

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	良くなる	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の駆け込み時期と予想されるため、一時的にも販売の増加が見込める。
		タクシー運転手	・今の状況を見てみると、マイナス部分がないように見える。客も明るくなり、大変だったという話はあるが、生活も元に戻り、家族も仕事が見つかって働くようになり、順調にいつているということで、マイナスの要因がなくなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・前年はまだ県外からの観光客の人出は少なかったが、今年は回復しそうである。復興景気にすべて起因するとはいわないが、少なくとも現在のところ被災地は良い方向に向かっているのではないかと。この間に企業体質をしっかりと固めたい。
		商店街（代表者）	・当商店街の大型店の中に、不足業種であった書籍専門店が開店したこともあり、期待される。
		商店街（代表者）	・本年に入り、緊急雇用で勤務をしていた方々の雇用期間が過ぎ、失業保険やハローワークに回る人が増えている。しかしながら、これからの気候の変化、夏場に向かっての需要も少しずつ出始めており、今後は大いに期待される。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・一部公共工事の持ち直しの動きや新車の販売状況から、これらの業界の好調さが昇給あるいはボーナスの動きにつながってくると予測しており、景気全体を押し上げてくれることを期待している。
		百貨店（売場担当）	・今月は天候の要因が大きく影響し、前年に対して負ける結果となったが、6月はその反動で回復するとみている。しかし、本年の夏物セール開始が例年の7月1日から2週遅れの7月13日に変更となるため、このことがどのような事態に転じるのか懸念される。近隣の量販店は1日開始、早いところは6月開始であり、出遅れも心配である。
		スーパー（店長）	・前年は震災による風評被害から地元の果物などの農産物に大きな影響が出た。また、それに関連して観光客も激減した。今年はそれらの影響が薄れていることもあり、期待される。
		コンビニ（経営者）	・利益率の高い米飯、調理麺の販売数がアップしている。全体的に調子が良い。
		衣料品専門店（店長）	・気温が上がり、外に出かける気分になるのではないかと。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の消化スピードが想定より早く、早期に枯渇しそうだ。ここ数か月で補助金終了に向けた駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金について、次世代自動車振興センターのデータによると、補助金申請状況と残額からみて、7月には予算額に到達すると見込まれるため、客の購入時期は多少早まると予想される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・天候に左右されるが、消費者の出控えなどの傾向も弱まりつつあるので、ピヤガーデン等でのアルコール需要の高まりに期待したい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・復興需要が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ここ3か月の売上高前年比の推移が緩やかな上昇傾向にある。なお、現在も月間累計売上高の前年比が100%を超過していることから、景気は上向き傾向とみられる。
		一般レストラン（経営者）	・例年、暖かくなるにつれ人が出てくるようになるし、祭りなどで人の動きがあるため忙しくなってくる。復興関係については、あまり影響はないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・前年は6月以降、復興支援で、入込客数は前々年比2割程度の増加が続いていたが、今年は更に1割増となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大手電子部品メーカーの関連工場撤退の影響は懸念されるものの、新しい商業施設の完成が予定されている。また、気候がいいので、客が非常に外に出ている。加えて、やはり暖かくなると当地も客が訪れる頻度が高くなる。よって、今よりは若干上がっていくのではないかと考えている。
		通信会社（営業担当）	・6月はボーナス商戦にいよいよ入ってくるので、前年よりは動くのではないかと感じている。それ以降も夏の行事もあり、商売としては上向いていくのではないかと期待している。
通信会社（営業担当）	・特に具体的な施策はないが、緩やかに上昇してほしい。		

	通信会社（営業担当）	・国内では好況へ向いている兆しはみられるものの、海外、特に欧州の信用不安が報道されている通り、中央資本企業からの悪影響を受けかねない。また、電機メーカーの人員削減等の発表により、景気への懸念が生じてくることが予想される。ただし、東北では、夏の観光シーズンに向けての事前投資は活発化されると想定している。
	観光名所（職員）	・夏休みに向け販促策を実施するので期待はしている。
	競艇場（職員）	・暑い時期になり消費者が外に出て買物する機会が増えることが予想される。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原油の価格安定、震災対策予算の執行による。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅だけでなく、介護施設、賃貸マンション等の受注予定がある。
変わらない	一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上は上がらず今のままで推移するとみている。
	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・市内を大型チェーン店の無料巡回バスが1時間に2～3回巡回しているが、週末はほとんどが満員状態である。集客力の差が歴然としている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の流れや販売量、来客数といったものを踏まえると、今後とも特別なことがない限りは変わらない。売出しには集中するが、そうはいつても前年を多少上回る程度である。平日の売上もなかなかとれない状況であり、特別に何かない限り変わらない。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・相変わらず被災地では景気の動向がつかめない。
	百貨店（売場主任）	・今後の気温によって、売れるものと売れないものがはっきり分かれることが予想されるが、総体的にみると変わらない。
	百貨店（総務担当）	・先行き不透明感に加え、東京等の新しい商業施設への客の流出が懸念材料である。
	百貨店（企画担当）	・前年見られた震災見舞いに対する返礼ギフトの需要は見込めず、現在のマイナス基調は継続するとみている。また、節電に対する意識も前年同様強いが、エコ商材については既に購入されているとの見方もあり、大きな需要にはつながらないとみている。
	百貨店（営業担当）	・中元商戦を迎え、前年の地場産品を中心とした震災特需分の売上が減ることが予測される。しかし、消費者の購買意欲は堅調で前年の数字は確保できると予想している。
	百貨店（買付担当）	・消費税増税問題など、先行き不安感が消費に悪影響を及ぼす。
	百貨店（経営者）	・震災による復興イベントや復興工事などは特定の都市、場所に集約され、地域間の格差が激しい。流出はあっても流入は期待できない。行政は対外的なことも大切だが、地元の活性化にもっと注力をして欲しい。
	スーパー（経営者）	・停滞感に変化はない。
	スーパー（経営者）	・6月度は、景気にプラスの復興事業拡大とその波及効果に期待しているが、海外の不透明な経済情勢や、国内の事業意欲を削ぐような極端な円高と株安が続いているので、資産の目減り、国内投資抑制を招き、工場の海外移転の加速などで雇用ひいては消費に影響が出ないようにと思っている。ただ、消費環境はしばらく変わらないとみている。
	スーパー（店長）	・競合店とのチラシ価格競争はより激しくなり、1品単価のダウンにつながり、売上がますます下降傾向になることが予想される。
	スーパー（店長）	・競合の状況及び来客数の動向に変更はないと予想している。
	スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要件が見当たらない。
	スーパー（販促担当）	・消費税増税の問題をとってもはっきりせず、今後の政治の先行きが見えず景気が良くなる材料が無い。
コンビニ（経営者）	・暑くなるにつれ、例年、来客数は増加するが、客単価は下がる傾向が出てくる。今年は早くもその傾向が出ているため、プラス要因とマイナス要因が拮抗し、変わらないと判断した。また、今月は買上点数が3か月前とちょうど同じ100%である。買上点数が増えてくると、明るい感じがするのだが、ちょっと残念である。	
コンビニ（経営者）	・現状、求人も土木関係が多く、職を求める人とのミスマッチが生じている。したがって、仕事に就けない人もかなりいるのではないかと。	

コンビニ（エリア担当）	・幹線道路沿いの店舗では、渋滞の影響か、売上の良い店、悪い店が混在しており、若干の不安要因となっている。その不安要因を除けば、夏にかけては特に天候に左右されるが、天候が安定していれば、売上、来客数共に大きな変動はないとみられる。
コンビニ（エリア担当）	・分類別の前年比の状況から、たばこ以外は前年割れが続いている。
衣料品専門店（経営者）	・価格競争では地方の中小企業は太刀打ちできない現状である。
衣料品専門店（店長）	・ジャストタイムで着用できる商材に対するニーズが年齢を問わず広がってきているなか、気温の変化にスピーディーに対応できるか否かが今後の課題となっている。
衣料品専門店（総務担当）	・客の動向を見る限り、今後のボーナス商戦等でも期待感は見られない。本当に必要としているもの以外の購買が見られない。
家電量販店（店長）	・客の様子を見ると、必要な物以外は購入していないため、新製品の買換えが進まない。
家電量販店（店長）	・当県は復興需要があることに加え、電力会社からの賠償金が入っているため、需要としては他県よりも大分成績が良い。しかし、今後この復興需要がいつまでも続くことはなく、他県と同じ伸び率となると、あまり数字は期待できない。家電製品のなかでも特にテレビはデジタル化以降の買換え需要が一段落したので、その伸びは大きくならないとみている。
乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了がこの夏場と予想されており、個人、法人共に最後の駆け込み需要の発生が期待されているものの、補助金対象車の供給が円滑に追いつかず、販売にブレーキがかかり、市場は約20～30%の反動減になるのではと予想している。
乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了が近づきつつあり、ムード的には良くない。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の対象車はかなり少なくなり、販売量が落ち込んでいる。しばらくはこの状態が続くと予想している。
自動車備品販売店（経営者）	・前年は通年統計で過去一番悪い5月期だった。それと同等の売上は確保できたものの、突発的なもので内容が悪く、これからの継続的な流れは感じられない。3年経ったエコカーの車検の補修消耗部品に期待したいところだが望み薄である。
住関連専門店（経営者）	・新築客の購買傾向として、従来のように新築を機会にトータルで家具インテリアを揃える人が減少し、単品買いが多くなっている。
住関連専門店（経営者）	・先日リニューアルオープンした。せめて誘客して、販売量を伸ばすということがベースにある。ただ、チラシでは客がなかなか戻らないような状態なので、低価格帯はまだまだ根強いとみている。販売量はそう極端な伸びを見せることはないと思っている。企画を打って、売上を守っていくという方向で対応していかなければならないと考えている。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・それぞれのカテゴリーの中で、今後の動向も含め控えた物流の動きにさせているよううかがえる。個々の企業の控え方が故意なもので、それが寄せ集まり市場の動きを鈍くしているようである。
その他専門店 [靴]（従業員）	・メーカー、問屋が在庫縮減を進めているため、商材調達に難しくなってきた。特に特価商材が手に入らない。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・ここ数か月の業界の動きを見ると、各企業の体力勝負による淘汰の動きが出てきており、その動きが止まらない懸念が強い。そのため、一段落するまで競争が激しくなる恐れがある。収益の悪化が各企業の行く末を大きく変える可能性が強い。地元資本の会社にとって正念場となりそうである。
高級レストラン（経営者）	・アメリカの景気が上向いているようなので、それにつれて消費も拡大し、日本の景気も上がるのではないかと期待がある。
一般レストラン（経営者）	・ボーナスはあまりもらえないという話もよく聞かれるが、この先3か月、悪くなることも良くなることも考えられない。
一般レストラン（経営者）	・来店するいろいろな業種の客から、良くなってきたという話を聞く。それほど落ち込むこともないと思うので、現状維持ではないかと予想している。
スナック（経営者）	・今月もゴールデンウィーク明けから、一気に売上が減少し、来客数も大分減っているのが現状である。また、薬品メーカーの接待禁止というのが大分効いているようで、今後も売上はかなり厳しい状態が続くそうである。

観光型ホテル（スタッフ）	・観光面では特に今東京が注目されており、東北は押され気味という感が否めない。売上等については、前々年の約8～9割までは回復している。しかし、今後、国政選挙などがあった場合や世界情勢によっては下ぶれする可能性もあるので、楽観はしていない。
観光型旅館（スタッフ）	・増税が決まったとしてももう少し先の話なので、国内旅行としては、大きな影響はなく、インバウンドも円高の影響は前年から続いていることであり、もし大きく円安に変わったとしても、取扱量から短期的には大きな影響は無いとみられる。
都市型ホテル（経営者）	・全体的な動きとして変わらないと判断した理由として、2、3か月後となると夏休みシーズンに入る。これはゴールデンウィークにも言えることだが、子連れ客の来店が減るといのが一番の懸念材料である。夏休みを利用した県外への旅行等により、県内にとどまる人がどうしても少なくなってしまおうという懸念材料はある。ただ、一般的な大人の方々の利用に関しては、現在と同じと考えており、それでほぼ変わらないという判断をしている。
都市型ホテル（スタッフ）	・公共料金の値上げや社会を取り巻く環境、外的要因に対する不安から、企業並びに個人ベースで防衛意識が非常に高くなっている。少しでも明かりが見えるように政治の世界においても具体的なことを開示して、コスト削減や緩和策を行ってもらいたい。企業としては、企画を立案してどのようなチャンネルで販売し、顧客の拡大を図るか、真剣に生き残りを考えるときがきている。
都市型ホテル（スタッフ）	・7～8月は高校総体を始めスポーツイベントが多く、宿泊を伴う飲食は期待がもてるが、納涼会を中心とした一般宴会の予約状況は、震災後の前年に比べても今のところ良くない。
都市型ホテル（スタッフ）	・震災の復興特需が落ち着き、今月までは法人需要も過去の売上を上回る状況であったが、来月の先行予約状況は過去の状況とあまり変わらない入込で、レストラン等の個人需要は前年比を下回る状況が出始めている。
旅行代理店（店長）	・電力会社からの賠償金による個人消費は夏まで続くと予測している。
旅行代理店（従業員）	・まだ2、3か月後では復興関連の需要が回ってこない。その時期がまだ読めないのが不透明だが、今年の末から来年にかけて需要が発生してくると予測している。
旅行代理店（従業員）	・特にプラスの材料が見当たらない。
タクシー運転手	・料金は一定料金ではなく安い車と高い車に分かれているため、この先の見通しはあまり良くない。
タクシー運転手	・相変わらず仕事がないという客が多い。特に常勤の仕事がないというような方の話をよく聞く。仕事がないようでは将来の景気の見通しは明るくない。
通信会社（営業担当）	・政権交代が重視され、経済への活力となるリーダーが存在していないため今後も変わらない。また、食品の放射能汚染問題により東日本の農業の生産がストップされ、経済はまだ低迷状況が続く。
通信会社（営業担当）	・景気が上向く材料は特に見当たらず、当面は現状のまま推移することが予想される。
通信会社（営業担当）	・あまり変化は見受けられないので、現状と変わらないと予想している。
観光名所（職員）	・フリー客の入込は十分良くなっているが、この先となると、サクランボの生育状況があまり芳しくないのが、前年までいけるかどうか。特にサクランボ関連の団体の予約自体は今のところ前年と変わらないが、若干悪いような程度なので、サクランボが始まってみないと分からない。
遊園地（経営者）	・夏が猛暑とならず、平年並みに推移してくれば、ガソリン高や電力不足などの要因があっても、イベントの展開などで震災前の状況に少しずつ戻っていく見通しである。
美容室（経営者）	・今の状況がしばらく続くとみている。厳しい状況だが、復興需要で潤っている部分も多少は回ってきて、冷え込んだ部分を穴埋めしている。
美容室（経営者）	・客との会話のなかで、良いという人がいる反面、まだまだ良くないという人もいますので、変わらないのではないかと。
設計事務所（経営者）	・しばらくは現状維持の状態が続くのではないかと。集団移転による住宅の需要増も考えられるが、もう少し先のこととみている。
その他住宅 [リフォーム]（従業員）	・上半期はこの状態が続くとみている。

やや悪くなる

商店街（代表者）	・悪くなるとか良くなるという感覚が不透明な感じが客の様子からよく分かる。予約の状況からみても先行きは不透明で、やや悪くなるのではないかとみている。
商店街（代表者）	・6月末でJRのデスティネーションキャンペーンが終了となり、反動による落ち込みが予想される。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・できるだけ電気を使わず、不必要な電気は消すようにとの町内会長からの要請でネオンも看板も18時以降ということになり、非常に華やかさが少なくなり静かな町になっている。繁華街なので、ネオンが煌々となっていないと客の入りも悪く、全体的に町が静かになれば、各店の客も少なくなり、営業力が落ち込むのではないかと心配がある。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・地元の1次産業に大きなダメージがある一方で、被災地への各種補助金等のテコ入れがあり、思ったほど地元経済は悪化しなかった。しかし、その各種政策的支援の効果がそろそろ薄れてきているようである。得意客の買い方を見ると、以前より節約を強めている。
百貨店（経営者）	・百貨店のメイン客である富裕層の消費マインドの悪化が、国債の格付けダウンや株価の低迷により続きそうな気配である。新幹線開業の効果も観光客増、客数増にあまり繋がっていない。
百貨店（経営者）	・消費税を含めた政権の行方が不透明。円安進行となれば輸出には有利だが、輸入物価上昇は消費減速につながる。
スーパー（総務担当）	・現在は低価格品ばかりが売れている。食品の場合、客単価あるいは1点単価がいずれも前年を下回っている。来客数は横ばいである。競合各社も価格を全面に打ち出したチラシを出している。今後は安売り合戦が更に大きくなるような感じが見受けられる。
コンビニ（経営者）	・当県の場合は放射能の影響があり、3、4月で避難していった人もある程度いるので、そういった面では厳しさがどんどん増してくると予想している。
コンビニ（エリア担当）	・同業他社の新規進出があり、限定的ではあるかもしれないが既設店舗のシェアが縮小するので、厳しい競争環境になっていく。
コンビニ（エリア担当）	・前年6～8月は来客数の伸長が著しく、現在のトレンドでは前年実績を下回る可能性が高い。たばことコンビニエンスストアのマグネット商材である弁当、おにぎり、サンドイッチなどの不利差異が拡大する恐れがある。
コンビニ（店長）	・震災の恩恵も前年ベースでいうとほぼゼロに近い状態になっており、ここからは、前年ベースの話になると、苦しい月が続くことになる。前々年との比較では、まだ高い水準で推移してきているが、この先伸びていく材料は見当たらない。節電の影響も不透明なので、予断は許さない。
衣料品専門店（経営者）	・電力不足や料金値上げの影響で、節約ムードが高まると予想される。
衣料品専門店（店長）	・震災による復興需要も一服し、さらに、欧州の信用不安などで景況感が落ち込み、消費に対して慎重になる。
家電量販店（店長）	・家電業界では、これといった起爆剤となる商材が不透明である。節電家電は確かに伸びてはきているが、前年のテレビのように金額をカバーするまでには及ばない。
住関連専門店（経営者）	・震災等による新築がある程度一段落してきたので、耐久消費財である我々の商品の動きも一段落したとみている。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・米の高騰等、物価上昇を受け、商材仕入単価の上昇が懸念される。当然、消費者の生活防衛意識も高くなるを得ず、楽観視できない。地元の商売がますますやりにくくなりそうだ。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の販売は実際に暑くなってみないとわからないので正直難しいが、いずれにしてもクールビズ等は加熱気味で販売単価は低くなっており、売上は望めないのが現実である。
高級レストラン（支配人）	・格差は更に大きく開き、底辺の層が拡大していくのではないかと。震災をきっかけに網の目からこぼれていく人が増えている。
一般レストラン（経営者）	・予約の状況を見ても、動きは鈍いままであることが予想される。2、3か月先、半年先、しばらくの間はこのような状態が続くか、もう少し悪くなっていくのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・世の中の景気が悪いというのは、仕事が無かったり収入が無かったりするのが一番の原因なので、スポット的な所が一時的にいくら良かったとしても、結局は大多数が使えるお金がなければ、全体的な景気を上昇させるエネルギーにはならない。

		観光型旅館（経営者）	・山菜やシイタケに基準値以上の放射能が検出され、客からも大丈夫かという問い合わせがある。初夏に向けて山菜料理を提供できないのは非常に厳しいものがある。
		通信会社（営業担当）	・生活必需品以外に個人消費の増加は見込めず、今しばらくは、余分なものに出費をしない傾向が続くと予想される。
悪くなる		商店街（代表者）	・消費意欲が見られない。
		スーパー（経営者）	・競争悪化による収益性の悪化と、あらゆる業種において回復が見られないため、資金繰りの悪さが現れている。
		スーパー（店長）	・近隣において、半径20キロを商圏とする大型店の6月末のオープンが迫っている。競合各社も警戒感は隠せず、当社も含め対策に追われているのが現状である。オーバーストアといわれて久しいが、少ないパイを奪い合う戦いがますます激しさを増し、体力勝負になってくると予想される。
		衣料品専門店（店長）	・震災特需の要素が大分薄れて、景気の揺り戻し的なものが起こるのではないかとみている。忙しいなか震災特需で財布のひもが緩くなっていたのが、ここに来て非常にシビアな買物をされるマインドに変わりつつある。景気は伸びず、むしろ少し悪化するのではないかと懸念がある。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・景気の低迷が長期間に渡っている。景気の波も循環する。工場の海外シフトなどマイナス要因もあるが、個人消費が若干だが活発になってきていると感じているので、ゆっくりと回復基調となる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・原発や震災などの対策の補助金が徐々に各産業に回ってきて、良い効果をもたらすのではないかと。
		建設業（従業員）	・資機材や労務単価の問題、人員不足などの懸念材料はあるものの、今般の復興交付金2次配分額の決定により、地元自治体の発注が具体化し、各種公共事業の発注が進むものと予測される。
		広告業協会（役員）	・ボーナスシーズンを前に広告業界は各種のプロモーションイベントなどで集客を図るべく準備を進めている。
		公認会計士	・復興関係の予算等の第2次配分が決まり、これから徐々に復興建設の需要が出てくると予想される。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・復興建設関連の本格始動が見込まれ、本当の意味での復興需要は、むしろこれからであるとの感触を得ている。沿岸部に隣接する地域での飲食店、ホテル、旅館向けの需要が見込まれる。
		変わらない	農林水産業（従業者）
	食料品製造業（経営者）		・当県において復興予算が執行され、それに伴う仕事や作業が始まれば、当然、今現在ある復興特需はまだ継続すると考えている。
	繊維工業（経営者）		・震災から1年が過ぎ、電力不足等現実はまだまだ厳しい話が多い。市場の早期回復を願いたい。
木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数が伸びないので、需給状況の改善に時間を要する。		
土石製品製造販売（従業員）	・日本全体としての景気が上向くのは、消費税増税や雇用問題などが解決してからではないかと。		
電気機械器具製造業（企画担当）	・為替レートが景気の大きなバロメーターであるが、円安傾向に向かう兆し、要因はしばらくはない。		
建設業（経営者）	・将来的にみても、生活様式、風潮、あるいは資金的なことを考えると、新築は減少し、リフォーム工事が増加すると予想される。		
建設業（企画担当）	・発注量は増えているものの、人手不足やコストアップ、競争激化で厳しい状況がしばらく続くとみられる。		
輸送業（経営者）	・震災の復興は港湾関係の一部を除き順調に進んでいる。しかし、物量の変動は予測が付きにくい状況にあり、明るい展望が開けていない。		
通信業（営業担当）	・今後については、見通しがつかない状況ではあるものの、もうしばらくは条件付の案件の増加が見込まれる。		
通信業（営業担当）	・東北では、震災をきっかけに土木建築関連、ハウスメーカー等の景気が良くなっている。反面、企業の無駄の削減として、節電や人員カットの話は絶えず聞こえており、国や県を含め、政治の動向も加味すると良くなるとは考えにくい。		
金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。		
金融業（広報担当）	・個人消費関連を中心に全体としては緩やかな持ち直しの傾向であるものの、海外経済減速の影響を受けている企業が引き続き見られ、上向きの判断には至らない。		

	広告代理店（経営者）	・観光や不動産の動きは活発になってきたが、それ以上に前年の震災特需のような物件が減少し、広告物、印刷物の発注は控えられとみる。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ折込や新聞購読が減少という感じはしないにしても、増えたり戻ったりを微妙に繰り返しているの、この先も変わらないのではないかと。	
	経営コンサルタント	・欧州の信用不安や消費税増税問題など、何らかの方向性が見えないとこう着した状況が続く。	
	コピーサービス業（経営者）	・大手民間企業は、今年度は緊縮予算を組んでおり、先行きが不透明である。中小企業の活力に期待しているが、業種業態で景況感が違うような状況である。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・地場ビルダーが供給力を増やせば、やや良くなると回答したいところだが、地場は供給力に限度があるため、現在の状況が継続する。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・3か月前から変化がなく、今後も変化がある様子はない。身の回りでも、景気が良くなる、悪くなるといった話は聞かない。	
	金属工業協同組合（職員）	・依然として、受注増加の案件は見えない。半導体及び電気関連の動きがまだまだ鈍い。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・前年は8月くらいまで特需が続いたが、今年はそのような動きも期待できない。観光客の入込数も回復していないので、厳しい状況が続くことが予想される。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、輸出の面で、ASEAN地域におけるローン規制の強化による需要の減少が懸念される。	
	司法書士	・住宅着工数が低迷している。不動産の取引も少なく、不動産市場が冷え込んでいる。	
悪くなる	農林水産業（従業者）	・さくらんぼの着果が少なく、不作が予想される。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・半導体関連では東北地域の製造拠点が縮小、閉鎖の傾向が続いており、買収される話も進んでいる。いずれにせよ人員削減は必至の状況である。円高がこのまま続けば製造拠点が海外へシフトするのは防ぎようがない。自動車や半導体製造装置の開発拠点が当県に来るといいう明るい部分もあるが、絶対的な仕事量が増えるかどうかは疑問であり、増えるとしても時間がかかるのではないかと予想されるので、当面は悪くなるのではないかと。	
	通信業（営業担当）	・増税、円高等、景気回復の兆しはみえない。	
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・メーカー間の競争だとか、量販店同士の競争があるのはわかるが、卸をしていると、量的にも落ちて、納入価格が以前よりも安くなってきている。小売の方も、以前より値下げして売っており非常に困っているという話を聞く。価格は安く、量も売れないという傾向にある。	
雇用関連	良くなる	－	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・内陸部と沿岸部での経済格差が開きつつある。沿岸部での復旧交付金の増額は喜ばれているが、給付を受けても使うだけで、職場が無い。給付事業も消化型であり継続性の無い仕事を中心なので、一層復興のスピードを感じづらい。復興の遅れは、内陸部での活性化に水を差すことにもなるので、県全体で見ればイーブンだという印象がある。
		人材派遣会社（社員）	・中堅中小企業から、来春卒業する大学生の募集をしたいという問い合わせがここ数週間のところで増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業の業績が徐々に回復してきた。設備投資計画も少し散見され、採用意欲も期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種によって違いはあるものの、今後景気が落ち込むような理由が今のところ見当たらず、賞与などをきっかけに状況が好転するものと、期待を込めて願っている。
		職業安定所（職員）	・求人倍率もリーマンショック以前の状況まで回復しつつある。円高も高止まりではあるが、落ち着きつつあり、今後は微増で推移してくるのではないかと考えられる。
		職業安定所（職員）	・復興関連求人の動向としては、引き続き件数も多いと予想しているが、一方で、そこに対する充足の状況等を考えると、大幅な改善というよりは、このまま改善傾向が推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・5月の新規求人も前年より50%以上アップするとみられるので、景気はやや良くなっているのではないかと。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数が増加傾向となっている。
変わらない		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光、飲食関係などに動きがみられるが、まだ顕著なものではない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は上昇傾向にあるものの、製造業の一部で人員整理の動きもあり、景気の回復は一進一退である。

	職業安定所（職員）	・求人事業所、求人件数とも多く新規求人が多い状況は続いているが、増加傾向に落ち着きが見られる。今後、更に良くなるとは考えにくく、高止まりで推移すると予想される。
	職業安定所（職員）	・長引く円高や今後の電力不足など懸念材料があり、企業の活動も一気に活発化する材料に乏しい。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・被災県の復興関連業務の入札等にかなりの数を応募したが非常に不調だった。民間の需要が弱含みの環境から2、3か月先の景気感はやや悪化とみている。
	人材派遣会社（社員）	・欧州の信用不安に伴う円高や復興の遅れ、労働者派遣法の改正等、マイナス要素が多い。
	人材派遣会社（社員）	・震災復興による建設関係の動きにけん引され、派遣、業務請負業は県内はまだ動きはあるが、隣県はすでに落ち着いてきている。また、消費税の動きはもちろん、電気料金の値上げや電力不足は大きな影響を与えられと考えられる。
	アウトソーシング企業（社員）	・復興関連の仕事の受注が無くなってきている。このまま無くなれば、前年と変わらず悪くなることが予想される。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏場を迎え、製造業を中心に電力不安定の要素がブレーキをかけている。この先、原発再稼働等の動き、そして、電力供給が難しくなるような状態になれば、ますます景気に影響してくるとみられる。
	職業安定所（職員）	・円高に対応するための大手製造業の生産拠点再編により、下請け企業で大量解雇が生じることが予定されている。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は0.71倍で、前月を0.1ポイント下回り、3か月ぶりに前月を下回っている。円高と欧州の信用不安の問題があり、今後の景気の状態は予断を許さない状況になっている。
悪くなる	—	—