすぐには出てこないで、当分景気は落ち込むというふうに街の状況から判断している。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・年も明け新年になり、客の買い控えが始まる。
	百貨店（経営者）	・総選挙への期待で株は上がっているが、実体経済は良くなっていない。中国、アメリカ、ヨーロッパの状況を見ると、世界景気が来年に向けて失速することが考えられる。円高がある程度解消しても、世界が不況の状況では回復は期待できない。
	スーパー（経営者）	・冬に入り、暖冬が一転し寒い冬になりそうだということである。灯油の値上がり、ガソリンの値上げ、なおかつ電気代の値上げ等々がある。また、総選挙によっているいるな焦点があるわけだが、非常に先行きが不安である。
	コンビニ（エリア担当）	・更なる競争店出店の増加と景気の先行き不透明感で来客数、客単価共に悪くなると考える。
	衣料品専門店（経営者）	・例年2月は何をしても駄目で、客足が遠のく。
	衣料品専門店（店長）	・冬の暖房費がかさむ時期は厳しくなる。
	乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金終了の影響はしばらく続くと思われている。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・年明けから2月までは衣料品業界的には消費活動は停滞する傾向にあるので、例年のことではあるが売上は見込めない。また、就業人口が少なくなっており、制服の需要も毎年減ってきているのも厳しい現実である。
	高級レストラン（経営者）	・しばらくは良くなる要素が無いので困っている。

		観光型旅館（スタッフ）	・オフシーズンの営業対策は販売単価を下げるしか具体的な集客施策をとらない。経費は変わらないので、大きく集客が見込めるオンシーズンはそれでも利益確保ができるが、集客が落ち込むオフシーズンは赤字となる。運営部門の過重労働問題の解決策も行う見込みがなく、営業部門、運営部門共に問題を抱えるオフシーズンとなりそうである。
		タクシー運転手	・消費税の導入が見込まれており、かなり不安の声が聞かれる。
		通信会社（営業担当）	・年末年始の特番視聴に間に合わせたいことと、年末キャンペーンの効果で新規の加入契約は12月がピークになり、1～2月に向かって最低の契約状況になる。その他にも、12月から大手通信会社の大幅な値下げ競争が始まることで、比較的増減の幅が小さかったインターネットの加入者も大きく減少し、解約者は増加することが予想される。
企業動向関連 (東北)	良くなる やや良くなる	-	-
		土石製品製造販売（従業員）	・これから東北は本格的な雪の季節になる。積雪に向けての道路設備や、建物の補強工事などの作業が結構入ってくるため忙しくなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯端末、PC市場が更に活発化するため、それが直接景気に影響する。そしてそれは、当社の業績に直接結び付く。
		建設業（従業員）	・地方議会における年度内での工事契約承認を考慮し、年度末に向け、地方自治体の大型案件等が一定量出件すると推測される。
		その他非製造業〔飲料品卸売業〕（経営者）	・これから総選挙があるが、その結果が景気を左右する。以前とは全く違った政党が出てきて、景気の浮揚策を打つのが非常に早くないのでと期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・牛タンの人気が継続しており、この先も変わらないとみている。ただ、懸念材料としては、牛タンは地元の人たちよりも県外からの人たちに人気があるので、12月のお歳暮だけは前年並みになると予想している。しかし、1、2月については全く心配していない。
		食料品製造業（経営者）	・12月の総選挙の結果次第でどうなるのか全然予想がつかない。
		食料品製造業（総務担当）	・ここ数か月間の出荷の状況は前年比で横ばい、もしくは前年割れで推移しており、上振れが期待できない。
		木材木製品製造業（経営者）	・今後冬場に差しあたり、住宅部材の需要が減退していくと予想され、企業収益の改善につながらない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注量の見通しは横ばいである。受注が上がるか下がるか、不透明な状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、世界の需要がやや拡大しているので、今後増加することが予想される。ただし、中国の需要、それから一部ASEAN地域、南米の一部地域については引き続き減少することが懸念される。
		建設業（経営者）	・市役所のリフォーム工事助成金制度が1月から始まるので、ある程度の期待が持てる。
		建設業（企画担当）	・公共工事の出件が望めるものの、人手不足や労賃高騰等から景気の状況はあまり変わらない。
		輸送業（経営者）	・悪くなることはあっても、良くなる要素は少ない。
		輸送業（従業員）	・連休中の国際定期便の回復がみえない。
		通信業（営業担当）	・受注案件は少ないものの、受注する案件規模が平均を上回るものがある。しかしながら、受注量としては低迷しており予断を許さない状況には変わりない。
		通信業（営業担当）	・日本経済をけん引できる政治家、政党が不在である。どの政党が与党になっても短期的な対応となり、中長期的に改善できる抜本的な戦略を打ち出し実行できるとは思えない。
		金融業（営業担当）	・一進一退の動きが続き、大きな変化要因は無い。
		金融業（広報担当）	・政治に左右される可能性もあるが、足元のところでは大きな動きには至らないと考える。
		広告業協会（役員）	・今年は年末年始の広告引き合いも今のところ活発とはいえない。来年3月の震災2年目のイベントや宮城県が中心となるデスティネーションキャンペーンに期待をしている。
		広告代理店（経営者）	・総選挙で政治が動けば、多少、景気にも影響は出るだろうが、景気の回復にはまだまだ時間を要するものとみられ、2、3か月先も変わりはない。
		広告代理店（経営者）	・長期受注見通しが現在と同様である。
		経営コンサルタント	・総選挙が終わるまでは小康状態が続く。
		コピーサービス業（経営者）	・復興関連の取引は横ばいから減少傾向に入ったようである。客からの問い合わせ、来店客などの情報により、この傾向は少なくとも来年の1月ごろまでは続くと思われる。

	その他企業〔企画業〕 (経営者)	・総選挙の結果により、政権奪還が図られれば原発関連の施策が変容する要素もあるかと考えているが、そうであっても2、3か月後にその効果が顕著になるとの判断はできない。	
	その他企業〔工場施設管理〕(従業員)	・特に変化する要素は見当たらない。	
やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・与党の総選挙での敗北が予想され、来年度以降の戸別所得補償制度の存続が危ぶまれる。	
	繊維工業(経営者)	・中国との関係や国政等、今後どんな風になるのか不透明である。期待はしたいが、現実的にはあまり期待できない。さらに、個人消費がアップするとも考えられない。	
	電気機械器具製造業(営業担当)	・工場ががらんとしている企業が多く、今後の受注についても先の見えていないところが多い。	
	司法書士	・金利低下による住宅ローンの借り換え需要も一段落し、不動産取引件数も低迷している。	
	公認会計士	・復興需要がなかなか見えてこない。当面は現在のゆるやかな下降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)	・総選挙モードの年末、飲食や贈り物需要に不安がある。接待及び忘年会、歳暮を始めとした贈答関係は動きが鈍くなる。	
	金属工業協同組合(職員)	・主要受注先の発表によると、今後の事業方針計画は売上減少、人員調整を含むコスト低減強化策等が顕著に見られ、良い材料が無い。	
悪くなる	農林水産業(従業者)	・今年のふじりんごは各地豊作ということで販売単価が安くなる。また、現在、贈答用の注文数も震災前の7割程度である。	
	通信業(営業担当)	・労働人口の減少、デフレ市場、中国等との外交問題がある。	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社(社員)	・今まではお金をかけずに採用活動をしていたが、特に新卒採用において、お金をかけた採用活動に踏み切った中堅中小企業が増えてきている。
(東北)	やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・従来どおりでは復興及び景気の先行きは不透明であるが、総選挙の結果、具体的かつ効果的な景気対策が実行されることを期待している。
		アウトソーシング企業(社員)	・来年度はわからないが、今年度は震災関連の仕事がまだまだ続く。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・政局次第でもあるが、年明けから3月ごろまでは被災地復興予算がゼネコンやディベロッパーに落ちており、地元へ還元される傾向は拍車が掛かるとみられる。ただ、4月以降、新年度になると先が全く不透明で警戒感がある。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・現在の長期案件の動きは低迷しているため、例年のように年度末需要の見通しが良くなるとまでは言い切れないため変わらない。
		人材派遣会社(社員)	・11月頭までは年末、年度末への需要があり、そこそこの受注があったものの、そろそろ落ち着きを見せている。日雇い派遣原則禁止もあり、今年の年末年始は短期及び単発オーダーが受注できない。2～3月の年度をまたぐオーダーが出る時期まで読めない状況である。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・円高の影響を受けて、中央の自動車製造などの求人は大幅な落ち込みであるが、地元は今のところその影響はない。冬場に向けてサービス業などの新たな動きが出てきているが、顕著なものではない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が前年同月比で増加する傾向は続くとみられるが、製造業を中心に円高等の影響が懸念される。
		職業安定所(職員)	・企業訪問の際に、幅広い業種で景況感が悪化している状況が見受けられる。
		職業安定所(職員)	・年末年始にかけて、多少消費は拡大してくるとみられるものの、依然として厳しい状況には変わりがないのではないかと。
		職業安定所(職員)	・建設業、小売店、飲食店、介護施設などからの求人、新規求人は引き続き高水準で推移するとみられるが、食料品製造業を除く製造業など一部の業種では求人の動きが悪くなっており、今後の動きに注意が必要である。
		職業安定所(職員)	・事業所の再開等の動きは当面継続するものとみられ、求人の動向についても現状が継続するものと考えられる。
		職業安定所(職員)	・有効求人数は前年比29%の増加となっている。また、前月比でも7%の増加となっている。有効求人倍率も前月より0.08ポイント上昇し、1.10倍となっている。復興関係により求人数が伸びている関係で、有効求人倍率が上昇しているものとみられる。

やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・企業側の期間を限定した人材ニーズは依然高いが、求職者側は正社員での長期就業を希望する傾向が強くなっており、そのギャップはどんどん大きくなってきている。どちらも妥協しないため、雇用に結び付かない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・29年ぶりの12月総選挙関連広告でどれだけ通常の落ち込みをカバーできるかにかかっているが、それも2月、3月分までは難しいと考えられる。
	職業安定所 (職員)	・求人においてはまだ正社員求人が少ない。また、多数を対象とする解雇等により、求職者数の増加が懸念される。
	職業安定所 (職員)	・求人倍率は改善しているものの、当所の基幹産業である製造業の求人が減少しており、求職者とのミスマッチが増加している。今後もこの傾向は続くと考えられる。
	民間職業紹介機関 (職員)	・電子機器関係の企業でのリストラにより、消費の悪化が予想される。
悪くなる	人材派遣会社 (社員)	・エコカー補助金の終了や中国問題の長期化により、景気後退は避けられない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・年度末である来春の売上予想を下方修正している企業の数が多くなってきている。