

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	乗用車販売店（経営者）	・年末からの新型車投入と消費税増税前の駆け込み需要の本格化で、販売機会の増加を見込んでいる。
		高級レストラン（支配人）	・農作物の収穫を終え、冬食材の収穫時期を迎える。観光客の増加とともに、景気対策により企業側の賃金への還元などがあれば、来客数向上に結び付くという期待感はある。
		一般レストラン（経営者）	・今月があまりにも悪すぎるので、これ以上落ちることはまずない。よって、現状よりは良くなる。
		旅行代理店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で消費の前倒しが見えらる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・年度末の消費税増税前の駆け込み及び年末へ向け、購買に多少の活況は出てきそうである。
		商店街（代表者）	・新しい店舗も出店し、底から這い上がってきそうな気配がある。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税の前景気は年末あたりから少しずつ出てくる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・プロ野球も終わり選挙も無いので通常の販売状態になる。現在既によい状態に向かいつつあり、前年比103%くらいには戻るので、やや良くなると考えている。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の動きが少しずつ出てくる。
		百貨店（企画担当）	・部分的に来年度の消費税増税に向けた駆け込み需要は現れてきており、徐々にその動きは顕著になってくる。特に、年末年始の商戦は高額商品を中心に活発に動き、全体を押し上げると予想している。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦は、中元の実績から見ると前年並みに留まるとみられる。12月の年末商戦あたりから消費税増税に対する駆け込み需要が発生すると予想されるため、来年3月までは景気は上向きになるとみられる。
		百貨店（経営者）	・年末、年始と消費税増税前の駆け込み需要で、短期的には良くなる。また、一部の業界では人件費が高騰していることからその恩恵も期待できる。しかし、春以降は駆け込み需要の反動と、増税により大きく落ち込むことを懸念している。
		スーパー（経営者）	・とりあえず消費税が上がるまでは好調を維持する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税に向けた消費行動が予測される。
		コンビニ（店長）	・人口及び社会構造上、競合店の閉店に対しては一定の来客数増加が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が上がる前の駆け込みで、高額品が売れるのではないかと期待する。
		衣料品専門店（店長）	・購買動機が、安ければ何でも良いというところから、良いものを安くという形になっているようである。客の様子から、これから秋冬にかけて、スーツの買換えなどで来店する客は例年以上に増えるのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・天候に左右されやすいという不安要素は付きまとうが、冬物商品の立ち上がりの早さから、実売期に向けて買上客数の増加が見込まれる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
家電量販店（店長）	・震災県であることや原発関係の問題もあり、復興需要や新築による買換えは続いていく。来年の3月までは数字が伸びるということを考えると、今までの買換え需要も更に少し伸びてくるとみており、来春までは伸びが強くなるのではと期待している。ただ、パソコン及びタブレットは単価も下がり続けており、そうそう大きな数字にはならないような気がする。		
乗用車販売店（経営者）	・個人客、法人客共に来年4月の消費税増税に対する来店、並びに問い合わせが増えつつあり、新型エコカーを中心に今後駆け込み需要がますます出てくるのではないかと考えている。		
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の3月までは、このような状況が続く。		
乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなるというよりも、来年の消費税増税を前に駆け込みの客は間違いなく増える。		
乗用車販売店（店長）	・消費の先食い感はあるものの、しばらくは市場活性化が期待される。		

住関連専門店（経営者）	・消費税率が来年の4月に上げられる。耐久消費財を扱っているため、住宅関連で完成していくものが多くなることもあり、駆け込み需要を期待している。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元では選挙等も終わり、農家の収穫時期も落ち着くので、飲食店の来客数増を期待している。都市部も引き続き堅調であれば、やや良くなると考えている。	
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税増税の影響もあり、見積がかなり増えてきている。受注の兆しも確実性のあるものが増えてきている。しかしながら、春までの期間限定とみており、その後が心配である。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・降雪量が前年並との予報が出ている。機能性防寒衣料の除雪関連商品、住居用品、暖房器具等の売上が期待できる。また、クリスマス雑貨の初動が好調である。	
一般レストラン（経営者）	・我々のような和食関係は忘年会を迎えるので忙しくなる。また、鍋などの冬の献立があるので、今よりはかなり良くなる。	
一般レストラン（経営者）	・年末年始は人の出も多くなり、それに照らし合わせたように購買意欲も上がり、色々な分野でお金の消費も多くなる。忘年会シーズンも到来し、予約も既に埋まってきている。よって、景気は今よりは少し良くなる。	
スナック（経営者）	・少しずつではあるが忘年会の団体予約も入ってきている。予約の件数は例年よりも多少多いようである。	
観光型ホテル（スタッフ）	・ここにきて気温も下がり、問い合わせも増えている。年末年始もほぼ目標に近づきつつあり、目標が達成できる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・これからデスティネーションキャンペーンも終盤に入るが、JRの「大人の休日」会員向けのプランが11月下旬から始まり、また大きな流れがそこにできていく。それと同時に忘年会等の会合が多くなるので、当面1、2か月は売上の増加が顕著になっていく。	
都市型ホテル（スタッフ）	・今年はレストランのクリスマス予約に力を入れて活動しており、前年の倍は受注する見込みである。宴会は忘年会受注が好調で前年以上の期待も持てる。	
観光名所（職員）	・下地となっている台湾からの客は来月の中旬までだが、その後も国内の客を中心に予約数が伸びている。予約状況から、これからやや上向いてくるのではないかと予測している。	
観光名所（職員）	・11月下旬より初開催のイベントを実施して来客数増を見込んでいる。	
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税前の前倒し効果もあり、今後も売上は好調とみている。	
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税前の工事依頼が急増してくる。	
変わらない	商店街（代表者）	・訪れた客を見ても、消費マインドが上向く様子は全くうかがえない。恐らく横滑りになる。
商店街（代表者）	・寒くなっているので秋冬物の需要が多くある。店によって、セールや販促を強化しているところはまずまずの効果や成果が出ているが、全く何もしていない店はやや落ち込んでいる。	
商店街（代表者）	・アベノミクス効果が一段落している。また、冬季を迎え、灯油のプライスリーダーの生協が例年より高い予定価格を示しており、一般消費者の財布のひもは固くなっている。	
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・いろいろな仕掛けを考えているが、手ごたえがない。	
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・良い傾向なのだが、客の動向、単価、買上点数を見ても、これ以上良くなるかという疑問である。現在の状態で変わらない。	
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品の販売回転は良い状態を維持するとみているが、それに伴いガソリン等の経費はますますかさむ。	
百貨店（総務担当）	・一時的に消費税の駆け込み需要等があるとみているが、全体として継続的な景気上昇につながるかは不透明である。	
百貨店（営業担当）	・4月の消費税増税前の動向が気になるところだが、現状では景気回復は期待できない。	
百貨店（経営者）	・団塊世代が40代、50代だった過去の特需の時とは違い、今回の消費税増税前の特需は、団塊世代が60歳を過ぎているため、特殊な商品群に特化した商品が売れると想定される。何でも売れた以前のような駆け込み需要はない。	

スーパー（経営者）	・11月の平均単価の上昇は前年比2%とはいかないが、取引先の原材料費高騰の製品価格への転嫁は進んできたようである。しかし、小売業では同業だけでなく異業態競争が広がり、消費者の奪い合いも激しくなっている。競合以外にも地方では過疎化や人口減もあり、今後も来客数の伸びはあまり期待できない。消費税増税を控えて、各企業の投資動向や給与所得増への対応などを、消費の動静と共に注視していきたい。
スーパー（店長）	・客はじっくりと品定めをして、少しでも価格の安い商品を選んでるように見える。冬に向かって灯油やガソリン価格の値上げや商品の相次ぐ値上げなどが続いており、好材料は全く見当たらない。
スーパー（店長）	・円安傾向は変わらない。また、消費税増税前の駆け込み需要はスーパーへの影響はほとんどない。
スーパー（店長）	・競合店の状況及び近隣の設備等に変化がないので変わらない。
スーパー（店長）	・給与に変化がみられないので変わらない。
スーパー（物流担当）	・消費税増税を前に耐久消費財等の需要は一時的に増えると思われるが、それ以外は現状と変わらず、景気が良くなる要因は少ない。
コンビニ（経営者）	・来客数の減少を客単価の堅調と買上点数の増加で売上の減少を最小にとどめている状況である。景気そのものは個人の消費動向、例えば買上点数や客単価から見れば、やや良好と判断される。
コンビニ（経営者）	・天候がどうなるのか分からないので、変わらないとみている。
コンビニ（エリア担当）	・大きな変化要因が無い。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が増える要素が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・競争環境の変化が一周するまで状況は変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・給与の手取りが増えない、残業が極端に少なくなったといった声が多い。
衣料品専門店（経営者）	・これから寒くなり足元が悪くなると、より客足が遠のく。
衣料品専門店（総務担当）	・客の購買行動をみても必要品のみで、関連商品の購買には繋がっていない。
家電量販店（店長）	・消費税増税が発表され、若干の駆け込み需要はあるものの、その反動がくるので、均して考えると景気はさほど変化しない。
乗用車販売店（経営者）	・例年、今の時期はやや下火になる。しかし、10月末～12月にかけて更に新車種の発表があることや、雪の気配とともに市場が多少動くことなど明るい見通しもある。
乗用車販売店（店長）	・新型車の導入や消費税増税の駆け込み需要などで販売台数の増加があるが、地域の特性上、毎年冬季は販売量の落ち込みが激しいので、全体を見据えると大きな変動は期待しづらい。
住関連専門店（経営者）	・仏壇の販売をしているが、現在の風潮として仏事の簡略化が進んでおり、仏壇の購入は小型化、安価なものという傾向にある。店としては売上の減少に繋がり、景気の回復というわけにはいかない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・食品の値上げや消費税増税の報道を受けて、消費者は先の状況を見据えているという雰囲気がある。このままの状況では今まで以上に厳しくなる。横ばい状態でいければいいが、もしかしたら悪化するのかもという不安はぬぐえない。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・電気料金値上げやガソリン、灯油価格の高騰が家計に大きな影響をもたらしており、ますます財布のひもが固くなってくる。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・地域の格差もあるが、会社数も減り人口も減り続けているなかで、果たしてこのままでもいいのかと非常に悩んでいる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・天候や気温の推移次第で販売量が変わってくるので、現状でははっきり見通せない。ただし、需要期に入り原油価格が堅調に推移しそうであるため、末端への転嫁が急務である。
一般レストラン（経営者）	・3か月先に特に良くなる要素もないし、悪くなる要素もない。

一般レストラン（経営者）	・地方の外食産業、特にレストランなどには、まだまだぜいたくにお金を回すことはできないという風潮が続くのではないかと。予約状況を見ても、2、3か月先まで堅調に入っているわけではないので、低調なままいくのではないかと予想している。	
観光型ホテル（経営者）	・現在、11月の入込は前年比2割減である。12月以降は前年並みとみられるが、予約発生が遅く見通しが立たない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・これから11～1月とホテルにとっては稼ぎ時を迎える。忘年会やクリスマスがあるが、先の予約状況については法人、個人共に前年の同時期と比較すると遅れている。ホテルを見る目が厳しくなっており、逆風が吹いている。今後の動向を十分に注意していかなければならない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・おせち販売はディナーショーと共に売上を左右する高額商品である。しかし、原材料価格の高騰も現実となり、価格への転嫁も容易でないため、前年並みを確保したとしても利益率は悪化し、苦戦することが予想される。	
旅行代理店（経営者）	・3月まではある程度堅調に推移する。	
通信会社（営業担当）	・通信業界は低迷してきている。今一步中小企業の投資傾向がみられないのでこの先も変わらない。	
通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待されるが、一過性のものであり、増税後の景気はやや悪くなる。	
通信会社（営業担当）	・今後の消費税増税に向けた駆け込み需要は一部業種にみられるが、全体としては材料に乏しい。	
通信会社（営業担当）	・本来の好況消費が伸びていない。消費税増税前の駆け込みが増えるであろうから、一時的に判断数値は良くなるものの、継続力には大きく欠けると想定している。	
通信会社（営業担当）	・加入促進キャンペーンやイベントを開始したが、思うように数字が伸びない。前年と比べてもほとんど変わらず、この先の獲得予想も大きく変化する要素がない。	
通信会社（営業担当）	・顧客訪問時のヒアリングからは、特に変わるような要因もうかがえない。	
競艇場（職員）	・時期的な問題で落ち込みはあるが、それを除けば今月とあまり変わりはない。	
美容室（経営者）	・客の購買意欲は今の水準が維持される。来客数、客単価共に横ばいが続く。	
美容室（経営者）	・客には定年退職された方や、もうすぐ定年を迎えるという方が多数いるが、この先、年金で生活するのに頻繁に美容室へは通えなくなるという声がある。働いているうちにはよかったけど、これからは節約しないと、という客が沢山いる。	
住宅販売会社（経営者）	・受注は取れても、現場の職人の手当てができず、更なる完成工事高は望めない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・格差が拡大している。暮らし向きが楽かそうでないかは、買物ぶり、あるいは入店と同時に分かるほどになってきている。正直なところ、零細商業者の店に全体の5～10%の富裕層が訪れるわけはなく、やはり先行きは楽観できないというのが実感である。私が別に行っている商店コンサルティング業でも、商業者の悩みはますます深刻さを増しているという状況である。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・確かに一部景気の良い話はある。しかし実際は、周囲の人でも来客でも、ほとんどは従来と変わらないか、むしろ更に厳しい節約をしている様子が見える。今後、消費税率が上がる予定だが、それに伴って収入が増える見通しは現実には立っていない。この状況で生活を成り立たせるためには、更に節約するしかない。しばらくは景況感の改善がありそうだとみていたが、今では疑問を感じる人も多いのではないかと。期待先行からのやり戻しがありそうである。	
百貨店（買付担当）	・復興需要の鈍化と共に、来年の4月には消費税増税が控えており、一部駆け込みでの盛り上がりも期待できるが、その後は消費の冷え込みが待っている。	
スーパー（店長）	・円安による仕入原価の上昇、公共料金の値上げが今後も続いていくなか、景気回復の兆しは全くうかがえない。消費税増税も決まり、食品スーパーでも駆け込み需要はあると思うが一時的なもので、景気の先行きは不安である。	
スーパー（総務担当）	・競合店の出店、大雨などにより来客数が大きく落ち込んでおり、それにもなって買上点数もダウンしている。部門別では生鮮よりもグロサリーの売上が落ち込んでいる。特に加工食品、菓子、米、雑貨の落ち込みが大きい。今後もこの傾向が続く。	
コンビニ（経営者）	・2、3か月後となると年末年始に差し掛かるが、この分で行くと12月、1月は例年よりもかなり動きが鈍くなる。	

	コンビニ (店長)	・株価が上がり、円も安くなったということで、アベノミクス効果はその辺では直に出ているのかもしれない。しかし、一般消費者レベルでいうと、来年の消費税増税や電気料金の高騰、原油価格の高騰を受け、見通しは暗く、マインドはマイナスに向いているという雰囲気がある。	
	コンビニ (店長)	・12月の繁忙期で売上は一時的に上がるが、1月以降は春まで右肩下がりしていく。また、除雪による経費が大きな負担となる。競合店の影響次第だが厳しくなってくる。	
	衣料品専門店 (経営者)	・来年4月の消費税増税が決まって以来、客の価格に対する意識がまた厳しくなっている。現実には客単価が下がっているが、この状況は今後も続く。	
	衣料品専門店 (店長)	・消費税の影響からか景況感が悪化しているようで、今後、買い控えも予想される。	
	住関連専門店 (経営者)	・新築客は増加しているが、購買単価が低い。また、従来より買換え客が減少している。諸物価の値上げ及びその報道が目立ち、消費するマインドが低下しているように見受けられる。消費税増税前の駆け込みはみられない。	
	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・当県は原発問題が良い方向に進まないかぎり、良くならない。燃料売上也90~95%と100%割れが続いている。	
	高級レストラン (経営者)	・良くなるような材料があまり見つからないので、良くなる可能性は少ない。	
	観光型旅館 (経営者)	・客の話、特に仮設住宅などにいる方の話を聞くと、日々の生活は落ち着いてきたが、将来への不安は逆に増してきているとのことである。現在は期限付き雇用が多く、正社員の就職が無いので、このまま年を追うごとに再就職が苦しくなっていくと思うと、遊ぶ気になれないと話している。当地は県内の被災エリアからの客が多かったため、厳しい状況になりつつある。	
	都市型ホテル (スタッフ)	・被災地の震災特需が終わり、来客数、問い合わせ数共に震災前の水準に戻っている。来月以降の問い合わせも、前年同時期をかなり下回っている。	
	タクシー運転手	・お正月を控え、乗り控えたり、単価をできるだけ低くしようとしたりする状況は続く。	
	タクシー運転手	・仕事を求める人は相変わらずいるが、仕事がないという話がよく聞かれる。また、来年には消費税増税が控えており、良くなるとは思えない。	
	テーマパーク (職員)	・被災地としての復興支援ムードの収まりや、消費税増税による生活費の増加を見越した買い控えが本格化してくる。	
	遊園地 (経営者)	・シーズンオフに向かう状況で、業種的にも消費税増税の駆け込みは予想できない。各方面での値上がりが徐々にきいてきそうである。	
悪くなる	百貨店 (売場担当)	・やはり、同地区のファッションビルオープンの影響をものに受けると予想される。当社百貨店にはないブランド、雰囲気、何よりも魅力的な「新しさ」があり、価格帯もこなれていて、百貨店の価値を求めている方がどんどん減り続けている時代に、かなりの競合店になるはずである。	
	スーパー (経営者)	・消費税増税が始まる来年の4月1日までは、特に年末商戦、ボーナス商戦等においては耐久消費財に消費が集中し、なおかつ節約、節約志向が高まる。	
	コンビニ (経営者)	・売上前年比の下落はこの先も回復の兆しはなく、ますます厳しくなる。	
	自動車備品販売店 (経営者)	・毎年、9月以降2月まで売上が減少する傾向があるが、今年は9、10月が過去最低になっており、この悪い状況は変わらない。また、11月に日本海沿岸道路と東北自動車道の接続が予定されているが、個人消費については、ストロー現象により隣接県へ流出し、年末商戦は厳しくなる。	
	観光型旅館 (スタッフ)	・例年と比べると2~3か月先の予約が少なすぎる。増加する見込みも薄いため、厳しい状況となる。	
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業 (従業員)	・本年度の公官庁からの大型復興案件発注がほぼ完了して行く時期と考えられ、そのうちの一部については受注者が確定していると想定される。
	やや良くなる	食料品製造業 (総務担当)	・引き続き売上は好調を維持する。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・年末から年度末に向けて、若干忙しくなってくる。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・自動車部品については消費税増税前の駆け込み需要の発生が予測されるため、今期中は比較的好調に推移するとみている。

	建設業（企画担当）	・技術者不足、資機材高騰等の不安材料はあるものの、量的には増加傾向がしばらく続く。	
	輸送業（経営者）	・燃油費の高止まり感はあるが、物流増が期待できる状況になってきている。	
	広告代理店（経営者）	・売上見通しが上向いている。	
	経営コンサルタント	・消費税増税を前にした駆け込み需要の喚起策が本格化する。	
	金属工業協同組合（職員）	・受注案件の引き合い件数は増えてきている。一部、半導体関連の親会社が取引先企業に対してキャパオーバーでも納期厳守で詰め込んでいる状況がみられる。ただし、受注単価が安い上、人員増はできず残業代等がかさんでいる。	
変わらない	食料品製造業（経営者）	・今後、牛タンはお歳暮シーズンに入る。この時期の売上がかなり大きなウェイトを持つが、やや悪くなっている現在の流れはそのまま変わらない。前年比においても、今までは数%～10%は良かったのが、トントンというところまで数字が落ち込んでいる。	
	食料品製造業（経営者）	・来月から歳暮商戦に突入するが、既存店舗の売上見通しは厳しい。	
	食料品製造業（営業担当）	・販売量のジリ貧状態が続いており、回復する要素が見当たらない。	
	木材木製品製造業（経営者）	・現在の状況は2、3か月続く。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残が前年同時期と比べ10%くらい落ち込んでいる。同業者の話も聞いても、強気の所、弱気の所があり、どちらかというところと景気は変わらない。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・業界全体が成熟しきっている感があり、インパクトのある商品が出るか出ないかが大きなポイントだが、そのような見通しはない。	
	建設業（経営者）	・これからの受注は、工期や技術者不足を考えれば現状維持である。	
	輸送業（従業員）	・震災以降わずかずつ回復傾向にあるが、震災以前の水準とはかなりの開きがある。	
	通信業（営業担当）	・現状のまま推移するとみているが、解約・新規のバランスが崩れれば、予断を許さない状況である。	
	通信業（営業担当）	・政治次第である。	
	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）	・取引先に大きな変化はない。	
	広告代理店（経営者）	・引き続き、価格の見直しや数量の減少があるとみられる。	
	公認会計士	・震災復興関係の需要に対しては、人手不足、資材不足で企業が思うように動けない状況にある。当面この状況が続く。	
	コピーサービス業（経営者）	・売上の伸びは少なく、前年を守るのが精一杯の状況である。それも、相当の努力をしないと守れない状況になっている。また、民間企業の設備投資も少なく、価格競争になることが多くなってきている。	
	やや悪くなる	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・労働者の環境はなかなか向上しておらず、給料がほとんど上がらないという状況である。また、定職に就いていない若者も多く、食費をいかに少なくするかということに苦心しているようである。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・酒類の値上げについては、年内は一部の銘柄のみとの動きから、年内中は順調な出荷が見込まれる。
その他企業〔企画業〕（経営者）		・取引先の住宅会社の景況が良いところで推移しており、この先1年ぐらいいはこのまま推移する見通しである。	
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）		・新品種の設備投資や出荷の状況を見ると、一進一退の状況である。	
農林水産業（従業員）		・ふじりんごの収穫は間もなくだが、相次ぐ台風で落下、障害が例年より多くみられる。年末の贈答品に該当するものが少なくなることが予想され、単価が下がることが心配である。	
	繊維工業（経営者）	・景気は天候により大きく左右される。	
	土石製品製造販売（従業員）	・燃料費の高騰が続く限り、工場稼働や運送にかかるガソリン代が大きな痛手である。だからといって、その分販売価格の値上げをする訳にはいかない。社内でも福利厚生施設を少なくするなどしており、景気が良くなるといえる状況にはない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・政府の方針で大企業が給与を上げれば、そのしわ寄せは下請の中小企業にいくだけである。結果としてさらにコスト低減を求められ、利益率が悪化、もしくは赤字で出荷という状況に陥るのは明らかである。大企業の人件費が高すぎるのが日本の現在の製造業の問題点の一つではないか。	

		広告業協会（役員）	・マスコミ各社によるイベントも年末までは目立ったものはないため、この状況でいくと年末までは期待が持てない。季節的要因による年末売り出しに賭けるしかないようである。
		司法書士	・消費税増税の駆け込み需要による業務も終了するため、新規の受託の減少が予想される。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・政府が減反政策の見直し検討に入ったことにより、米価格のさらなる下落が予想され、米卸業者が前倒しで価格を下げてくることが予想される。
雇用 関連 (東北)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要対策による短期的人員増強が見込める。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・ホテルの新設や郊外型大手流通の進出がこれからもあり、募集も始まっている。これが仙台圏市場の活性化につながれば上向き傾向は続く。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・来年4月の消費税増税までは、消費行動が活発になりそうである。
		職業安定所（職員）	・求人の増加はそれほどでもないが、求職者の減少が大きい。求職者の減少は、在職中の求職者が減少しているということが要因である。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数は事業主都合離職者の減少により減少傾向にある。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・求人意欲はあるものの、消費税増税をにらんで、本当に良い人材でないと採用しないという状況が生まれている。採用枠数名のところにその10倍くらいの応募があっても、採用ゼロという企業があるが、それは先行きに対して少し悲観的な動きもあるからだろうとみている。悲観的な動きがある一方で、求人数は多いこともあり、変わらないと判断している。
		アウトソーシング企業 （社員）	・今のところ来年度の話も大きな変化なく進みそうである。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・景気浮揚への期待感はあるが、消費税増税の影響がどうなるかが不透明である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が8年ぶりで1万人を超えたが、一方で生産拠点を海外に移すために工場を縮小したりだとか、老舗のタクシー会社が燃料費高騰の影響を受け破産手続きに入るなど、失業者が増加するような動きもあり、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増えず、求職者数が減少しているにもかかわらず有効求人倍率が低いままの状態にある。
		職業安定所（職員）	・今のところ求職者が大幅に増加する要因はなく、企業の求人意欲も高いことから、求人数は引き続き高水準で推移し、しばらく継続する。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は続くとみられるが、賃上げが期待できず転職を希望する求職者が増加する。求職者の増加も予想されるため、雇用情勢の一層の好転は難しい。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は高止まりで推移している。これから更なる新規求人数の増加は考えられず、当面はこのままでいくものとみられる。ただ、11月から3月まで製造業の事業所で89名の解雇が出る予定なので、その辺りが懸念材料である。
		職業安定所（職員）	・求人の動きや求職者の動きについては、今後2、3か月、大きな変動はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・特定業種については相変わらず求人数が多いが、全体的にみると変わらない。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・営業外収益が前年比倍以上のため、経常利益は前年並みをキープしたものの、収益構造が改善する兆候がない。
		人材派遣会社（社員）	・景気回復への期待感は薄れている。加えて、消費税増税等も決まり、先行きが不透明である。賃金上昇もまだまだ見込めない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・前年の11月、12月は選挙関連の出稿があったが、今年はそれに代わるものが今のところない。今後の動きに期待しているが、それをカバーする出稿までは厳しい。
	悪くなる	—	—