

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	タクシー運転手	・現在、乗客が途切れることがない。この先、お盆や七夕祭りで当地を訪れる人も多くなるので、現在の状況が続くとみている。
	やや良くなる	一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・史上最高の銀行預金率がありながら、欧州の信用不安、アメリカの状況、国内の政治の状況などにより、しばらくは消費マインドが上がらないとみているが、材料としては整っている。
		百貨店(企画担当)	・夏のギフト商戦も終わり、今後自家需要については、消費者が自分の生活に潤いを与えるためのものや自分にとって価値のある商品を求める傾向が、秋の商材に変わり今以上に強くなることが予想される。
		百貨店(売場担当)	・7、8月の夏物セール商戦はグループのセール時期の考え方の変更で2週間後ろ倒しでのスタートさせたため厳しい結果となったが、秋物商戦はこの反動がうまく秋冬の商売につながるのではないかとみている。客は夏のセールが2週間後ろ倒しになった分2週間気持ちが後にずれているわけではなく、もう夏物には飽き飽きしており、既に関心は夏物セールにはないのではないかとみている。8月はまだ体感的にも暑く、秋物を買う意欲にまで繋がらないとしても、その分、9、10月の反応は早いのではないかとみている。
		コンビニ(経営者)	・本店の方針で、近くて便利の方向性の下に品ぞろえが変化し、当店ではそれが客足増に良い結果となっている。ただし、客単価の伸びが悪いのは、これもそうした取り組みにおける一環だと判断される。冷凍食品その他が100円均一、お弁当等も300円台、200円台のものが増えてきており、そういったことの影響からとみている。一方、買上点数が伸びているので、方向性がマッチしているようで、良い方向に向かっていくようである。客足が伸び、客単価は若干落ちてはいるが、買上点数が増えている点で成績は良好になっており、今後もこの状況が続くことが予想される。
		コンビニ(エリア担当)	・梅雨明け後の来客数増加に期待している。前年震災後の自粛ムードとの対比で伸長が期待できると考えている。
		衣料品専門店(店長)	・割引率や低価格といった商品に踊らされる客が減少し、気に入った商品が予算内であれば購入していく客層が増えている。このことから、天候が暦どおりに推移すれば、回復の兆しが出てくるとみている。
		衣料品専門店(店長)	・秋物が本格的に入荷して、売上も伸びるのではないかとみている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・東北の夏祭りを機に、県がキャンペーンをしている「ようこそ、秋田へ」などの一連の動きが上向いてくると考えられる。関東以西は非常に暑いようだが、東北はそれほどでもなく非常に過ごしやすいため、そういった意味では人々の心がまた北に向いてくるのではないかと期待している。加えて、プレデスティネーションキャンペーンの開催により、客の目がまた東北に向いてくることも考えられる。
		旅行代理店(従業員)	・今の見積依頼や問い合わせの件数からみると、非常に良い形で推移していくことが予想される。ただ、この需要が本当の景気に対する需要ではなく、特需の感があるようにもみえるので、その辺で不透明感はある。
		通信会社(営業担当)	・夏祭りの時期であり、観光業では期待している。
		美容室(経営者)	・お盆前に美容院を訪れる客が多い。また、暑くなるとカットをする人が増える。
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・先行予約などから、この先も好調は継続するとみられる。
		その他住宅〔リフォーム〕(従業員)	・震災後約1年半を経過し、業界的には順調に仕事が回る状況まで回復してきている。一方で、事業者の淘汰も進む時期に入っている。
変わらない	商店街(代表者)	・震災後閉じていた店が開店予定で、来月の七夕まつりを迎えるころには店舗の整備等により活況を呈することが予想される。	
	一般小売店〔酒〕(経営者)	・ねぶた祭りやお盆も終わり、また静かになってしまう。	
	一般小売店〔スポーツ用品〕(経営者)	・催事を繰り返すことでしか売上の確保ができないような雰囲気がある。	

一般小売店 [医薬品] (経営者)	・今の悪い状態はすぐには良くなり、2、3か月は続くと考えている。消費行動を起こす要因が非常に少ない上、特に暑いので自宅にこもる傾向に向かうのではないかと考える。あまりに暑くて外には出ず、お金も使わず、家の中で冷房に浸っていた前年の今ごろと同じ状況になるのではないかと。
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・売上が良くなってきているのは事実だが、来客数の減少は止まっておらず、微々たるものだが減っていている。季節的なものもあるので、需要はあるとみているが、以前のような売上を作るのは至難の業である。客も必要なものは買うが、それ以上は買わない傾向が続いている。今後もあまり変わらないのではないかと。
一般小売店 [寝具] (経営者)	・客の動向が全く読めない。
百貨店 (営業担当)	・定価品の売上が堅調であることから、秋物商材についても引き続き好調さが継続するとみられる。また、復興の本格化に伴い、更なる需要喚起も見込める。
百貨店 (買付担当)	・復興需要の鈍化に加え、家電エコポイントの終了と地上デジタル放送への移行前駆け込み需要の反動により、数字の伸びが期待できない。
百貨店 (経営者)	・復興景気も当地の場合はほとんど無く、今後2、3か月のスタンスでは景気好転の材料に乏しい。
百貨店 (経営者)	・中心市街地、商店街全体が活性化しないので吸引力が弱い。特に日曜日を定休日にする商店や、閉店店舗が多くなっている。郊外への新店オープンやショッピングモールへの無料バスなども影響し、先行き回復がみえない。
スーパー (経営者)	・8月は、猛暑の影響がさらに続く様なら、農産品への悪影響で品質悪化と品薄での高騰が始まる反面、水物、涼味商材は動きが活発化し、継続して幾ばくかは良くなる。一時的にせよ売上前年比伸び率が若干上向き傾向を示しているため、その傾向が続くことを期待したい。
スーパー (店長)	・近隣に大型店が出店し1か月が過ぎた。各社、価格競争に拍車がかかっている。お盆を間近に控え、この状況はますます激しさを増すことが予想される。オーバーストアといわれて、価格競争は避けては通れないが、このままだと商品価値がどんどん失われ、なおかつ消費の動きが良くならないという悪循環に陥っている状況はしばらく続く。
スーパー (店長)	・競合店の数も変わらず、チラシディスカウント攻勢も続くとみられる。現状と変わらないと予想している。
スーパー (店長)	・前年8月以降は震災による影響もほとんどなくなっている。天候が安定していれば、前年同様の売上は確保できる。
スーパー (店長)	・競合の状況、周辺の状況が変わらないので、現状のまま予想される。
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)	・現在好調な自動車関連もエコカー補助金終了が近づいている状況と震災復興需要も一段落した感があり、景気浮上までには至っていない。特段の景気浮上策も見えず、景気については変化がない。
コンビニ (経営者)	・まだまだ雇用情勢が厳しく所得が増えない。この情勢は当分続くと考えられる。
コンビニ (経営者)	・前年は震災の影響で来客数が多かったため、前年比で考えると悪い数値だが、この先数か月の傾向は変わらない。
コンビニ (エリア担当)	・プラス要因がほとんど無い。また、震災特需の裏年でもあるため、売上の前年比が悪い状況が続く。
コンビニ (店長)	・今月の前半は天候が悪く苦戦したが、梅雨明けと同時に来客数が戻ってきており、全体的には前年を若干上回っている。特に変わる要素もなく、下がる要素もないような状況である。被災地の方では前年と比べ、数字が大分悪いようだが、それでも2010年以前と比べるとまだ高い水準だということである。どちらかといえば、多少は良くなっていくのではないかと。
衣料品専門店 (経営者)	・東日本大震災以降の観光客の減少や電子部品関連企業の縮小や休業等による不況感が県内に漂っている。
衣料品専門店 (経営者)	・消費税法案が通るなど、先が見えない。
衣料品専門店 (店長)	・「一時期よりは普通に戻ったが、でも忙しい」という言葉を客からよく聞く。我々はビジネスに関わる衣料を提供しているので、客が忙しくなれば我々の出番も増えてくるし、暇になってくれれば出番は減る。そう考えると、今のままの推移を続けていくのではないかと予測している。

衣料品専門店（総務担当）	・経済の不透明感により、最低限必要なものしか購入しない様子が見られる。
家電量販店（店長）	・これから伸びるとみられる家電商品はこれといって無いので、売れていく商品に敏感になっていかないと対応しきれない景気の不透明さがある。
家電量販店（店長）	・電力会社からの賠償や復興需要での就職率など、当県は他県に比べて良い状況である。また、農家の収入所得に対する補償等もあり、一部建設業だけでなく、そういった農家の方の客も平年並みの買物に戻ってきているようである。長続きするとは思わないが、当面はこのような状態が続くとみている。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終了するため、この先2、3か月は販売量が伸びなくなることが予想される。
自動車備品販売店（経営者）	・車検入庫数に変化はないとみる。市場から高年式車が消えたため、補修台数も増える見込みはない。補修市場が縮小している。
住関連専門店（経営者）	・震災の影響から抜け出していない。
住関連専門店（経営者）	・当県の住宅着工件数は若干上向きだが、耐久消費財、特に家具については、そこに入れられるものの購入単価も下がってきているので、回復の見通しは厳しい。低価格の商品がまだ売れており、高級品との差別化でやっているが、その辺りが多少鈍い。
住関連専門店（経営者）	・まだまだ新築の需要があるようなので、建築関係を中心に、当店にも関連商品の需要が回ってくることを見込んでいる。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・昨今の動きからして、客はかなり買い控えをしているようである。本当はこうしたい、あれが欲しいなどの思いがあっても、企業も一般消費者も、今後、何があるかわからないからとかなりお金の使い方にシビアになってきている。また、収入が減ってきていることの影響が出てくることも予想され、厳しい状況はまだ続く。
その他専門店 [食品]（経営者）	・年末までは、様子を見ながらの低水準傾向となるのではないかと。
その他専門店 [靴]（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
その他専門店 [酒]（営業担当）	・地元では収穫期後の動きに期待しているが、財布のひもが固くなっているので例年並みと予想している。今のところ米の出来が順調とのことなので、問題が無ければこのまま推移すると考えている。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・衣替えの時期が遅れている。10月1日も従来どおりに一斉に衣替えにならず、おそらく時期がずれ込むであろう。また、秋冬物に関しても動きが読めない状況である。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・需要の低迷が長期化しつつあり、急激な回復は望めない状況である。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・復興が思ったよりも進んでおらず、進むことも期待できない。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税や選挙になるといった話もあるが、それがあったからといって、特に景気が良くなったり悪くなったりすることはないと今のところは考えている。ただし、自動車はエコカー補助金が終了するため、売れなくなるのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・現在の状況は、もう震災の影響ではないとみている。日本の経済全体が力を失っており、価値観の変化、レストラン離れ、そういったものに歯止めが掛からないのではないかとという不安が日々募っている。
一般レストラン（経営者）	・この時期に内陸でお金が動かないと、2、3か月後に使えるお金が各家庭に潤沢には貯まらないであろう。お盆等では一時的に帰郷する人でにぎわうが一過性のものであり、それ以外には冷めた景気が続くかと予想している。
スナック（経営者）	・ボーナスが出たところで、本来であれば売上も変わってくるはずなのだが、今年はボーナス後も客足は悪く、思ったように集客できていないのが現状である。この先、お盆休みなどもろもろあるし、この先の売上もかなり厳しくなることが予想されるので、ある程度の覚悟は必要かとみている。
観光型旅館（経営者）	・夏休みの手ごたえも、震災前のようににぎわいはなく、かろうじて7月よりは良い程度である。この先もこのような感じで推移すると予想している。

都市型ホテル（スタッフ）	・基本的に、どうしてもホテルに足を運んでいただけるか、動機づけや購買意欲のわく商品を作り出せるか、更にはリピートいただける仕掛けや仕組みをいかにして構築するかである。常に他のホテルに先駆けてスピードを上げて専門性を高め、情報をいかに公開していくかである。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、婚礼等先々の予約がある程度見込めるため、しばらくは現状並みが確保できる。	
旅行代理店（店長）	・大きく変動する要素に乏しい。	
タクシー運転手	・震災復興の遅れや放射能対策の遅れ等で、気持ちも暗く、仕事が少なく、仕事のない人も多い。このような状態で、景気が良くなることは考えられない。	
通信会社（営業担当）	・8月も変わらず、景気は持ちこたえろとみている。問題は10、11月にどうなるかということだが、このまま推移すると予測している。	
通信会社（営業担当）	・景気が向上する材料が見当たらない。	
通信会社（営業担当）	・好転するような良い材料が見当たらない。	
通信会社（営業担当）	・好況感は大手一部の企業限定の感があり、その他の企業は投資に慎重である。景気回復への期待感強いものの、好況感を実感するまでには至っていない。	
通信会社（営業担当）	・大手通信会社の集中的なWiFi CM展開の影響で、新たな顧客の掘り起こしが進んでいる。しかし、本来の個人消費が下降気味なため、これまでの利用者の解約数を補い、上回るまでにはなっていない。このため、差し引きすると大きな変化は見られない。	
テーマパーク（職員）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害により、夏休み中のファミリー層の来客の伸びは期待できない。9月以降の団体旅行シーズンでの動きに期待したい。	
観光名所（職員）	・これから夏休みや秋の観光シーズンを迎えるため、期待したいところではある。	
遊園地（経営者）	・広告及びイベントを震災前のレベルに戻すことで、不安要因もあるが、順調に回復していく見通しである。	
競艇場（職員）	・今月の売上状況と今後2、3か月先の売上には変化がみられないと予想している。	
美容室（経営者）	・財源関係の法案が全然進んでいないこともあり、選挙が無い限り、先行きは見通しがきかない部分がある。今の状況がしばらく続くともみている。	
美容室（経営者）	・客との会話のなかでも、あまり良くなっていないという声が多く聞かれる。	
設計事務所（経営者）	・今と変わらない状況が続くとみている。	
住宅販売会社（経営者）	・受注量は大きく伸びる要素は無いが、長期事業計画依頼が数件あり、半年程の準備後受注につながる予定がある。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・前年の7月は震災特需そのもので、売上は結構増加したが、今年はそういったことも全くなく、非常に悪い状態になっている。この先2、3か月は同様の状態が続くとみている。
商店街（代表者）	・現在、景気の踊り場にある。これから上がろうとする踊り場ではなく、上から下におりてきた踊り場のような気がしており、今後は少々心配である。	
商店街（代表者）	・東日本大震災の影響もあり、約1年は逆に、地域外から元気づけようということ、観光客の入込数、そして新幹線開業入込効果があった。今年度はそういったことが一段落したことに加え、電力不足や将来の政治不安等により、需要が大分少なくなってきた。客の動きを見ると、将来の状況が分からず不安だということが、買物にも大きく影響している。	
商店街（代表者）	・省エネは消費意欲自体を削ぐ。	
商店街（代表者）	・6月まで行われたデスティネーションキャンペーン他、東北の観光キャンペーンが終了し、一服状態のままお盆を迎えようである。	
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・震災直後から開始された各種の負担軽減措置が、震災後2年目に入り平年通りに課金されるようになってきている。	
百貨店（売場主任）	・政治の混迷等景気が上向きになる要素が無く、今後備えて消費を控えている傾向から、やや悪くなってくると予想している。	
百貨店（総務担当）	・身の回りの売上高の推移や混乱する政局、消費税の問題など、先行き不安定の要素はいろいろあり、先行きがなかなか読めない状況にある。	
百貨店（経営者）	・世界経済も国内景気も良くなる要因がない。	
スーパー（経営者）	・今月の良くない状況の要因は天候だけではないような気がする。	

スーパー（総務担当）	・1点単価及び買上率が前年より低下し、売上も1点単価が下がった分前年より低下している。客は買物に慎重になっているようである。
コンビニ（エリア担当）	・売上、来客数の動向については、同じエリア内でも店ごとの格差が明確になってきている印象がある。比較的好調な店についても、右肩上がりというわけではなく、ごく一部の店を除いて伸びは鈍化してきている。
コンビニ（エリア担当）	・人口減少と高齢化が進む本県においても、当社含め競合他社の出店は継続していくことから、シェア争いが激しくなることが容易に予測できる。
衣料品専門店（経営者）	・震災復興の特需の影響も一段落し、消費税増税や原発、電力値上げ等、明るい話題がないなかで、購買意欲を向上させる要因は全く見当たらない。
衣料品専門店（店長）	・欧州の信用不安を含め、景気の雲行きが非常に怪しいため、消費者の財布のひもが固くなってきている。
乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了後の反動減が予想される。新型車効果で埋めきれないマイナスが懸念される。
乗用車販売店（経営者）	・自社での施策も予定はしているが、8月初旬で終了するエコカー補助金の反動が確実に起こる。
乗用車販売店（店長）	・間もなくエコカー補助金が終了する見込みであるため、このまま高水準が持続するとは考えていない。反動減を小さくするために各社新型を投入し、エコ以外での付加価値の創造、販売戦略が目立ってきている。
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の予算残額が7月26日現在で570億円となり、申請状況からみて8月中旬の終了が予想される。8月はいくらかの駆け込み需要はあると予想されるが、2、3か月先をみると、客の動向が悪化することは間違いないだろう。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・繁忙期を過ぎれば、売上は減少するとみている。それに加えて、消費税増税などの経済への不安要素が多く、消費者の財布のひもはますます固くなる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状は政策が非常に先行き不透明であり、ファミリー層の消費動向が減少傾向にある。現在はゲームセンターやレストラン、フードコートの落ち込み分を物販でカバーできているとはいえ、館内全体の来客数も減少傾向にあるのは事実である。今後、景況感が向上しなければ、館全体の売上も落ち込むことが懸念される。
高級レストラン（支配人）	・オリンピックの日本勢に期待しているが、それも一時しのぎに過ぎず、政局の混迷はすぐそこか。強いリーダーが現れない限り、日本の明日は曇り続きである。
高級レストラン（支配人）	・先走りした消費行動が落ち着いて、見守りの姿勢が見えてくる。通年よく感じる傾向である。
一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が無い。来客数や仕入、市場の関係を見ても、今より悪くなるような気がする。
観光型ホテル（経営者）	・入込は8、9月は前年並み、10月以降は前年を下回っており、復興支援にも勢いが感じられなくなっている。
観光型ホテル（スタッフ）	・海岸線の復興などがまだまだ良くなっていないということが流布されているため、一部の観光地だけが良く、総合的に東北地方に来たいと思われていない様子がうかがえる。本来の観光などが目的の集客については、本当の意味での観光あるいはグルメといったものはまだまだ条件がそろっていないため、しばらくは現在の状況が続く。
観光型旅館（スタッフ）	・販売単価の下落スピードに運営での修正改革が追いつかないため、経費負担が大きくなり、収益がどんどん悪化している。
都市型ホテル（経営者）	・前年の東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所の事故で大きな被害を受けた地区では宿泊施設が足りないため、当市にもかなりの人が来ている。現在はそのような形で総体的に良い状況を維持しているが、秋くらいから極度に減るだろうという話もあり、そうなれば人の動きも悪くなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場の予約状況は週末の定例物件以外、婚礼、宿泊共に全く動きが無い。
タクシー運転手	・わざわざ駅の近くまで自家用車で迎えに来る人の数が増えているようである。
通信会社（営業担当）	・不安定な政治により、景気回復は厳しい。先行きに明るい材料が無いため、やや悪くなるとみている。
観光名所（職員）	・前年の7月も唯一来客数が前年の90%まで達した月であった。夏は暑いという条件さえ守れば、売上も例年並みになるとみられるが、9月10月と進んでいく上で、季節にめりはりがない月は売上はさほど上がってこないため、今よりはやや悪くなるのではないかと。

	悪くなる	スーパー（経営者）	・2014年、2015年、消費税増税がほぼ決まり、それに伴うマインドの変化による景気の悪さが如実に始まってきている。
		コンビニ（経営者）	・放射能の関係などいろいろあるが、農家の人もかなり悪くなっており、建設業関係もかなり下火になってきているので、2、3か月後にはもっと悪くなると予想している。
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニ各チェーンの出店が更に多くなることが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が8月の中旬ごろには終了し、その後の反動減が予想される。何とか新型車発売等によって、受注喚起策で減少幅を抑えたいと思っているが、減少幅は20%前後の前年割れになるのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金も終了が近づき、客の購買意欲の衰退が起きている。このままの景気の低迷感が続けば、自動車業界ではかなりの悪化が予想される。
		高級レストラン（経営者）	・円高が続く現在の景気からいって、期待できる要素はない。
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）	・下半期に向かい、住宅の需要がやや強くなると予想している。
		建設業（従業員）	・民間企業を発注支援業務等に活用する前提において、復興案件の出件、受注がある程度進捗することが想定される。加えて、作業員や資機材の不足も時間の経過とともに解消されていくと考えられる。
		輸送業（従業員）	・国際定期便の就航により、やや良くなる。
		通信業（営業担当）	・若干ではあるが震災復旧支援に関連した案件が増えてきており、先々の契約に繋げられるような活動を展開している。
		広告業協会（役員）	・広告市場を支えてきた遊技場関係の出稿が規制により今後は厳しくなることが予想される。しかしながら、復興がらみの自治体広報活動が活発であることに加え、住宅関係も依然受注残を抱えており、それほどマイナスにはならないとみている。
		広告代理店（経営者）	・受注案件が増加してきている。
		経営コンサルタント	・お盆休みを核に帰省、レジャー消費に期待をしている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・当市は県からの補助金が9月ごろに支給されると聞いている。子供20万円、大人4万円が支給されるので、各家庭の景気が少し良くなり、身の回りの景気が少し良くなるのではないかと。
	変わらない		農林水産業（従業者）
		食料品製造業（経営者）	・特に大きな変化は無くきている。ただ、今後において、アメリカの牛肉に合わせて、牛タンもそうだが、30か月齢以上のものが輸入可能だという方向に流れており、これに対してアメリカの食肉関係の団体が日本で牛肉及び牛タンを含めたキャンペーンを行っている。この結果、需要が伸びれば、牛タンの売上が上向きになると予想されているが、今の段階では未知数である。
		食料品製造業（経営者）	・前年の特需的要素はないので、状況はあまり変わらない。
		食料品製造業（総務担当）	・需要期に入るが、業界を引っ張るような新製品がない。
		食料品製造業（総務担当）	・景気を押し上げる条件が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・周りでは放射線除染作業が行われており、関連業界は非常に活発になっている。しかし、その他の業種はあまり芳しくない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の財政が安定せず、円買い傾向が続くため、円安に向かう兆しがみえない。
		建設業（経営者）	・所得の伸び悩みもあるが、住宅の建て替えや新築をしなくても、当分はリフォームで過ごすという意識が強いようである。
		建設業（企画担当）	・既に労務者不足、労賃資機材高騰等の声が聞こえており、今後の影響が心配される。
		通信業（営業担当）	・政治の影響による。消費税増税、原発再稼働、社会保障制度など、国民の希望に反する方向で進んでいることが多く、国の借金を減らそうと考える政治家は皆無である。自転車操業で資金繰りを行っている今の政治家が先導する以上、戦略的な経費回復は見込めず、景気は永続的に徐々に右肩下りの傾向から脱却はできない。
	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）	・消費増税の動向から、住宅建設業者の面談件数が増加傾向にあるものの、必ずしも契約には至っておらず、動向を見極めていく必要がある。	
	司法書士	・消費増税前の駆け込み需要の動きはまだ見られない。	
	公認会計士	・復興需要にかかる予算執行が秋以降になるとみられるので、年内は現状維持が続き、一服感が出る。	
	コピーサービス業（経営者）	・政局の動きが安定すれば、震災関連の予算ももっと活発に動き出すと考えられるが、現在の状況では景気が上昇することは考えづらい。例年どおりの流れでいけば、3か月先くらいからは景気が上昇する。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地域の中小企業は、給料そのものが前年と全然変わっておらず、下がっているというのが実情で、ボーナスも半分以上の企業が出せない状況にある。不安要素が非常に多く、景気が回復するにはもう少し時間がかかるのではないかと。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・復興関連従事者の来県により、引き続き、飲食店からの需要が見込まれる。更に好調となるには、今夏の観光需要の回復が鍵となるが、予想は厳しい。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・被災地の住宅需要は資金の借入を起こさない人に限られる。また、土地不足と供給不足がしばらく継続するとみられる。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・転作作物である蕎麦の出荷先業者によれば、畑作物の戸別所得補償制度がスタートしたことにより、蕎麦の作付けが全国的に増えたことから、玄蕎麦の在庫が余剰気味とのことである。よって、今年度の玄蕎麦買取価格は、大幅に下落することが予想される。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・県内の企業立地補助金の予算が上積みされないような状況になっており、放射能汚染土壌の中間処理施設の場所の決定も遅れている。また、毎月の受注残が減少している。こういったことから、やや厳しい状況になると予想される。	
	土石製品製造販売（従業員）	・円高や株価の下落が続いている以上、景気は回復しない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、円高が長期化することの懸念と軽自動車及びスモールカーのウエイトが高まったことによる付加価値の低下が懸念される。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・回復がみえるのは年末から来年にかけてとの予想があり、当面は良くなる要素が見当たらない。	
	輸送業（経営者）	・荷主の環境が早々に好転することは予想できない。	
	広告代理店（経営者）	・不動産や観光の業種では伸びしろはあるだろうが、震災の特需的な物件は落ち着きを見せている。経費圧縮による価格競争は更なる激化が予想される。	
	金属工業協同組合（職員）	・今後とも受注環境は全く不透明であり、良い材料は見受けられない。これまで良かった建機等の受注も減少している。	
悪くなる	通信業（営業担当）	・消費増税の影響で景気は悪くなる。	
雇用関連	良くなる	—	
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・新しいことに取り組む客が出てきているので将来に期待したい。
(東北)	変わらない	人材派遣会社（社員）	・2、3か月先の需要案件に乏しく、自治体の入札案件に依存する度合いが依然として高い。
		人材派遣会社（社員）	・人材紹介の引き合いが強い一方で、人材派遣のオーダーが沈静化している。
		人材派遣会社（社員）	・ここに来て、中堅中小企業を含めて、来年の春に卒業する大卒の求人との問い合わせが増えてきている。
		人材派遣会社（社員）	・復興需要等、先行きがまだ不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・住宅関連の復興需要は、長い目で見れば期待できる要因だが、その動きは遅く、早々に景気をけん引するとは考えづらい。中心部の繁華街を中心とした市内の飲食店やホテルは、復興支援のために他県から訪れた人たちが売上を伸ばしていたが、最近では震災前の状況に戻りつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人については相変わらず首都圏の企業がメインであるが、その数は大分減ってきており、地元の方が増えつつあるので、当面は、相殺されて今と変わらない状態が続くとみている。地元が完全に回復すれば、上向きになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・予測不能ではあるが、劇的に景気が好転することは考えられない。エコカー補助金の打ち切りや解散総選挙など、景気にとってはマイナス要因しか思い浮かばない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・建設関連など直接復興に関わっている企業を除き、内陸地域には復興景気がやや落ち着いた感があり、今後の動きが読めない状況である。

	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・前年と比べて小さな動きではあるが明らかに上向きである。しかしながら、様子見の部分もあり、大きく上向くまでには至っていない。
	職業安定所（職員）	・弱電関連の事業所数社から人員整理の相談を受けており、更に広がらないか危惧している。
	職業安定所（職員）	・新卒求人の出足も良く、求人が好調な状態はもうしばらく続きそうであるが、有期雇用の求人が多く、在職求職者は増加している。円高の長期化や、製造業の海外シフト等、気になる点はあるが、現在の状態がしばらく続くと思われる。
	職業安定所（職員）	・がれき処理等の作業が順調に進んでいる状況のなかで、この後は住宅移転にかかる造成等の需要、作業といったことが予測されるが、現段階ではその具体的な時期がみえていないため、2、3か月先は現状と変わらない。
	職業安定所（職員）	・製造業においては、円高で外需が不振であり、設備投資も減少傾向である。また、他産業においても、大幅に改善する要素に乏しい。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・円高等の影響により、大手製造業が生産拠点再編を行っているため、新規学卒者対象を含む求人数が減少している。
	職業安定所（職員）	・県内で工場閉鎖や大量の希望退職者の募集が数社出てきており、その影響が県内各企業に多少出てくることが予想される。
	職業安定所（職員）	・15か月連続で新規求人数は前年比プラスであったものが、6月にはマイナス3%となっている。また、有効求人は12か月連続で前年比50%を超えていたものが、6月には前年比35%増加と、50%の大台を1年ぶりに割り込んでいる。
	職業安定所（職員）	・製造業、情報通信業、特に食品及び機械器具製造の求人が減少しており、今後も求人の大幅な増加は見込めない。
	民間職業紹介機関（職員）	・企業業績の低迷によって雇用情勢の悪化が懸念される。
悪くなる	—	—