

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	百貨店（経営者）	・米国の大手金融機関の破たん以降低迷が続いた株価が回復基調にあり、家計の塩漬け金融資産が回復してきている。今後、資産効果が働いて景気は良くなる。
		コンビニ（店長）	・雪も解けて人の動きが良くなる。また円安や株価の上昇によって景気の回復が期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・これからは春の準備をする人の需要が高まってくが、客や周りから今年は県内の就職定着率が非常に高いと聞いている。買いそろえをする人も就職率も例年より良いので、客が春の準備をしっかりとしてもらえると、私どもにも波及があると読んでいる。景気は上向いてくるのではないかと期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・政権交代による期待感とともに、実際の円安傾向で少しずつではあるが業績が上向いているところもある。また、震災復興に伴う需要が高まるなかで、まだまだ良くなる可能性がある。
		高級レストラン（支配人）	・客や友人の計画を聞くと、春を迎えて観光や出張など、ゴールデンウィークを見据えた動きや計画も活発になっている。迎える側としても観光や出張などが活発に動く時期を迎え、活気が出てくると予想される。
		タクシー運転手	・雪が降ると乗客は増えるが、雪がやめばこれまでどおりの状況である。現在、悪くなる状況がないのでこのまま良くなるとみられる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・苦戦が続くなか、震災後空地だった所に店舗が再建され花屋が開店した。さらに、同じく震災後空き店舗となった所に物販店の入居予定もあり、遅いながらもやっと春が近づきつつあるかと期待される。
		商店街（代表者）	・イベントの企画がある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・天気も良くなり、春になればまたそれなりに商品が動くものが出てくるほか、客を見ても、最近では買い控えているという様子もなくなっている。必要な物は必ず買うという傾向にあるので良くなる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・打ち返し等の布団作りの注文は来ているので、それに伴う二次製品の受注も期待が持てる。
		百貨店（総務担当）	・いわゆるアベノミクスで全体的に景気マインドが上がり、消費者の購買行動が多少なりとも変化することを期待している。
		百貨店（企画担当）	・低気温のなかでも、春物やギフト需要は徐々にではあるが活発になってきている。先月に引き続き、消費者の景気への期待感もあり、プラスに転じていくとみている。また、中心部の人口も微増となっており、入店客数にもプラスの影響が出ているが、まだ購買にはつながらない下見段階の客も多くなっている。
		百貨店（営業担当）	・景気自体は引き続き堅調な動きを見せるとみている。ただし、政府による経済対策が具現化されていくなかで、その進捗状況によっては予断を許さない状況ともいえる。全体的に上向きではないか。
		百貨店（売場担当）	・前年との比較という点では、前年が苦戦していたため、売上は伸長すると思われ、百貨店のクリアランスセールが前年の7月1日から18日に後ろ倒しになるとすると、客の買い方にも変化は生じるはずである。初夏物や盛夏物の動きが活発になり、企画提案により売上を伸ばす要素はまだある。
スーパー（店長）	・時期的に新入学、入社という部分で消費が発生するので、今後2、3か月についてはやや期待できる。		
スーパー（総務担当）	・以前よりも夜間の客が増えてきているように見受けられる。買上点数も多くなっており、経済的にも活動的になってきているようである。		
コンビニ（経営者）	・1、2月と厳しいなかで、前年より買上点数及び客単価が伸びていることは明るい材料であり、今後期待が持てる。		
コンビニ（経営者）	・競合店出店の影響が一段落して、来客数も戻ってくるとみている。		
コンビニ（エリア担当）	・出店数も順調に増えている。また、既存店のハード面の強化やテレビCMの投入も実施しており、今后来店数の増加が考えられる。		
コンビニ（エリア担当）	・高付加価値商品の開発速度を高めており、政権交代の期待と合わせて単価向上を期待している。		
コンビニ（エリア担当）	・震災から2年を迎えることで復興への意識が再度高まることが予測される。		
衣料品専門店（経営者）	・暖かくなれば、客足も伸びるであろう。		

衣料品専門店（店長）	・以前よりも比較的単価の高い商品を購入する消費者が増えている。特に入卒、セレモニー用途での購入が顕著に現れている。
衣料品専門店（店長）	・天候も良くなり、出かけたい気分になるため、来客数も増えると予想される。
家電量販店（店長）	・政治が安定してきている。
家電量販店（店長）	・家電のテレビを中心とした冷え込みが既に底を迎えているので、これから白物家電及びタブレット関係のパソコンの伸びが期待でき、景気はやや持ち直すことが見込まれる。
乗用車販売店（従業員）	・暖かくなれば、今まで買い控えていた客も販売に結び付くのではないかと期待している。
住関連専門店（経営者）	・株高、円安など何となく期待感がある。
住関連専門店（経営者）	・来月は彼岸もくるし、季節的に仏壇仏具の販売が上向く可能性はある。一般ユーザーの目が仏具に向いてくるので期待している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・天候も徐々に良くなる時期なので、今よりは人も物も動く予想している。政府の景気対策が少しずつでも一般消費者に感じられるようになってほしい。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・春物商品のスタートが遅れているので、3月以降の売上が例年より良くなると見込まれる。
高級レストラン（経営者）	・今の景気は大型の投資に対する期待感から、しばらく続くのではないかとみている。
高級レストラン（支配人）	・総収入が前年と同じでも、働くスタッフ数が減り続ければ取り分は増えるはず。ただし、職場の環境はかなりいびつで精神的にも厳しい。タフな人だけが生き残れるのかもかもしれない。
一般レストラン（経営者）	・アベノミクスにより株も上がってきたので、やや良くなるのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・消費行動というのは心理意識が非常に影響される。少し株価が上がってきているとか、政権が代わったということで、何となく期待感が出ている。よって、2、3か月後には少し上向くことを期待している。
一般レストラン（経営者）	・例年だと3月の雪解けあたりは暖かくなって忙しくなる。予約状況はあまり良くないが、例年どおりであれば良くなっていくのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・今月が悪すぎるので、これ以上悪くなることはない。
スナック（経営者）	・3、4月と歓送迎会の季節に入るので、団体様が飲む機会も増えるし、今より多少は売上が上がると期待している。
観光型ホテル（スタッフ）	・報道等により消費者の心理が良い方向に向いている。今まで短期的な予約が多かったが、先々の長いスパンの予約も少しずつたがっている入っているので、多少は良くなる。
観光型旅館（スタッフ）	・春になり客が動きやすい時期となる。大きな自然災害等や事件が無ければ、ゴールデンウィークなど大型連休も控えているので期待が持てる。ただし、単価の下落傾向は続いており、販売単価をどこまで上げられるかが課題となっている。
都市型ホテル（スタッフ）	・厳寒の冬であるが、来月以降になれば雪解けする。また、3月16日に新型こまちの運転が開始され、4月からは秋田デスティネーションキャンペーンイヤーとしているいろいろな行事が行われる予定である。客の行き来が多くなって、必然的に買物をしたり、宿泊をしたりという色々な動機が付加されて、まちが動いてくるのではないかと。
都市型ホテル（スタッフ）	・大雪極寒のため暖房費はかなり痛手ではあるが、出控えの反動で雪解けとともに活発になる。また、震災以来閉めていた名所が今年は解放されるのは大きい。
旅行代理店（店長）	・周辺金融機関の預金残高は依然高い状況が続いており、消費能力に伴う個人消費はこれからも継続すると予測する。また、政権交代から円安局面に入り、企業業績の好転が期待できる。
タクシー運転手	・政権交代により円も安くなってきている。その影響が出てくるというような話を聞く。
通信会社（営業担当）	・東日本大震災から約2年だが、被災地以外の方々は風化傾向にあり、被災地の方もあきらめ感があり、高齢弱者の方が被災地に残り、若手は被災地を離れている。経済格差が発生するため景況感は地域で異なり、被災地以外の地域の景気は良くなるのではないかと。
通信会社（営業担当）	・携帯電話についてはこれから需要期である。今年はかなり需要が見込めると判断して、前向きにとらえて市場に売っていくと考えている。雰囲気も非常に良くなってきており、一時期を脱しつつあるようである。
通信会社（営業担当）	・繁忙期を迎える。

	通信会社（営業担当）	・全体的に景気が上向いているため、その勢いに引っ張られるように少しずつ新規の加入者も増加していく。その勢いに新年度スタートの効果も重なって、これまで経費節約で解約していた客も財布が緩んできたのか少しずつ戻り始めている。
	テーマパーク（職員）	・現在は卒業旅行シーズンで学生が多く利用しているが、単価が上昇中である。3月は春休み、その後のゴールデンウィークと大型連休が控えており、景好感のなかで推移すると予想される。
	観光名所（職員）	・予約状況は前年と変わらないが、フリー客が若干増えているようである。あとは客を迎えるこちら側の体制作りである。
	観光名所（職員）	・冬期間はどうしても来客が少ないが、桜やゴールデンウィークに合わせイベントも開催し、来客数は増える見込みである。
	遊園地（経営者）	・ガソリン価格の上昇などの懸念はあるが、政府の経済対策により、消費者心理には多少上向きの期待が持てる。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・電力料金やガソリン、燃料の値上がりの懸念はあるものの、全体として客の反応が好感触なので、販売単価や販売額も増加するとの期待感がある。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・円安、株高による業績改善が進む企業の数が増える。
変わらない	商店街（代表者）	・周りの経済指標はすべてプラスに出ている。ただし、飲食関係はマイナス気味であり、いわゆる外食をしない内食傾向が強くなったようである。
	商店街（代表者）	・少しずつ前進していくであろうが、物価上昇が少し心配である。物価上昇したが収入は増えないようでは困る。消費者の反動は怖い。デフレ退治は消費者の収入増と一体でやらなければ本当の景気回復にはならない。もう少し様子を見た
	商店街（代表者）	・現在のような雪の状況が続けば、来客数及び人の交流が減少し、3月一杯は現在の状況は変わらないと予想される。4月以降、天候が回復し降雪が無ければ、人出もあり、売上増にもつながるのではないかと期待している。
	商店街（代表者）	・円安から暖房用灯油、ガソリンが先行値上げしており、家計収入が引き上げられる前に物価が上がるなど、目に見えて消費の拡大が現れていない。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・アベノミクス効果がどこまで地方に反映されるのかがまだ不透明である。大型の購買については消費税にかかわる潜在的な購買動向は更に続くともみられる。しかし、一般消費については相変わらず厳しい局面が続いており、低単価志向が続いているため、基本的には地方都市は分からない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・政府の経済政策で円安ドル高となっており、金融業界は非常に活発な動きを始めているが、一般消費者にはその良さが伝わってきていないのが現状で、街には何ら活気が出ていない。今後3か月もそのような状態が続くのではないかと。震災後は特需があり、活発な消費活動があったが、現在はそれがすっかり終わっており、今後は震災前の年と同じ悪い状態が続く見通しである。
	百貨店（売場主任）	・消費マインドが下がっていないことから、今後の様々な動きによっては良くなる可能性もあるが、今のところは要因に確信が持てない状況である。
	百貨店（買付担当）	・株価高騰、円安などのプラス要素はあるものの、東北地方を含めて、消費者の財布に反映されるまでには時間が掛かる。
	百貨店（経営者）	・現経済状況をみても更に二極化が進むと予想される。大多数を占める中間層が買い求める商品群やプライスの商品が厳しい。
	スーパー（経営者）	・株式市場は堅調で輸出企業は良いようだが、消費は変わらない。
	スーパー（経営者）	・3月は円安も一段落し、株価も1万1千円前半台で上下して落ち着き気味になるのではないかと。一時的に輸出業界や一部の所得層は潤っているようである。国の大型補正予算が成立、執行されるので、景気への好影響や波及効果の拡大を期待している。企業の成長源の投資拡大など、实体经济への反映には時間を要するが、消費環境はガソリンや小麦、電気やガス料金などの価格上昇、公務員の給与削減などの負の要因もはっきりしているため、その影響が出ないことを期待したい。しばらくは今のままだとみられる。

スーパー（店長）	・灯油、ガソリン等の生活物資の値上げに比較して、所得は減少傾向にあり、節約志向は続いている。価格に対する客の意識も今までより高く、厳しさは増しているようである。この状況からはなかなか脱却できそうにない。
スーパー（店長）	・商圏内競合店数が現状と変わらず、業績横ばいが続く。
スーパー（店長）	・景気が上向くと言われているが、現在の客の購買行動を見ると、すぐに変化があるとは思えない。
スーパー（物流担当）	・円安が進んでも製造業の景気が良くなるには時間が掛かる。給与等の現金収入が増えなければ小売全体の消費も上向かず、現在と状況が変わる要素が無い。
コンビニ（経営者）	・変わらないを選んだが、どちらかという何とも言えないというのが正直なところである。来月に人の流出がどれだけあるかの見当がつかない。
コンビニ（エリア担当）	・大きな環境変化が無い。
コンビニ（店長）	・アベノミクス効果で円安が進み、株価も上がってきているが、同時に原油価格が高騰している。今のところ所得も変わらないのに原油が値上がりし、今後は電気代が上がってくるということで、心理的にはマイナス傾向ではないか。とはいえ、アベノミクス効果で上がってきていることから、しばらくは横ばいで推移するとみている。
コンビニ（店長）	・3か月後に自分の店の身の回りの状況で変化が起こることは考えられない。近隣の製造工場は3月一杯で雇用を打ち切るという話も出ており、3か月後に景気が回復することは見込めない。ただ、当店の隣に新たな工場が建つ予定もあるので、そういった点からすると状況が特に大きく変わることはないかもしれない。
衣料品専門店（経営者）	・公共投資の具体的な見通しや予算の早期可決で地方を早く元気にしてもらいたい。
衣料品専門店（総務担当）	・自民党政権での経済対策に期待したいが、その効果は2～3か月先では表れない。
家電量販店（店長）	・家電業界ではエコポイントや地デジ化といった今までの経済対策の反動がまだ続くため、近々に良くなるという感触はない。しかし、アベノミクスといわれる経済対策の効果への期待感は客の会話のなかからもうかがえる。また、タブレットといわれている新しいジャンルの販売は好調で、こちらが良い材料になってくると期待している。
乗用車販売店（経営者）	・新卒需要、社会移動需要の発生が鈍い。また、新型の低燃費、低価格車を中心となって売れ筋が一段と片寄る傾向にある。そして、前年はエコカー補助金もあったため、状況が上向くにはしばらく時間が掛かる。現状の20%前後の前年割れが続くのではないか。
乗用車販売店（経営者）	・4月以降、自動車損害賠償責任保険の値上げなど不安材料もあるが、継続するエコカー減税を追い風に低燃費車の販売は堅調に推移するとみられる。
乗用車販売店（経営者）	・拡販施策も的中し、6月ごろまでは好調が続くのではと考える。
乗用車販売店（店長）	・ここ数か月新型車の予定も無く話題性は乏しい。直近売上状況を踏まえると3月商戦も苦戦が予想される。
乗用車販売店（店長）	・3月は決算時期ということもあり販売量の増加が見込めるが、その反動もあり2か月後は現在と同じ販売量が予想される。
自動車備品販売店（経営者）	・今後繁忙期に入るが、過去のエコカー減税でサイクルが変わってしまったので、見通しが全くたたない。
住関連専門店（経営者）	・新しい年を迎えて、新築も少しずつ前年と比べれば件数も伸びているので、耐久消費財も建築と併せて少し伸びてきているようである。今後2、3か月は現状をある程度維持をしながら進むのだろうし、新生活を迎える方の需要も取り込んでいきたいと考えている。しかし、現状とさほど変わらないとみている。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・季節の変化や年度替りによる客の動きに期待しているが、現在、客の問い合わせが控え気味なことから、急激な変化は期待できない。
その他専門店 [食品]（経営者）	・電力料金の値上げが始まり、家計がますます厳しくなるので、食費も抑えられるのではないか。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・石油関連商品は3月に入れば気温の上昇とともに減少していく。新年度予算が執行されるまでの期間、公共投資が進まず、6月あたりまで低調な需要が予想される。当県の場合、復興のための需要がどの程度出るかで大きく景気が左右されるため、先読みは困難であり、目先の設備投資関連の動きは鈍く、需要は現状維持で推移しそうである。

その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・燃料油は原油高、円安の影響で値上げが続いている。価格が高くなりすぎて、消費者の節約志向が高まっている。今後大幅な伸びは期待できない。
一般レストラン (経営者)	・社会全体の景気に対する不安材料は、政治を始めまだまだあるが、歓送迎会や新社会人、新学期と明るい要素も出てくるタイミングなので、トータルでは変化無しではないか。
観光型ホテル (経営者)	・4、5月はデスティネーションキャンペーンや学生などのオリエンテーションなどがある。低価格でも積極的に受け入れており、入込数においては前年を多少上回っている。6月以降は震災後3年目に入り復興支援も少なくなっているため、入込は前年を大きく下回っている。
都市型ホテル (スタッフ)	・法人需要に関しても、総体的に規模が縮小しているの、数をこなさなければならない。世間では円安株高とマインド的には良くなっているとされているが、実際にホテル関係における消費という局面はまだ動きが少ない。特にこれから年度末にかけてどういう動きになるか注目しなければならない。
都市型ホテル (スタッフ)	・被災地の特需で、宿泊、レストラン、会合等すべての部門で来客数が増加していた状況が落ち着き、今年に入ってから来客数は前年を下回り始めているが、売上自体は極端な落ち込みはなく、来月以降の予約状況も前年に近い状況で推移している。
旅行代理店 (経営者)	・円安の関係で海外旅行が少なくなり、その分が国内に回るとは思っていないかとみているので、総合的には変わらないと予想している。
通信会社 (営業担当)	・経済対策で景気押し上げ効果を期待したい。首都圏と地方では差があるのではないかと。
通信会社 (営業担当)	・経済政策が打たれても景気改善の効果が表れるまでには約1年を見込んでいます。
通信会社 (営業担当)	・短期的には円安がプラスに動くかもしれないが、一時的なものと考えられる。
通信会社 (営業担当)	・全国レベルでは上向きだが、地場に限定すればそれほどではない。ただ、悪くなる方向ではなく、現状維持が続くものと予想している。
競艇場 (職員)	・今月は天候などの影響により客の動きが悪い。それを考慮すれば、今後2、3か月先に客の動きが良くなったとしても、景気が良くなったからだとはいえない。
美容室 (経営者)	・現実的に先行き自体はまだよく見えてこないという部分が大きいので、平常どおりのままでしばらくは続くのかなというふうにみている。
美容室 (経営者)	・旅行に行くのでセットされる方や気分転換にエステに来る方が増えつつあるが、ごく少数で、多くはまだ節約している。
住宅販売会社 (経営者)	・増税前の駆け込みで受注量は増える予定だが、客単価が下がっているため、受注額としての伸びはあまり期待できない。
やや悪くなる	
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・一部の客からは、震災による家賃補助が残すところ1年になり、先々どうやって暮らしていけば良いか分からないという不安の声を聞いた。景気改善の影響は一部に止まっており、多くはぎりぎりのやりくりをしているようである。足元では、ガソリンや灯油の価格が上昇しており、消費がぎりぎりの必需品購入に回されているのではないかと。当店の客層は年金生活の人が多く、このような悪影響は避けられない。
百貨店 (経営者)	・今後2、3か月のなかで、複数の大型商業施設の改装があり、以降も駅前地区再開発ビル跡地のオープンと続くため、当地区のパイの奪い合いがますます激化する。
スーパー (経営者)	・アベノミクスにより株高円安が進行しているが、輸入品における食品の割合は非常に高く、円安傾向により原価の高騰が徐々に始まっている。賃金ベースへの還元はまだ先になる。
スーパー (店長)	・商品の単価が落ち込むことが予想される。
スーパー (店長)	・ガソリン価格が高騰しており、給料は上がらない状態なので、生活はますます厳しくなる。
コンビニ (エリア担当)	・同業他社の出店強化で、1店舗当たりのシェアが小さくなる。
衣料品専門店 (経営者)	・政府の景気対策の効果はまだ先になるであろう。近々の問題として円安による物価の上昇が消費マインドを低下させるのではないかと心配している。
その他専門店 [酒] (営業担当)	・今月は落ち込みが大きかったが、今後も地元を含めて選挙が多いため、地元の飲食店は苦しい状況が続くとみられる。5月ごろには少し持ち直すのではと期待している。

		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・天候、特に降雪や積雪の状況により来客数は大きく変動する。今年度は低温による積雪量の増加もあって、来客数が大きくダウンする日が多いため、この天候が続けば景気はやや下振れすることが予想される。
		観光型旅館（経営者）	・ネットの予約サイトや自社HPへのアクセス数が落ちてきており、この先の宿泊を伴う旅行マインドが低い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門で若干の上向き傾向が見られるが、それ以外の部門は全く動きが鈍く、レストラン部門は再編成も視野に入れている。景気回復を期待したい。
		旅行代理店（従業員）	・2010年度及び2011年度比の取扱高が2か月連続で下回っている。
		タクシー運転手	・電気、ガス、ガソリンの価格上昇が家計に響いているのか、乗り控えが非常に多くなっている。
	悪くなる	衣料品専門店（店長）	・前年は復興需要で一般客の来店が増えていたが、今期は予測できない。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・新年度に入って早々に防潮堤の災害復旧、復興まちづくり、復興道路の早期整備、新エネルギー関連施設整備など、幅広い分野での工事及び業務発注が見込まれている。
		その他非製造業〔飲食物品卸売業〕（経営者）	・政権が代わってから、売上は前年を10%前後上回っており、見通しも非常に明るくなっている。
		その他非製造業〔飲食物品卸売業〕（経営者）	・料飲店、観光ホテル等、4月からのデスティネーションキャンペーンに期待が高まっている。前回のキャンペーン時も酒類の出荷に大きな影響があった経験があるので、十分に対応準備をして臨みたい。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・東京電力福島第一原子力発電所事故により価格が下落した果樹全般について、自営全体で賠償金の請求をしているので、震災前と同程度の収入になるくらいの賠償金が入るものとみられる。
		繊維工業（経営者）	・円安になり、製造業にとっては期待も持てるが、不況が長引いたため、実際に注文が入り実数で売上が上がるまでは分からない。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工が着実に増える動きをしており、販売量も期待できる。
		土石製品製造販売（従業員）	・消費税増税前のマンション新築工事や、新築物件の建設事業が多々ありそうな状況であり、発注も増えると見込んでいる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・当社の電子部品関連の業績は回復しており、徐々に給与や賞与などにも反映されてくることを見込まれる。身の回りでも、アベノミクス効果で公共事業関連が活発化しており、会社の業績アップから個人への好影響が少しずつ現れてくると予想される。
		輸送業（営業担当）	・燃料の高騰などで厳しい面もあるが、客の出荷状況等を総合的に考えると景気は好転に向かっている。
		広告業協会（役員）	・今後は震災3周年記念復興イベントやスポーツイベント、宮城・仙台地区におけるデスティネーションキャンペーンなどが控えており、広告界は好調に推移するものとみられる。
		広告代理店（経営者）	・あくまでアベノミクス等々の期待感によるものである。そんななかで、Web系の仕事が増えてきている。ネット選挙解禁をにらみ、そのあたりの整備が進んでいるようである。
		広告代理店（経営者）	・メディアの発注量も増加している。
		経営コンサルタント	・新政府の経済政策の本気度に期待が高まる。
		司法書士	・春を迎えて住宅着工が本格的になると予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・建設業の決算状況が以前に比べかなり良くなっている。また、建設業関連会社との取引高も近年は増えてきているような状況である。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・原発による仮設住宅の期限が3年から4年になり、今後、住宅関連の会社が上向きになることが予想される。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・前年をクリアする売上はそのまま変わらないとみられる。今後アメリカからの30か月齢以内の牛肉の輸入量が増えることになれば、牛タンも価格も下がり、客へのサービスも高まり、また人気を得るようになる。したがって、前年を上回る流れは変わらない。
		食料品製造業（総務担当）	・もっと長期で判断すればやや良くなるが、2、3か月後は今の受注量から見て横ばいと考える。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東日本大震災関係の特需が一段落しており、先行きも大きく伸びることは予想できない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、輸出は比較的堅調に推移するものと予測している。為替もやや円安に動けば、なお業績に寄与するものと予想している。ただ、国内向けの需要がやや減少すると、スモールカー中心になることによる影響が出てくるとみている。

	建設業（経営者）	・気候も良くなり客も外に出る機会が増えるとみられる。そうすると、展示場や他人の家を見る機会が増え、建築の意欲も上昇するのではないかと。しかし、景気動向にもよるが、資材等の高騰、職人不足の影響が出ることも予想される。	
	建設業（企画担当）	・技術者不足と労務者不足が懸念される。	
	輸送業（経営者）	・現状の状態に大きな変化は期待できない。業界では厳しい環境が続くと予想される。	
	輸送業（従業員）	・貨物増加が期待できる情報が無い。	
	通信業（営業担当）	・受注量の減少は続くともられ、これをカバーするような案件に期待するしかない状況である。	
	通信業（営業担当）	・一時的な円安による好転はあるものの、根本的な解決にはまだ時間がかかるのではないかと。震災からの復興及び雇用問題などは改善が見られない。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。景気対策を実行しなければ何も変わらない。	
	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）	・緊急経済対策等による景気浮揚効果は期待されるものの、今冬の大雪の影響もあり、地方への浸透には時間を要する。	
	公認会計士	・沿岸部の本格的復興が始まれば、建設業を中心に景気が上向くとみられるが、まだその兆候はみられない。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・資材供給や職人の不足はこの先まだ続くとも予想されることから、現状からの好転は望めない。	
	金属工業協同組合（職員）	・震災復興関連にかかわる事業分野は忙しくなるが、海外向け、特に半導体関連が底から浮上するにはかなりの時間を要する。内需向け新規開拓がなかなか難しい。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・T P Pへの参加が、米の取引価格に少なからず影響する。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・現状では3月以降の受注が見えないところが非常に多い。ものづくり企業にとって景気が上向きというのは別世界の話しに聞こえるというのが現状である。	
悪くなる	—	—	
良くなる	—	—	
雇用 関連	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・これまで求人をストックしていたが新卒採用を始める企業が増えてきている。
(東北)		人材派遣会社（社員）	・取引先の経済対策への期待感が大きく、実態として効果が出始めれば上向きの確度は大きくなる。一方、高齢者雇用安定法の施行により、若年者を主とする新規雇用の創出効果は若干と予測する。
		人材派遣会社（社員）	・新政権に代わり、その効果が前倒しで出てくることに期待している。
		アウトソーシング企業（社員）	・前年3月と比べ既に仕事の依頼が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新政権の経済政策はまだ何もなされていないが、マインドは良い。
		民間職業紹介機関（職員）	・若干であるが求人数も増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求職者の動きは徐々に鈍化しており、一時の勢いは見られなくなっている。市場は二分化しており、正規、非正規での働き方でそれぞれ固定されてきている。求人だけが多くなってきて、求職者が少なくなってきた。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3月決算の企業などからの駆け込み出稿が期待されるが、それでも前年と同程度の出稿になるような勢いは見られない。このままであれば前年比80%台まで落ち込むことも予想される。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3月は年度内の駆け込み需要に対する動きは見えるが、新年度ではまだ様子見などところがある。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は引き続き前年同月より増加するものとみるが、介護関係の求人は増えていて製造関係は減少しているなど、業種に偏りがある。	
	職業安定所（職員）	・製造業の回復次第とみるが、特に回復の兆しはみられないため、当分同様の状況ではないかと。	
	職業安定所（職員）	・今後も企業整備等の予定もあり、求職者は増加するとみられるため状況が良くなるとは考えにくいと、一方で新規開業の小売店、介護施設などもあることから求人数も高水準で推移すると予想される。	
	職業安定所（職員）	・まだまだ復興が続いていく状況のなか、年度替わりにおける要素もあり不透明なところはあるが、現在の状況が劇的に変化する要素には乏しい。	
	職業安定所（職員）	・求人数の前年比増加傾向は続いているものの、業種別の温度差が顕著である。	

	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業に円安の影響を聞いてみると、今までの差益損が一部改善されたのみで、まだ景気は上向いていないようである。また、2月以降、周辺企業で大規模なリストラが予定されており、今後求職者の増加が考えられる。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・現在、登録者を増やす種々の方策を進めているが効果が出ない。案件と就労希望者のアンバランスが2、3か月先も続く。
	新聞社 [求人広告]（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・3月は3年目を迎える節目となり、それに合わせて全国的に注目も高まるとみられるが既に風化は始まっており、一方、風評被害はますます強まることが懸念されている。いかにそれに立ち向かっていけるかである。被災地の真価が問われる正念場を迎えることになる。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・新年度からの受注減が予想されるとのことで、企業からの休業などの雇用調整の相談が増加している。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・有効求人倍率は24年5月から24年12月まで8か月連続で増加したが、25年1月は9か月ぶりに低下している。また、3月末には未確認ながら、従業員約30人のホテル及び従業員約20人のサービス業の事業所で閉鎖が予定されている。
悪くなる	—	—