

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)	・夏場は最盛期であるため、売上の増加や利益が期待できる。そのため、冷夏でないことを願うばかりである。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・徐々にはあるが、街の中心部での客の流れが活発になっていくとみている。
		商店街(代表者)	・非常に穏やかな天候が続いている。そのため、今後は特に初夏物、夏物の動きが活発になるだろうと、大いに期待している。
		一般小売店[書籍](経営者)	・消費税増税の再延期があれば、参議院選挙があっても少しは上向きになるのではないかとみている。
		一般小売店[酒](経営者)	・この先は六魂祭やねぶた祭りがあるため、景気は良くなるかとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数は増加傾向にあり、悪化するような要因は見当たらない。
		乗用車販売店(従業員)	・マスコミ報道では7月には軽自動車の販売が再開される予定とされており、そうなれば少しは良くなるのではないかと期待している。
		住関連専門店(経営者)	・2～3か月先にはお盆になるため、現在よりは仏事関係の商品が売れるのではないかと期待している。問題は、高額商材が売れるかどうかというところである。
		住関連専門店(経営者)	・この先、六魂祭やねぶた祭などで観光客が増えるため、景気は良くなるかとみている。
		その他専門店[酒](経営者)	・夏は一番の繁忙期のため、販売量はそれなりに増えるかとみているが、想定内のことであり、これ以上に良くなるという期待もしていないし、そうなる要因もない。さらにこれから選挙ともなれば、ますます状況は厳しくなる。
		高級レストラン(経営者)	・東北の景気回復は首都圏と比べても半周遅れとなっている。そのため、この先は逆に少しずつ良くなっていくのではないかとみている。
		高級レストラン(支配人)	・賞与などの時期になるため、一定の消費が見込まれる。
		通信会社(営業担当)	・消費税増税の再延期が決定したため、景気はやや良くなるかとみている。
		観光名所(職員)	・集客イベントの効果を期待している。
その他サービス[自動車整備業](経営者)	・消費税増税がどうなるのかが大きな分岐点となる。税率が現状のまま推移すれば良くなっていくとみている。		
住宅販売会社(経営者)	・大規模工業用地仲介と建築受注予定がある。		
変わらない	商店街(代表者)	・今のところ、良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。このような状態が常態化していくのではないかとみている。	
	一般小売店[医薬品](経営者)	・景気の状態は上向きになっているが、2～3か月先も同様の状態が続くとまではいえない。	
	一般小売店[寝具](経営者)	・この先どのような景気となるか、まだまだわからない。	
	百貨店(売場主任)	・消費税増税の再延期が決まりそうではあるが、必需品以外の購入に対する客のシビアな意識が緩和するまでには至らないとみている。	
	百貨店(営業担当)	・基調は変わらないとみているが、消費税増税の再延期が決まったことで、心理的な解放感により購買意欲が喚起されることを見込んでいる。また、不振が続いていた婦人服に若干の立ち直りの兆しもみられている。さらに、駅前に新たに商業施設がオープンするため、街への集客が進むことも期待している。	
	百貨店(営業担当)	・個人所得の増加が期待できないため、消費喚起が見込めない。	
	百貨店(買付担当)	・消費税増税時期を気にしている客もおり、先送りかどうかで景気は変わるとみている。	
	百貨店(売場担当)	・この先は、大きな景気回復がみられないまま、客の購買マインドが更に慎重になり、セール品への関心のみが高まるばかりとなるのではないかとみている。	
スーパー(経営者)	・経済環境に変化はないため、早く暑さが来ることを期待している。		

スーパー（経営者）	・これから先、一時的な原油高、円高の影響はもとより、消費税増税の再延期の影響が気にかかる。税収不足、各事業費財源の不足、高齢者、介護、子育て支援事業の停滞や減少などに対する不満が表れるのではないかと。また、地方行政予算の前年度の伸び率格差がどのようになるのか。東日本大震災後の復興事業費の削減や風評被害などへの賠償打ち切りもあり、将来への不安材料が増している。このことが影響して消費者の購買意欲が冷え込み、さらに、これが継続することを懸念している。
スーパー（店長）	・来客数の前年割れが回復しなければ営業数値も上向きにはならない。来客数の改善が2～3か月後へ向けた今後の課題である。
スーパー（店長）	・買上率は伸びているが、単価の低い状況は変わらないとみている。
スーパー（営業担当）	・この先に景気を左右するような要因がない。
スーパー（営業担当）	・当初心配されていた熊本地震の影響については、東北地方のスーパーマーケットでは直接的な影響は表れていない。ただし、景気が回復しているという実感もないことから、この先も変わらないとみている。
コンビニ（経営者）	・気温の上昇に伴い来客数も伸びるため、現在の気温が続けば前年並みに売上が期待できる。
コンビニ（エリア担当）	・この先、公共事業や大きなイベントがないため、状況が変化することはないとみている。
コンビニ（エリア担当）	・盛夏に向けて、景気が上向きとなる要因に乏しい。
衣料品専門店（経営者）	・衣料品の購買意欲は低迷したままであり、今後も回復するような要素は見当たらない。そのため、現在の厳しい状況が継続するとみている。
衣料品専門店（経営者）	・今年は民間のボーナスが前年より少ないとの報道があることから、中元商戦や普段の買物に影響がでるのではないかと危惧している。
衣料品専門店（経営者）	・夏に向けて少なからず良くなるが、8月になればジャケットを脱ぎたいほどに暑くなるため、需要がなくなってしまふ。
衣料品専門店（店長）	・クールビズが定着しており、なかなかスーツや上着が売れない時期となる。暑くなればサマーの礼服などは売れるものの、東北においては5月後半～6月に暑くならないと商売にならない。そのため、このような要因が無ければ現在の客の様子も含めて、あまり楽観できる商戦にはならないとみている。また、伊勢志摩サミット関係で景気が悪いのではないかとこの報道もあり、客の購買マインドは買い控えの方向となるのではないかと。
衣料品専門店（店長）	・必要に迫られて購入する客がほとんどである。そのため、クールビズに対する購入モチベーションも前年より更に低い状態であり、今後も厳しい状況が続くとみている。
家電量販店（店長）	・家電製品の買換え需要は前年並みで継続している。ただし、景気に対する不安感があるのか、買換えに対する購入マインドとしては、あまり高価な商品を望まない傾向にある。
家電量販店（従業員）	・来客数の少ない状態が今後も継続するとみている。
乗用車販売店（経営者）	・6月以降は、例年8月を底に動きが悪くなる傾向にある。
乗用車販売店（店長）	・今後、新型車の発表もあるが、全体の販売量そのものはあまり変わらないとみている。
住関連専門店（経営者）	・取扱商品がオーダーメイドのため、2～3年のスパンで考えなければ受注はなかなか取れない。2～3か月先において確定的な受注案件が取れていないため、現状と変わらない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・飲食店は平日に稼げる店のみが残りのつづがある。また、店頭で売れているものも一定の商材であり、傾向が決まってきた。この先の傾向も、選挙などの影響がでるだろうが、大きくは変わらないとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・現在の販売傾向が継続する見通しである。個人消費が上向けば販売量も回復していくだろうが、先行きが不透明であるため、急激な回復は難しい。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・すでに上向きのため、今後もこの状況が続くとみている。
高級レストラン（支配人）	・飲食業界は、ゴールデンウィーク明けからあまり良くない状況で推移している。来月以降の予約の反応をみても、特に良くなるような要因はなく、現状維持の状態である。
一般レストラン（経営者）	・客の様子や同業者の話などからは、この先に良くなりそうな気がうかがえない。

	スナック（経営者）	・近年、なかなか団体で動くようなケースが無いので、大きな売上が期待できるような状況ではない。そのため、この先もあまり売上は変わらないとみている。
	観光型ホテル（経営者）	・例年よりも予約の動きが良くない状態である。この先は観光シーズンとなるが、大きなイベントなども無いので、団体旅行の減少により先行きの景気は今一つになるとみている。
	観光型ホテル（スタッフ）	・良くなることを期待したいが、消費税増税の問題もあり、現状維持が精一杯になるとみている。
	観光型旅館（経営者）	・消費税増税の再延期という報道があるが、まだ決定ではない。そのため、好転するような要素はまだ見当たらない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会受注状況及び宿泊予約状況からは、夏の入込は例年並みに推移するとみている。
	旅行代理店（経営者）	・2～3か月先はちょうど夏休みであり個人旅行の時期となる。今のところ予約状況は悪くないが、この先、参議院選挙あるいは衆参両院同日選挙となれば、旅行を手控える客がかなり増えると見込まれる。そのため、若干先行きが見えないところがある。
	旅行代理店（従業員）	・熊本地震の影響もあり、客の様子見をする状況が続くとみている。
	タクシー運転手	・今のところ悪くなるような要因は見当たらない。駅前には新しいビルも建っており、客の様子や日々の売上からも、今までどおりの良い状態が続くのではないかとみている。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税の再延期が決まったが、それで景気が向上するとは考えにくい。
	通信会社（営業担当）	・景気の変化するような材料に乏しい。
	通信会社（営業担当）	・所得の伸びが一向に上向いていない。また、消費税増税の再延期により、買い控えが進むものとみている。
	通信会社（営業担当）	・ボーナスの増加や、個人の大幅な収入増加が見込めないため、継続的に娯楽に出費する人の割合が減ってきている。テーマパークなど一時的な出費をする人はまだいるものの、有料テレビなどへの継続的な出費は見込めない。スマホなどを使って楽しめる低価格な映像サービスが進出してきているため、競争がますます激化することは必至である。
	観光名所（職員）	・予約状況に変化はなく、客単価が若干上昇しつつも来客数が減少しているという状態が続くとみている。
	遊園地（経営者）	・新水族館の影響が一巡したこともあり、地下鉄新規路線開通の効果と合わせて一定の回復を期待している。ただし、猛暑の予報もあるため楽観視はできない。
	遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークの間は、景気に多少の上向き傾向がみられたが、連休以降は中だるみの状態となり現在に至っている。この先は、夏の気温が例年よりも高いと予想されていることや、ガソリン価格の上昇傾向などの影響により、日によっては外出が控えられてしまうのではないかとみている。
	美容室（経営者）	・何か急激な変化が起こらない限り、現在の状況のままで推移するとみている。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・この先、消費税増税の再延期が決まっても、景気が早期に回復する見通しは持てない状況である。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費者の節約志向が強い。
	一般小売店[医薬品]（経営者）	・営業担当者からは、4月から全国的に営業成績が良くない状態であり、東北は特にその傾向が顕著であると聞いている。以前は店頭をにぎわせていた土木建築関連の客も近頃は勢いがなく、震災から5年を経過し、復興需要も徐々に終息に向かうのではないかとみている。また、この先人口減少など悪くなる要因は多いが、良くなる要因が見当たらない。
	百貨店（総務担当）	・個人の給料に変化がなく、この先も増えるという見通しもないため、景気はやや悪くなるとみている。
	百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向に変化がないことから、減収傾向が続くとみている。
	百貨店（経営者）	・夏場に向けて経済環境が良くなるような見通しは立っていない。むしろ、国政選挙やオリンピックなどは、街に出てショッピングをするにあたってはマイナス要因となる。また、前年同月にあった高額商材への消費の追い風はない。
	スーパー（経営者）	・伊勢志摩サミットにおいて世界経済の悪化、日本経済のデフレ化などの発表がされている。また、消費税増税の再延期がされるとのことで、消費マインドが萎縮している感がある。
	スーパー（店長）	・来客数、売上共に、数字の伸び率が悪くなっている。全体的な数字も前年を上回ることができていないため、今後の方向としては若干悪くなる可能性がある。

スーパー（総務担当）	・今年の夏は猛暑が予想されているなか、客の買物動向は慎重なままである。この先に景気が上向くような要素はほとんど見当たらない。
コンビニ（経営者）	・来客数は悪いままで推移するとみている。ただし、今年はラニーニャ現象が発生して暑い夏になるとの予報があるため、今までの大幅な落ち込みからは若干回復していくかもしれない。
コンビニ（経営者）	・2～3か月先はかなり暑くなれば少しは持ち直すともみているが、人口減少問題など不透明な面が多く、景気はやや悪くなるのではないかとみている。
コンビニ（エリア担当）	・2月から4か月連続で来客数が落ち込んでおり、右肩下がりに推移している。この先も同様の傾向となるのではないかとみている。
コンビニ（店長）	・数字の悪さの理由が今一つはっきりとしないが、熊本地震の影響がじわじわと出てきているのではないかとみている。特に、建設業界の客の消費が鈍く、6月は要注意である。
家電量販店（店長）	・農家が多く、また、地元企業の給料も伸び悩んでおり、イベントなどを行っても来客数が伸びない。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・東北よりも気温が高い西日本の同業者も夏物が苦戦していると話している。そのため、この先本格的に気温が上がっても夏物が売れるかどうかは不透明である。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・客の購買力が落ちているのか、他社へ流れているのか判断ができない状況にある。このままでは夏場の売上も期待できないのではないかとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・いったん下落していた原油価格が上昇傾向にあり、今後は販売価格が上昇するとみている。そのため、販売量の更なる減少につながることを懸念している。
一般レストラン（経営者）	・客単価を高く設定しているような企業は、若干業績が悪くなっている様子である。客単価を安くすれば売上は増えるといわれているものの、実行することはなかなか難しい。
一般レストラン（経営者）	・同業者や他の商売をしている人達からは、先行きに光がみえてこないという話を良く聞く。相当な営業努力をしてやっと現状維持ができるという状態であり、普通どおりの営業では立ち行かない状態が続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・同業者や仕入先も、全体的にかなり静かであり、暇であると話している。これから夏になれば少しは人の動きがでてくるが、大きな行事がないため、先行きはやや悪くなるのではないかとみている。
一般レストラン（経営者）	・地元はこれからさくらんぼの時期であるが、例年よりも収穫時期が10日ほど早いと聞いている。そのため、ベストシーズンには収穫が終わってしまうため、農家は頭を抱えている。さくらんぼに関係している人が多い地域のため、この影響により景気は少し下がるとみている。
観光型旅館（スタッフ）	・客はより高付帯、低単価志向へと傾きそうである。厳しい環境となり、難しい判断が続くとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・本来であればこれから当県への旅行者が伸びていかなければならないが、今年は北海道新幹線開業、6月下旬からの六魂祭もあり、客の動きはそちらに向かうのではないかとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・7月に国政選挙があるため、宴会、レストラン共に予約状況が芳しくない。
都市型ホテル（スタッフ）	・前月に引き続き客の動きが鈍い状態が続いており、今月も来客数の前年比が大幅に減少している。予約状況も伸び悩んでおり、はっきりとした好要因がどこにもみられない状況である。極端に落ち込んでいるわけではないが、明らかに予約が鈍り始めており、今後も低調に推移するものとみている。
旅行代理店（店長）	・熊本地震による影響や、国政選挙による影響は避けられないとみている。
タクシー運転手	・客の乗り控えがますます目立ってきている。
タクシー運転手	・客の多くは消費税増税に対して、非常に心配をしている。また、雇用の不振についても心配をしている。このような状態では景気が良くなるとは考えにくい。
通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークが明けて観光産業が下火と聞いている。また、熊本地震で実家が被災した熊本出身の大学生などが、仕送りが途絶えてアルバイトを始めている。熊本地震の影響は、今後徐々に広がっていくとみている。このことから、この先2～3か月の景気は下降気味に推移するとみている。
テーマパーク（職員）	・宿泊、日帰り共に予約の数が前年よりも下回っており、予算も少なくなっている。

		競艇場（職員）	・ 商売柄、行楽シーズンはあまり良い結果が出ない時期であり、売上の増加は見込めない。そのため、景気は悪くなる方向に進むとみている。
悪くなる		商店街（代表者）	・ 来客数が極端に減少しており、特にゴールデンウィーク明けの動きが非常に悪い。将来的には、予約やその他の数字が前年を下回るようになっていくのではないかと危惧している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 消費税増税の再延期、選挙の問題など政治の世界は非常に不安定であり、さらに、経済も不安定な状態がずっと続いている。そのため、先行きを不安視した消費者により消費が鈍っていることがはっきりとしている。タクシーの運転手なども非常に不安が多い世の中であると話し合っている。
		スーパー（店長）	・ 基幹店の近隣に競合店がオープンし、基幹店のほかもう1店舗がその影響を受けるとみている。対策は立てているが、売上のダメージは少なくないと危惧している。
		乗用車販売店（経営者）	・ 軽自動車を販売できない状況が続く見込みであり、売上の減少は免れない。
		乗用車販売店（経営者）	・ 社会全体に成長意欲がみられない。個人消費も将来への不安により防衛傾向にある。
企業動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・ 今年度の大型公共工事の出件が始まっており、受注者が確定する案件が多数見込まれている。
	やや良くなる	建設業（経営者）	・ 新年度に入り、工事の引き合いや商談が少しずつではあるが増加してきており、期待をしている。
		輸送業（経営者）	・ 燃油が値上がり傾向にあるが、物量そのものは確保できるとみている。
		輸送業（従業員）	・ 来月からは主力商品の出荷が本格化する見込みのため、やや良くなるとみている。
		広告業協会（役員）	・ 6月はテレビ局のスポット枠の引き合いが多くあるため期待をしている。また7月には駅前の大型商業施設がオープンする予定であり、周辺の商業施設が対抗して広告活動を活発にすると見込んでいる。
変わらない		農林水産業（従業者）	・ 天候に恵まれ、今年の果物の生育は順調である。主力のものは旧盆前に最盛期を迎えそうであり、大いに期待している。
		食料品製造業（経営者）	・ 消費者の財布のひもはかなり固いように見受けられる。しばらくは、この状況は変わらないのではないかとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・ 景気が好転するような要因が見当たらないので、状況は変わらないとみている。
		繊維工業（経営者）	・ 先行きに期待はしたいが、あまり変わらないとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・ 当面、住宅部材の価格低迷によって収益的に厳しい状況が続くとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・ 半導体製品の価格が下げ止まる様子がみられない。それが、身の回りの景気に直接影響している。
		建設業（企画担当）	・ 工事受注額は当初の見込み通りであるため、今後2～3か月後も現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・ 受注量は増加傾向にあるが、今後も同様に推移するとは考えにくく、予断を許さない状況にある。
		通信業（営業担当）	・ 政治の影響が一般企業には反映されていないため、実感できるレベルでの景気回復は無いのではないかとみている。
		金融業（営業担当）	・ 特に大きな変化要因は見当たらない。
		広告代理店（経営者）	・ 参院選での需要が若干見込めるものの、広告費の割合が上昇するわけではない。ホームページや印刷物、イベントや展示物など、どれをとっても単価が下がってきている。
		経営コンサルタント	・ アベノミクスの行き詰まり感が消費の空気を重くしている。
		司法書士	・ 低金利が続いているにもかかわらず、住宅着工件数は増加していない。
		公認会計士	・ 建設関係は復興需要がまだ多く、もうしばらくは好調が続くとみている。小売業関係は売上、利益の減少が続くが、一定の利益を確保しながら推移しそうである。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ 給料が以前より良くなったとか、仕事が多くて残業が増えたというような話をほとんど聞くことがない。その代わりに、定時よりも早く仕事が終わってしまうという話であり、所得が段々減っていく状況のようである。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ この先、為替や株価などの改善によって、消費マインドが刺激されるような環境となる可能性は低い。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・ 現在の受注量からみても大幅な増加は期待できないことから、低調のままで推移するとみている。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・ 受注量はかろうじて前年を上回っているものの、先行きが良くなるようなニュースはない。	

	金属工業協同組合（職員）	・依然として、業種間による受注量の格差が広がっている。総じて先行きに不透明感が漂っている。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・取引先からはもち米の苗の出荷量が多いと聞いている。そのことから、今年産のもち米の価格が低下すると見込まれるため、もち米の作付けの多い当園に悪影響がでるものと危惧している。	
	食料品製造業（経営者）	・選挙があると、旅行や出張などの人の動きが鈍くなる。	
	食料品製造業（総務担当）	・生活必需品の値上げは一段落したが、熊本地震の影響などから節約志向が高まり、個人消費は底堅く推移するとみている。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・4月下旬～5月にかけて徐々に景気が悪くなっており、受注残高が前年比で5%ほど減少している。	
	コピーサービス業（従業員）	・これからは夏場にかけて売上が厳しくなる季節となる。今年は例年と比べても案件が少なく、前年並みの数字の確保は非常に厳しいと見込んでいる。	
	悪くなる		
雇用関連	良くなる	-	
(東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・契約満期終了後の再稼働管理を強化したことから、再稼働率、オーダー案件への引当率、採用決定率が向上している。そのため、2～3か月先の業績はやや良くなるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・4月前後に当市に進出している企業が、体制が整い募集を開始すると考えると、今後は更に求人数が増加するとみている。一方、建設業を中心に、東日本大震災の復興需要が落ち着いていくため、苦しくなる企業も増加する見込みである。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・2017年4月の新卒採用において、特に中小企業が5月の時点で積極的に内定を出している。企業の雇用の意思は継続している。
		人材派遣会社（社員）	・求職者と求人のミスマッチは今後も続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・大きな変動要因はない。
		人材派遣会社（社員）	・選挙などにより単発的な派遣ニーズは発生するが、それらは専門外である。そのため、目に見えて期待できるようなものがない。
		アウトソーシング企業（社員）	・予約なども特に入っていないため、あまり変わらないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この先の景気を左右するような材料は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・人員整理などの情報は特にないが、企業進出や大口の採用予定の企業情報もなく、今までどおりに推移していくものとみている。
		職業安定所（職員）	・特定業種への求人の偏りや求職者数の減少傾向という状況は、今後も継続するとみている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が前年同月を0.14ポイント上回っているが、在職求職者が増えていることもあり、求人倍率ほど景気が良いとはいえない。
		職業安定所（職員）	・求職者が減少傾向にあるという状況に変化はない。また、求人数の前年比にも大きな増減がみられていないことから、この先も大きな変動はないとみている。
		職業安定所（職員）	・求人の状態は減少傾向にあるものの、大きな落ち込みとまではいえない。また、現在のところ、企業の大規模な創業、及び、大規模な人員整理の情報はない。求職者数が微減していることで、求人倍率が1.1倍以上で高止まりしている状況であり、景気が悪化するというまでの印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は5か月連続で低下しているが、極端に悪くなるような要素はなく、景気が悪くなっているとまではいえない。
		職業安定所（職員）	・一部人手不足の業種はあるものの、全体として先行きの不透明感が増しており、現状維持とする企業が多く見受けられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・景気の動向に変化が見受けられない。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・G7仙台財務大臣中央銀行総裁会議で、日本の景気浮揚策や、特に被災地の支援政策なども提案されなかったため、地元としては期待していただけに落胆も大きくなっている。この先、このパターンが続くとすれば、地元にとっても景気浮揚のきっかけを失ったことになるのではないかと。	
	悪くなる	-	-