

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）	・気温にもよるが、夏期は年間売上のピークなので期待できる。
		タクシー運転手	・病院を中心に営業しているが、病院の看護師は通勤に自分で車を運転してくるのだそうであり、タクシーにとってはマイナスである。また、老人が乗ってくれない。老人はいなくなっており、若い人は自分で運転する。皆が車を買いはじめしており、1家に1、2台の時代になっている。タクシー業界を除き、世の中の景気は良くなるのではないかと。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・観光客入込数が増加する季節になるので、「あおりバル街」や「街コン」といった、商店街、専門店、飲食店が連携をした企画が目白押しである。各小型店、物販、飲食が力を合わせて実施することが今後の景気を左右していく。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ねぶた祭りやお盆で人が集まるので、今よりは良くなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の買物を見ていると、欲しい物、必要な物はもちろんだが、今必要ではないけれども、いいなと思うようなものをプラスして購入していく、プラスワンの買上が多くなっている。今後3か月はこのままの良い状態が続くのではないかと。
		百貨店（企画担当）	・既に高額商品の動きには、来年度からの消費増税前の購入要素もあり、今後、秋には各アイテムで消費者意識が徐々に購買動向に表れてくるとみられる。また、全体的にこの夏の賞与を含めた賃金アップの効果も期待したい。ただし、原材料の価格上昇に伴う、店頭での値上げの動きもあることから、不透明な要素もある。
		コンビニ（経営者）	・工事関係者の減少があり、昼のピークの売上は一服しているが、朝夕の近隣の会社員、主婦層の買物客が増加している。特に、夕方にかけての主婦層の買上点数が増加が見られ、景気好転先取りの明るさが見えている。
		コンビニ（エリア担当）	・ファストフーズや酒類の販売増加により、夕夜間の来客数伸長が見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・当社も新規出店が増加しているため、全体では売上増が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・参議院選挙では自民党が圧勝し、消費税率のアップが決定すると予想している。よって、駆け込み需要により、当面景気は良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が上がる前に、買物をしようという感覚が広がると予想する。
		家電量販店（店長）	・一般企業のボーナスの支給額によるが、即決する客が増えてきている。
		家電量販店（店長）	・家電メーカーの新製品などの話題性のあるものが売れている。例えば、ノンフライヤーや布団用掃除機といった話題の商品は価格がやや高くても売れており、入荷待ちの状態である。良い商品はまだまだ売れてくる。また、4Kテレビを始め、単価の高いテレビなども売れてきている。エアコンももちろんである。省エネということがキーワードで、良いものが売れているので、徐々に景気は向上していくと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の反動減を新型車効果でカバーできてきた。また、追加で新型車が投入される秋に向かって更に販売増が期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・都心に本社を置く一部の法人の間ではアベノミクス効果が表れ始めている。支社のリース車を燃費の良いハイブリッド車に代替する動きも出始めており、地方大都市にも景気上昇の気配が表れ始めている。
		乗用車販売店（店長）	・3か月後は半期決算などがあるため、販売量の増加が見込める。
		自動車備品販売店（経営者）	・取扱項目の一部だけで8月末まで仕事の予定が入っているが、全体とすれば非常にバランスを欠いた内容となっている。その他は前年と比べても異常なほど落ち込んでいる。しかし、予定が入っているものは当社の売上の約50%を占めている。
		住関連専門店（経営者）	・消費者の財布のひもが固い時期とは多少違っている。収入は増えていないのだが、皆がそういう暮らし方に慣れてきており、そんなに財布のひもが固くないようである。多少景気は良くなっていくのではないかと。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税前にという動きが出てきているため、その影響で市場の動きが幾分活発になると予想される。よって、今までよりは売上が良くなる。		

	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・6月に入り、衣料品の売上高が伸びてきている。
	高級レストラン (経営者)	・すべてのことが良い方向に向いているようなので、期待も込めて良くなるのではないかと考えている。
	一般レストラン (経営者)	・アベノミクスの影響や夏の大型イベントがあるので、落ち込むことはなく引き続き良くなる。
	スナック (経営者)	・ボーナス時期に入ってくるので、多少は個人の消費も増えるのではないかと。多少でも売上が伸びることを期待している。
	都市型ホテル (スタッフ)	・これから暑くなってきて、夏祭りの準備や夏休み等、いろいろな客が来るようになれば、街全体、県全体に活気が出てくる。もちろん、売上も増えていく。
	都市型ホテル (スタッフ)	・「八重の桜」効果及び夏休みを利用しての観光客の増加などで良くなる。
	テーマパーク (職員)	・レジャー施設なので、夏休みのハイシーズンを迎えることと9月の2週連続の3連休に期待している。
	観光名所 (職員)	・客が手に取って見ている商品が、これまでよりもワンランク上の商品となっているので、景気もやや良くなるのではないかとみられる。
	美容室 (経営者)	・これから汗をかく季節になると、矯正パーマをかける客が増えてくる。また、夏に向けてエステをする方も多くなり、今後、美容業界は来客数が増え、景気が上向き傾向になっていく。
	住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が止まらない。
	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	・受付件数を増やす取り組みを強めていく。
変わらない	商店街 (代表者)	・予約状況からみても、選挙が終わってもしばらくは消費マインドは上向かない。
	商店街 (代表者)	・企業収益が上がり労働者の収入が増加していくのは来年になりそうである。現在、日用品が値上がりしているため、このままでは買い控えが起こってくる可能性があり、それが非常に心配である。
	商店街 (代表者)	・シャッターの下りていたところが開き、気分的にも活気が出てきている。しかし、商店、商品によっては徐々に仕入れ価格の高騰が出ているようで、今後が心配される。
	商店街 (代表者)	・参議院選挙期間中は飲食店を中心に不活発になる傾向がある。当面個人消費が拡大する兆候はなく、あまり期待できない。
	百貨店 (売場主任)	・消費税増税の前には一時的な動きがあるが、実生活で景気の回復がうかがえるようになるのはまだ先である。
	百貨店 (総務担当)	・地方においては首都圏の景況感が遅れて来るため、夏のボーナスが出た後に我々の商売にどれだけ消費が向かっていくかという部分で、まだ先が読めない。高額品等一部の商品については良い数字が見られるものの、一部に限られており、全体としては景気が良くなっているとは判断できない。
	百貨店 (営業担当)	・長期予報では残暑が厳しくなるとの予報であり、秋物の立ち上がりにやや不安があるものの、全体の基調は変わらず現状を維持するとみられる。
	百貨店 (買付担当)	・夏のボーナスが一部増えるという明るいニュースもあるが、個人消費については、まだまだ慎重な見方が強い。
	百貨店 (経営者)	・地元の求人倍率に改善は見られるものの、業種が限られており、新たな地場発の産業が増えるという状況にはない。依然として地域経済を活性化する要素に乏しい状況である。
	百貨店 (売場担当)	・9月、10月は残暑、天候に大きく影響を受ける月である。一般の婦人プレタやハイグレードブランドではない一般の婦人服では、アベノミクスの効果は全くみられず、客の買い方は相変わらずシビアであることから、大きな伸びは期待できない。
	百貨店 (経営者)	・夏季賞与が前年を上回って支給される企業が多いとの報道があり期待しているが、株価下落に伴い一気に売上が止まった。株価の上昇を再度期待したい。
	百貨店 (経営者)	・アベノミクスでの景気浮揚を期待したが、ドル円相場は90円台後半へ逆戻りし、日銀の追加対応も見られない。第三の矢の内容を見ると、即効性のある経済対策は期待できない。中国の混乱やマネー市場の巻き戻しの懸念もあり、良くて現状維持である。消費税増税が決まれば、一時的に駆け込み需要は期待できるが、来年に向けて景気悪化が懸念される。
	スーパー (経営者)	・夏のボーナスに期待したいが、全体的には微増とみている。

スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・7月は食料品等の値上げ、電気・ガス料金の値上げ、公務員の減給、求人倍率は上がっても雇用のミスマッチが続き、消費者の可処分所得は増える傾向にない。株価と為替相場の大きな振幅もあり、客に買い控え心理が働いていないかと危惧している。景気回復を願ってはいるが、選挙もあり、今後の経済政策や各企業投資の執行水準・状況を見極めているようにも見える。消費はしばらく現在の傾向で変わらない。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・食料品を始め各方面の値上げが相次いでいるが、所得は上がらない。節約志向に拍車がかかっているようである。そんななか、まだまだ価格競争はとどまるところを知らない。価格競争か、価格競争を避けて進むか、企業の方向性が問われるところに差し掛かっている。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・商圈内の競合店状況は変わらず、商圈人口の増加も見込めないなか、食品スーパーでの景況感の見通しは変わらない。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・今後、円安による輸入原料の値上がりや電気料金の昼の時間帯の値上げ、さらに8月は食用油やマヨネーズなど油脂類の値上げが予定されている。この様な状況のなか、消費がすぐに回復するとは考えにくい。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・競合の状況が変わらないので、現状と変わらない。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・行楽シーズンになるが、円安の傾向が続くことで、買い控えや、旅行も近くて安いところを選ぶのは変わらない。ボーナス満額での回答が大手企業で出ているのでモチベーションとしては高いが、実際はそんなに変わらない。
スーパー（物流担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・経済状況により一部製造業の業績が上向いているとの情報はあるものの、具体的に所得が上がらない限り、消費者の購買意欲は上がってこない。
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数がなかなか安定しないので、あまり変わらない。
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニエンスストアを取り巻く環境が、今や安売り合戦になっており、売上の現状維持も難しくなっている。
コンビニ（エリア担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・競争環境変化が一巡するまで、現在の状況は続くことが予測される。
コンビニ（エリア担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・アベノミクス効果が少しずつ消費者まで波及しつつあるものの、まだ具体的な客単価上昇につながっていない。
コンビニ（エリア担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・気候が温かいうちは大きな変化は無いとみられる。
コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・連休明けの景気の悪さは、6月の中旬を越えて落ち着きが見られつつあるので、一応底は打ったとみている。しかし、上がるような要因も無いため、客単価が下がった状態は今後も続くと思われる。
コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・アベノミクスに伴う効果というのは、地方都市ではまだ見られない。低価格志向が強いことから、客の賃金が上がっているとは思えないので変わらない。
衣料品専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・参議院選挙に向けて商売は芳しくなくなり、購買力が落ちる。選挙後の国政には、景気回復及び地方が元気になる政策を期待する。
衣料品専門店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・一時的に世の中の景気マインドに押されて商品を購入していた消費者も、ボーナス支給を通して現実を直視し、高単価商品の動きが鈍くなっている。そのような傾向はしばらく続くと思われる。
衣料品専門店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・夏物ビジネス用品の動きが悪い。また、スーツの販売数が低迷している。
衣料品専門店（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・来年の消費税増税を控え、額の大きな買物については増税前の購買活動が良くなると考えられるが、その他はそれほど変わらないとみられる。
家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・アベノミクスによる日経平均株価が乱高下しているなかでは、先行きはほぼ不透明に近い。消費税増税が近づくにつれて駆け込み需要は若干あるものの、その後の消費マインドのマイナスは否めない。
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・新型エコカーの受注販売は順調に推移するとみているが、全体の需要としては、去年のエコカー補助金の反動減で約20%前後の前年割れが当面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"> ・新型車効果があと2、3か月は続くと思われる。
乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・半年前、3か月前と比べても、依然、客の動きは変わっていないため、今後3か月で何かが変わるとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・来年3月までは消費税増税前の駆け込み需要が出ると予想される。
住関連専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・現状からみて、耐久消費財の消費意欲というのは損なわれていないようである。また、消費税増税が来年4月に本当に実施されるのかどうかもここにきて不透明になっているので、もし値上げとなったときには、また、耐久消費財の方にも目が向いてくると思うが、現状では買い控えが見られる。

その他専門店〔酒〕 (経営者)	・天候にも大きく左右されるが、このまま不安定な経済状況が続けば、あまり良くなることは期待できない。逆に、経済が悪化するようなことがあれば、消費者の購買意欲に歯止めが掛かるのではないかという恐怖感の方が大きい。繁忙期なので売上が大きく落ちることはないが、大きく良くなることもない。
その他専門店〔靴〕 (従業員)	・メーカーからの値上げ要求は多いが、簡単には売価に反映できない。
その他専門店〔酒〕 (営業担当)	・国政や地元での選挙が続くが、現在の状況が低調なので大きくは変わらない。地元以外、特に首都圏などの都市部での商売が増えているので、だんだんと地元が低調の影響は少なくなっている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・収束を見せていない原発事故の影響が続いている限り、本格的な景気回復は望めない。震災直後の混乱は癒されてきているが、本質的な不安はぬぐい去れない状況が続いている。当面は心理的な不安が続くため、復興はまだまだ道が遠く、このままの水準が続く。
一般レストラン (経営者)	・当店の客を見ていると、建築に携わる業種は忙しいようだが、その他の業種で忙しい様子は見られない。飲食業も静かな雰囲気がずっと続いている。
一般レストラン (経営者)	・為替の動きからすると、地域への影響は落ち着いているが、農産物の収穫時期が遅れてしまっているため、景気のバランスが取れていない。
観光型ホテル (経営者)	・今夏は安近短になるのか、予約の発生が遅く、現在の入込状況はどの月も前年比多少マイナスである。
観光型旅館 (経営者)	・特段に変化が起きる兆しはない。
都市型ホテル (スタッフ)	・消費者のマインドは格段に良くなっているが、参議院選挙が終わった後、どういう行動に出てくるのかが非常に重要である。政策実行により景気回復を実感できるようになれば、地方でホテル業を営む会社にとってもプラスの面が出てくる。その時のために、消費者のニーズにいかに応えられるか、そういった商品をラインアップする必要がある。
旅行代理店 (経営者)	・個人旅行の先行契約、団体の先行契約のいずれの動きを見ても、今の状況から急激に回復することはない。ここしばらくは変わらないで推移する。
旅行代理店 (店長)	・2～3か月では、選挙でよほどのことが無い限り景気動向は変わらない。冬のボーナスで公務員への支給額が増額となれば、個人消費の伸びも期待できる。
旅行代理店 (従業員)	・先行受注の動きを見ても、変わらないとみられる。
タクシー運転手	・客からは仕事を求めている話をまだよく聞く。短期雇用しかなく、安定した長期の仕事がないために、就職できずにいるようである。仕事が思うようにならないのでは、景気が良くなることは考えられない。
通信会社 (営業担当)	・これからボーナス商戦が始まるのでそこに期待はあるが、ボーナスそのものが下がっているため、期待はしているものの結果がどうなるか楽しみにしている。
通信会社 (営業担当)	・物価が上昇しており、先行きが不安である。
通信会社 (営業担当)	・現状が変わるような材料に乏しい。
通信会社 (営業担当)	・一般世帯の収入が伸びていると実感するまでは、消費底上げとはならない。
通信会社 (営業担当)	・商品の値下げや品質向上による新規加入者の増加を期待したが、予想に反して全く増えていない。新サービスが8月にスタートするので若干の期待値を入れても変化は無いと予想している。
通信会社 (営業担当)	・アベノミクスがもてはやされているが、効果が地方へ波及するまでには少し時間が掛かるのではないかと。
観光名所 (職員)	・夏休みは繁忙期であるため、イベント等を開催し誘客を図るが、今の状況をみると厳しい。
遊園地 (経営者)	・夏の気温や物価の動向が心配されるが、お盆のカレンダーまわりが良いことから、前年並みキープを期待している。
競艇場 (職員)	・当社のような娯楽施設では、お金の使用を控えている方がまだ多い。2、3か月先もあまり変化は無い。
美容室 (経営者)	・ここ半年の人の流れからすると、現在の状態が一気に変わるということは考えづらいので、横ばいが続くかとみている。
設計事務所 (経営者)	・先は相変わらず見えないが、短期的には今の状況のままいくのではないかと。

やや悪くなる	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・当店の主たる客層は、経済的にやや余裕がある年配層である。この客層は年金で暮らしている人が多く、消費税増税、又は円安による物価高がくれば、固定収入以上に支出が増える可能性が高く、出費を削り生活防衛に動くだろう。そうでなくても、物価高になるだろうというマスコミの予測報道ですら心理的影響があり、現実的にマイナス影響があると考えられる。より若年の勤労世代は、健康や医療に自費をかけるという発想がそもそも乏しく、収入が増えても当店へのプラス影響は期待できない。
	スーパー (総務担当)	・来客数の落ち込みが激しくなっている。また、品目別では花、ベーカリー、米の売上が大きく落ち込んでいる。必要なもの以外は買わないという買物傾向が定着したようである。
	その他専門店 [食品] (経営者)	・景気回復という言葉だけが一人歩きし、実感がわかないことが継続するのではないかとみている。
	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	・世間的には景気が回復しつつあるようなニュースを見聞きするが、現実にはまだまだ実感できるものはない。消費の動向がこれからどのように動くのか全く読めず、果たして売上を維持できるのか不安である。
	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・物が売れずに安売り合戦が始まっている。また、石油及び住宅設備関係共に酷い状況である。こういった市場環境の悪化により、数量、単価共に激減している。
	高級レストラン (支配人)	・参議院選挙で自民党が圧勝し、ねじれが解消されても、アドバンテージは大企業に集中し、格差は拡大していくだろう。ホテルの利用も来客数では減少するものとみている。
	高級レストラン (支配人)	・景気上昇が期待ほど伸びず、必要品のみ購入におさまらなくなり、娯楽・遊興用途の費用が縮小すると予想される。夏場の財布のひもは固くなるのではないかとみている。
	一般レストラン (経営者)	・日経平均株価のダウンを見ているが、3か月後は参議院選挙も終わっていることを考えても、景気は下向くのではないかとみている。
	一般レストラン (経営者)	・現実的などころが見えてきて、ぜいたくはしない方がいいのではないかとこの雰囲気に戻ってしまうのではないかと。給料が増えるとか、確実に景気が前進しているというのが具体的にわかってくれば別だが、何となく息切れしてしまうような雰囲気があり、少し悪くなるのではないかとみている。
	観光型ホテル (スタッフ)	・選挙が近づくと必ずといっていいほど来客数が少なくなる。また、デスティネーションキャンペーンが終わるということもあり、予約状況がかなり悪くなっている。やはり、秋以降のシーズンまでは本格的な復活は期待が持てない。
	観光型旅館 (スタッフ)	・先付けで団体ツアーの予約が入っているが、不確定要素が大きすぎる。また、その不確定な団体ばかりで客室を多く押さえており、他の個人旅行や団体旅行の予約を受付することができない状態である。非常に大きな問題を抱えている。
	都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊部門は海水浴や花火大会等、ファミリー客に期待するも、週末以外はお盆期間も空室が目立つ。レストランは例年帰省客である程度の集客は見込めるが、宴会部門の予約状況にも目立った動きはない。
	都市型ホテル (スタッフ)	・震災被災地復興支援の人の動き、イベント開催等、2年間にわたり特需が続いていた。しかし、来月以降は合会等が少なくなり、客の予約も減り始めている。
	タクシー運転手	・公共料金及び食料関係の価格上昇があるということで、消費者の警戒心が非常に強くなっており、乗客の数も減っている。
通信会社 (営業担当)	・円安で苦しむ企業が3か月後、危なくなるのではないかと懸念もあり、雇用の不安定が続くと考えられるため悪くなる。	
悪くなる	商店街 (代表者)	・アベノミクスの効果は全くうかがえない。
	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・一般の中小企業ではボーナスのポの字も聞こえてこない。この状態では消費は伸びない。
	一般小売店 [寝具] (経営者)	・現状も悪くなっているし、例年通りだとしても8、9月は売上が伸びず厳しい状態になる。
	スーパー (経営者)	・アベノミクスの効果は依然实体经济には反映されておらず、消費者の部分では手取り、また給与等における上昇が見られない。
	コンビニ (経営者)	・春から比べると来客数が減っているので、これから夏に向けても厳しくなることが予想される。
	衣料品専門店 (店長)	・震災後にスーツを作られた方は買換えの周期にも入っていない状況なので、秋物が動くまで、あるいは震災特需の一巡があるまで、厳しい状況が続くとみられる。買換えのサイクルが、前年、前々年に集中してしまっただけではないかと思えるほど、スーツやフォーマルといった重衣料が苦戦している。

企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・この先2、3か月後には、現在出件中の案件や近々発注される官庁発注の大型案件の受注が確定してくる。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・政府の対策により個人消費は上向くと考えられる。
		繊維工業（経営者）	・円安、株高、政治の安定が続き、景気が良くなることを期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年これから2、3か月後は売上が伸びる傾向にある。また、民間や役所等からの発注量が増える時期にもなる。
		土石製品製造販売（従業員）	・前年に比べても、取引先の景気も良くなり、人員削減もなくなってきた。賞与、給与と少しずつ上がってきていることから、景気は回復していることがうかがえる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内向けの生産は減少するものの、輸出環境は為替、数量共に改善が期待できる。
		輸送業（経営者）	・荷主の操業度が増えることを予想している。
		通信業（営業担当）	・政府の経済へのデコ入れ方針は変わってないので、良くなると期待している。
		広告代理店（経営者）	・現在、会社案内等をリニューアルする案件が増えているなど、広告費に予算が回り出している。広告費に予算が付くということは、今後の販促に期待が持てる。
		広告代理店（経営者）	・受注の総量が前年を上回っている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・加工食品の卸売業というのは、景気に左右されるような売行きは望めない。ただ、気候が良いとか、安心感が持てるようになったとか、そういったことが出てくれば、販売に結び付いていく。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・新規求人数が前年同月比で増加し、新規求職者数が減少する傾向はこれからも続くともみられ、有効求人倍率は過去最高水準で推移する。	
	変わらない	農林水産業（従業者）	・6月は天気も良かったので、果樹は成長の遅れをばん回し、ももは前年より5日くらい早目の収穫になるだろうと自営の関係者が言っている。そして、風評被害も大分少なくなり、販売単価も上がると期待している。
		食料品製造業（経営者）	・牛タン人気が続いているので、中元セール、七夕、お盆と、例年以上に期待が持てるシーズンになりそうである。
食料品製造業（経営者）		・為替、株価の状況を見ても不安定である。景気が本当に良くなるのかわからない。	
木材木製品製造業（経営者）		・住宅の需要は2、3か月、現状程度に順調に推移する。	
出版・印刷・同関連産業（経理担当）		・株式市場が安定しないと消費マインドが冷え、広告用のチラシ、印刷物が減少し、結果的に景気は悪くなっていきそうである。	
電気機械器具製造業（営業担当）		・大手企業が良くなるということは、その陰で中小企業への非常に大きなコストダウン要求が来ていて、場合によっては赤字を出してでも対応している状況が今もある。よって、中小企業の景気は現状と変わらない。	
電気機械器具製造業（企画担当）		・景気が上向く、又は悪くなるという、それぞれの要因が共に見当たらない。年末商戦ごろまでは変化が無いとみている。	
建設業（経営者）		・物価の上昇や技術者不足が心配である。	
建設業（企画担当）		・生コン出荷制限等による資材不足、技術者・労務者不足による建設コスト高騰等、今後の影響が懸念される。	
輸送業（従業員）		・市場に好転判断材料が乏しい。	
通信業（営業担当）		・見通しが明るくなる要因はないため、予断を許さない状況である。	
通信業（営業担当）		・景気対策が末端まで響くには時間が掛かる。	
金融業（営業担当）		・特に大きな変化要因は無い。	
金融業（広報担当）		・円安による原材料高が続く。	
司法書士		・当初の予想より消費税増税の駆け込み需要による住宅取得が増えていない。	
公認会計士		・建設関係の一部の会社は引き続き業績が上昇しているが、他の小売業等は売上が前年比で減少しており、しばらくは現状維持が続くとみられる。	
コピーサービス業（経営者）		・我々の業界の景気が良くなるまでには時間が掛かりそうである。復興需要等も土木関連の業種が多少潤っているだけであり、我々は建築関連の動きが良くなると景気が良くなる。現在のような状況はまだ続く。	
その他企業〔企画業〕（経営者）		・地場の工務店は震災関連の需要に満杯だが、工賃や材料費の値上がりから利益が期待したほど上がらない。また、供給量に限度があるため数で確保することも難しい。	
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）		・トラック便の減便等での効率化による経費節約が始まったが、状況が一気に好転するような状況にはない。	

	金属工業協同組合（職員）	・依然として、良い材料は見当たらない。円安の影響からか材料価格が上昇気味である。また、特殊材が入りにくくなっている。アベノミクス効果はない。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・今後も肥料価格や燃料価格の上昇が懸念される。	
	食料品製造業（総務担当）	・相変わらず月間売上が前年を下回る月が続いている。さらに、円安による輸入材料の高騰も見込まれる。	
	広告業協会（役員）	・復興需要も一段落し、今後も大型イベントなども少ないことから、広告出稿は少なくなってきた。地方自治体の復興予算をどのような形で広報予算に回せるか、各社は知恵を出し合っている。	
	経営コンサルタント	・参議院選挙までは様子見が続く。	
悪くなる	—	—	
良くなる	○	○	
雇用 関連 (東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・通信系企業の派遣事業を2か月後に譲受することから、業容改善が図られ、やや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県の場合、参議院選挙を始め、市長選挙、知事選挙が相次ぎ、落ち着きを取り戻すのは11月ごろからになると予想される。ただ、その後は復興が加速することが期待され、被災地も新しい段階に入るとみられる。その結果、やや上向きになるのではないかと期待されている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・候補者数に対する選挙関連広告の期待も込めて、やや良くなるとみている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人に対して人の供給が追い付いていない。人数はいても、求職者は一過性のものか長期なのかに注目しており、今一時的ニーズには反応しない。将来性の無いものに賭けるほどではない雰囲気なので、潜在的な求職者も現状を離脱せず、こう着状態になっている。	
	人材派遣会社（社員）	・引き続き、景気はやや良い状況が続くとみられる。新卒採用において、大学3年生に向けた採用を意識したインターンシップを行う企業が例年に比べると2、3倍に増えていることにも着目している。	
	人材派遣会社（社員）	・経済対策の効果の地方波及時期が見えない。求職者確保での好材料も無い。	
	アウトソーシング企業（社員）	・現在自治体からの受注が多いので、大きな変動はないとみている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業の採用に関しては、来年4月の消費税増税も予定されており、慎重姿勢が続く。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で増加し、新規求職者数が減少する傾向はこれからも続くとみられ、有効求人倍率は過去最高水準で推移する。	
	職業安定所（職員）	・建設や輸出品を製造している企業では景況感が向上しているものの、輸入価格の高騰の影響を受ける企業では悪化している。	
	職業安定所（職員）	・製造業の雇用マインドに強さが感じられず、一部小売業で新店舗開設による募集はあるものの、企業ごとに温度差があり、全体的な活況感が今のところ薄い。	
	職業安定所（職員）	・有効求人数はここ1年くらいほぼ同数で推移している。また、7月中旬までに40名前後の希望退職を募っている事業所があるという先行き不安な材料もある。	
	職業安定所（職員）	・景気回復の兆しはみられるが、これが継続するのか一過性のものなのかは、今現在は判断が付きかねる。	
	職業安定所（職員）	・求人数の動きは変わらず高水準で推移している。特段求人が増加、減少する要因は見られず、このままで推移する。	
	民間職業紹介機関（職員）	・相変わらず、震災復興、福祉・介護、運送といった業種の求人は多く、製造業の求人は皆無に近い。求人職種に偏りがある。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・アベノミクスに期待を持っていても、その効果がいつまでも感じられなければ、消費を控えるようになることが予想される。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数も高水準ではあるが落ち着きを見せており、今後、大幅に増加する要因は見当たらない。企業整備による求職者の増加もあり有効求人倍率も若干低下するとみられることから、状況は下向き傾向と考えられる。	
	職業安定所（職員）	・事業縮小により6月末以降に退職が予定されている企業があり、求職者の増加が見込まれる。	
悪くなる	—	—	