

## 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）	・売上は今よりは多少下がるが、前年比については、前年よりも上向きに推移していくとみられる。年々内食化の概念は薄れてきているようである。
		乗用車販売店（経営者）	・9月初めに新型車の発売が予定されており、拡販が期待できる。その他、届出車の新機種も発売予定があり、同様に期待ができる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・選挙その他も全部終わるので、不安定要因が一掃される。あとは、一般消費が天候等で左右される程度で、先行きとしては不安要因が無くなるのが一番大きい。
		商店街（代表者）	・8月にねぶた祭りや各商店街のイベント等が多数ある。特に、ねぶた祭り期間中の宿泊客の予約はこれまでで最も混雑しているため、今後の売上、来客数、観光客の買物増加に大いに期待が持てる。
		百貨店（売場担当）	・7月は夏物商戦を大きなマイナスで終えた。8月、9月も残暑の影響を受けることが考えられ、7月の負けを8月で補てんできるとは考えにくい。しかし、秋冬ファッション、また、オケーションの強い百貨店の様々な仕掛けやイベントが盛り沢山の9、10月は売上も上がると予測される。
		スーパー（店長）	・中元等のギフト販売による単価アップが予想される。
		コンビニ（経営者）	・天候に左右されている分、伸び悩んでいるようではあるが、客単価、買上点数が好調を維持しているため雰囲気は悪くない。今後、天候が回復できれば売上も更に伸びる。
		コンビニ（エリア担当）	・参議院選挙の結果などを踏まえ、今後、更なる経済対策の活発化が予測される。
		衣料品専門店（店長）	・春夏にスーツ購入を控えていた客が秋にスーツを購入すると予想している。
		家電量販店（店長）	・引き続きエアコンや冷蔵庫など白物家電は順調に前年をクリアできると見込んでいる。節電、省エネをうたった良い商品が客に支持されているので、単価も高くなっている。テレビは前年割れしていたが、ここ2、3か月元に戻ってきている。大きく伸びるといえるのではないが、単価の高いテレビも出てきているので、前年並みに近づいている。タブレットやスマートフォンなども前年比150%以上と伸びている。
		乗用車販売店（経営者）	・為替相場、株価の安定、そして成長戦略の実行等を背景に、更にこの秋口から新型車発売も加わって、需要の回復が期待できるものとみている。また、非常に不確定であるが、消費税増税前の駆け込み需要も発生するのではないかと考えている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車がまだまだ好調で、今後もまだ続くとみられる。
		乗用車販売店（店長）	・今後夏から秋をめどに増税動向が加速すれば、今以上の消費マインド向上に繋がる。各社とも増税前にエコカーの新型発表があり話題も豊富である。
		乗用車販売店（店長）	・9月は半期決算月なので、販売量の増加が見込まれる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・先送りした予算を消化するための動きがあるのではないかと。制服関係は徐々にではあるが持ち直しているというメーカーの話もあるので、今後は秋冬物に力を入れていきたい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・参議院選挙で自民党が圧勝した結果、政権が安定し政策実行が容易になった。株価も更に上がると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先、竿燈まつりや大曲の花火大会、お盆があるため、多くの観光客が訪れる。また、県出身者が帰ってくるため、人口も膨らむ。人口が増えれば、購買意欲も確実にアップしてくる。その余勢を駆って、9、10月とデスティネーションキャンペーンに入っていくので、非常に期待できる。
		旅行代理店（店長）	・中小企業においてはようやく好景気を実感しているとの発言もあり、今後更に良化する可能性がある。
		タクシー運転手	・客も切れ目なく乗ってくるので、この先も段々良くなっていく。
		テーマパーク（職員）	・震災後、被災地復興を目的とした復興景気が落ち着きを見せ、本来の経済状況の姿が見えてきた。春先には実感できなかった家庭への影響が出始めている。
		観光名所（職員）	・天候不順により来客数は減っているが、客単価は上昇しているため、天候が戻り客さえ来てくれれば、前年を上回ることが期待できる。
		観光名所（職員）	・8月は首都圏等からの来客も多く、期待が持てる。
競艇場（職員）	・参議院選挙も終わり、政治が少しは安定するとみられるので、期待したい。		

	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気が回復して好景気になり、企業業績も好調に転じるといふ現在のムードがいつまで維持できるかがポイントである。このまま続いてほしい。
	住宅販売会社（経営者）	・大手量販店の閉鎖、再出店が多く予定されており、大型不動産仲介、店舗建築も受注予定である。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の問い合わせが増えてくることに期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・商店街としては、震災前から下りていたシャッターが開く店舗があり期待しているが、店によりまだまだ厳しいこともあり、全体的に良くなることは期待できない。
	商店街（代表者）	・小売店は忘れ去られている。
	商店街（代表者）	・参議院選挙での自民党大勝により、いよいよ消費税増税が現実的なものとなってきているが、各商店は困ったと言う以外なく、対応策は見えていない。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税が10月に閣議決定されるかどうかによって、更に悪化する懸念がある。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・秋にはそろそろアベノミクスの効果が表れるはずだが、9月の電気料金の値上げ、諸々の物価の上昇があるために、相殺されて良い状況にはなりにくいのではないかと。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・特別に良くなることはないが、今の傾向が続くことは考えられる。今月も客単価は前年比106%となっている。夏場はより来客があるのを見込んでおり、変わらないのではないかと。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・復興はまだ進まないなかでも、新築の家は確実に増えている。しかし、大手企業の建物が多いため、地元にはなかなか仕事が回らない。今後も仕事量の増加は当分望めない。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税や天候などを客はシビアにみている。実生活で景気回復の実感が得られない限り、大きな動きはない。
	百貨店（総務担当）	・参議院選挙も終わり、いわゆるアベノミクス効果が今後どこまで地方の最終的な消費に回っていくのかという部分については、なかなか首都圏ほどの勢いが見えない。不透明感があるなかで推移を見守りたい。
	百貨店（企画担当）	・物価上昇が具体的に消費に影響し始める。しかし、既に高額品の値上げは落ち着いており、今後、食料品等のアイテムに更に広がりを見せるものの、消費税増税による駆け込み需要に少しずつ拍車がかかっているとみている。
	百貨店（営業担当）	・今月の中元商戦の落ち込みのような特殊要因を除けば、顧客の購買意欲に大きな変化はなく、今後も堅調に推移していくとみられる。また、来年の消費税増税が早い時期に発表されれば、駆け込み需要が始まることも予測される。
	百貨店（買付担当）	・消費税増税が決定されれば、駆け込みというプラス要素もあるが、その後のことを考えると、消費は冷え込み、小売業は苦戦すると予想される。
	百貨店（経営者）	・アベノミクスの恩恵がある業種が少なく、消費者の所得の向上や雇用の増大に繋がっていない。今後2、3か月のスタンスでは、むしろ物価の上昇、公務員の所得減の影響が先にくるとみられる。
	百貨店（経営者）	・電気料金値上げや消費税増税といった不安要素が解消され、隅々まで購買意欲がおう盛になる要素がない。また、長期予報で残暑が厳しいと報道されており、被服を中心とした初秋物にも影響が出そうである。
	百貨店（経営者）	・アベノミクスへの期待で一部の企業は収益が好転しているが、まだ一般の消費者にはその恩恵が行き渡っていない。今後、消費税増税が見えてくれば、よくて現状維持程度と想像する。
	スーパー（経営者）	・電気料金の値上げや消費税増税の決定が消費者の心理にどう影響するか不安である。
	スーパー（経営者）	・8月は天候不順が生鮮品の価格に影響し、電気料金及びガソリンの価格の上昇も続くので、消費環境は良くない。地場では小型の投資や小規模な事業拡大の話は聞かれるが、雇用の拡大には結び付かないようで、現在の推移に大きな変化はない。財政再建に向けた消費税率アップへの判断の行方について気になるが、それでも各企業の強気の経営判断と、そこへの規制緩和を含めた行政支援を期待したい。ただ、しばらくは今のままの推移が続くとみている。
スーパー（店長）	・今後、光熱費などの値上げの影響から、食料品等、小売業における買上点数の減少が懸念される。	
スーパー（店長）	・円安による油脂、調味料類、石油製品の値上がりによりプラスして天候不順による野菜の値上がりも懸念される。現状では、景気が好転する材料は見当たらない。	
スーパー（店長）	・競合店の状況も変わらず、来客数及び買上点数も現状を維持するものと予想される。	

スーパー（物流担当）	・実質的な家計収入が増えなければ景気は良くならない。都市部で景気が良くなっても、地方まで波及するには数か月以上掛かる。
コンビニ（経営者）	・天候が安定しないと来客数も伸びてこない。
コンビニ（経営者）	・ガソリン価格の高騰、輸入品の値上げ等で庶民の懐事情は悪くなる一方である。買い控え傾向は今後も続く。
コンビニ（エリア担当）	・前年は記録的残暑により来客数が伸長していた。
コンビニ（エリア担当）	・実体経済が好転していない。
コンビニ（エリア担当）	・単価は向上しても競争環境の激化により来客数が減少している。環境変化が一巡するまでは厳しい状況は継続する。
コンビニ（エリア担当）	・夏の来客数は伸長するが、前年比較では割り込む模様である。収入は増えない。ただし、冬に向けての最低限の購入など増えることが予想されるが微量である。
コンビニ（店長）	・冷夏ということで、電気代の出費も減っているせい、ガソリンが値上がりしてもそれほど大変だという雰囲気は客に見られない。また、アベノミクスに対する若干の庶民レベルでの諦めのようなものがあり、悪い意味でこう着状態なので変わらない。単価の安い方向に動いているということも変わることはない。
コンビニ（店長）	・8月は気温の動向にもよるが、売上がピークを迎える。しかし、競合店の出店が相次いでおり、売上動向が非常に読みづらい状況になっている。
衣料品専門店（経営者）	・この先、どれだけ新規客をつかめるかが重要である。
衣料品専門店（経営者）	・まだまだ実際に収入が増えるわけでもなく、すぐには消費に結び付かない。
衣料品専門店（店長）	・梅雨明けが遅れ、残暑の予報が出ていることから、今後、秋物の立ち上がりが遅れることが予想される。
衣料品専門店（総務担当）	・天候不順もあり、季節商材は箆箆在庫で賄われている。ねじれ国会の解消で今後与党がどのような法案を出してくるか心配という声や、国民負担が増えるのではないかと心配する声を聞く。状況を見ながらという感じが強い。
家電量販店（店長）	・例年と同じく、季節商材の販売が落ち着くと来客数が落ち着く。
乗用車販売店（経営者）	・好評な新型車を中心に受注が堅調となっている。ダウンサイジングが進み売上高は伸び悩み傾向だが、販売台数は現状ペースが維持できそうである。
乗用車販売店（従業員）	・これまでの流れをみても、この先2、3か月で急に上向きになるということはない。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込みによる売上は増加する可能性があるものの、その反動減もあり、景気が回復するとは考えていない。
住関連専門店（経営者）	・選挙で自民党が圧勝したので、経済対策に力を入れてもらえれば若干回復はするが、大企業に比べ中小零細の回復は時間が掛かる。現実には、給与もなかなか上げられないというような状況があり、厳しい状況がまだ続く。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・今のところ大きな見積依頼が多数あるわけではなく、今までと大きな変化はみられず、先々の見通しは立っていない。そういつたことから、今後も爆発的な商売の見込みは薄い。
その他専門店 [酒]（経営者）	・ニュースでは景気は良くなるという話をよく聞くが、地方にその波が届くまでにはまだ時間が掛かる。消費者もそれをよく分かっており、どこかまだ景気が良いのは他人事のように受け止めている。まだまだ雰囲気流されるような楽観的な状況ではない。
その他専門店 [靴]（従業員）	・前年のような厳しい残暑になるときつい。
その他専門店 [酒]（営業担当）	・天候状況と地元の農家の方々の状況次第で変わってくるが、今のところ同じ状況が続くそうなので、大方のところ変わりはない。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・現状の末端価格が大幅に下がる可能性は低い。消費者の節約志向も続くため、大幅な需要増は望めず、現状のまま推移していく。農作物の生産も天候の影響と当県特有の原発の風評被害により消費の低迷が続いているため、一部除染関連の軽油等の需要増、建設の活発な需要増が燃料需要を後押しするとみられるが、現状を大幅には改善できず、現状維持で推移する。
高級レストラン（経営者）	・全国的な景気が上向いても、地方までくるのは相当時間が掛かる。しばらくは景気が良くなることはない。

高級レストラン（支配人）	・消費税対策も現実のものとして仕事や思考に入り込んでくる。既に物価が高騰しているにもかかわらず、企業の溜め込みや設備投資などで、賃金アップは兆しすらみえない。						
一般レストラン（経営者）	・参議院選挙も終わったが、効果がどうかというのは3か月くらいでははっきりしない。						
一般レストラン（経営者）	・株価の上昇などで、雰囲気は良くなっているが、実際に給料が増えないことには景気は良くならず、客も増えていかない。期待はしているが、今のところは難しいとみている。						
一般レストラン（経営者）	・引き続き選挙があることに加え、ある程度天気次第というところはあるので先が読めない。						
スナック（経営者）	・そろそろ納涼会などが入ってきているし、ボーナス時期でもあるので、多少は売上が上がる。ただ、さほど大きな売上の変化にはならない。						
観光型旅館（経営者）	・お盆やその後の連休などは先行して予約が入ってきているが、平日は予約がゼロの状態である。直前に予約が入るが、全体としては低調なまま、景気に変化の兆しはみられない。						
都市型ホテル（スタッフ）	・参議院選挙については、ほぼ予想通りの結果が出た。今後は確実な政策実行により、マインドを含めて、景気回復が実感できるような経済政策が進むことを願っている。地方においてはタイムラグがあり、特にホテル業についてはその差が非常に大きい、プラス面が早く出るように期待している。						
都市型ホテル（スタッフ）	・建設関係、除染関連企業は相変わらずの好景気が続いているようだが、関連する宴会があるわけでもない。一方で、避難されていた方々が徐々に戻りつつあるという良いニュースもある。						
旅行代理店（従業員）	・アベノミクス効果が浸透するには、時間が掛かりそうである。						
タクシー運転手	・お盆を控えてのことか、財布のひもが非常に固くなっているようである。						
タクシー運転手	・乗客のなかには「人手が足りず仕事ができない」という人もいれば、安定した仕事が無いようで「仕事がない」と嘆く客もいる。労働者派遣法がある限り、景気は良くならない。アベノミクスは我々には全く関係がない。						
通信会社（営業担当）	・非正規社員の求人の増加が増えているため、正社員雇用が減少する。よって個人消費の伸びは期待できず、更なる節約が始まるのではないかと。高齢者及び若年層の求人と企業のコンプライアンスが今後の鍵となる。						
通信会社（営業担当）	・一見良くなるように見えるが、各種物価の上昇があり、良くなると思えない。						
通信会社（営業担当）	・良い材料が見当たらないため、変化は無い。						
通信会社（営業担当）	・完全失業率が改善されたとの報道があるが、身の回りで考えるとその改善値を実感するまでに至らない。						
通信会社（営業担当）	・例年に比べ涼しい夏が続いており、夏物の個人消費に勢いが無い。このままの状況が続くと新商品の導入も売上増加に結び付かず、大きな変化もないまま秋冬商戦に突入すると予想される。						
通信会社（営業担当）	・南東北の建設業は復興需要があるが、青森の建設業は特にその恩恵をうけていない。アベノミクスによる景気回復にはもう少し時間が掛かるようである。						
遊園地（経営者）	・電気料金の値上げ、食料品、燃料などの価格上昇などが心配されるが、復興需要の下支えによって、そこそこの推移が見込まれる。						
美容室（経営者）	・ボーナスが出て、若干持ち直すかという期待はあるが、来月から一斉にミルクなどの日用品の値上げが相次ぐので、そういった意味で、プラスとマイナスの差し引きゼロで横ばいになるとみている。						
設計事務所（経営者）	・資材不足や人手不足はあるようだが、今の状況がもう少し続くとみている。						
やや悪くなる	<table border="1"> <tr> <td>商店街（代表者）</td> <td>・今の景気回復というのは気分だけが先行しているようである。旅行などの出費は若干増えているようだが、身の回りのものに関しては、どこかのデパートのように高い宝石が売れたというようなことは全くなく、この先も景気回復は難しいのではないかと。</td> </tr> <tr> <td>一般小売店〔酒〕（経営者）</td> <td>・電気料金が上がるようなので、経費が多くなる分、利益が下がる。</td> </tr> <tr> <td>一般小売店〔医薬品〕（経営者）</td> <td>・顧客の可処分所得がぎりぎりであることは店頭で実感しているが、T P P参加や、消費税増税等の経済環境により更に進むだろう。企業は零細規模であろうと、国際競争の渦に巻き込まれ、コストダウン競争にさらされている。社会構造の変革と、財政問題の解消を経ないで景気が本格的な回復軌道に乗ることはない。</td> </tr> </table>	商店街（代表者）	・今の景気回復というのは気分だけが先行しているようである。旅行などの出費は若干増えているようだが、身の回りのものに関しては、どこかのデパートのように高い宝石が売れたというようなことは全くなく、この先も景気回復は難しいのではないかと。	一般小売店〔酒〕（経営者）	・電気料金が上がるようなので、経費が多くなる分、利益が下がる。	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・顧客の可処分所得がぎりぎりであることは店頭で実感しているが、T P P参加や、消費税増税等の経済環境により更に進むだろう。企業は零細規模であろうと、国際競争の渦に巻き込まれ、コストダウン競争にさらされている。社会構造の変革と、財政問題の解消を経ないで景気が本格的な回復軌道に乗ることはない。
商店街（代表者）	・今の景気回復というのは気分だけが先行しているようである。旅行などの出費は若干増えているようだが、身の回りのものに関しては、どこかのデパートのように高い宝石が売れたというようなことは全くなく、この先も景気回復は難しいのではないかと。						
一般小売店〔酒〕（経営者）	・電気料金が上がるようなので、経費が多くなる分、利益が下がる。						
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・顧客の可処分所得がぎりぎりであることは店頭で実感しているが、T P P参加や、消費税増税等の経済環境により更に進むだろう。企業は零細規模であろうと、国際競争の渦に巻き込まれ、コストダウン競争にさらされている。社会構造の変革と、財政問題の解消を経ないで景気が本格的な回復軌道に乗ることはない。						

		スーパー（店長）	・節約志向は相変わらず根強い。また、商品の値上げもあり、価格を維持するのも厳しい状況である。競合店も次々と出店を表明しており、良くなる材料は全く思い当たらない。
		スーパー（総務担当）	・来客数が大きく落ちている。これに合わせ、売上前年比も全店100%を切っている。これは長梅雨の影響だけではないとみられる。また、電気料金、ガソリン、ガス代が大きく値上がりしており、インフラコストの上昇も響いている。
		衣料品専門店（経営者）	・新聞やテレビニュースでは景気の回復がいわれているが、一般庶民の実生活では円安による食品やガソリン等の値上がりで、ますます財布のひもが固くなっている。
		衣料品専門店（店長）	・東北は震災後に特需があった。そのスーツや礼服の買換え需要はここ1年の間に進み、ほぼ一巡している。スーツは耐久財なので、毎年買換える方は少ない。そういったことを考えると、春の状況からみて、秋の買換えもそんなにスムーズにいかないのではないかと予測している。
		自動車備品販売店（経営者）	・毎年8月は夏季休暇等で受注数が落ち込む。
		住関連専門店（経営者）	・大企業の流れがアベノミクスの方に傾いて、景気が上向きかけているようだが、我々のような小規模な店はそういった影響はほとんどなく、上向きになるということも考えられない。
		高級レストラン（支配人）	・末端の個人まで収入が増えない限り、悪くなる一方だろう。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の9、10月の入込は前年より3割程度少ない。魅力あるイベントも少なく、旅行客の動向が我々の方を向いていないようである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ホテル自体ではいろいろな企画をしているが、なかなか本来の集客には結び付いていない。現在のデフレ状態はしばらく続き、本当の意味での回復はなかなか厳しい状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・各部門のこの先の予約状況を分析しても、経済効果は全くうかがえない。地方ではアベノミクスは無縁である。むしろ、ガソリンや原材料の仕入価格の高騰等、営業経費のマイナス要素の方が大きい。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話はスマートフォン景気も一段落し、新商品もあまりぱっとしない状況である。新型iPhoneが9月か10月に発売されるが、それもあまり大きな盛り上がりは期待できない。
		美容室（経営者）	・生活に必要な物が多々値上げされていけば、客はカットやパーマ代から節約していくと予想される。また、ガソリン代が高くなればなるほど、今まで遠くから車で来ていた客の来店回数も減ってくる。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・8月のお盆商戦が終わる。また、4月から消費税が増税されるという見通しのなかで、客の財布はまた固く締まる。アベノミクスへの期待はあるものの、地方や中小零細企業には恩恵が出ていない。
		コンビニ（経営者）	・天候不順により7月は悪くなっている。いくら天候が悪かったとはいえかなり悪いので、これからののびしろも無いのではないかと懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・サラダオイルやてんぷら油などが一斗缶で1,000円くらい値上がるなど食材の値上がりも大きく、来客数もかなり減るのではないかと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・豪雨による断水がまた起きるかもしれないという不安感や、天候不順によるスイカの収穫量の減少などマイナス要素は沢山あるが、明るい要素は何もない。
		観光型旅館（スタッフ）	・変化についていけない。
企業 動向 関連  (東北)	良くなる	広告代理店（経営者）	・受注量が明らかに増えている。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・政府の対策の効果が、末端消費者まで浸透してきているところである。
		繊維工業（経営者）	・良くなることを期待はしているが、なかなか良い注文は入ってこない。
		木材木製品製造業（経営者）	・9月以降、住宅需要が活発化すると予想している。
		土石製品製造販売（従業員）	・消費税増税前に住宅購入される方が目途として九月までに契約するので、その後しばらくは新築マンション工事や新宅工事に追われる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・受注量及び販売量は増加傾向が続くとみられる。好影響が企業から個人に伝わっていくことで、景気は徐々に良くなると思う。
		輸送業（経営者）	・荷主の状況に左右されているが、現在よりは少し操業率が良くなると予想している。
		輸送業（従業員）	・今月の荷動きの気配から、良くなることがうかがえる。

	通信業（営業担当）	・自民政権及び円安・株価の上昇による企業業績の回復による復興の進展に期待している。	
	広告代理店（経営者）	・DESTINATIONキャンペーンの仕事が増えてくる。また、これまで増刷だった物件がリニューアルでコンペになることが増えてきているため、全体的に動きは活発になるとみている。	
	経営コンサルタント	・ねじれ解消となったアベノミクスの成長戦略の加速に期待している。	
	公認会計士	・沿岸部の復興関係の建設が徐々に始まるとみられる。これに伴う内需増加が期待される。	
	コピーサービス業（経営者）	・参議院選挙も終わり、政治の動きは以前よりは早くなる。我々の業界にも2、3か月後にはその恩恵がくればよいかと期待している。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・食品は、アベノミクス云々とか景気が良くなったからといって需要が伸びるものではない。少子高齢化が一番の問題で、働く世代や食べる世代が元気でなければ需要は伸びない。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新品种や集約化により若干の期待は持てる。VIPの客も若干ではあるが増加傾向にある。	
	金属工業協同組合（職員）	・見積の件数が増加傾向にあり、契約成立も増加しつつある。半導体関連が今後とも期待大である。ただし、依然として単価及び納期は厳しい。	
変わらない	農林水産業（従業者）	・今年のもの最盛期はお盆前になり、前年よりも3日くらい早まる。それは良いことだが、雨が多く、梅雨明けが8月までずれ込み、品質が落ちるのではないかと心配している。	
	食料品製造業（経営者）	・県外から来た方たちがお土産や食事に牛タンをというような流れはしばらく変わらず、このまま持続できるとみられる。それに加えて、七夕、お盆の時期になり、地元を代表する牛タンの需要が増え、例年どおり売上を伸ばすものとみている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内、海外共に需要の回復により、数量がやや増加するとみている。しかし、販売単価の低下により、売上及び採算性は伸び悩むものと予測している。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・製造業では見かけ上仕事が入っているところも利益率は非常に悪く、雇用の維持が精いっぱいというところが多いので、今後も状況は変わらないと考えられる。	
	建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み等で受注量が増えているが、将来的には技術者不足、資材の高騰という問題が出てくる。	
	建設業（従業員）	・大型公共工事の発注及び受注が進展する一方で、労務単価の改定等が実状に追いついていない状態が続いている。2、3か月先の時点では、各受注企業の収益確保に関する問題点が依然として残っていると予測される。	
	建設業（企画担当）	・フル回転の状況がしばらく続くと思われるが、量的、質的にも選別しながら現状維持を図っていく。	
	通信業（営業担当）	・受注傾向は現状の増加傾向がいつまで続くかは不透明であり、予断を許さない状況は変わらない。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。	
	金融業（営業担当）	・企業動向に活気が出てきている。	
	金融業（広報担当）	・景気変動要因が少ない。	
	司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要による不動産取引件数はさして伸びていない。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・天候不順による低温でビアガーデンなどの売上の伸び悩みが懸念される。一方、利益商材である地酒の販売は順調で、まずまずの収益が期待される。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・公益エネルギー企業の諸事情から鑑みるに、当方への景気好転材料は当面見当たらない。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・豪雨、長雨により、米やその他の転作作物の減収が予想される。	
	食料品製造業（総務担当）	・原副材料の高騰や市場の縮小が予想される。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・紙やインキなど、原材料が約15%値上がっている。この値上がり分を取引先にスムーズに転嫁できそうもないため、景気は悪くなっていくのではないかと。	
	広告業協会（役員）	・東北楽天が好調なので、ぜひクライマックスシリーズに出場してもらいたい。期待しているスポンサーも数多くいるので、広告界としては大歓迎である。	
悪くなる	—	—	
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価の乱高下はあるが長期的には平均株価は上昇傾向にあり、輸出関連企業を中心に季節従業員の求人が上向くとみられる。

(東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・2015年4月採用の今の大学3年生に向けて、既に企業は動き始めている。インターンシップを企画する企業も前年の2倍くらいあり、採用にかなり力を入れている企業の動きが見て取れる。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・参議院選挙に続く仙台市長選、宮城県知事選が終わる2、3か月先の秋口から復興の本格的な第2ステージに入る。そうした期待に新しい国、県、市の復興政策が伴うことが条件にはなってくるが、それが機能すれば回復傾向や上向き傾向になっていく。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月、新規求人が増加し、新規求職が減少していることから、企業の採用意欲は上向いていくとみられる。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・8月から通信系の派遣会社の事業譲渡の実績を計上するため、前年比プラスマイナスゼロを見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・6月末までの駆け込み採用が一服し、7月になったとたんに求人や派遣依頼が減っている。現時点で6月に比べて半分であり、8月の盆明けまで続く労働市場の停止が、オーダー数に顕著に表れている。
		人材派遣会社（社員）	・好転材料がまだまだ見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・アベノミクスで景気が上向いているという実感を持っている経営者が少ない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・地元建設関連企業は安定した業績が今後も続くようだが、その恩恵はまだ出て来ていないし、その予定も今のところない。
		職業安定所（職員）	・アベノミクスの効果も地方には全然波及していないという意見が多い。
		職業安定所（職員）	・採用意欲の高まりがうかがえない。
		職業安定所（職員）	・今のところ大規模な企業整備等の情報もないことから、新規求職者が大幅に増加する要因もない。また、新規出店などもあり、新規求人数は引き続き高水準を維持すると考えられ、現状が大きく変わるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・飲食業の一部に景気回復ムードによる求人はあるが、全体的には増員求人につながるような材料に乏しい。
		職業安定所（職員）	・当面、今のような数字で推移するとみられるが、7月末に製造会社において40名の希望退職があり、先行き懸念材料も一部に見られる。
		職業安定所（職員）	・管内の復興はまだ進んでおらず、状況は変わらない。求人、求職の動きも特別な動きは見えないことから、そのまま継続するものとみられる。
職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向にあるものの、求人数は横ばいの状況にある。		
民間職業紹介機関（職員）	・求人職種は相変わらず変化が無い。震災復興や福祉、運送等が多く、製造業は皆無に近い。		
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・顧客からの大量募集の話も無く、アルバイト、パート募集についても慎重な動きになってきている。
		アウトソーシング企業 （社員）	・震災関連の仕事が減り、仕事量の減少があるなかで、人件費、電気料金、ガソリンなどの値上がり分を価格に反映することができない。
悪くなる		—	—