

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	一般レストラン（経営者）	・今まで店としてやってきた、サービス、商品開発、食材調達などの取り組み、営業努力が客に認知されてきており、徐々にではあるが、来客数、販売量共に右肩上がりで見られている。今後も営業努力が必要であると痛感している。
		都市型ホテル（経営者）	・年末年始に向けて、団体及び個人の利用が活発化するとみている。
		タクシー運転手	・客から悪くなるという話を聞くことがない。むしろ、これから忘年会の時期に入るためタクシー関係としては客が切れない状態が続いていくとみている。また、来年には消費税率10%への引上げが予定されているが、今のところそのことに客が不満を言っている様子はない。繁華街にも人が大勢いる状況であり、このまま良い方向で推移するのではないかと。
やや良くなる		百貨店（経営者）	・都市部においては高額所得者を中心に景気回復傾向がみられており、地方にもいづれ波及するものとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車税引上げの前に、若干の駆け込み需要があるのではないかと。また、消費税増税前の駆け込み需要の影響による反動減が解消されることも期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・残り2か月で今年も終わる事から各社も追い込みをかけており、客の動きも更に激しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表効果と、消費税率10%への引上げが予定されていることによる若干の駆け込み需要が期待できる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始は少し上向き傾向になると期待しているものの、楽観視は決してしていない。一過性のもので終わらないよう企業努力も必要である。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・ブーツ、長靴、スノートレーニングシューズなどの冬物商品は、前年の動きが悪かったため、今年は買換え需要があると見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税率10%への引上げについて報道などが過熱し、駆け込み需要の類が増えるかとみている。
		スナック（経営者）	・これから忘年会シーズンに入り、宴会などの機会が何かと増えるとみている。1年で一番大きく稼げる時期であり、かなり売上が増加することを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年、10～12月は雪が降り出して客足も遠のくが、忘年会、新年会の時期であり少しだけ宴会部門は良くなる。さらに、今年は11月いっぱいアフターデスティネーションキャンペーンがあるため、客が当地を訪れる機会が多くなり、全体的に外に出ようという動きがでてくる。景気はそう大きく回復はしていないものの、年明けまではこのムードでいくのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現時点で宿泊は12月まで高稼働状態が期待できる。一般宴会も前年を超える状況が続いている。
		通信会社（営業担当）	・キャンペーンイベントを12月末まで連続して展開する予定である。今後、契約者の数値は増加していくものと期待している。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税が定着し需要が平常化しつつあるため、来年度秋に予定されている消費税率10%への引上げまでは、今後もこの状態が継続する。
		観光名所（職員）	・冬期間に集客を見込めるイベントを開催する予定である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・年末に向けて需要期に入ることもあり、今後も販売単価の好調は継続する。
住宅販売会社（経営者）	・大型物件の不動産仲介に伴い、半年先の建築物件の受注にも見通しが立っている。		
変わらない		商店街（代表者）	・一般市民はまだデフレの空気から抜け出せておらず、アベノミクスは消費者マインドを変えるところまではいっていない。これから先も今のような厳しい状態が続くとみている。
		商店街（代表者）	・新規開店した物産関係の店は計画を上回る実績に喜んでいる。しかし、商店街全体としては、前年比を上回れども消費税増税分には届いていない状況は今後も続く。
		商店街（代表者）	・2か月先には冬本番となる。冬物商品の活発化と、今まで縮小傾向で動いていた消費需要が少しは上向きになると期待している。
		商店街（代表者）	・年末に向けて、例年どおりに抽選会などのイベントによる集客を見込んでいるが、例年並みの盛り上がりにとどまる見通しである。

一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・政府が発表している地方創生、アベノミクスの今回の動向に消費者は着目している。世界全体の景気、株価についても思ったより影響力があるようである。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・当店は繁華街の近くにあるにもかかわらず、非常に景気が悪い。東北最大である当地域の繁華街の景気が下火となり、その景気は発電所関係の作業員を多く抱える地域に移動している。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・ここ2～3か月、良い月と悪い月を繰り返している。11～12月と忙しくなる月ではあるが、状態はそんなに変わらないのではないかと。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・客の購入姿勢は以前より積極的であり、流通するお金の動きも良くなっているようにみえる。しかし、エネルギー価格や食品価格の値上がりなどから先高感が一般的になっているのも確かであり、店頭での消費の主力が、年金生活者のような収入が比較的固定的な層から、勤労層に移りつつある。部分的に悪いところはあるが、全体を評価すれば、今後とも大きく落ち込むことなく推移するのではないかと。
百貨店(売場主任)	・購買意欲はあるものの、消費に対する慎重な傾向は続く。
百貨店(総務担当)	・まだまだ先行きの不透明感があるなかで、消費税率10%への引上げがどうなるかはまだわからない。株価の変動においても、地方にとって景気が極端に上向く好材料はみえないので、状況は依然として変わらない。
百貨店(営業担当)	・12月以降に、消費税増税前の駆け込み需要の影響による反動減がでてくる。そのため、前年比の数字はマイナスになるとみているが、景況感自体の落ち込みはあまりないのではないかと。
百貨店(営業担当)	・消費税率10%への引上げの予想などがあり、消費者は節約志向になっている。
百貨店(経営者)	・消費税増税の影響から、販売量はほぼ回復してきている。しかし、来年度に予定されている消費税率10%への引上げの動きなど不透明な部分もあり、現段階では積極的な消費は考えにくい。また、防寒衣料などは活発に動いていくものの、ここにきての耐久消費財の動きの鈍さは、先々も高額商品の領域だけにマイナスの影響となる。
百貨店(経営者)	・来客数、客単価共に前年比でややマイナスの状況が続いており、客の慎重な買い方にも年度を通じて変化はみられないため、この状況が改善に向かうとは考えにくい。
スーパー(経営者)	・消費の閉塞感が数値に現れ出したところであり、日銀の金融緩和の追加措置が客の購買心の改善に繋がってくれることを期待している。また、円安での輸出拡大や、株高での資産効果による消費拡大にも期待している。
スーパー(店長)	・寒さが厳しくなり暖房などの燃料費がかさんでくる。また、年末を控えて節約志向が高まっていくとみている。さらに、12月には複数の店舗に影響を与えそうな大型店の出店が相次いでおり、競争にますます拍車がかかるこの状況は長く続きそうである。
スーパー(店長)	・年末年始を迎えるに当たって、お歳暮などの歳末商戦における消費税増税の影響が懸念される。消費税増税分が単価に上乘せされたことにより消費がワンランク下にシフトし、結果として客単価の低下、売上の低迷につながるのではないかと。
スーパー(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響は続くので、不景気感もまだまだ続く。
スーパー(店長)	・消費税率10%への引上げも予定されており、改めて景気が良くなる要素は見当たらない。
スーパー(営業担当)	・家計に占める光熱費の割合が上がってくる冬期間は、今年の様な電力料金、灯油の価格の値上がりで家計を圧迫する。景気が良くなる要因はほとんどない。
コンビニ(経営者)	・来客数は減少しているが、単価や買上点数が大きく落ち込んでいるわけではないので、今後もこのままの状況で推移していく。
コンビニ(経営者)	・今後も近隣で競合店の出店予定があり、ますます競争が激化する。
コンビニ(エリア担当)	・来客数のトレンドが大きく変化する要因は見当たらない。
コンビニ(エリア担当)	・消費の二極化を目指した商品開発を進めているが、単価向上には至っていない。
コンビニ(エリア担当)	・クリスマス、年末商戦に期待をしたいが、プラス要素は見当たらない。
コンビニ(店長)	・天候に対する不安がつきまとうが、悪いほうに向かうきっかけは見当たらない。

衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後は、景気の停滞が続いており、客はできるだけ新しいものは買わずに、たんすのストックで済ませているようである。
衣料品専門店（経営者）	・新商品の開発、新規顧客の開拓、新規事業の展開などに今まで以上に取り組み、現状を打破したい。
衣料品専門店（店長）	・来客数が増加傾向にあるなか、値頃な商品が中心であり高単価商品の動きは鈍い。今後の冬物商品の立ち上がりが見えない。
衣料品専門店（店長）	・就活用スーツの需要が減少してきている。さらに、ビジネスマンのスーツの需要も伸びていない。
衣料品専門店（総務担当）	・同じ様な推移で長期間進んでおり、良くなる要因が見えない。
家電量販店（店長）	・景気を刺激するような対策がない。
家電量販店（店長）	・農家の客の来店率及び所得が伸びていない。
乗用車販売店（従業員）	・客との会話では、消費税増税やなかなか仕事がないという話題ばかりである。
乗用車販売店（従業員）	・土曜日、日曜日の客の動きをみても、良くなるどころか逆に少なくなっており、ここ2～3か月で良くなるとは考えにくい。
乗用車販売店（店長）	・顧客からは今後の生活用品の値上げを懸念する声も聞かれ、良い兆しがみえてこない。
住関連専門店（経営者）	・客からは景気が悪いという声を多く聞いている。来客数、売上高の現状もあり、今すぐに景気が回復するというのは難しい。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・企業自体に余裕がなく、今までの負債の補てんで精いっぱいの子がうかがえる。こういう状況が続く以上は全体の活性化には程遠い。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・おそらく今後も同じような状況が続くとみている。企業が先を予測して経費をなるべくかけないようにしているなか、活況を示すような商材は今のところ見つからない。ただし、安全面に寄与する商品であれば消費を刺激するかもしれない。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・冬場に向けて石油消費が上向く時期であるが、販売単価が下落している状況では、大きな寒波が来なければ収益の改善は望めない。購買意欲の縮小傾向は続いており、冬季用のタイヤなどの販売が必要最小限になりそうである。収益の改善がなかなか困難な状況は続くとみている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・原油価格の変動により販売価格は下落したものの、販売量の増加は期待できない。依然として良くはならないとみている。
高級レストラン（経営者）	・消費税率10%への引上げがあるとすれば、景気はまた悪い方向にいくとみている。しかし、消費税率を上げないとすれば、また国の借金が溜まっていくわけで、これもまた良い方向にはいかない。いずれにしてもしばらく明るさはみえない。
高級レストラン（支配人）	・周囲の競合施設が数字を落としているなか、当社のみ上向いている。来月の予約状況をみてもその状況は変わらないとみている。
一般レストラン（経営者）	・消費税率10%への引上げをどうするかという判断が12月にあるが、2～3か月後の景気は変わらない。
一般レストラン（経営者）	・例年の同時期に比べて客の予約状況が静かであり、前よりやや悪くなるのではないかと。
観光型ホテル（経営者）	・年内の入込は前年比微増である。しかし、新年に入ってから入込は非常に悪い。
観光型旅館（経営者）	・直前に予約する傾向が強くなっており、年末年始も部屋の予約が埋まっていない。さらに、1月3日は平日扱いの料金でないと反応がない状況である。忘年会や地元の個人旅行も低迷したままであり、特段変化の兆しはみえない。
都市型ホテル（スタッフ）	・ここ数か月の消費低迷が改善しないまま10月が終わり、11月以降、先の予約状況についても前年より遅れており、厳しい状況が変わらず続いている。新企画、価格変更などを打ち出しているが、目に見える効果は出ていない。ホテル業においては回復の兆しはみえない。
旅行代理店（経営者）	・これからの年末から来年頭にかけて先行的な契約が落ち込んでおり、前年比100%になっていない。現在の個人旅行の消費低迷をみても、前年より少し悪い水準のまま変わらないのではないかと。
旅行代理店（従業員）	・消費税増税後、最近の消費材値上げの傾向にまだ足踏み状態がみられる。
通信会社（営業担当）	・消費税率10%への引上げが予定されており、それまで景気が向上する材料は見当たらない。

通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しく現状維持の可能性が高い。
観光名所（職員）	・予約状況は前年並みであり特に変化はない。フリー客の出足は天候に左右されるものであり、経済状況など周りの状況で販売量、来客数の上下が見受けられないので、この先も特に変わらないとみている。
遊園地（経営者）	・シーズン終盤に入り、灯油価格や物価の上昇がマイナス要因になるのではないかと懸念している。
競艇場（職員）	・今後2～3か月先に売上が見込める商品はあるものの、一時的なものであり、継続的に良くなっていくわけではない。
美容室（経営者）	・客単価も横ばいが続いている。これがなんらかの原因によって上がるとはなかなか考えにくい。
美容室（経営者）	・消費税増税の影響で客の財布のひもは固い。必要と感ずるものにはお金を出し、他は節約するという声を多く聞いている。
設計事務所（経営者）	・住宅以外の仕事が決まってくれば一気に上向くとみているが、先はみえていない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・消費税増税が心理的なバリアとなっている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・現在の忙しさは一過性のものであり、今後は注文が途絶えていくとみている。
百貨店（売場担当）	・今月の好調の反動が出るとみている。また、当地域は気温や降雪による影響が大きく、気温が下がれば防寒アイテムの動きが顕著に現れ、反対に暖冬であれば冬物商戦の苦戦は必至となる。客は、量販店、ネット販売と上手に買物をしており、高額商材やオケーションアイテムに対する百貨店の強みというものがなくなっている。そのため経済状況は全く変わらず、回復は見込めない。
スーパー（経営者）	・生鮮品の相場高に支えられているが、前年も同様に高値であり、年末にかけて不安がある。
スーパー（総務担当）	・国内の政情不安、燃料などの値上がり、消費税増税などの先行き不安により、消費の回復は当分の間見込めない。
スーパー（営業担当）	・競合店の出店など競争が激化するなか、来客数の伸びはもはや期待できない。そのため、メニュー提案や関連販売などの取組により、消費を促して買上点数を増やす努力をしているが、消費者の所得が伸びない状況では思ったほどの効果は得られていない。
コンビニ（店長）	・震災以降、震災復興事業関係又は建設関係のけん引で何とか保たれてきた当県の経済界も厳しくなっている。肉体労働者も非常にシビアになってきており、1日に使える金額が大分減っている。そのため、もう一品というパターンがなくなり、たばこならたばこだけという状況が続いており、これから年末にかけて買い控えが進むのではないかとみている。
衣料品専門店（経営者）	・寒くなり暖房などの光熱費が増える時期になるため、厳しくなる。
家電量販店（店長）	・パソコンや一部の新製品でやや動きがあるものの、電化製品のなかでも単価の高い冷蔵庫、エアコン、テレビの消費が少し冷えている。消費税増税の影響がほぼ無いに等しいにもかかわらず売上が減少しているのは、政府の経済効果に対する不安感が客に広がっているためではないか。
家電量販店（従業員）	・日を追うごとに来客数が減少している。これから迎える年末商戦がどの程度盛り上がるのか不安である。
自動車備品販売店（経営者）	・例年、10～12月にかけて販売量は右肩下がりで推移していくが、今年はその落ち込み幅が大きくなりそうである。しかし、早い時期に雪が降ればそれは解消されるとみている。
住関連専門店（経営者）	・チラシをまいても反応が鈍い。消費税増税の影響だけでなく、本当に必要なもの以外は我慢するものと消費者は割り切っている。
住関連専門店（経営者）	・秋口から冬にかけて耐久消費財の需要は落ち込み、特に家具の動きが鈍くなる。そのため、いろいろな催事の計画を立てて販売量を伸ばすことを考えている。消費者の財布のひもが緩くなることを期待しているが、現状ではなかなか厳しい。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・今年は、米価がかなり落ちることが確定的なので、地元農家の財布のひもが固くなることが予想され、年末年始の地元の上の落ち込みがあるとみている。
一般レストラン（経営者）	・飲食店としては、景気が思った以上に良くないことが大きく影響している。給料が増額されないため先の見通しも良くなく、外食を控える大きな原因となっている。これからクリスマス、忘年会と期待したいが、かなり厳しい状態になるのではないかと懸念している。

		観光型ホテル（スタッフ）	・週末はある程度単価が高くても利用客がいる反面、常連客や特に近隣からの客は週末を避けて利用するなど格差が出てきている。また、年末年始も例年より予約状況が悪化しており、このような状況はしばらく続く。
		旅行代理店（店長）	・先行受注をみてもしばらくは下降傾向が続く。
		タクシー運転手	・正月が近くなり、客の財布のひもも固まっているようである。
		タクシー運転手	・客の多くが消費税増税を気にしている。
		通信会社（営業担当）	・自然災害による国内農産物の出荷量の減少や、米の相場価格の下落による農家への打撃は大きい。農業従事者の消費が減り小売業への打撃は避けられない。
		美容室（経営者）	・物価は上がる一方で給与は全然上がっていない。そのため、子育て世代の客は美容院にかけられる余裕が無いようである。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受付につながる問い合わせが増えない。また、増える兆しもみえていない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・12月の予約もほとんど入っていない。いわゆる消費が止まっている状態であり、非常に悪くなっている。
		スーパー（経営者）	・消費税率10%への引上げに伴う心理的不安、生活必需品の価格の値上げ、また、これから冬にかけて灯油などの価格の高値、高止まりなどがあるため、買い控えが進行する。
		コンビニ（経営者）	・目的買いが多く、新規商品などの売行きが今までと比べてかなり落ち込んでいる。年末年始にかけて伸びて欲しいが、このままでいくとかなり数字は悪くなるのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税率10%への引上げになれば、来客数がさらに減少する可能性が高い。また、競争も現状以上に激しくなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・経営者側としては、人件費高騰、人口減少は労働力の低下となる。さらに、人口減少は単純に顧客の減少となるため、経営意欲は減退する。そのため、当社だけではなく業界、日本経済全体が弱体化する。
		コンビニ（店長）	・雪による影響で来客数が減る上に、電気代の値上げと除雪代が大きな負担となってくる。さらにコンビニ自体の売上が落ちてきており、今はまだ影響は少ないが冬にかけての不安が残る。コンビニも周りに建ち始め飽和状態になりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・年末、正月は冷え込み、天候も荒れ模様で客足は少なくなる。
		衣料品専門店（店長）	・緩やかな物価の上昇が少しずつ効いてきている。衣、食、住のなかで、衣料はどうしても後回しになることが多く、そのことが来客数の減少に繋がっているのではないかとみている。また、食料品、燃料の価格高騰なども来客数に大きく影響してくるとみているので、楽観視はしていない。
		一般レストラン（経営者）	・当エリアは農業従事者が多く、果樹被害や米価暴落が与える影響はかなり大きい。買物や外食における客の多数を占める農業従事者達の懐が充実しなければ、確実に景気は低迷する。
		観光型旅館（スタッフ）	・冬季に売上のベースとなる案件が少なすぎる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約確保の案内をしても、料金などへの反応が厳しくなっている。
		通信会社（営業担当）	・消費税率10%への引上げの話題に対して、ほとんどの客は更に厳しくなると認識しているようである。
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）	・消費税率10%への引上げについての発表があれば、一時的に住宅着工が増えるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末、年度末は繁忙期となるが、売上が前年並みとなるかを心配している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現時点で受注量、販売量に大きな変化はないが、今後の設備投資、新規プロセスによる新製品開発が徐々に進んでおり、やや上向くと見通している。
		建設業（従業員）	・前月から今月にかけて公募された官庁大型工事の受注者が確定する時期と重なるため良くなるかと期待している。
		司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が継続している。
		金属工業協同組合（職員）	・今月に入り下期予定受注計画分の動きが出てきている。スマートフォン用の電子部品、売れ筋である液晶などの製造関連の受注企業は仕事量が増加している。しかし、収益は原材料などの高止まりにより厳しい。

変わらない	農林水産業（従業者）	・11月から年末にかけてふじりんごの販売最盛期に入るが、天候にも恵まれ品質が良く前年同様の単価になるものと期待している。
	食料品製造業（経営者）	・牛タンの原料高はずっと続いている。円安円高というのは商社の間で調整されており、飲食店、土産物店にはあまり大きな変化がないままきているため、今後も変わらないとみている。
	食料品製造業（経営者）	・来月から始まるお歳暮商戦がどのような動きになるのかを心配している。
	食料品製造業（総務担当）	・来月の販売予測は堅調に推移しており、市況もほぼ例年並みとみている。
	食料品製造業（営業担当）	・東北向け商品の販売が好転する要素が見当たらない。そのため、大きな景気の変化は無いとみている。
	繊維工業（経営者）	・消費税増税の影響により店頭の売上が芳しくない。
	土石製品製造販売（従業員）	・燃料費が高騰したままでは、工事稼働、運搬にも大きな影響がある。そのため、回復するにはまだ時間がかかると見込んでいる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内は消費税増税後の反動減がもうしばらく続くともみている。また、アセアン向けの輸出環境の悪化が、北米市場の好調で吸収される状態が続く。
	建設業（企画担当）	・東京オリンピック、技術者不足など先々に不安はあるものの、しばらくは現状のまま継続するものとみている。
	通信業（営業担当）	・顧客に契約継続を促すためには、価格要素に加えて普段からの地道な営業活動が必要である。
	通信業（営業担当）	・政治次第である。
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
	広告代理店（経営者）	・大きく良くなる理由が見当たらない。
	広告代理店（経営者）	・取引先や各社メディアのトップとの会話からは、先行きの不透明感、個人消費の下降傾向などが懸念されている。また、消費税率10%への引上げの判断内容によっては、下ぶれにも上ぶれにも動く可能性があるともみている。
	経営コンサルタント	・東北地方では物価上昇に賃上げが追い付かず、じわじわと生活に圧迫感を感じ始めている。
公認会計士	・年末には消費税率10%への引上げの判断がなされるが、前回のような駆け込み需要は期待できない。建設関係も資材費、人件費の高騰が影響して現状維持となるのではないかとみている。	
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・顧客からも景気が良くなるという話はほとんど聞かない。この状況でしばらく続くのではないかと。	
その他企業〔企画業〕（経営者）	・来客数の割合としては、消費税率10%への引上げを見据えて様子見の住宅建築相談客が多い。以前は結論が出るのが早かったが現在は異なってきている。	
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・トラブルも少なく、このまま安定した状況が続く。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残が例年より10%落ち込んでいる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・予定どおりに受注量が動いていない状況が増加している。
	建設業（経営者）	・資材の値上がりによる建築価格の上昇により、消費を控えて慎重になっている様子が見受けられる。
	輸送業（経営者）	・主要荷主の減産が決定されたようであり、物量の減少が予想される。
	金融業（広報担当）	・消費税増税の影響がまだ大きく、各消費動向が上向いていない。
	コピーサービス業（経営者）	・4月以降や直近の3か月の傾向からも、3か月先の景気がそれほど上昇するとは考えにくい。1月も景気は良くなるはず発注量も向上しない状況にあるのではないかと。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年末は飲食の需要が高まる時期であるが、今秋の飲食店向け出荷が不調であることが大きな懸念材料である。慎重に出荷進捗を見据えた上で、忘年会などへの販促施策が必要である。
悪くなる	農林水産業（従業者）	・生産者直売の米についても、発注が例年より少ないため、景気は悪くなるとみている。
	通信業（営業担当）	・消費税増税と原材料の高騰は、今後、更に国民の生活必需品の値上がりにつながる可能性がある。
	広告業協会（役員）	・不動産、流通小売、サービス業は今後も広告出稿は期待できない。年末商戦に向けて媒体各社を取り込んで企画競争が始まっている。
雇用	良くなる	—

関連 (東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・大学新卒の採用が一段落したなかで、そこで採用しきれなかった企業が追加の募集をかけている。また、中途採用で新卒の補てんをするなど、前年にない動きをする企業が増えてきている。
		アウトソーシング企業（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・原発関連の仕事が増えそうな気配がある。
変わらない		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・今のところ、求職者が増加する見込みは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業に採用意欲はあるものの、売上の伸びが安定しないためちゅうちょしている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・公務員、一部業種に給与増額があるものの、全体として消費が低調であり、特に住宅と車両の消費が低い。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数の増加傾向は続いているものの、一方で破産宣告し、従業員を解雇する事業所もあり景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・小売業などで比較的人数の多い求人はあるものの、他業種への広がりが少ない。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・有効求人数については11,000人となり、統計の残っている平成6年4月以降では最高の数値となっている。ただし、来年2月に小売業20人、来年3月に製造業での大口の人員整理が予定されており懸念材料となっている。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足は一部業種に偏っている。求人数は増加しているが、以前のように雇用状況が良くなるのではなく、このまま高止まりが続く。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ここ数か月間、求職者は減少しており、求人申込数も大きく伸びている状況ではない。年末にかけて若干の変動はあるとみているが、今のところ景気の良さを感じるほどの動きになるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・求人の状態はここ数か月と変わりなく安定している。また、現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、大規模な人員整理の情報もないため、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・相変わらず震災復興、福祉関係の求人に偏っている。 	
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・明らかに消費税増税の影響が出始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税に加えて、旅行業や流通業では、国内では夏～秋の稼ぎ時の噴火や集中豪雨が、国外では円安や感染症などが大幅なマイナス要素となっている。基幹産業がない当県においては、こうしたサービス業の冷え込みが年末に影響を与えることは必至である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・個人消費が伸びていない。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・零細中小企業の製造業を中心に、事業廃止や一部休業などの雇用調整の情報が複数あるため、今後の動向が懸念される。 	
悪くなる		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・受注に対しての引当率の悪化は、2～3か月での改善は絶望的である。