

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	乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（店長）	・来月1月の初売りから始まり、年間最大の需要期である3月まで大いに期待ができる。 ・年初に予定されている新型車発表により、新規及び自社客誘因も更に見込まれる。消費税増税に刺激された買換えマインドの上昇と年度最大需要期とが重なるので、かなりの期待が持てる。
		住関連専門店（経営者）	・消費税率が4月から上がるので、その前にある程度高額商品は動くと思っている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待する。
		タクシー運転手	・悪くなるような要素が無い。当地ではこれから地下鉄も延伸するし、悪い状況にはない。12月だからそういう感じがするのかもしれないが、これからはよくなっていくのではないかと考えている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これまでの経験からいっても、消費税増税前は駆け込み需要が必ず起こる。今回も期待している。
		商店街（代表者）	・景況が厳しい時は初売りはにぎわうとのジンクスがある。客の目は厳しくなっており、厳選された福袋にのみ集中するとみられるが、来年は消費税増税も決まっていることから、駆け込み需要もあり、初売りは期待される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は必要であればわりとすんなりと買ってくれる。また、消費税増税前にある程度の買い置きをすることも考えられるので、上向きになるのではないかと考えている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来年3月までは、消費税増税を控えた駆け込み需要で一時的に活況を呈するとみられる。一方、当店では、商品の仕入単価が軒並み上昇してきており、仕入先との交渉により前倒しで在庫を積み増しているところである。周囲の自営業者の話も多かれ少なかれその傾向がみられ、いずれ在庫調達が一般し仕入発注が減少する時期がくるものとみられる。それは消費税率上昇の時期と前後し、ダブル要因で来年4月以降の景況は予断を許さない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は2月以降春物商戦が本格化するにつれ、3月中旬をピークに盛り上がっていくとみている。ただし、前回の消費税増税時に比べればその変動は小さいと予測している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の最後の駆け込み需要が見込まれる。特に学校制服など、従来は4月に計上していた商品が3月中に前倒しで計上されるケースが増えると予想される。また、高額品の家具、時計、宝飾品や生活必需品の化粧品などの売上は増加するとみられる。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税が控えているため、駆け込み需要が期待できる。
		百貨店（売場担当）	・来年2、3月は消費税増税前ということもあり、かなりの駆け込みが予想される。特に百貨店の強みであるオケージョンという部分では、新入学や新生活に向けての準備ということもあるので、高額品は早いうちに、税率が上がる前に買っておこうという動きがみられることが予測される。
		百貨店（経営者）	・いつもより長い年末年始の連休からか、帰省客用の準備品が好調に推移している。また、消費税増税前の買置きやまとめ買いに期待が持てる。
		百貨店（経営者）	・これまでは来客数、売上高共に前年実績を下回る状況が続いてきたが、今月に入り若干回復傾向がみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・冬のボーナス上昇と消費税増税前の影響で、消費が活発化すると予測している。
		コンビニ（エリア担当）	・2、3か月後であれば、消費税増税の好影響が期待される。
		衣料品専門店（店長）	・世間一般でいわれているような、消費税増税前の駆け込み需要がどのように出るのか。3、4月にかけては限定的にスーツが売れる時期なので、需要が一般の人にも膨らむのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・好不調のバロメーターである買上客数が伸びてきていることと、高単価商品の動きも少しずつではあるが動き出していることが、この先期待できる要素となっている。
	衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が伸びることが予想される。	
	家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。	

家電量販店（店長）	・消費増税を前に駆け込み需要が考えられる。既に新築需要もあるので、需要は底堅い。家電製品の柱であるテレビや冷蔵庫に関しては、テレビは回復気味、冷蔵庫は底堅いものの、大きく伸びたり悪くなったりするという極端なことはなく、なだらかな状況が当分続くとみている。
家電量販店（店長） 乗用車販売店（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要に期待している。 ・新車の駆け込み需要の発生に拍車が掛かるとみられるが、供給面での制約がかかって、販売では大きな伸び又は回復は期待できないと予想している。
乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなるということとは違うが、消費増税前の駆け込み客は間違いなく増える。販売台数も伸びるとみているが、消費増税後は急に落ち込むことが予想される。
乗用車販売店（店長）	・12月は販売量や売上など様々な面で苦しい時期となっているが、これから年度末にかけては、消費増税前の駆け込みや初売効果、決算などもあり、景気の回復が見込まれる。
住関連専門店（経営者）	・消費増税前はいくらかは販売量が増えるのではないかとみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費増税に伴う駆け込み需要があると考えられる。
高級レストラン（支配人）	・年度末の異動や各種行事での利用に加え、消費増税前の購買や利用の増加がある。
一般レストラン（経営者）	・3か月後はまだ消費税が上がっていないので、特に悪くなる要素はない。
旅行代理店（店長）	・消費増税前の駆け込み需要により、各業界での販売好調が持続すると見られる。
通信会社（営業担当）	・消費増税により購買意欲が上がり、一時的に景気が良くなる。
美容室（経営者）	・消費増税前ということで、わずかながらでも駆け込み需要が発生し、その分、若干来客数等も増える可能性はある。
美容室（経営者）	・消費増税前にパーマやカラーリングの機械を導入した。このように増税前は駆け込み需要が増えるのではないかとみている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・4月の消費増税までは、来客数、販売数、客単価のいずれも、前年及び前月より上昇する現在の傾向が続くとみている。
変わらない	
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・競合店の動き、ネット通販の動き、その他の要因があつて、既存店の購入量、単価といった辺りで徐々に変化が見受けられる。売上は維持しているが、なかなか分析しきれない状況にある。
百貨店（総務担当）	・消費増税による3月の駆け込み需要、そして4月以降の反動による落ち込みという部分で、景気や消費がどうなるかという先行きは不透明であるが、3月までと4月から大きく分かれるとみている。
スーパー（経営者）	・3月は駆け込み需要、4月はその反動を予測している。その後は不透明だが、とりあえず3か月間はプラスと予測している。
スーパー（経営者）	・1月も現在の円安株高が続くとみられるが、報じられているほどの好感はない。利益増の企業も国内への投資は少なそうである。また、被災地復興等への公的資金投入は続くので、その方面の雇用環境は良いように見える。ただ、輸出関係業界や建設関係業界を除き、地場産業など中小の会社は原料や資材価格、雇用コストの上昇で収益圧迫が続いている。地方企業の給与増の期待も薄い。減反政策転換もあり農家の収入減への心理的影響もうかがえる。地方の消費環境はまだまだである。大手企業の給与増による波及効果を期待したい。
スーパー（店長）	・年金を含め所得は減少する一方で、消費増税も控えている。特に当地方は寒さが厳しく、灯油の値上がりも続き、生活に直接影響がある。この先も不安は大きい。
スーパー（店長）	・商圏内競合店の状況は変わらず、当業界の景気も横ばいとみられる。
スーパー（店長）	・競合店の状況及び店内の状況が変わらないので、今後も変わらない。
スーパー（店長）	・ここ2、3か月変化がないため、この先3か月も変化は無いとみられる。
スーパー（物流担当）	・消費増税への報道が多くなるにつれ、耐久消費財の先買いが増えており、その分食費の切り詰め等、余計な支出を抑えている。この傾向は当分続く。
コンビニ（エリア担当）	・来客数前年比は向上しているもののまだ弱く、前年比100%以上にはほど遠い。
コンビニ（エリア担当）	・他チェーンを含め過去最大の出店が計画されており、既存店の前年割れの傾向は続くとみられる。

コンビニ（エリア担当）	・人口減である以上、長期的な期待はできない。
コンビニ（店長）	・消費税増税に対する意識がより一層高まり、食料品等への出費抑制が懸念される。また、競合店の撤退により、一時的に来客数は増加したが、客単価及び購買点数はやや下がってきており、今後不安を残す形となっている。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税を控えていても、増税前の駆け込みの購買の声はほとんど聞こえてこない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の3月までは動きが活発になるとみられるが、4月以降の商品の動きが心配である。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税への対応を考えると、頭が痛い。
衣料品専門店（経営者）	・駆け込み需要が増えることに期待したいが、これから備えて財布のひもも固くなりそうである。
衣料品専門店（総務担当）	・景気回復といわれているが、給与やボーナスといった個人所得にはまだ反映されておらず、消費活動に循環されていない。
家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は多少あるとみられるが、その後の反動を均せば、景気の予想は全くつかない。
乗用車販売店（従業員）	・現在も消費税増税前の駆け込み需要があり、3月までは好調が続くとみられる。
自動車備品販売店（経営者）	・例年に比べて、現段階では降雪がほとんどない。降雪並びに低温に付随する車両トラブル他、除雪車の稼働に伴う修理等は、例年に比べ低水準になると予想される。除雪業者の出動回数の減少は企業収入に直結する。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が多少はあった。内装工事については職人不足が深刻になっており、今後オリンピック工事が始まると更に不足することを心配している。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・当分、職人不足の状態は続くともみられる。また、材料の供給もままならないため今後も仕事は進まず、お金の流れも鈍いままである。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・消費税増税により、事前の買い増しが生じるとみられるが、制服などのサイズのあるものは難しいのではないかと。しかし、土壇場になってから慌てないようにアナウンスはしておくつもりである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖房用の燃料の出荷は気温の状態が大きく左右されるため、この先1か月の状況で業績は大きく左右する。また、消費税増税の影響が出るために、春のタイヤ等の出荷が早まるとみられる。前年より需要期が前倒しとなりそうである。
一般レストラン（経営者）	・基本的には今後しばらく緊縮したお金の使い方が続くとも予想される。消費税率も上がるので、非常に厳しい状態が続くと予想している。
一般レストラン（経営者）	・1月の予約状況は例年と同じくらいで、良くなるというような要素も特に無い。
一般レストラン（経営者）	・景気はあまり良くないが、それほど落ち込むこともないとみており、変わらないと推測している。
観光型ホテル（経営者）	・入込は前年並みであるが前年はあまり良くなかった。特記すべき点は、金曜日の入込が非常に良いことである。内容は歓送迎会とみられるが、一般企業ではなく、公務員的な利用者が目立つ。
観光型旅館（経営者）	・経済指標は上向きになってきているようだが、客の消費行動に影響が出るほどの実感は伴っていない。大きな変化をもたらすような景気回復の動きはまだまだうかがえない。
観光型旅館（スタッフ）	・1月から3月の冬季は集客が悪く、計画も毎年赤字計画である。具体的な打開策も無く、おそらく赤字のままとなる見込みである。消費税増税も控えており、少しでも赤字幅を少なくしたいが厳しい状態である。
都市型ホテル（スタッフ）	・クリスマス、年末年始、新年会と稼ぎ時であるが、クリスマスは日の並びの影響もあり前年割れとなっている。さらに、おせち関係についても食品表示問題の影響があるのか、前年を下回る予約状況である。年末年始の日の並びの影響も少なからずあるようだが、地道に消費者の求める商品を提供していかなければならない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場の予約状況は卒業式、送別会等である程度期待できそうだが、婚礼件数は少なく、宿泊、レストランも現状から好転する兆しはみえてこない。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況を見ると2月はイベント等があり、宿泊は入っている。3月の送別会シーズンも宴会場は満室となっている。しかし、外食産業にとっては、消費税増税の影響が大きく出ることが懸念される。
通信会社（営業担当）	・消費税増税を控えており駆け込み需要はあるものの、根本的な景気改善は期待できない。

	通信会社（営業担当）	・長期的に見て、改善に値するような好材料が見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的な消費の盛り上がりはあるが、好感感とは捉えられない。来春のペースアップも一部の業界では報道されているが、地場系企業では期待できない。実体のない好況報道には気を付けたい。
	通信会社（営業担当）	・顧客のコスト削減要求が後を絶たない。
	観光名所（職員）	・来客数の若干の落ち込みを客単価の若干の増加で補うという形が前月から続いている。予約数も特に変わらないので、このまま続いていく。
	遊園地（経営者）	・シーズンオフに向かうことに加え、消費税増税前の駆け込みが見込まれない業種である。12月賞与の動向や物価の上昇が家計にどう影響していくかは不透明である。
	競艇場（職員）	・目玉となる商品での売上は見込めるが、消費税増税前の駆け込み需要があるような業態ではない。
	設計事務所（経営者）	・1、2月くらいまでの仕事はあるが、その先は全く見えない状況である。今後、災害公営住宅等が出てくると、我々民間ではほとんどのところは苦しくなるのではないかとみている。
	住宅販売会社（経営者）	・新築の受注量については鈍化するとみられるが、消費税増税前の3月末まではリフォームを含む短期工事のボリュームが多くなる。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・消費税増税を意識した、駆け込み需要的な工事があることを期待している。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税に対する警戒感や精神的な問題で、前半は駄目なような状態になる。
	商店街（代表者）	・業種、業態によってばらつきは多少あるものの、全体的に雇用不足、人員不足、そして、資材価格の高騰により、再開発、大型建築の動きが遅れている。この動きが続くと、来客数の減少や客単価低下につながるのではないかと危惧している。
	一般小売店[酒]（経営者）	・雪が積もり、出歩く人が少なくなる。
	一般小売店[寝具]（経営者）	・今年は終盤になりやっと商品が動くようになったが、年間を通してみると売上は落ち込んでいる。寝具関係は低迷中であり、来年の動きも目途が立たない。
	スーパー（経営者）	・消費税増税前の2、3月は食品にとってはまだまだ節約志向があり、駆け込み需要がある3月に関しては限定的であると予想される。
	スーパー（店長）	・4月の消費税増税が目前になり、一時的な駆け込み需要はあるが、その後しばらくは大きく落ち込むことが予想される。また、各社の価格表示が統一していないなど混乱が予想される。
	スーパー（総務担当）	・4月からの消費税増税の前に、3月は買い置き需要が多少あるとみられるが、例年1、2月は消費が低迷するので、景気はやや悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・4月から消費税率が上がるので、3月の下旬はたばこ等の駆け込み需要が少しはあるかもしれない。しかし、他は期待できない。
	コンビニ（経営者）	・今月、近隣に競合店がオープンした。影響はまだ未知数ながら、ダウントrendは続くだろう。
	コンビニ（店長）	・例えばおせちの販売量が全般的に減っているなど、震災パブルの完全な崩壊と、来年の消費税増税によるマインドの低下が前月末あたりから顕著になってきている。3月は増税前の駆け込みでいくらか良くなることもあるかもしれないがマインドは確実に下がる。
	その他専門店[酒]（経営者）	・消費税増税の影響で駆け込み需要があるかもしれないが、消費量が多くなるわけではなく、消費者にとっては値上げと同じことになるので、結果的に悪い方向にいく。
	その他専門店[酒]（経営者）	・天候にも大きく左右される地域柄のため、あまり期待はできない。政府は景気は上昇傾向にあるといているが、地方の中小企業に大きくその影響が出るにはまだまだ時間がかかる。
	その他専門店[ガソリンスタンド]（営業担当）	・原発問題や消費税増税や社会保障費用等の負担増に対する将来への不安がある。
	高級レストラン（経営者）	・消費税増税もあるし、3か月後くらいまでは景気回復もあり見込めないのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・年末年始でお金を沢山使う時期ですら節約志向がうかがえた。今後は消費税増税も絡んで更に節約志向が加速するとみられるため、その影響が景気を下げると予想する。	

		スナック（経営者）	・忘年会シーズンも終わり、年明けからまた普通の状態に戻る。特に今年は新年会などを開催する話をあまり聞かないので、年明けから厳しい状況になるのではないかと予測される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・電気あるいは灯油、その他生活必需品の物価が上がり、さらに、4月から消費税が8%となるため、個人消費に対するマインドが低下している。また、先行きの予約状況が芳しくない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・デスティネーションキャンペーンが終わってしまい、取り立てて目玉がない。また、天気予報では新年から大雪になるということで、観光客は前年のこまちの脱線という嫌なイメージもあって客足が遠のいてしまうのではないかと考えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災被災地で2年ほど特需が続いていたが、現在は震災前の状況に戻っている。来客数、イベント数共に前年を下回り、来月以降の問い合わせ件数、予約売上も前年に比較してやや弱みみとなっている。
		旅行代理店（経営者）	・現在の売上からみると、これから4月に消費税率が上がる関係か、徐々に申込件数や団体の需要が戻す様子になっているようである。
		タクシー運転手	・極力車を利用せずに歩くように心掛けている人が多いようである。
		タクシー運転手	・乗客の話聞いても、消費税を非常に心配している。これでは良くなる気がしない。
		通信会社（営業担当）	・一時的に購入するサービス商品ではなく、消費税増税後も継続的に料金を払って利用するサービスなので、4月以降加入が鈍化するとみられる。ますます節約傾向が強まることが考えられる。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税を前に購買意欲がしばむ可能性があるため、現状よりも悪くなる。
		観光名所（職員）	・冬季のイベントが終了すると閑散期を迎える。
	悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・大手企業など一部は非常に良い状況のようだが、一般消費者は4月からの消費税増税を控えて、直撃される状況を肌で感じている。小売店は非常に厳しい状況が続く。
		コンビニ（店長）	・売上が前年割れを続けている上に、経費としての除雪代が重くのしかかってくる。今年は大雪であった前年よりも降ると予想されている。客足にも影響してくるのではないだろうか。
		高級レストラン（支配人）	・勝ち組と負け組の格差がボディブローのように効き始めてくる。そして消費税増税がくる。勝ち組の人口構成は明らかに少数であることから、高単価の外食は直撃を受けるのも自明の理である。
企業動向関連	良くなる	建設業（従業員）	・現在入札手続中の案件についても、年度末までに受注者が決定してくる。
(東北)	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが取れて、採算の改善が進む。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末までは仕事が入っているようなので、当面はやや良くなるとみられる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・円安の進行により、自動車産業は凍結していた設備投資を段階的に行っており、中小企業への波及効果はゆっくりだが出ている。
		輸送業（経営者）	・当地方では景気回復の兆しはあまりうかがえないものの、全般的には物量も含め、良い方向に向かっている。
		金融業（広報担当）	・消費マインドの好転が期待される。
		広告業協会（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要はおう盛で、特に軽自動車は3月末納期まで受注しているようである。不動産についても戸建、マンション共に好調だが、広告界にとっては痛し、痒しの状態が続いている。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注が見込まれる。
		広告代理店（経営者）	・受注量の増加が見込まれる。
		経営コンサルタント	・ボーナスも例年より多めに支給されている企業が多く、消費マインドが高まっている。
		司法書士	・消費税増税にからんで、来年3月末日まで引き渡しの注文住宅に関する業務が終了するまでの需要は確保されている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・消費税増税に向け、駆け込み需要の発生が予想されるが、近年は流通、店舗での在庫を多く持たない傾向があり、限定的と推測する。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・装置の搬入が度々ある。今後も新品種立ち上げ等で物流も多くなる。

		金属工業協同組合（職員）	・ここにきて、消費税増税前の駆け込み受注案件が目に見えて増えている。来年3月までの納期対応案件となっている。ただし、単価は依然として低単価である。
変わらない		農林水産業（従業者）	・自由出荷のふじりんごの精算書はまだ決済されていないが、原発の汚染水問題等の風評被害が影響を与えているとみている。
		食料品製造業（経営者）	・12月と同様、牛タン人気は順調であると判断している。したがって、やや良い流れのなかで今後も推移するとみられる。
		食料品製造業（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税やTPP参加の問題が控えてはいるが、し好みなので強い向かい風にはならないのではないか。
		食料品製造業（営業担当）	・既存品の販売は前年をキープするのが精一杯な状況である。新商品投入やキャンペーンで売上増加を図っても効果が薄い。
		土石製品製造販売（従業員）	・数年前と比べ、各部署の正社員の割合が少なくなってきている。雇用面では、まだ景気が上向きとは言えないのではないか。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税の影響は、不動産や自動車などの大型商品分野においては影響があるだろうが、我々の電子機器分野ではそれほど影響はなく、逆に大型商品分野に消費しない分が電子機器、家電製品の消費拡大につながると考えられる。
		建設業（経営者）	・消費税増税後も2、3か月は受注が続くとみている。心配なのは技術者不足及び資材の高騰である。
		建設業（企画担当）	・消化能力が限界となっており、しばらくは現状維持が続くと予想される。
		通信業（営業担当）	・既存契約更新には依然として慎重な姿勢がみられるが、営業フォローの効果で今のところ契約切替えの兆しはみられない。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（営業担当）	・全体的にマインドは良くなってきている。
	やや悪くなる		その他非製造業〔飲料品卸売業〕（経営者）
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がいわれているが、業界によっては無縁もしくは、逆に値下げ要請に繋がる懸念されており、警戒している。
		繊維工業（経営者）	・天候の影響で店頭販売が良くないので、先物の春物の展示会の受注が今までに無く悪くなっている。また、来年4月から消費税率が上がることで一般消費は冷え込むのではないかとみられる。
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、一時的に景気は良くなるとみているが、4月以降は消費低迷で景気は悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、消費税率引上げ後の反動が出ることが予測されることに加え、新興国経済に陰りが出てきており、輸出がやや下振れるのではないかとみている。
		輸送業（従業員）	・年始休暇、旧正月等で物流の停滞傾向が予測される。
		通信業（営業担当）	・差し迫っては消費税増税による消費低迷が予測される。
		公認会計士	・資材不足、人手不足が解消しないと、もう少し現在の状況が続く。また、4月以降は消費税増税が控えているので、心理的にも購入等の手控えがおこり、若干景気が落ち込むかもしれない。
悪くなる		農林水産業（従業者）	・TPPや減反政策の見直しにより米価格の下落が予想され、精算金の縮小が予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・復興関連の仕事も我々の業界では少ない。今後も増えるような状況を確認できず、実感もない状況である。前年の売上の数字を守れるか、現状は不安な状況である。
雇用関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今の大学3年生を採用する採用活動が12月に入ってから始まっているが、どの就職情報サイトも募集している企業の数が前年より2、3割増加している。新卒採用活動を積極的に行う企業が増えている。
		アウトソーシング企業（社員）	・1月が思ったよりも仕事が多そうなので、このまま増えることを期待したい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・正月初売りも前景気は上々で、期待が高まっている。その勢いが消費税増税前の駆け込み需要と結び付けば、2、3か月先にかけては上向きになる。

	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・今年度内は良い状況が続くとみられるが、消費税増税後の4月以降はどうなるか予測がつかない。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・地元放送局の状況等からも、2、3月は4月からの消費税率引き上げに向けた広告出稿が活発になるとみられる。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・県外企業の季節従業員の求人数は明らかに改善している。消費税増税前の駆け込み需要とも相まって3月末までは景気は上向きに推移するのではないか。
	職業安定所(職員)	・求人数が増加し、求職者数が減少する傾向は続くともっている。また、有効求人倍率は高めに推移すると考えている。
	民間職業紹介機関(職員)	・製造業は相変わらず変化がないが、その他の業種では求人が増加傾向にある。
変わらない	人材派遣会社(社員)	・景気対策の効果について実感が得られていない。
	職業安定所(職員)	・新たに求人をしようという企業の意欲がうかがえない。
	職業安定所(職員)	・前年に求人が非常に多かったことから前年比での減少傾向はこしばらく継続するとみられる。また、企業整備等の情報も少ないことから、求職者の急激な増加は考えにくく、年度末までこの状況は継続する。
	職業安定所(職員)	・求人数が増加傾向の一方で、消費税増税前の駆け込み需要による建築求人がピークを過ぎたことや、情報通信業では震災後の首都圏からの受注が東北に戻りつつあることなど、業種により温度差がある。
	職業安定所(職員)	・新規求人数は1年間ほぼ同数で推移している。月間有効求人数は8月から11月まで4か月連続で前年比1けたの増加であり、当面はこの数値で推移するとみられる。
	職業安定所(職員)	・求職者が減っているため、当初の有効求人倍率は1.07倍と前月を0.04ポイント上回っているが、求人数は微増状態が続いており、有効求人倍率どおりの景気回復とはいえない。
	職業安定所(職員)	・引き続き、復興需要に伴う求人の増加が見受けられる。しかし、求職者が減少傾向にあり、求人の充足状況は厳しい状況が続いている。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・東北全体の新規派遣登録者が前月比マイナス30%と依然伸び悩むなかで、成約率は前月比マイナス7%と鈍化している。
	人材派遣会社(社員)	・アベノミクスは大手には一部効果があるようだが、全体的にはほとんどない。消費税増税も考慮し、新規採用は慎重になる傾向にある。
	職業安定所(職員)	・半導体及び自動車関連製造業で、事業再構築のため希望退職者募集等の雇用調整が検討されている。
悪くなる	-	-