

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	一般レストラン（経営者）	・飲食業にとっては繁盛期に突入する。忘年会と新年会は業種を問わずに毎年行われるため、よほどのことがない限りは今月よりもはるかに人の流れに期待ができる。二次会、三次会への流れもあるため、断然景気は良くなるとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・プレミアム付商品券などの消費喚起策は効果があったとみている。少なくとも年末まではこのペースで堅調に推移すると見込んでいる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・寒さが早まりそうであり、衣料品関係に期待している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・現在の上昇傾向が続けば、今後も良くなるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ほとんどの月で前年を上回っており、今後もこの傾向は続くともみている。客の買物の様子を見ても1人当たりの買上点数が1～2点ほど多くなっており、財布のひもが大分緩んでいるようである。更にプレミアム付商品券の販売も開始されるため、11～12月は良くなるとみている。
		百貨店（営業担当）	・時計、宝飾品を始めとした高額商材が売れてきており、この傾向は今後も継続するとみている。また、婦人服にも回復の兆しがあるため、主要アイテムであるコートなどの売上が伸びることを期待している。さらに、今年のお中元が徐々に前年の数字を超えたことから、お歳暮についてもトレンドは変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・12月に地下鉄の新規路線が開通する。人の動きが大きく変わるため、身近な存在であるコンビニにとっては大きなチャンスとなる。
		衣料品専門店（経営者）	・土木、建設関連の企業からの防寒着、作業着などの受注が増加している。また、お歳暮の早期受注に期待している。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災後の2011～2012年にかけて、一気にスーツやコートを作る客が増えた。その後、東北のマーケットは縮小していたが、秋物商材の動きや接客時の客の様子から、そろそろ買換え需要が出てくるのではないかと見込んでいる。そのため、今後は良くなっていくのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・冬季及び年末商品の需要に期待している。
		乗用車販売店（店長）	・通常であれば、年末にかけて新車市場が縮小する時期である。しかし、今年は話題の新型車の投入が控えており、情報待ちをしている客の反応が非常に良い。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始にかけて多少なりとも良くなると見込んでいる。また、来月から2回目のプレミアム付商品券の発売が開始されるため、消費者の購買意欲も高まるのではないかとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・秋冬物が伸びるとみているが、全体的に低価格の商品の動きが多いため、売上を増やすことは難しい。ただし、冬の寒さによってはインナーなどの需要が見込めるため、期待をしている。
		高級レストラン（支配人）	・レストラン業界は11～12月が一番の繁忙期であるので、クリスマスや忘年会シーズンに向けて確実に忙しくなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・11～1月にかけて忘年会や新年会があるので、我々の商売は良くなるとみている。また、人の動きも出てくるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて人やものが動く時期であるので、必然的に良くなっていくとみている。
		スナック（経営者）	・厳しい月が続いていたが、やっと忘年会シーズンに突入するので、例年には届かないまでも少しは売上が見込めると期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・少しずつではあるが、先行きの予約状況が好転している。
都市型ホテル（経営者）	・年末年始は、ホテル業や飲食業において最大の売上を担うトップシーズンであるため、予約状況は順調に推移している。		
通信会社（営業担当）	・加入促進キャンペーンの広告展開を年末まで展開する予定であり、当社の放送関連サービスに新規メニューが登場するという内容の記事が、新聞紙面に数回掲載されている。これにより、新規契約者を増加させ、解約者の増加に歯止めをかけることを期待している。そのため、若干ではあるが数字的に改善すると見込んでいる。		

	観光名所（職員）	・ここ1～2か月、客の財布のひもが緩んできているように見受けられる。これに伴い、1月からの予約状況は前年同時期と比較しても若干の増加となっている。客単価の上昇とともに来客数の増加が望めるため、売上は若干伸びていくのではないかとみている。
	観光名所（職員）	・冬季の間にイベントを用意しているので、来客数の増加を見込んでいる。
	住宅販売会社（経営者）	・停滞していた物件がまとまりつつあり、受注予定が出てきている。
変わらない	商店街（代表者）	・ここ最近は朝晩の冷え込みが顕著となっており、冬物需要に対する客の動きが活発になってきている。今後、冬物衣料の動きが確実に良くなっていくのではないかと期待がある。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・プレミアム付商品券の期限は12月末までのため、それまでは変わらずに好影響が続くとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これから年末を迎えるが、季節的な要因を除けば今月と変わらない状況で推移するとみている。また、消費者の購買意欲は非常に冷え切っており、なかなか良い方向には向かっていない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・少子高齢化の進行により高度成長期のような活況は望めないが、むしろ現在の景況感ぐらいが比較的持続可能なのではないかと。今後もバランス感覚重視で政策が打たれるのであれば、ここから先に大幅な景気上昇はないとみている。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年の動向からみても、年末にかけてそれほど売上が伸びるとは考えにくい。
	百貨店（売場主任）	・中間顧客層は、購買意欲そのものが低下したわけではなく、価格に対してシビアになっているようである。このような購買行動に対する商品提案をしっかりと実施することで、売上は現状を維持できると見込んでいる。
	百貨店（総務担当）	・高所得者以外は良い材料も経済効果もみえにくい状況にある。そのため、しばらくは景気が停滞した状況が続くとみている。
	百貨店（営業担当）	・地方は個人所得が上がる見込みが少なく、消費拡大への望みは薄い。
	百貨店（買付担当）	・カテゴリーによって多少波があるものの、全体的な購買状況に大きな変化はないとみている。
	百貨店（売場担当）	・現在のトレンドのままでは、2～3か月先に何かが大きく変わるようなことはない。むしろ、消費税率10%への引上げを控えて、更に客の買い控えや無駄なものを買わない傾向が強まっていくとみている。
	百貨店（経営者）	・消費の流れをみても地方生活者の収入が増えている実感はない。年末年始の消費にも、切り詰めるアイテム、ぜいたくをするアイテムの販売量の差が明確に出てくるのではないかと。また、地下鉄新路線の開業には期待をしているが、全体として変化はないとみている。
	百貨店（経営者）	・消費税率10%への引上げまでは、大きな景気変動は起こりにくいとみている。
	百貨店（経営者）	・消費税増税以降、来客数の減少傾向や必要なものだけを購入するという流れに変化がみられない。また、プレミアム付商品券もデイリー性が高い場所で使用されることが多く、地元商店街に対する需要喚起は現在のところ限定的である。
	スーパー（経営者）	・景気に停滞感がある。
	スーパー（経営者）	・11月は最低賃金の引上げや大手企業の賞与増額が期待されており、消費環境が改善されることを見込んでいる。また、来客数も回復傾向にあるため期待したいが、客は必要なものしか購入しないので、消費の動向としてはもうしばらく現状と同様に推移していくとみている。
	スーパー（店長）	・メディアに取り上げられた商品などに興味を示す客は多いが、買物には慎重であり、客単価は全く上昇していない。このような状況は今後も続くとみている。
スーパー（店長）	・消費税率10%への引上げが控えており、現在の景気の悪さはまだまだ続くとみている。	
スーパー（総務担当）	・原油価格は安値が続いており、冬を迎える北国にとっては好材料である。一方、中国の景気低迷による株価の値動きは予断を許さない状況である。これらを勘案すると、景気自体は大きく変わらないのではないかと。	
スーパー（営業担当）	・東北地方は今後灯油の最需要期に入る。確定要素ではないものの、現状のまま価格が安定していれば、その分他の支出にまわるとみている。	

スーパー（営業担当）	・地方においては、景気対策による回復が実感できない。また、ＴＰＰ交渉の結果により農業団体からの不満も出てきており、先行きに不透明感が見受けられている。
コンビニ（エリア担当）	・競争が激しくなるなかで、消費も上向いていない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の動きが変化するような兆しがみられない。
コンビニ（エリア担当）	・年末に向けて大きな売上変化の要因がないため、このまま安定傾向で推移するとみている。
コンビニ（店長）	・景気が良くなるような要因は見当たらず、低価格志向に変化はないとみている。ただし、年末にかけての消費者の動向の変化や、地下鉄開業による人の流れの変化によって、地域間で大きく格差が出てくるのではないかと。また、ガソリン価格などが低下しているため、消費に少しでもお金が回ってくることを期待している。
コンビニ（店長）	・当店では毎年変化するトレンドや消費ニーズに敏感に反応しているが、販売量は前年並みの推移である。そのため、景気は大きく変わらずにほぼ現状のまま進んでいくものとみている。
衣料品専門店（経営者）	・購買に至るまでの接客時間が長くなっている。買物に対する意識がますます慎重になっており、厳しい状況は続くともみている。
衣料品専門店（店長）	・暦どおりに気温が推移すれば、冬物商材が動き出して売上が回復していくとみている。ただし、季節全体でみた場合は、暖冬により季節商材の動きが鈍くなることも見込まれる。
衣料品専門店（店長）	・客は買物に対して一層慎重な動きをみせており、その様子からも、景気回復は実感できない。
衣料品専門店（総務担当）	・アベノミクスにより、都市部の一部業種において一時的に景気回復の兆しがあったが、地方においてはそれすらない状況が続いている。将来の景気についても消費税率10%への引上げもあり、良くなるとは考えにくい。いかに前年の数字を確保するかで必死である。
家電量販店（店長）	・前月から来客数の推移に変化がないため、今後も同様の動きになるとみている。
家電量販店（従業員）	・今月は来客数、売上共に好調に推移している。気温に影響を受けやすい時期ではあるが、今後もこの状況が続くと見込んでいる。
乗用車販売店（経営者）	・年内において販売量が上向く材料が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・初売りなどのイベントにより多少は良くなるとみている。しかし、総じて明るい材料は少ない。
乗用車販売店（従業員）	・客は、結構長い年月を修理しながら我慢して車に乗っている。このような状況はしばらく続くともみている。
乗用車販売店（従業員）	・この2～3か月で新規の来客数が増えるということは到底ありえないことなので、景気も変わらないとみている。
住関連専門店（経営者）	・新築物件が回復すれば耐久消費財である家具も動くともみているが、今はなかなか家具にお金をかける状況ではなく、客は低価格の商材を買い集めている。当社は高級品の家具を扱っているため、多く販売できない状況である。
住関連専門店（経営者）	・大企業などは給料の増額により収入が増えているといわれているが、自分の周りでは逆に収入が減っている人が多い。さらに、生鮮食品などの大幅な値上がりによって家計が圧迫されており、買物を控えている人が多い。今後景気が向上するとはとても考えにくい。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始は大雪などの影響がなければ例年並みに推移するとみている。しかし、消費者は飲食店やお酒に予算を割かなくなってきたとみている。対策が必要である。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・今年は暖冬になるという予報のため、冬物商材が動かないのではないかと心配している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・軽油に関しては復興関連の需要が引き続き増加しており、3か月先まで順調に受注が見込んでいる。灯油に関しては、寒波の訪れに大きく左右されるため先行きは不透明である。ただし、トータルとして現状維持となる見通しである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油相場や為替に大きな動きはなく、販売価格についても同様であると見込んでいる。そのため、大きな景気の変化もないとみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気が好転するような要素が見当たらない。

高級レストラン（支配人）	・予約状況は例年並みで推移している。今後も同様の動きが継続するとみている。
一般レストラン（経営者）	・今後、アベノミクスがどのような政策を打ち出すのかによるのではないかと。株価も上昇してきており、景気浮揚に期待したいが、今のところは変わらないとみている。
観光型旅館（経営者）	・ＴＰＰ、消費税率10%への引上げ、マイナンバーなど、混乱要因は多いものの、安定する要因は見当たらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・これからは、冬に向けて忘年会や歳末のイベントがあるくらいであり、大きなイベントがない。また、今後は北陸新幹線から青森～北海道新幹線へ人は流れていくため、当県に立ち寄る人は減少していく。さらに、人口減少の影響により、駅前の歓楽街で飲み歩く客も減ってきており、非常に厳しい状況になるとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・個人利用、法人利用共にほぼ前年並みで推移しており、来月以降の予約も同様の状況であると見込んでいる。
都市型ホテル（スタッフ）	・良くなる要因が見当たらない。
旅行代理店（従業員）	・予約の問い合わせはあるものの、インバウンドの影響もあり、宿泊の手配が困難になっている。予約が取りにくく売上につながらない状態が今後も続く見通しである。
タクシー運転手	・現在の景気が良い状態が続くのではないかと。乗客からは不景気な話を聞くことは全くない。これから当市では地下鉄の新規路線が開通するし、良くなるのではないかと。タクシー業界の売上も落ち着いてきている。
通信会社（営業担当）	・今後、景気が向上するような材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・今後2～3か月で景気が好転するような材料に乏しい。
テーマパーク（職員）	・低単価商材は比較的人気があるが、高単価商材は品質が良くてもなかなか購入する客が少ない。そのため、前年と比較しても購入単価が上向いていない。このような状況はしばらく続くとみている。
遊園地（経営者）	・シーズンオフに向かうが、12月には地下鉄新路線開通のイベントを計画しており、来春に向けて盛り上げを図る予定である。
競艇場（職員）	・現在の来客数は固定客のみである。新規客の来場促進が行われないかぎり何も変化しないが、2～3か月先にそのような動きは見込めないため、現在の状況が続くとみている。
美容室（経営者）	・来客数の動きは、前年と比較してもほぼ一定の推移をみせている。また、シャンプーなどの中身を減らして単価を維持している状況である。物価的に安くなったものもあれば高くなったものもあり、さほど景気が良くなっている実感はない。今後も同じような状況がしばらく続くとみている。
美容室（経営者）	・客との会話からも、依然として好況感がうかがえない状態が続いている。
設計事務所（経営者）	・仕事を持ち込む客はいるが、そのうちどれくらい決まるかはわからない状況である。いまだに資材の単価が高く、また、職人が足りずに予定通りに仕事を進めることができない様子である。そのことが図面を書く仕事にも影響している。
その他住宅[リフォーム]（従業員）	・エコポイントの反動減により、窓工事の受付件数が伸びていない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・ＴＰＰの問題もあるが、少なくとも小売業の体質は昔とほとんど変わっておらず、構造改革が叫ばれてもなかなか前には進まない。そのため、この苦境がまだまだ続くと考えるのが正しい見通しなのではないかと。
商店街（代表者）	・農家の収穫時期に合わせてえびす講セールが行なわれるが、徐々に規模が縮小されている。また、年末年始セールに一本化するなど、商店街の販売促進に向けてのパワーが弱体化してきている。
スーパー（経営者）	・商品の値上げが続いているが、価格への転嫁が厳しく利益を圧迫している。さらに、人件費の増加や人手不足による経費の増加もあるため、先行きはあまり良くない状況である。
スーパー（店長）	・当地のプレミアム付商品券の利用期限は今月限りである。今のところ来月以降の景気浮揚策が見当たらないため、景気減退を心配している。
コンビニ（経営者）	・客単価、買上点数共に横ばい状態を維持しているが、来客数が伸びなければ、年末商戦前の11月には期待が持てない。また、単価の高いたばこは一貫して販売量が減少しており、もはや回復は見込めない状態であるため、売上への影響は大きいとみている。

	コンビニ（経営者）	・東日本大震災後から地元の人口は減少し続けている。そのため売上も増えず、客の動きもかなり悪くなってきている。東京近郊は良くなっているようだが、田舎になればなるほど給料が上がらないため、状況は悪くなっている。
	コンビニ（経営者）	・競合店の出店激化により、売上は減少する一方である。
	コンビニ（エリア担当）	・人口減少に関しては改善のしようがない。競合他社からの顧客の奪い取りが必要であるが、競争環境が変化するには年明け以降を待たなければならないため、厳しい年の瀬を迎えることが現実的となっている。
	コンビニ（店長）	・毎年のことながら、除雪費、光熱費の増加、売上の減少などにより、冬場は苦勞するとみている。
	家電量販店（店長）	・プレミアム付商品券の利用も一段落し、来客数が減少してきている。
	乗用車販売店（経営者）	・株安傾向や消費税率10%への引上げ、また、TPPの心理的な影響により、先行きは不透明である。
	乗用車販売店（店長）	・11～12月は、客の動き及び販売量が1年を通して最も悪くなる時期である。
	住関連専門店（経営者）	・近隣の店舗が閉店しており、商店街が閑散としている。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・原料高が価格に転嫁されてきているため、今後は消費者の財布のひもが固くなるとみている。
	一般レストラン（経営者）	・この国全体の景気としては良くも悪くもなっていないが、業種、業態によってはかなり厳しい。また、レストラン業においては長く景気が低迷しており、忘れ去られているのではないかと危惧するほどに見通しが立っていない状態である。
	観光型ホテル（経営者）	・イベントなどの状況にもよるが、当地の冬季の商品価値は温泉メインのため、新年に入ってからの入込は特に厳しい状況である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約に関しては前月から伸び悩んでいる。年明けの予約はある程度受注しているが、年内の予約が止まり始めており、今月は明らかに停滞している。上向きであったフリー客の来客数も下降気味であり、客の動きからも、先行きが改善するような兆しはみえていない。
	旅行代理店（経営者）	・これから高校の修学旅行のピークを迎えるが、貸切バス代の見直しにより利益が圧迫されている状況が一部で見受けられる。その分前年と比べると悪くなるのではないかと。
	旅行代理店（店長）	・先行受注が伸び悩んでおり、大型案件も減少している。
	タクシー運転手	・これから師走を控えて、ますます客の財布のひもは固くなっていく。更にその先には消費税率10%への引上げがある。
	タクシー運転手	・客からは節約している様子がうかがえる。また、TPPや消費税率10%への引上げの話が良く出ており、客は萎縮しているように見受けられる。これでは景気は良くならない。
	通信会社（営業担当）	・大手企業の半導体部門売却のニュースを聞いて、大手企業のリストラが増えるのではないかと懸念している。また、家電メーカーが衰退し、日本経済に新たな困難が発生するのではないかと。
	通信会社（営業担当）	・コスト削減の要求が多く、原材料費の値上げ分を製品価格に転嫁できないとの話を聞いている。そのため、建設業以外は厳しいのではないかと。
	遊園地（経営者）	・冬期間に入るため、観光客、団体客、一般客の需要が減少するとみている。
	美容室（経営者）	・エステなども、ショッピングセンターに入っているリフレサロンにどんどん客を取られている。料金の見直しをしないと客は戻ってこないが、場所的にもショッピングセンターの利便性にはかなわない。
悪くなる	商店街（代表者）	・当店も含めて周辺の店舗では消費が止まっており、先行きが楽観できない。街なかの交通量も少なくなっており、先行きはかなり悪くなるとみて間違いはない。
	衣料品専門店（経営者）	・毎年、年末から年明けの間はほとんど仕事がない状態となる。
	衣料品専門店（経営者）	・年金なども減ってきており、先行きが明るくなるような要因がない。
	高級レストラン（経営者）	・景気が上向きになるような要素は見当たらない。
	観光型旅館（スタッフ）	・プレミアム付旅行券などの助成も終了し、客が動かない冬の時期はどうしてもマイナスとなる。マイナス要因を打ち消すことは難しく、状況が好転することは期待できない。
企業	良くなる	-

動向 関連 (東北)	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・お歳暮シーズンなどの需要期を迎えるため、今後は販売量の増加が見込まれている。また、実質賃金の改善を背景に、緩やかではあるものの個人消費が改善するものとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・今後は、住宅部材の需給バランスがとれて、製品の収益性が改善していくとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて動きがあるため期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残高は2か月連続でプラスとなっている。印刷需要が上向いてきており、景気はやや良くなるのではないかとみている。
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災後、電力系クライアントの宣伝広告費が圧縮されて発注が大幅に減っていたが、ようやく広告費が使えるようになってきているように見受けられる、来期の案件の話も出てきているため期待ができる。
		コピーサービス業（従業員）	・マイナンバー関連の商材を取り扱っており、セミナーを開催すると常に満員御礼の状態となっている。各社とも準備不足のようであり、これから具体的な対策を講じるところが多いと見込まれるため、特需を期待している。
変わらない		農林水産業（従業者）	・なしの販売単価は例年並みであったが、ももの収入が2割ほど良かったので、その分余裕をもって生産資材にまわすことができている。
		食料品製造業（経営者）	・来月からお歳暮の時期となるが、特に客単価が上がっているわけでもないため、売上は前年と同様に推移するとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・主力商品の販売量減少傾向を覆せるような要因が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・店頭での売行きが良くない状態が続くとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・依然として受注量の改善がみられずに横ばい状態が続いている。先行きに関する情報からも、大きく変動するとは考えにくい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・当面はそれほど変わらずに推移するとみている。しかし、中長期的な景気に対して不安を抱いている取引先が多く、年度末にはどうなっているかわからないという声が多い。
		建設業（経営者）	・現在の景気はやや良いものの、将来的な不安要素として、物価の上昇などから消費者に節約傾向が出てくるとみている。
		建設業（従業員）	・国の補正予算の付き方次第ではあるが、現時点では大型案件の多数出件が見込めない状況になりつつある。
		建設業（企画担当）	・年度内は現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・顧客ニーズに応じていくためには、日ごろからの継続的な営業活動が必要である。
		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ない。
		広告代理店（経営者）	・前年の落ち込みからはやや持ち直しているが、3か月前と比較しても大きな動きはみられていないため、今後同じような状況で推移していくとみている。
		公認会計士	・建設関係はあと1～2年程度は好調を維持できそうであるが、小売関係は不透明である。ただし、当面はこのままの状況で推移するとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年内の値上げは7～8割ぐらいは終わっているが、年末までに更に値上がりがあると商品の流通がままならなくなるのではないかと。大企業は別として小規模企業はみんな苦戦している現状であり、景気の上向きとは程遠い。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・先行きの不安感を払しょくし、消費を促すようなポジティブな情報があまりみられていない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・印刷物の低価格化と数量減少が進み、1件当たりの売上が低下していくとみている。仮に受注件数が前年並みを維持しても、利益は出にくい状況にある。また、実際に業界の中堅企業では自社所有の土地建物を売却したところも出てきている。
金属工業協同組合（職員）	・依然として、受注増加につながるような案件などの良い話は聞こえてこない。		
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・T P Pの大筋合意により、今後の農産物価格は予断を許さない状況にある。
		土石製品製造販売（従業員）	・冬期間中は工事車両の燃料費がかさむ。また、雪が降れば工事の予定が大幅に遅れたりすることが見込まれる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体価格下落の影響が徐々に給与に表れてくる見通しである。今までは臨時給などで想定以上に好景気だったといえるが、それでも比較して考えるとやや悪くなると言わざるを得ない。

	輸送業（経営者）	・主要荷主からの値下げ要請を受け入れたため、来年3月までは厳しい状況になる。そのため、それに対応した経営にならざるを得ない。
	輸送業（従業員）	・季節物の出荷が一段落するため、先行きはやや悪くなるとみている。
	金融業（広報担当）	・スマホなど、モバイル関連の製造業者の動きが鈍くなりつつあるため、全体に影響することを懸念している。
	広告業協会（役員）	・今後は年末、初売りなどの出稿に期待をしているが、現在の状況からは良くなるとは考えにくい。
	経営コンサルタント	・国の景気浮揚策の効果が実感できない。
	司法書士	・前年と比較しても当地登記所の受付件数が2割程度減少しており、不動産取引の低迷が目立っている。
	悪くなる	
雇用 関連	良くなる	
	やや良くなる	
(東北)	アウトソーシング企業（社員）	・しばらくは復興に向けて動くともっている。
	職業安定所（職員）	・平成27年9月の有効求人数は引き続き好調である。また、有効求人倍率は8月の1.47倍よりも0.03ポイント上昇して1.50倍となり、平成27年度では最も高い数値となっている。
	民間職業紹介機関（職員）	・来春向けの生産が増加傾向であり、求人に影響があるとみている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・大学卒業者の採用を実施している企業は、今年の大学4年生を採用しながらも、大学3年生に向けてのインターンシップや、来期の企画について積極的に動いている。また、今の3年生に向けて採用活動を開始している企業が多くなってきており、インターンシップを実施する企業は前年以上に増えている。
	人材派遣会社（社員）	・今後も新規登録者数の増加は見込めない状況である。
	人材派遣会社（社員）	・業種業態、雇用形態、地域による格差を原因とした採用困難状況の改善は見込まれず、今後も景気改善への足かせになるものとみている。
	人材派遣会社（社員）	・景気にとって良い要素はあるが、不安要素もあるため、積極的な動きはないとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方創生のためにプレミアム付商品券などが実施されているが、活用されていないなど、まだまだ景気の浮揚策が地方に波及していないという現実がある。当市に関しては地下鉄開業などによる期待感はあるが、それを差し引いても景気が上向きになるとは考えにくい。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・事業拡大に伴う介護職の求人広告が目につくが、全体的な増加傾向には至っていない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加し、新規求職者数が減少する傾向は今後も続くともっている。ただし、景気が上向くような要因は見当たらない。
	職業安定所（職員）	・不人気の業種からの求人はあるものの、募集条件の賃金が上昇していない状況が続いている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は減少しているが、それ以上に新規求職者数も減少しているため、有効求人倍率は1.4倍台と高止まりが続いている。
	職業安定所（職員）	・人手不足が続いている状況に変わりはない。また、目立った人員整理の情報もないため求人数、求職者数共に減少傾向が続くとみている。
	職業安定所（職員）	・求人の状態はここ数か月と変わりなく増加の傾向にある。また、現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出や大規模な人員整理の情報はない。求人の好調感はあるものの、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられず、内容としても、正社員求人は増加傾向にあるものの、有期雇用の非正規求人割合も一定数存在するため、景気が大きく改善する印象はない。
職業安定所（職員）	・新規求人数の前年比は増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きが続くとみている。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改正派遣法の迷走のため、派遣契約を前倒して派遣先企業が直接雇用する事象が発生している。この影響は今後2～3か月先まで引きずるとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税率10%への引上げで、景況感が悪くなると警戒している企業が多い。
	職業安定所（職員）	・求人数の状況は高止まりのまま大きな変化はみられない。ただし、求職者数、就職者数共に、前年比の縮小傾向が続いている。
	悪くなる	