

## 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） タクシー運転手	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化することに加え、年末年始にかけて発売予定の新型車に期待が持てる。 ・悪くなる要因は見当たらない。震災後にお手伝いしてくれた方々や地元プロ野球球団が日本一になった関係で、人が多く集まっているようである。そういったことで、これからはますます良くなっていくのではないかと。
	やや良くなる	商店街（代表者） 一般小売店〔医薬品〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（総務担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（経営者） スーパー（店長） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（店長） 家電量販店（店長） 家電量販店（店長） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（店長） 乗用車販売店（店長） 住関連専門店（経営者）	・これから冬が到来し、小売業、特に衣料品、ファッション用品、コート関係、防寒物、そして除排雪、防雪、雪の片づけの器具等がよく売れていくことが予想される。猛吹雪や台風がない限りは景気は上向くだろうと期待している。 ・12月は必要なものを買うため客も結構動く。ボーナスが良ければ、客もそれに合わせて多めに購入する。ただ、気候の良し悪しも影響するので未知数のところもある。 ・商品群には偏りが見られるであろうが、駆け込み需要は発生する。 ・これからのクリスマス、年末商戦、初商、3月までは、消費税増税前の駆け込み需要や、耐久性のある商品、自分へのご褒美といった部分への消費は見込め、2、3か月という短期的な部分でいえば今よりは多少需要としては伸びていく。ただし、4月以降に反動がくることは明らかである。 ・来年の初売りは、消費税増税前の駆け込み需要もあり、前年を上回ることが予想される。その後も3月までは駆け込み需要が続くことが見込まれる。 ・4月の消費税増の前段階で若干高額品の動きがあるものと予測される。 ・「オリンピックまでは仕事がいっぱい困ることはない」と言う建設業や製造業が増えている。建設関係は人件費が上昇しているとのことで、今後景気の波及効果が期待できるのではないかと。 ・来客数、客単価共に前年比110%で推移している。 ・一般企業のボーナス増加や消費税増税前の駆け込み需要などにより、客単価が上がる可能性が高い。 ・コンビニは消費税増税後も新規出店を加速する。 ・年末年始に向けて活気が出てくる時期なので、今よりは良くなる。 ・消費税増税前の駆け込み需要が増えるかと予想される。 ・消費税増税前の駆け込み需要が徐々に増えてくると予測される。 ・消費税率引上げによる需要の増加が見込める。 ・当県は震災からの復興需要で新築需要が増えている。また、この先2、3か月間は消費税増税前の駆け込み需要により、前年比で2けたの伸びを期待している。少しずつ伸びて、3月がピークになるとみている。ただ、4月以降の反動は注意していかなければならない。 ・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。 ・個人、法人共に消費税増税前の駆け込み需要がより強く出てくる。それにより、前年を上回って推移するとみているが、その好調さに果たして供給が追い付くかどうか懸念されることである。 ・12月から来年3月にかけて、更なる新機種の発表が予定されており、かなりの期待が持てる。 ・消費税増税前までは駆け込み需要があるとみている。 ・消費税増税前という、駆け込み客が今から増えてきている。 ・東京モーターショーも始まり、年末年始に向けた各社の新型車情報も入ってきている。顧客の反応も思った以上に良いので期待感が持てる。 ・消費税増税とクリーンディーゼル補助金締め切りの駆け込み需要が本格化することが予想されることに加えて、初売効果が上乗せとなり、現在よりも若干上向き傾向になることが考えられる。 ・来年の4月から消費税増税があるので、それまでに耐久消費財等々の買換え、又は新築需要での納入ということで、現在よりは良くなるだろうとみている。しかし、その反動も心配しているところである。

その他専門店 [パソコン] (経営者)	・消費増税が大きな影響を与えている。消費増税を意識したユーザーに便乗し、動きが良くなっている。ただし、市場は春までの一過性の流れと見ているようであり、4月以降の反動が懸念される。	
その他専門店 [酒] (経営者)	・お歳暮、年始ギフトは例年並みの販売量を予測している。今年はギフト商戦のスタートが例年よりかなり早くなっている。消費増税等の動向もあり、消費者が少し気がせているのかもしれない。この状況を前向きにとらえ、年末年始に少しでも購買意欲を高めてもらえるよう企業努力をしていきたい。	
その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	・消費増税により、多少の買い急ぎがあるのではないかと予想している。しかし、制服のようにサイズがある場合は難しいかもしれない。その他のものでの動きに期待している。	
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・消費増税前の駆け込み特需がある程度見込まれる。	
高級レストラン (支配人)	・クリスマスや年末商材の展開や報道等による景気の上向き感もあり、購買や飲食費に回る予算が増える。	
一般レストラン (経営者)	・商品を少々値上げしたが、客単価が3か月前と比べ3～4%上がっている。価値があるような値上げであったため、それに客が付いてきたということではないか。この分だと、当分良い状況が続く。	
一般レストラン (経営者)	・客の様子を見てみると、建設業やそれに関わる商売の人たちは皆忙しいようなので、やや忙しくなると予想される。	
スナック (経営者)	・忘年会シーズンに入り、徐々に団体の予約も入ってきているので、多少は売上も期待できるのではないかと。	
旅行代理店 (店長)	・消費増税による駆け込み需要で、一時的な売上増加が見込める環境である。	
テーマパーク (職員)	・消費増税を前に一時的な買いだめに走るのではないかと。ただし、一般的には収入が増えていないので、その後の消費低迷も見えている。	
観光名所 (職員)	・来客数等は前年並みだが、3か月前と比べると客単価が上がってきているということは、客の購買意欲という点に変化が出たのではないかと。今後はチャーター便での乗り込みもあるようで、予約が前年同時期より増えている。客単価の上昇と来客数の上昇に相乗効果が生まれれば、景気は上向くというか、店にとっては良い方向に向かうのではないかと。	
観光名所 (職員)	・12月と2月に大きなイベントがあり、期待をしているところである。	
その他サービス [自動車整備業] (経営者)	・景況としては、消費8%実施までは伸びるとみているが、その後については不安が大きい。	
その他住宅 [リフォーム] (従業員)	・受注残の工事代金が2か月分溜まっている。加えて、消費増税前の駆け込み工事の受付が直前までであると予想する。	
変わらない	商店街 (代表者)	・地元プロ野球球団の優勝もあり、人出とムードは良いが、数字はいまいち付いてきていないのが実態である。今後も一進一退を続けながら新年を迎えることになるかと予想される。
商店街 (代表者)	・地元プロ野球球団の優勝効果は一時的であり、今後への効果は期待できない。年末商戦となるが、賞与の伸びも期待できそうになく、飲食店での会合も年々客単価が下がってきており、更なる工夫が求められている。	
商店街 (代表者)	・秋口に県外資本の郊外大型店立地が相次いだ。整備された郊外商圏における低価格での商品提供により、中心商店街はより苦境に立たされている。	
一般小売店 [書籍] (経営者)	・一般的な消費については、必要なもの以外を買い渋る傾向は続く。年明け2、3月の消費増税前の景気動向に合わせて消費も動いていくのではないかと。	
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・一部ではアベノミクスの効果が表れているという話を聞くが、繁華街では全くといっていいほどアベノミクスの効果は表れていない。また、来年4月の消費増税のために、買い控えがそろそろ始まっており、その影響もあるのではないかと。売上は良くなる見込みはなく、変わらないとみている。	
百貨店 (企画担当)	・年末年始の動向は、今月の微増基調で変化無しとみている。消費者意識も徐々に消費増税前の駆け込み意識は出てくるものの、基本的な不要不買の意識は変わらない。ただし、増税前の春物商材の展開が前倒しになることが予測され、その動向如何ではプラスに転じる可能性もある。	

百貨店（売場担当）	・今月は他店舗のオープンにより、やはり多少なりとも影響を受けている。価格帯やターゲットは違うとはいえ、客の関心をついたブランドや商品の品ぞろえが及ばず影響は今後も続く。同じトレンド商品であっても、百貨店に対して求めなくても低価格で買えるのであれば安くそこそこ見栄えがする新しい店での購入も当然といえる。また、消費税増税に向けてぜひたく品などは、今のうちに買っておくのではなく、我慢となるのではないかと予想している。
百貨店（経営者）	・消費税増税前の特需は今後3月末をピークに上がっていくが、例年購入いただいている高額品で納期のかかる商品群の前倒しの影響で総売上は苦戦することが想定できる。
スーパー（経営者）	・とりあえず消費税増税前の3月までは、現状を維持できそうである。
スーパー（経営者）	・株価高や好景気企業の賞与増などによる末端消費拡大を期待したい。ただ、企業間の業績格差も出ていて、身近のところでも好業績企業といえるところは一部であり、地方の末端消費拡大にはもうしばらく時間を要する。
スーパー（店長）	・競合各社を含め、価格競争は熾烈を極めている。12月を控えて、買い控えの傾向が顕著になっている。オーバーストアのなかでも競合の出店予定がぞくぞくとあり、営業はますます厳しくなりそうである。
スーパー（店長）	・現状の食料品の儉約ムードは変わらない。
スーパー（店長）	・近隣の競合店の状況や売上の現状の数値から、変わらないと見込んでいる。
スーパー（総務担当）	・既存店の来客数が前年比95%と下がっている。これに伴い、買上点数も減少している。売上部門では牛肉、米、雑貨、加工食品などの売上が大幅に落ちている。スーパーはオーバーストア状態が続いており、今後も厳しい競合が続く。
スーパー（物流担当）	・消費税増税に対する意識の高まりにより、耐久消費財への出費が増えることが予想される。その分食品への出費は金額的に抑える傾向になるとみられる。現状よりも良くなる要因がない。
コンビニ（エリア担当）	・降雪量は例年より多いと予測されており、商圈徒歩客の来客数への影響を懸念している。
コンビニ（店長）	・冬季を迎えるに当たり、復興の状況にもよるが、例年どおりであれば来客数の減少が予想される。電気料金の値上げや除雪費など、維持管理上の経費が掛かる時期でもあるので、厳しい状況には変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の決定以来、単価が前年を下回っている状況が続いている。増税直前では若干の駆け込み需要は期待できるが、2月までは単価の下落傾向が続くとみる。
衣料品専門店（経営者）	・地方がもう少し元気になって景気が上向きになるような具体的な政策を打ち出してもらいたい。
衣料品専門店（店長）	・冬物商材の立ち上がりを見る限り、今後も不安定な販売状況が続くとみられる。
衣料品専門店（総務担当）	・品種品目によっては消費税増税前の購入を期待したいが、それ以外では回復の兆しがみえない。
家電量販店（店長）	・現在の景気で恩恵を受けている業界もあるようだが、小売業界については消費税増税前の駆け込み需要がどの程度見込まれるのか全く不透明である。
住関連専門店（経営者）	・店頭販売では来客数の動き等から、多少消費税増税前の駆け込みも見られる。内装工事については、公共工事や震災復興により職人が不足し、工事に支障が出ており、年内の新規工事は受注ができない状況となっている。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税前である程度の駆け込み需要があるのではないかと考えていたが、駆け込み需要は予想より少なく、来年の売上も例年どおりになるのではないかとみている。客は必要なもの以外の買物はしない傾向がある。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・価格が改定されても売上が変わらなければ問題ないが、恐らく年明けから春先にかけて動きがあるとみている。一般消費者が潤っていなければ景況が悪化することが懸念される。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・収入が増えず、支出が増える一方なので、購買意欲は落ちていく一方である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油業界の大きな収益源となる暖房用の燃料の販売においては、1月の気温の推移が大きく影響する。大方の予想では、寒い冬になる見通しであり、予想が当たった場合はそれなりの収益が見通せそうだが、お天気商売であり見通しは不透明である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油価格は徐々に値下がりしているが、まだ高値圏にあるため販売は低迷している。前年には届かない。悪い状況はまだ続く。

一般レストラン（経営者）	・相変わらず一般的には、消費税増税が念頭にあるようで、高級店には法事や祝い事のような時にしか足が向かなくなっているようである。ぜいたくを抑えている人が大半なので、たとえ建設関係の人の購買意欲が上がったとしても、そこからの利益が常時購買意欲につながり飲食店に潤いが出るには、まだ時間が掛かるとみている。	
観光型ホテル（経営者）	・来客数は前年と変わらないが、震災前の8割程度である。ホテル利用は日常生活に余裕ができた後の2次的なものである。	
観光型ホテル（スタッフ）	・我々にとっては一番の繁忙期である。ただ、年末年始が暦の関係からか、客は様子見をしている。予約状況はほぼ予想どおりであり、今後の入込状態に期待している。	
観光型旅館（経営者）	・変化が見られるような特段の動きもなく、経済的にも沿岸部の復興がなかなか進んでいないことなどもあり、上向きにはならないと判断している。	
都市型ホテル（スタッフ）	・長期予報でも、今年は前年と同じように大雪になるといわれている。今でさえ雨と雪に苦しめられているので、この先大雪が降るなどすれば、前年同様、景気が上向き様子などは見られない状況になるのではないかとみている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルにとってはこれから稼ぎ時を迎える。忘新年会、クリスマスがあるが、先の予約状況は前年と比べ、法人は若干遅れている。また、個人の動きも悪く遅れている。ホテルを見る目が厳しくなっており、逆風が吹いている。今後の動向について注視していかなければならない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・新年会が売上の柱となるが、現時点では定例の団体、協会以外の一般企業の動きは鈍い。ただ、建設関連の企業は各種会合で活発な動きをしている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・例年受注している宴会は、年明けについても受注できている。	
タクシー運転手	・消費税増税の時期が近付いてきており、皆さんの財布のひもが固くなってきている。	
タクシー運転手	・乗客との話題は、やはり来年から導入される消費税のことが多くなっている。大変心配している人が多い。このような状態では景気が良くなるとは思えない。	
通信会社（営業担当）	・物価の値上がり徐徐に進行しているため、節約の傾向がみられる3か月後は変わらないが、4か月後はやや悪くなるのではないかとみている。ただ業種によっては消費税増税前の需要が見込まれるため、一時的に良くなると予想される。	
通信会社（営業担当）	・消費税増税まではこのまま推移し、その後の景気はやや悪くなると予想している。	
通信会社（営業担当）	・来年以降も特に良くなる材料に乏しく、大きな変化は期待できない。	
通信会社（営業担当）	・一般的に給与が上がらず、政府の報道にあったような内需拡大好循環の絵が実態に伴っていない。この状況は当面続くものとみている。	
通信会社（営業担当）	・年末に向けては、キャンペーン効果もあり加入者が増えているが、増加が見込めるのはボーナス月の12月までである。年明けは、新規の加入増加要素が見当たらないため、現状維持で状況は変わらない。	
通信会社（営業担当）	・客先訪問でのヒアリングでは、コスト削減の話ばかりになる。	
通信会社（営業担当）	・景気が良くなるようなきっかけが見当たらない。	
競艇場（職員）	・売上の減少がみられる時期になるが、総体的には景気に大きな変化は無いとみられる。	
美容室（経営者）	・これから、クリスマス、年末、新年ということで催事的な盛り上がりはあるが、通常の日については同じような傾向が続くとみている。	
住宅販売会社（経営者）	・受注残は増えるが、現場は職人不足のため、完成工事量が増えない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・12～2月にかけての予約状況が前年度と比べかなり低調であり、かなり厳しくなるとみられる。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・雪が多くなり、あまり出歩かなくなる。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ここ1年くらいで主要商品の原価が劇的に上昇し、これからも上昇が続くだろうと仕入先から通告されている。しかし売価への転嫁はほとんどできないままである。加えて消費税増税をにらんだ節約志向はもう既に始まっているようだが、来年4月以降は更に大きな消費低落に見舞われるのではないかとみている。このような経営環境下で、当店としても積極的な投資どころではなく、諸経費のさらなる節減を図ろうとしているところである。こういった状況は、程度の差こそあれ物販業全般にいえるし、その影響を考えれば楽観できない。

		百貨店（買付担当）	・消費税増税による駆け込みも期待できるが、その後における消費の冷え込みなどのマイナス要因が大きい。
		スーパー（経営者）	・来年4月の消費税増税を前に、1、2月は財布のひもが固いと予想される。
		スーパー（店長）	・4月の消費税増税を控え、消費者の眼はまず耐久消費財や大型商材などに向けられる。食品スーパーは3月に一時的な駆け込み需要があるだけで、その後はしばらく落ち込むと予想される。地方のスーパーにとって景気が好転する材料は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・これまで好調であった客単価、買上点数の伸びが、ここに来て初めて鈍化しており、今後の見通しを暗くしている。年賀状申込の出足も鈍く、ポジョレーヌーボーの売行きも今一つで、年末商戦の序盤の売上が盛りに欠けている。
		コンビニ（店長）	・前月同様、消費税増税や原油価格の高止まりなどがあり、見通しはあまり良くない。何かを抑えておかないと後々困るのではないかという風潮が、特にサラリーマンの方の表情に表れている。単価も下がっていくとみられる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税を見据え、みなさんが生活防衛に入るのではないかと。生活防衛に入れば、我々の扱う紳士服というのは後回しにされる可能性が非常に高くなってしまっているので、非常に景気が悪くなるのではないかと危惧している。
		自動車備品販売店（経営者）	・国土交通省直轄高速道路が東北自動車道に接続し供用が始まったが、年末年始の消費は隣接する県外の大きい市に流れるストロー現象の影響をまろに受けると予想される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・4月の消費税増税を間近に、ますます財布のひもが固くなる。
		一般レストラン（経営者）	・例年1、2月あたりは景気が冷え込む。しかも、消費税増税前に色々な物を買ってしまおうということ、レストランで食事をするという方にはお金は回ってこないのではないかと。また、現在は地元プロ野球球団の優勝に沸いているが、その反動でレストランは暇になるというか、非常に困った現象が起きることもある。財布の中身が増えない限りは、本格的に景気が良くなっていくことはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・被災地の震災特需が終わり、問い合わせ数、来館数共に前年を下回り始めている。来月以降の問い合わせや予約状況も前年よりやや低調である。
		旅行代理店（経営者）	・2か月先、3か月先の予約を見ると前年比が伸び悩んでおり、多少落ちてくるのではないかとみている。2月は92.4%となっており、平均しても100いくかというところである。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフに入っていくが、エネルギーを始め、いろいろな物価が上昇していて、消費を圧迫することが懸念される。4月からの消費税増税への対応にも苦慮している。
		美容室（経営者）	・客の話を聞いても、食料品や衣類は買わざるを得ず、美容室にかけるお金をそちらへ回さないとやっていけないという方が多数いる。この先、景気が良くなるという人は、まだそんなにいない。
		設計事務所（経営者）	・例年1月、2月は件数が減る時期だが、ここ2年くらいはそうではなかった。しかし今年は、施工業者で物件を抱えているからかもしれないが、消費税増税前の駆け込みの物件もないため、落ち込んでいくのではないかと予想している。
悪くなる		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・年初めに商品が動かないのは通例だが、今現在、年初めに持ち越せる販売もないため、販売量は減るとみている。
		コンビニ（経営者）	・競合各社の出店もあるが、昨今の従業員不足のため、近隣コンビニの募集時間給が高くなってきており、経営を圧迫してくるとみられる。
		コンビニ（店長）	・既存店及び新店の売上が厳しい上に、雪が降ると来客数が減る。さらに、経費として除雪代が乗ってくる。かなり厳しい冬になると予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・毎年冬、特に2月は人が出ない。
		一般レストラン（経営者）	・1、2月は天気が悪くなる。雪などが降れば来客数は減り、売上も落ちる。
		観光型旅館（スタッフ）	・例年赤字のシーズンである。現状の予約状況では例年同様の結果となることが想定される。
企業動向関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・現在発注されている大型の官庁復興案件の受注者が確定してくる。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当） 出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・ほぼ予定通りの売上をキープしている、原料価格もジリジリと下がっていると聞いている。 ・年末に向けて販売促進用のチラシ作成の動きが例年より活発になっている。

	土石製品製造販売（従業員）	・これから先は、雪に向けての補強工事や法面工事が出てくる。年末年始になると仕事が休みになるが、その分各家庭での消費が増えるのではないかと。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・タブレット端末等の需要がおう盛で、半導体製造装置関連の受注がやや増えつつある。
	輸送業（経営者）	・消費税増税が決定し、増税前の駆け込み需要が期待できる。
	通信業（営業担当）	・アベノミクス効果が出ている。
	金融業（広報担当）	・市場環境の好転に期待している。
	広告業協会（役員）	・年末、年始にかけての初売りセールは前年並みの動きだが、不動産、自動車販売は依然として好調なところから、今後は積極的な広告活動に動くものとみられる。
	広告代理店（経営者）	・消費税率変更に伴う案件が増加してくると予想され、期待している。
	広告代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
	金属工業協同組合（職員）	・受注量においては、自動車関連は元より半導体関連の動きが非常に活発になってきている。来年上期までは強気の受注計画が見られる。懸念材料は消費税増税がどう影響するかである。
変わらない	農林水産業（従業者）	・ふじりんごの注文数は前年と同じくらいであるが、原発の汚染水問題等もあり、震災前の8割程度といまだ戻っていない。
	食料品製造業（経営者）	・12月のお歳暮商戦を迎えようとしているが、現在と変わらないなかで推移すると判断している。
	食料品製造業（経営者）	・製品コストは確実に上昇しており、その分利益確保が難しい。
	食料品製造業（営業担当）	・来年は消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいるが、今年は好転する材料が見当たらず、現状に変化は無いと考える。
	繊維工業（経営者）	・自社の業界では、消費税増税による駆け込み需要等は無いので、今のところ変わりはないが、消費税増税による購買意欲の冷え込みが心配である。
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが悪い。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・大手企業とのマッチング事業等を実施しているが、技術的には向上しながら価格を下げるという厳しい状況が続いている。技術に対して付加価値を認めるという認識が大手企業や消費者に広まらない限り、この状況は変わらない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体業界の状況は、これから2、3か月先では大きな変化がないとみられる。特に、モバイル機器、デジタル家電の新規開発量の大小がポイントになるが、現状は安定期に入っている。
	建設業（経営者）	・現在の受注が4月末ころまでであるので、現在の景気は続く。ただ、技術者不足や資材価格の値上がり、消費税増税後の受注が心配である。
	建設業（企画担当）	・作業員不足、技術社員不足が顕著になっており、対応能力に限界がきている。
	輸送業（従業員）	・物流の回復の足取りが鈍い。
	輸送業（営業担当）	・歳末商戦への期待感がある。
	通信業（営業担当）	・年度末にかけて駆け込み需要の期待はあるが、顧客の契約更新に対する反応には楽観視できないものがある。
	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。
	経営コンサルタント	・年末賞与の動向が見えるまでは様子見が続く。
	司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要による景気上昇の影響が数か月は残るものの、全般的な不動産取引動向は下がることが予想される。
	公認会計士	・建設関係は需要はあるが、人手不足、資材価格高騰で思うように仕事が回らない状況である。落ち着くまでは現状維持の状態が続く。
	コピーサービス業（経営者）	・消費税増税前の前倒し発注に期待はするものの、ゼネコン関連企業以外の企業はそんなに豊かな状態ではないので、あまり変化はない。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・賞与が出る見通しがなかなか暗いということで、購買には結び付かないとみている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・清酒の堅調な出荷推移から、今冬の飲食市場においては、このままやや良い状況が続くと見込まれる。冬らしい寒さも清酒需要には追い風である。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税増税前の需要増はあろうが、その反動を懸念している。また納入価格の値下げ要請もこの先出そうで戦々恐々としている。

		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・設備の集約等で効率化を図っているが、その分コストも時間も掛かりそうである。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・今年の冬は積雪量が多いという予報が出ており、果樹の枝折れや融雪時期の遅れが懸念される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、新興国経済に陰りが出てきており、やや受注量が減少傾向にある。
	悪くなる	—	—
雇用 関連  (東北)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・2015年春採用の大学3年生向けの採用活動が12月から始まるが、例年よりも前倒しで始める企業が増えているというところに、採用意欲の高さがうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・何とんでも地元プロ野球球団の日本一、そして21万人を集めた優勝パレード等が消費マインドに多少なりとも火をつけている。このまま年末商戦、そして初売りに繋がれば景況感も上向きになる期待がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税後は景気に落ち込みが見られるかもしれないが、来年3月までは楽観視している。
		民間職業紹介機関（職員）	・自動車関連及び携帯電話関連の求人が増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・受託中の事業を運営するための人員確保に汲々としている現状がある。また、年度末に向けた需要に大きな動きもない。
		人材派遣会社（社員）	・小売業からの依頼増は、景況の高揚というより、人手が確保できないことが背景にある。状況変化の兆しがみえない。
		アウトソーシング企業（社員）	・11月は予想以上に仕事が増えたが、その理由がわからないので、今後は増えることはないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京オリンピックが決まり、復興工事の労力や企業がオリンピック関連工事へシフトしており、今後復興の遅れが懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人数は引き続き前年同期比増加傾向が続くとみられるが、正社員求人は3割台にとどまっている。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向にあるが、求人数が増えないため、求人倍率が低迷したままの状態である。
		職業安定所（職員）	・前年度の求人数が多かったことから、前年比における求人数の減少傾向は続くとみられる。しかし、求人意欲の低下などは見受けられず、求職者の大幅な増加要因もないことから、有効求人倍率は高水準で推移すると考えられ、この傾向はしばらく続くとみられる。
		職業安定所（職員）	・年末年始に向け、求人数は飲食サービス業、卸小売業で増加傾向が続くとみられる。製造業、建設業の求人では一服感があるなど、業種による温度差がみられる。
	職業安定所（職員）	・新規求人数については、ほぼ1年間同数で推移している。また、月間有効求人数については、23年4月から25年7月まで28か月連続で前年比2けたの増加であったが、25年8月から10月まで、3か月連続、前年比1けたの増加となっている。	
	職業安定所（職員）	・求職者の減少はこの先も続くとみているが、今後、大量解雇を予定している企業もあることから、求職者が増加することも考えられる。	
	職業安定所（職員）	・今後2、3か月も新規求人数は高水準で推移するものとみられる。	
	職業安定所（職員）	・求人、求職共に季節的な変動は予想されるものの、他は特に目立った動きは無く、横ばいの状況と予想される。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・景気回復への期待感はほとんどうかがえない。消費税増税など先行きが予想しづらい状況で、採用も慎重になっている。
	悪くなる	—	—