

## 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）	・春先から夏場に向けては売上も上がっていく傾向にある。また、複数店の売上が先月ごろから前年を大きく上回っているため期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新規開店の店があり、内情的にも気分的にも明るくなってきている。卒業、入学シーズンに入り、来街客増に伴い全体的に活気が出てきている。前年より好結果となることが期待される。
		商店街（代表者）	・4月後半からのゴールデンウィークから5月の前半までは、春まつり、桜まつりの全盛期であり、観光客並びに地域外の方が訪れると予測される。地域のなかでもイベント等を数多く実施し、来客数増加に努めるので、非常に明るく、期待が持てる。
		商店街（代表者）	・アベノミクスの効果はまだ表れてこないが、長年続いたデフレ基調から脱却できる雰囲気だけでも、プラス効果と考えている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・正直、今の状況ではどのようになるか全く検討がつかない。客の動向が良くなると期待したい。
		百貨店（企画担当）	・今までけん引してきた高額品の売行きは、4月に一部値上げの動きはあるものの影響は少ないと見ており継続する。さらに、衣料品の動きが上昇基調となっている。販売量のプラスに加え、食料品のいいモノを求めるニーズもあることから、客単価も向上するとみている。
		百貨店（営業担当）	・一部企業で給与、賞与増が決定しており、その動きが拡大してくれば景気は上向きになる。ただし、政府の景気対策の効果あまり見えないようだとしてそれほど景気は変わらない。一方で来年の消費税導入を控え、そろそろ高額品を中心に需要が拡大してくると予想される。
		百貨店（経営者）	・株高、円高の修正、賃上げなど景気の回復がうかがえることが徐々に発生している。
		コンビニ（経営者）	・季節要因による売上や買上点数の増加に加え、午後の客層において買上点数の増加が見られる。なかでも主婦層の買上点数は目的買いプラスアルファが出ている。そういった状況から、景気は上向きになるのではないかと判断する。
		コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇により、売れるものが変化している。ただし、消費者に最も近い小売業においてはアベノミクス効果の実感はまだ届いていない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・新商品の販売など、営業努力をすれば良くなると期待したい。
		衣料品専門店（店長）	・春から初夏にかけてのわくわく感は売上につながる。来客数も見込める。
		衣料品専門店（総務担当）	・他業界の所得が上昇することにより、消費行動が期待できる。
		家電量販店（店長）	・政府の景気対策の効果が早急に表れてくれば、景気の改善は見込める。
		家電量販店（店長）	・日経平均株価が上昇基調にあるなかで、消費マインドも底上げが図られてくれば、小売の当社としては今後の消費拡大に期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・低燃費で免税・減税対象のエコカー新モデルの投入等で販売増が期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・世の中の流れは景気が良くなる方向に向いているので、当店のよう小さな販売店も少しはおこぼれがあるのではないかと楽観的に考えている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・気候も良くなり、前向きな景気動向が報道されていることもあり、消費者の動きも消費意欲も高まる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）	・気温の上昇に伴い、衣料品の販売量が増加傾向にある。
		高級レストラン（経営者）	・株も上がっているなど、全体的に良い方向にいつている。今後も劇的に良くなるかどうかは分からないが良くなっていくことは間違いない。
高級レストラン（支配人）	・東北は震災復興に向け、冬季開けから活発さを増す。野菜などの農産物の生産流通も活発になれば、消費行動も活性化する。		
一般レストラン（経営者）	・アベノミクスの効果で景気が良くなることを期待している。		

一般レストラン（経営者）	・毎日行く市場は活気が良くなり、人が集まってきているようである。経済が動いているのではないかと。同業からもかなり上向きになってきているというような話が多くなってきている。
一般レストラン（経営者）	・周りの雰囲気からは良くなるのではないかとという期待感が持てる。ただ、アベノミクスも実際のところ、末端の消費者に還元されるまでは時間が掛かるのではないかと懸念もある。
観光型ホテル（スタッフ）	・電気料金やガソリンなどの高止まり感が個人消費を冷えさせなければよいという不安はある。しかし、歓送迎会にもどことなく明るさが見えているし、4月からのデスティネーションキャンペーンにも期待をしている。長年続いていたデフレが解消されることを期待したい。そうなれば、観光客も増え、本格的な上昇気流に乗るのではないかと。
都市型ホテル（スタッフ）	・アベノミクスの影響により、消費者のマインドは前政権時と比較すれば格段に回復している。今後確実な政策実行により、景気回復が実感できるようになることを願っているが、地方、特にホテル業についてはタイムラグがある。その時のためにいかに消費者のニーズにこたえられる商品をラインナップするかである。
都市型ホテル（スタッフ）	・大震災から丸2年が経つが、まだ東北応援のイベントや本来は他県で実施予定の会合が入ってきている。それに伴う宿泊や宴会受注と大河ドラマ効果による観光客の流れにも期待している。
旅行代理店（店長）	・夏のボーナスや、月例給を政府方針通り増額する動きも見られ、個人消費は今以上に活性化するとみられる。
通信会社（営業担当）	・全体的に復興特需ということで、建設業などでも資材の高騰はあるものの、仕事は順調にあるようである。ここ4、5年くらいは十分な復興需要が見込めるなかで、現政権に変わってからはムードも良く、かなり期待できる。
通信会社（営業担当）	・各社の業績向上が期待できる。
テーマパーク（職員）	・現在の好況感が継続する。さらに、風評による買い控えが徐々に薄くなり消費単価が上がる傾向は続く。
観光名所（職員）	・現在のところ雪解けも順調に進んでおり、ゴールデンウィーク頃からは行楽客も増えると見込んでいる。
遊園地（経営者）	・ガソリンの高止まり、電気、ガス料金の上昇が心配されるが、復興需要に下支えされて、少なくとも前年並みには推移すると見込んでいる。
美容室（経営者）	・春になると、気分的にパーマをかけたりカラーを明るめにしたりと楽しくなって来店する客が増える。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・大手企業のベア満額回答のニュースによる波及効果か、3月の年度末臨時手当を支給する地元企業が数社ある。今後の消費マインドの上昇に期待している。
住宅販売会社（経営者）	・新エネルギーに伴う大規模開発及びRC集合住宅の受注が確定しているため。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税前の需要に期待している。
変わらない	
商店街（代表者）	・生活者は景気回復ムードに乗せられているようだが、4月以降、身の回り品が一斉に値上がりした時に今度はどう反応するかが心配である。過去の例では購買意欲というのは物価が上がっている時の方が増すということがあるが、給料のベースアップが遅れるようだとまだちょっと心配である。
商店街（代表者）	・景気が底を打ったので、少し明るくなるとみられる。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・地方の市場経済は昇給、その他の要因に深く関わっているし、メーカー等の影響を受けないところなので、現状でははっきりと認識できる状況ではない。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・売れる日と売れない日の波が激しいが、トータルでは変わらない。
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・物価が上がるのに売上及び利益が上がらない。安売りバーゲンとは違う打出しをして、集客する方法を考えている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・アベノミクス効果で大手企業は給料が上がると言われるが、消費者がお金を使うようになるにはまだまだ時間が掛かる。当分は現状のまま変わらない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・天候に左右されるものの、客の購買力は良くなっており、今月も良い傾向になっている。これ以上良くなるかどうかは分からないが、変わらないのではないかとみている。
百貨店（売場主任）	・景気回復傾向の報道などで気持ちは幾分明るくなってきている。ただ、電気料など、実生活のマイナス部分の影響が把握できていない。実際に地方に変化が表れるのはもっと先である。

百貨店（総務担当）	・一部企業の業績回復や株価の回復といった良い要素もある一方で、電気料金や原材料の高騰ということもある。一般消費者が自分の所得のなかでどこまで消費に向けるかという部分は判断がつかない。
百貨店（買付担当）	・株高、円安傾向があるなかで、可処分所得を含めてなかなか手取りが増えない状況では販売にはつながらない。
百貨店（経営者）	・春闘で賃金が改善される業種が当地区には少なく、3か月先も好材料に乏しい状況である。むしろ目先のガソリン及び灯油高、電気料金の値上げ等の悪い材料がある。
百貨店（売場担当）	・前年のこの時期もやはり苦戦を強いられていた。セール前の買い控えが要因となり客の買い方に大きく影響を及ぼすとみられる。客は安いからではなく価値と価格のバランスや何か付加価値がないと駄目である。安いものは量販店やショッピングセンターなどで上手に買い分けをしており、百貨店ならではの取組がキーとなってくる。
百貨店（経営者）	・富裕層の高額品は好調に推移しているがごくわずかの部分なので、全体の多くを占める中間層からその下の層までの回復が見えない。その層の回復を期待するのなら、給与、賞与など所得アップが現実的にならないと厳しい。
スーパー（経営者）	・ニュースと天候につられて何だか明るい気持ちだが、所得が増えているわけでもないで、財布のひもは緩まない。
スーパー（経営者）	・最近の株価上昇で潤う人がいるほか、円安で輸出拡大の期待もあるが、4月からは公共料金や食料品の値上げ、ガソリン、灯油等の高止まりもあり、財布のひもは固くなる。また、春闘で一部賃上げはあるようだが、主に賞与時期の企業が多いようであり、実質可処分所得増も7月ごろまでは消費拡大は期待できないのではないかと。客である農家もTPP交渉参加に関心が高く、現在の消費行動は様子見である。この状態はしばらく変わらない。
スーパー（店長）	・来客数は微減傾向だが、1点単価、買上率が落ち込んで、客単価の減少に歯止めが掛からない状況である。価格競争もますますし烈になっている。この傾向はまだまだ続きそうで、各企業の体力勝負になってきている。
スーパー（店長）	・円安等の影響もあり、4月ごろから油、粉物の価格高騰等も考えられるため、客が必要なもの以外は儉約する傾向はより強くなる。また、競合店間のチラシ価格合戦はより激化し、業績向上に厳しい環境になる。
スーパー（店長）	・競合店の出店が続くなか、販促策を強化して来客数、売上を回復しなければ業績は変わらない。
スーパー（店長）	・競合の状況、商品の動向のいずれを見ても大きな変化は無いとみている。
スーパー（総務担当）	・株価が上昇している一方で、電気料金の値上げが控えている。これにより、可処分所得が減少するということもあり、トータルではあまり変わらない。
スーパー（物流担当）	・災害復興需要もなくなり、短期的に景気が良くなる要因が見つかからない。
コンビニ（経営者）	・前年割れが続くとみられる。季節による売上増加は見込めるが、光熱費の値上げ等、消費者の財布のひもが緩むニュースが無い。
コンビニ（エリア担当）	・トレンドに変化を及ぼすような環境変化が見込めない。
コンビニ（エリア担当）	・社会全体の景気は上昇基調だが、コンビニエンスストアの売上が良くなるのは社会全体の景気上昇が力強いものになってからである。
コンビニ（エリア担当）	・当社も含め今期の出店計画は過去最大である。今後もより競争環境は厳しくなることが予測される。
衣料品専門店（経営者）	・地方にも早く景気回復の兆しが見えてきてほしい。
衣料品専門店（店長）	・春物商品の立ち上がりとその後の動向を見る限り、実売期での苦戦が予想される。また、ビジネス用途でのニーズが減少していることから、今後も苦戦が予想される。
衣料品専門店（店長）	・客単価はアップしているが、クールビズにより、年々夏物スーツ需要が減少している。
家電量販店（店長）	・夏の電力値上げに向けて、客は節電タイプの冷蔵庫やエアコンといったものに興味を示している。今のところそれらの需要は大きく伸びておらず、テレビ需要の落ち込みをカバーはしていないが、少し景気が上向きになっていることをうかがわせる。春先の需要は良くもならず、悪くもならずで、このままの状況が続くのではないかと。

乗用車販売店（経営者）	・株価、円安、賃金面で先行きに明るさが見えているものの、エコカー補助金並びに復興需要の発生で先食いしており、今後も受注、販売共に10～20%前後くらいの前年割れで推移するものと考えている。
乗用車販売店（従業員）	・目立った新型車の投入も特に無いので、販売量はなかなか伸び悩むとみられる。
乗用車販売店（店長）	・消費増税の影響もまだ無く、販売量が大きく変動する要素は無い。車販と並行したサービス需要の掘り起こしが急務である。
住関連専門店（経営者）	・油や電気料を始め値上げが始まったが、収入は増えず中央のムードとはかけ離れている。今後のアベノミクスの影響を期待しているが、地方まで浸透するようになるのはいつのことだろうか。
住関連専門店（経営者）	・新生活は3月から4月にかけて動くが、そういう客は当社にはそう多くなく、現状からすれば大きい回復は考えられない。アベノミクスといわれるが、我々の業界はそこまで影響を受けていないというのが現実である。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	・起爆剤となる商材は幾つもあるが、消費者の財布のひもは固く市場に回るお金は少ないとみられるため、今後も期待は薄い。
その他専門店 [食品]（経営者）	・食品値上げ、先の消費税率アップ等を考えて、できるだけ消費を押さえようとする意識がますます高まるのではないかと。
その他専門店 [靴]（従業員）	・行楽シーズンに向けたウォーキングシューズやスニーカーの提案を強化していく。
その他専門店 [酒]（営業担当）	・地元ではこれから農家が農作業に入るので、大きい動きは期待できない。また、地元以外での高付加価値商品の売上を少量でも伸ばす必要があるが、すぐには成果が上がらない。今のところ大きなマイナス要因が無い限りは、この状態が続くと考えている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・当県の場合、まだ復興予算頼みのウェイトが高いため、公共事業の予算執行まで一服状態が続く。今後の新築工事等の見通しもいまだに見えてこないため、足踏み状態が続く。当県は農産物の生産ウェイトが高いが、風評被害の影響がまだ色濃く残っており、農業、漁業いずれも需要回復が見通せない。しばらくはこのような状況が続くものとみられる。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・アベノミクス効果により円安・株高が進んでいるが、当県の燃料販売については、前年比でガソリン98%、灯油76%、軽油108%という現状である。軽油は復興需要により伸びているが、全体的には低調な販売が続いている。原発事故の早期収束を願うばかりである。
高級レストラン（支配人）	・収入増なくして、物価増はありえない。順序を間違えると今より悲惨な状況が待っているという限りのない不安がある。
一般レストラン（経営者）	・長い期間にわたってレストランで食事をするということから遠ざかっている方が増えており、そういうスタイルが固定化されているようである。多少景気が良くなったとしても、そう簡単にレストランに行こうというふうにはならないのではないかと。ただ、少しは増えてきて欲しいと願う気持ちもある。
スナック（経営者）	・今月の送別会シーズンは予想よりも客の流れが良く、数字的にもクリアできている。このままのペースで歓迎会シーズンに入っていきたい。客からも、歓送迎会は経費が使える人が沢山いるように聞いているので期待している。
観光型旅館（経営者）	・変化する兆しは見えていない。
観光型旅館（スタッフ）	・現在、直近の個人型は順調だが、団体型の申込が伸びない。予約発生が早い団体型が少ないため、ゴールデンウィーク以降については厳しい状況が見込まれる。個人型もゴールデンウィーク以降、夏までは落ち着くとみられ、今は順調でも先の期待は薄い。
都市型ホテル（スタッフ）	・本来であれば、新入学ということで人生の節目を迎えてホテルの利用も多くなることである。4月上旬の市長選に始まり、5月には市と県の大きな人事異動もあり、景気でのこ入れになるであろうが、買物をしたり、ホテルの利用が多くなるとは思えず、現状維持のままとみる。
都市型ホテル（スタッフ）	・当地では景気回復の実感は全くない。逆に円安によるガソリン価格の高騰など、ゴールデンウィークを控え遠方からの宿泊客への影響が懸念される。
タクシー運転手	・乗客の様子を見ると、震災の影響はもう無くなり仕事も順調にいつているようで、大変忙しいという話をよく聞く。タクシーにも客が切れ目なく乗ってくる。良くなる方向にいつているのではないかと。

	タクシー運転手	・相変わらず働きたくても仕事が無いという乗客の話がある。仕事が無いような状態では景気が良くなることは考えられない。
	通信会社（営業担当）	・政府の施策が反映されるまで3か月はかかるのではない。中小企業の経営者が投資するときに景気の上向きになるときである。東日本大震災の復興が加速すると景気は上向きになるが、まだまだ3か月後は変わらない。
	通信会社（営業担当）	・首都圏では景気が上昇しているようである。北東北でも反映されてほしい。
	通信会社（営業担当）	・好転するような材料が特に見つからない。一部の業種以外は停滞基調で推移する。
	通信会社（営業担当）	・首都圏の一部企業における年取増で、恩恵がある人による消費拡大傾向に伴い一時的に指数は上がるが、本来の内需拡大につながるか否か、予断は許されない。
	通信会社（営業担当）	・景気の回復感が浸透してきており、これまでの安価なサービス商品より、やや高めなサービス商品の販売数が増えている。今後はしばらく、これまで増加していた解約者が減り、新規客は少ないながらも安定していくとみられる。
	観光名所（職員）	・来客数の目安である乗船予約数は芳しくない状況だが、来た客に関して売上は前年を上回っている。来客数及び売上が伸びるか、来客数は伸びず売上も現状維持になるか、どちらともいえない状況である。
	競艇場（職員）	・政府の景気対策等が行われているが、当業界に影響が出るにはまだ時間が掛かる。
	美容室（経営者）	・美容業界では、景気の上がり下がり具合は急激に表れるわけではなく、半年、1年というスパンで遅れて動くという状況がある。したがって、仮に他の景気が良くなっても特に影響はなく、そういった意味で変わらないとみている。
	設計事務所（経営者）	・年度が変わり暖かさが増してくればいろいろな住宅関係の話も出てくるが、コンクリートや木材等の資材不足と値上げでどうなるかとの懸念もある。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・予約はごく短期のものしか入っておらず、先行きは非常に不透明である。株価や気持ちの問題が先行しているようである。秋の選挙までは低迷が続くとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・前年の春は意外なほどの業績改善が見られたが、当時は原発事故に絡む一律賠償が行われた時期で、その影響もあったかもしれない。当店の立地は復興施策の影響を強く受ける場所であり、業績好転も政策、施策を要因とする短期的結果だった可能性がある。今は、経済の諸条件が震災後、基本的に厳しいままだったのではないかと考えている。
	スーパー（店長）	・円安でガソリン価格などが上がり、電気料金が上がる話もある。しかし、給料は依然としてそのまま生活が苦しくなっているため、景気は良くならない。
	コンビニ（経営者）	・今月は他地域への人の流出が多くなっている。そういった面では3か月後はかなり厳しくなると予想される。
	コンビニ（店長）	・これから円安による原油価格の高騰により、電気料金が上がっていくということなので、消費のマインドはやや下降気味になる。しかし、震災がらみの工事関係者の消費は引き続き好調なので、プラスマイナスでゼロと予想する。
	衣料品専門店（経営者）	・アベノミクス効果でムード的には良くなるだろうが、現実的には円安による灯油、ガソリン、食料品等の値上げによる生活防衛意識のデメリットの方が大きい。
	衣料品専門店（店長）	・前々年からの震災特需が一巡し、ここ1、2年でスーツを作られた方が多くなっている。買換えのニーズがあっても、毎日スーツを着るビジネスマンは購入するだろうが、そんなに使用しない方は我慢するのではないかと予想している。
	乗用車販売店（経営者）	・例年4月以降、特に5月の連休後は動きが悪くなる。
	乗用車販売店（店長）	・今月は決算月ということもあり販売量が伸びたが、今後はその反動もあり、販売量や来客数なども減少傾向になると考えられる。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・年度末の商品の動きからすればやや悪くはなる。ただし、今年はやより一層のクールビズが定着していくのではないかと期待している。特に女性の制服に関しては各メーカー共に、多種多様な商材を出している。また、今年も暑くなれば夏物が売れるのではないかと期待もある。
	一般レストラン（経営者）	・景気回復の起爆剤になるような材料はなく、今は様子見の段階である。むしろ、下がる傾向になると予想している。
	観光型ホテル（経営者）	・4、5月の予約状況はデスティネーションキャンペーンと学校関係のオリエンテーションなどで入込は10%ほど良いが、6月以降は復興支援のあおりもあり、前年比約10%減少している。

		都市型ホテル（スタッフ）	・被災地ということでここ1年以上特需があり、個人利用、法人利用共に過去最高の入込、売上が続いていたが、件数、売上共に前年を下回り始めている。来月以降の予約状況も前年に比較すると件数、売上共に下回り始めている。
		旅行代理店（経営者）	・円安もあり、売れ方を見ると、3か月前より景気は下がっているようである。もう少ししたら落ち着き、伸びてくるのかもしれないが、今は出控えているようである。
		タクシー運転手	・不景気の状態が続いており、車を選ぶ客や乗り控えが非常に目立ってきている。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・脱デフレができないなか、更に食品デフレが進むことが考えられる。また、1年後の消費税増税や給与が値上げにならないというマイナス要因もある。
企業 動向 関連  (東北)	良くなる	コンビニ（エリア担当）	・同業他社との競争が1番大きいマーケットのなかで激化していくので、厳しい状況が予想される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・業績の影響が徐々に我々末端に好影響を与えつつあり、それが更に鮮明になってくる見通しである。公共事業の増加により、身の回りの景気が良くなっているのが見てとれ、更に良い方向に向かっていくとみられる。
		建設業（従業員）	・発注が遅延した案件の出件が年度初めに見込まれており、2～3か月先には入札が一巡して受注者が確定してくる。
		広告業協会（役員）	・マスコミは今後も首都圏からの引き合いが多いが、4月からは仙台・宮城デスティネーションキャンペーンも始まり、観光業者からの発注も期待される。
	やや良くなる	広告代理店（経営者）	・取引先の売上が順調に伸びている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・4月から行われるデスティネーションキャンペーンへの期待は大きく、観光施設や料飲店での需要が見込まれる。
		食料品製造業（総務担当）	・政府の景気対策が次第に効いてくると期待している。
		繊維工業（経営者）	・ムードが良い方向に向かっているので、実際にも良くなってほしい。大いに期待している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・アベノミクスの波及効果もみられる。
		広告代理店（経営者）	・賃上げやボーナス満額回答が出ている状況で、その消費を狙った広告物が、新しく発生する期待がある。
		司法書士 公認会計士	・冬期間低迷していた分譲地の取引が増加している。 ・東北の沿岸部の復興計画が動き出せば、現在よりは需要が上向くと予想される。
	変わらない	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・今後もテレビドラマの影響で観光客が増え、景気はやや良くなる。
		金属工業協同組合（職員）	・半導体関連の客先からの5～6月の発注計画の見込みが増加予想であり期待したい。しかし、依然として短納期、低価格である。
		農林水産業（従業者）	・このごろ、農業機械やトラックの買換えなどをする農家が多く見られる。
		食料品製造業（経営者）	・この先3か月を見ても、牛タンの人気が落ちることはない。それ以上に、アメリカ等から30か月齢までの牛肉の輸入が可能になれば、ますます質の良い牛タンが提供できるため、人気も上がるのではないかと見通しがある。
		食料品製造業（経営者）	・4月から始まるデスティネーションキャンペーンでどれだけ観光客が来るかで売上は左右される。円安で資材関係の値上げ要請がきており、コストアップになりそうである。
		食料品製造業（総務担当）	・売上の前年割れが続いている。
木材木製品製造業（経営者）		・震災復興による住宅着工も継続して需要を見込める。	
出版・印刷・同関連産業（経理担当）		・広告宣伝は印刷物からインターネットなど他の媒体にどんどん変わってきているようである。	
土石製品製造販売（従業員）		・これから新年度に向けて、復興事業予算が大きく占めることが予想される。道路設備工事や、マンション建設が多々あるため、人手がまだまだ足りないくらいである。しかし、復興へ向けての工事で景気が上向きとなるのはまだまだ先ではないか。	
一般機械器具製造業（経営者）		・自動車部品については、輸出環境はやや良化してきているが、海外移管が進んでおり、国内では数の増加は見込めない。	
建設業（経営者）	・一時的には好景気になるであろうが、職人不足や資材の高騰、将来的には人口減少問題等の不安材料がある。		
建設業（企画担当）	・多くの出件が見込まれるが、技術者不足及び労務者不足の影響が懸念される。		
輸送業（経営者）	・現状が大きく変わる要素は無い。物量は減少傾向であり、現状が続くものとみられる。		

	輸送業（従業員）	・貨物の動きに大きな変動要因が見られない。	
	通信業（営業担当）	・受注は今のまま増加傾向で推移するとは考えられず、予断を許さない状況には変わりがない。	
	通信業（営業担当）	・アベノミクスへの期待はあるが、震災からの復興遅延などもあり、現時点で良し悪しの判断はできない。	
	通信業（営業担当）	・政治の舵とり次第である。	
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因は無い。	
	金融業（広報担当）	・アベノミクス効果について巷間で言われているが、地方ではまだ実感に乏しく、もう少し影響を見極める必要がある。	
	経営コンサルタント	・消費マインドは高まっており、春の貸金アップが期待される。	
	コピーサービス業（経営者）	・景気が良くなるだろうという気分で市場は活性化しているが、実態はまだだである。受注件数も少ない。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・納入価格や販売価格が正常に戻るということは考えられない。適正マージンを得ようになるまでは相当な時間がかかるのではないか。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・復興に関する住宅需要は、一部には見られるものの、被災地では宅地利用計画が遅々として進んでいないため、受注数の停滞感はまだ継続すると考えられる。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・T P P 交渉参加を見越した米業者が、米の取引価格を引き下げることが予想される。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・大手が給与を戻したり上げたりできているのは中小企業がより一層厳しいコストダウンを身を切っているためである。よって、中小企業の業績は売上が変わらなくても利益減か赤字というのが現実である。それを政府は見えていないのではないか。	
悪くなる	—	—	
良くなる	—	—	
雇用 関連  (東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣サービスは引き続き受注が減っているが、人材紹介に関していえば高めの紹介料で安定してきており、特に緊急度の高いクライアントから決まってきている。
		アウトソーシング企業（社員）	・4月の仕事の予約も入っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月以降、京阪を中心に進出企業又は工場の進出計画もある。また、国の被災地復興予算も新年度、形になって表れてくるとも想定されるので、少しは今の状況より良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現政権の経済対策に対して、期待感が以前高い。そうしたマインドが、設備投資や採用意欲に良く作用している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・輸出関連産業の伸びが、季節労働者の求人状況を好転させると期待される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は引き続き前年同月比プラスで推移している。この先は求人が増加していく時期でもあり、景気は上向いていく。
		職業安定所（職員）	・新年度で、事業所の生産活動が活発化してくる状況が見受けられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・今月になり求人が増加している。4月以降も同様と考える。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・引き続き中堅中小企業から採用の意向、問い合わせが入り続けていることもあり、現在の良い状況とそれほど変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・取引先の声として、経済対策への期待感は依然高いものの、一時の高揚には一服感がある。より具体的効果が表れるのはまだ先との声が多い。
		人材派遣会社（社員）	・経済対策への期待はあるが、まだまだ効果は不透明である。高齢者雇用安定法により、雇用は更に慎重傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・製造業など、地域の基幹産業で求人意欲の高まりがみられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は依然として高水準で推移するとみられる。一方で、新規求職は時期的要因もあり、一時的には増加するとみられるが、状況が大きく変化するとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・復興需要が継続している局面ではあるが、数字的な改善ほど地元における復興感は強くない。
		職業安定所（職員）	・今年度後半から有効求職者が前年度比増加に反転している。今後も注視していく必要がある。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は23年5月から25年1月まで21か月連続で前年比20%以上の増加であったが、25年2月は18%の増加と、22か月ぶりに10%台の増加となっている。また、有効求人倍率は2か月連続低下したため、先行きに不安がみられる。
		職業安定所（職員）	・アベノミクスによる景気の上向きを期待しているが、まだ地方にはその影響は表れていない。当所管内で2月に大規模な人員整理があり、3月にも人員整理が予定されている。

やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・被災県からの復興プロジェクト等の入札案件が多いことやそれに関連した民間需要もあるものの、求職者が減っているために2、3か月先の景気はやや悪くなる。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・3月の状況が予想以上に良すぎるため、例年見られる4月の様子見や出稿控えも現在のところ前年よりも大きくなりそうである。
悪くなる	—	—