

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)		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの追加も予定されており、車検需要も多いことから、新車販売、サービス入庫が順調に推移すると見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・年末の忘年会シーズンの到来により、飲食店にはフリー客以外の予約が多く入る見込みである。余程のことがない限り、飲食店にとっては嬉しい結果となるとみている。
		タクシー運転手	・客を乗せても景気の悪い話を聞かない。オリンピック開催地変更の話題もあり、どんどん良くなっていくのではないかと。
		商店街（代表者）	・購買単価の下落傾向は続くともみているが、年末に向けての歳暮商戦が楽しみという店もあり、先行きには多少の期待ができる。
		スーパー（営業担当）	・来客数と買上率が改善傾向にあるため、年末に向けて消費が拡大するとみている。
		衣料品専門店（店長）	・例年と比較して高単価商材の動きが良い。気温が例年どおりに推移すれば、客の購入モチベーションが上がり、来客数が安定するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売になり、商談の数が徐々に増えている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始なのである程度は景気が良くなるとみている。ただし、あくまでも一過性のものであり、長期的に期待できるものではない。経営者、消費者も先が見えない不安を常に抱えている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・商業施設の改装、新設などによるマーケットの掘り起こしにより、年末商戦の活性化などの効果を期待している。
		高級レストラン（支配人）	・ここ数か月先の予約状況や、周辺の飲食店の動向からは、前年に比べて早い時期からの予約が取れている。また、大型予約も入っているため、景気はやや良くなっていくとみている。
		高級レストラン（支配人）	・例年よりも予約状況が好調である。また、年末に近づくにつれて、高単価商材などに興味を持つ客が増えている。
		一般レストラン（経営者）	・この先は忘年会のシーズンとなる。また、鍋のシーズンでもあり、忙しくなるという期待がある。
		スナック（経営者）	・9～10月の売上があまり良くなく、街なかも人の流れがまばらである。ただし、この先は忘年会シーズンとなるため、人が動くことを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約受注状況は、前月より改善傾向にあるが、それを今月も同様に継続している。持続的に受注しているため、この先の予約受注状況は改善していくとみている。また、予約のほかにフリー客の動きもあり、年末、年始に期待をしている。
		通信会社（営業担当）	・年末キャンペーンに伴い、新聞、チラシ広告展開を増強していく。年末年始の特番視聴希望者の駆け込みが見込まれるため、若干ではあるが新規加入者の増加が期待できる。
		観光名所（職員）	・冬期間に大きなイベントを開催するため、期待をしている。
		競艇場（職員）	・10月の大型イベント効果で増加した来客数が、イベント終了後も継続すると見込んでいる。
		商店街（代表者）	・米国の大手金融機関の破たんや東日本大震災などのことと比較すれば、大分落ち着いてきている。ただし、これは日本人の適応力の高さによるものであり、景気が上向いたということではない。このため、年末年始にかけても大きな変動はないとみている。
	商店街（代表者）	・現在のような穏やかな天候が続けば、10～12月も来客数が増加するのではないかと。気温そのものは寒くなっているため、冬物衣料品などの購入が活発となることを期待したいが、あまり高望みはできない。	
	商店街（代表者）	・景気が上向く気配すらない。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在の悪い状況は、今後も変わらないとみている。周囲も大変不景気であり、閉店する店舗も増えている。一方、コンビニが異常な速度で増えており、当店としても悪化していく環境に対応できるか不安である。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入ってから前年を下回る月がほとんど無いため、この先も変わらずに推移するとみている。また、年配客が多いため、天候に左右されるところもあるが、売上、買上点数などからも買い渋りは見受けられない。	

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・社会の担い手である若者が減り、勤労層がレジャーを楽しむゆとりもなく疲れているようでは、社会に活気は戻らない。誰もが可能な範囲で働き、社会を支えるというモラルがあってこそ、本格的な景気回復が望めるのではないかと。
一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・これから冬物商戦が始まるが、まだまだ暖かい日が続いており、客の反応は今一つである。そのため、買い控えが続くのではないかと心配している。
百貨店(売場主任)	・客の購買意識は依然として低いままである。気温の低下にもかかわらず、購買行動、来客数にも大きな変化がみられない。
百貨店(総務担当)	・客からは、冬のボーナスがあまり多く出ないという話もあり、景気は現在とほとんど変わらないとみている。
百貨店(企画担当)	・来客数の減少傾向が続いている。また、低価格志向が多少みられるものの、全体的に大きな変化はない。先行きの景気が良くなるような要因もないが、下がるほどの冷え込みもない。
百貨店(営業担当)	・灯油の価格は、前年に引き続き低価格が見込まれている。そのため、多少は身の回り品の購入を期待したいが、客の節約志向はまだまだ継続していくとみている。
百貨店(買付担当)	・必要なものや良いものを安く購入するという購買動向が継続している。
百貨店(売場担当)	・根本的な客の動向は変わらないため、身の回りの景気も変わらない。また、実際に動いているのは顧客が中心であり、フリー客を取り込めない限り状況の変化は見込めない。
スーパー(経営者)	・野菜の価格高騰は11月まで続くともみている。それ以降は、慎重な消費姿勢により若干のマイナスとなるのではないかと。
スーパー(経営者)	・11月は前年より日曜日が1日少ないため、やや厳しい月になる。また、採用難と時給アップ、ガス、電気料の上昇など、経費の増加も見込まれており、経営環境的にも良くない状況である。将来への不安が払拭できない生活環境が続く限り、消費の低迷は続くのではないかと。
スーパー(店長)	・この先しばらくは、客の財布のひもは固く、節約志向が続くとみている。
スーパー(総務担当)	・ガソリンの値上げや台風の被害が大きく、消費者の生活防衛意識が高まっている。そのため、景気自体の回復はあまり期待できない。
スーパー(営業担当)	・11月の売上に大きく影響するのは天候と気温である。前年のような暖冬でない限り、季節商材による売上が見込める。
コンビニ(経営者)	・移転オープンして2か月半となるが、事務所、会社系の客にはほぼ認知されてきており、リピーターが増えている。その反面、フリー客の動向がつかめずに苦労している。客単価が低く、売上も伸びず、総じてあまり余裕のない雰囲気である。
コンビニ(経営者)	・年末年始に来客数が回復することを期待しているが、現状からはそこまでは見込めないため、現状維持を目指している。
コンビニ(経営者)	・国体の特需による好景気は、一時的なものであり、その後は来客数、客単価は元に戻るとみている。
コンビニ(エリア担当)	・キャンペーンやイベントにより瞬時の反応はあるものの、継続には至っていない。恒常的に景気が上向きような状況ではなく、低空飛行のまま推移するとみている。
コンビニ(エリア担当)	・この先は年末商戦を迎えるが、購買環境が変化する見込みはなく、期待ができない。
コンビニ(エリア担当)	・来客数が変化するような兆しはみられない。
衣料品専門店(経営者)	・若干のランドセルやお歳暮の早期受注がみられている。ただし、季節の変わり目のため、もっと寒くならないと防寒衣料が動かない。
衣料品専門店(経営者)	・冬支度が終わり、春までは現状で乗り切る客がほとんどである。
衣料品専門店(店長)	・例年並みの天候となれば来客数なども戻ってくるとみているが、防寒衣料の売行きは天候に左右されるため、先行きは不透明である。
衣料品専門店(店長)	・天候による売上への影響は多少あっても、企業の給与が上がらない限り、景気自体は変わらない。
衣料品専門店(総務担当)	・来客数の減少に伴う売上の減少が一年以上も継続しており、この先も景気が良くなるとは考えにくい。
家電量販店(店長)	・高齢化と人口減少の影響で、年々売上が落ち込んでいる。

家電量販店（店長）	・当県の求人倍率は前年をやや下回っており、復興需要も終盤に差し掛かっている。客の購買意欲についても、買換え需要はあるものの、高単価な物を購入するような意欲はおう盛ではない。
家電量販店（従業員）	・来客数の少ない状況が継続している。
乗用車販売店（経営者）	・乗用車に対する客の購入意欲が低いままである、税制面での優遇政策が待たれる。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月は状況に変化がない。客の動きが鈍く、安いものしか売れない。
住関連専門店（経営者）	・受注生産であるが、納期の近い物件が少ないため、来年度に向けての営業活動に力を入れざるを得ない。
住関連専門店（経営者）	・仏壇業界においては、大きく売上を伸ばしたり減らしたりということはなく、ほぼ横ばいで推移している。景気に左右されるものではないため、この先も大きな売上増加は見込めない。
住関連専門店（経営者）	・地方においては、なかなか景気が良くなる材料が見当たらない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・売行きにそれほどの変化はなく、先行きにも特に大きな変化要因はない。販売や企画などの工夫をしていきたい。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・降雪に大きく左右される時期である。天候や気温を意識しつつも、動きのある商品を常に捉えて俊敏に売場を作り替えることを徹底し、売上確保を目指していく。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・先行きが不透明なため、各企業はとにかく経費を削っていくのではないかとみている。ネット販売で一番安い値段を提示され、その価格に合わせざるを得ない状況が、これからますます増えていくとみている。売上も利益もとにかく厳しくなってきたが、この流れは止められないだろう。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・3か月予報では暖冬傾向といわれており、灯油の需要増加は期待薄である。また、仕入価格の上昇分の転嫁がうまくいかなければ、更に厳しい状況が続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因が見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・飲食業、特にレストラン離れが慢性化している。給料が上昇するといった大きな変化がない限り、なかなか景気の改善は難しい。
一般レストラン（経営者）	・これから年末を迎えて忘年会シーズンとなるため、多少は景気が良くなっていく。しかし、一方では12月まで商売が持つだろうかという話も聞く。そのため、全体的に景気は変わらないのではないかとみている。
観光型ホテル（スタッフ）	・当面の間、東北全体の宿泊業の景気は良くならないとみている。
観光型旅館（経営者）	・景気が上向きような要因はなく、予約状況も例年と変わらず推移している。
都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会及び新年会の予約数は前年並みで推移しているが、宿泊、レストランにおいても、つられて良くなるとは考えにくい。
都市型ホテル（スタッフ）	・新知事となり、当県の先行きがどのように動くのか不透明である。
旅行代理店（経営者）	・北陸新幹線や北海道新幹線の開通という明るい話題があったが、この先はそのような明るい要因がなく、またその効果も落ち着いてきている感があるため、景気は変わらないとみている。
旅行代理店（店長）	・景気が上向き要因が見当たらない。
旅行代理店（従業員）	・この先、秋の落ち込み分をばん回できるような状況には至らない。さらに、世界情勢の先行き不安も続いており、しばらくは旅行を控えようとする動きは変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・復興関連の仕事が減少している。このことで建設業界では雇用が維持できないなどの不安要素があり、請負工事が受けられない可能性が出てきている。年末にかけてが勝負となるが、先行きが不透明であるため、ここ2か月は変わらずに現状維持となる。
通信会社（営業担当）	・この先に景気が良くなるような材料が見当たらない。そのため、当面は横ばいで推移するとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
通信会社（営業担当）	・景気が良くなるような要因がなく、この先も変わらない。
テーマパーク（職員）	・来客数が目標に届かない状況は、この先もしばらく続く。
観光名所（職員）	・売場において、客は買い控えているという印象が強い。世の中で大きな変化が起きない限り、この先もあまり変わらないとみている。

	遊園地（経営者）	・シーズンオフで営業日数が少なくなるが、寒波が強くなければ、来客数は例年並みの推移となるとみている。
	美容室（経営者）	・ボーナス商戦による盛り上がりはあるだろうが、現在の不景気感から、来客数や客単価は厳しい状況が続くと見込んでいる。
	美容室（経営者）	・無駄なものを購入せず、必要な良いものにはお金をかけるという傾向は、今後も継続するとみている。
	住宅販売会社（経営者）	・相続により取得した狭小地の買取希望が多い。このことにより、小額資金の顧客用宅地が準備できるため、新たな受注につながっている。
	商店街（代表者）	・商店街の組合員の閉店が2店舗あり、新たな入居者がみつかるのが不透明である。
	百貨店（経営者）	・1年間で最大の商戦となる年末年始であるが、不要なものは買わないという生活防衛意識が高まりつつあり、今後のセールや福袋などの動きは厳しくなるとみている。
	スーパー（店長）	・現在の落ち込みは想定内で済んでいるが、年末商戦に突入すると、金額的に今以上に影響が大きくなっていくとみている。
	スーパー（店長）	・12～2月にかけて、競合店の出店が予定されている。そのため、外的環境の変化により、来客数の減少を懸念している。
	スーパー（店長）	・曜日ごとの対比においても、前年割れが続いている。今後も数字が悪くなる傾向は続くともみている。
	コンビニ（エリア担当）	・コンビニ各社の出店による競争環境の激化、外食、ドラッグストアなど、他販売チャネルの垣根を越えた客の奪い合いは、ますます厳しくなる。
	コンビニ（店長）	・客が通販に流れていることに加えて、建設業者の景気の差がはっきりしており、下請になればなるほど厳しい状況がある。景気は震災前と同じであるという話もあり、その人達の消費が減少している。それに伴い、繁華街などの飲食店も厳しくなっており、悪い影響が表れている。
	衣料品専門店（経営者）	・景気は停滞ムードであり、ファッショントレンドにも大きな変化がない。客の購入意欲をうながすような要因が見当たらない。
	衣料品専門店（経営者）	・この先は、周囲の店舗も冬物セールとなる。また、時期的に充実した冬物の品ぞろえが難しくなる。
	家電量販店（店長）	・前年度は、プレミアム付商品券の効果により単価上昇を図れたが、今年はその反動減があるとみている。
	乗用車販売店（経営者）	・年明け以降に動く客が多い。営業を行って今年への前倒しを推進しているものの、なかなか成果にはつながっていない。
	乗用車販売店（経営者）	・経済の長期停滞と、少子高齢化傾向による市場縮小により、景気はやや悪くなるとみている。
	高級レストラン（経営者）	・この先に景気が良くなるような要因がない。
	一般レストラン（経営者）	・この先も、景気はあまり良くないとみている。
	観光型ホテル（経営者）	・忘年会、新年会の引き合いは前年より少なくなる見込みである。
	都市型ホテル（スタッフ）	・企業や団体客による会議や会食の予約数が減少しており、件数、売上共に前年を下回っている。また、この先の予約状況も芳しくない。
	旅行代理店（店長）	・行楽シーズンが続く11月までの予約状況は好調である。しかし、12月になると国内、海外共に、極端に予約状況が悪くなっている。
	美容室（経営者）	・ドラッグストアや、千円ヘアカットの店もあるため、客は安いところに行ってしまう。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・受注件数が伸びていないため、供給も伸びる見込みがない。
×	商店街（代表者）	・例年と比較しても、年明けからの予約数が非常に少ない。この先の景気は、かなり悪くなるのではないかと危惧している。
×	一般小売店[書籍]（経営者）	・全体的な社会不安のなか、高齢化社会における社会保障の将来などに明るさがみえない限り、消費マインドの冷え込みはしばらく続く。
×	スーパー（経営者）	・地元商圏において、顧客の節約志向が強まっている。また、同一エリア内に競合店がオープンしており、今後大きな環境変化が見込まれる。
×	コンビニ（店長）	・冬季の売上減少に加えて、競合店の影響、除雪代、光熱費の高騰など、良くなる要素は1つも無い。今年はかなり厳しい冬になるとみている。

	x	乗用車販売店（店長）	・雪が多い地域柄であり、これから年末まで販売量は減少傾向となる。
	x	観光型旅館（スタッフ）	・冬を迎えるにあたり、遠方からの集客が見込めない。
企業 動向 関連  (東北)	-	-	-
		食料品製造業（総務担当）	・年末需要の高まりにより、景気は上向くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて、仕事量の増加を見込んでいる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は増加傾向にあり、数か月は続く見通しである。ただし、円高により輸出の採算性の悪化が継続しているため、一部国内受注の増加効果と相殺されるところがある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年末、年度末に向けて受注が増える傾向にある。時間外労働が増えてきており、景気はやや良くなる見込みである。
		広告代理店（経営者）	・年末、年度末に向けて景気は上向いていくとみている。また、来年度予算の物件に多少の動きがある。
		経営コンサルタント	・東北には、秋から冬にかけて収益源となる種々のコンテンツがあるため、期待ができる。
		コピーサービス業（従業員）	・年末に向けて大口案件がまとまりつつあるため、期待をしている。
		金属工業協同組合（職員）	・半導体、医療機器などの受注量は、今後も増加する見込みである。それに伴い、人手不足が顕在化している。また、その他製造も全体的に受注量の増加傾向にある。
		食料品製造業（経営者）	・大きなイベントがあれば土産物も動くが、普段の消費は厳しい。今月から歳暮商戦がスタートするが、ここ最近では客単価が落ち込んでおり、厳しい商戦になると危惧している。
		食料品製造業（経営者）	・現在の観光客数や販売量からみても、特にこの先に良くなるような兆しはない。
		食料品製造業（営業担当）	・前年の販売量を維持することが精一杯な状況にある。この先現状から大きく変化する要因はなく、苦戦が続くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の価格は、現状のまま推移すると見込んでいる。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・需要の回復が見込めない、むしろ減少傾向にある。
		建設業（経営者）	・現在と同様に受注が続く見込みである。
		建設業（従業員）	・工事発注が前倒しされた影響により、年度末に集中する傾向がある工事発注が、結果として分散化が図られている。そのため、例年と比較すると、年度末に向けた工事発注量の上昇があまりない可能性がある。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであり、2～3か月先についても現状のまま推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・現在の受注量の増加傾向がこのまま継続するとは考えにくく、予断を許さない状況に変わりはない。
		通信業（営業担当）	・景気の回復を実感できない。
		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）	・個人消費に力強さが戻っていない。	
	司法書士	・住宅ローンの金利低下により、新規借入額が増加しているといわれているが、その影響は限定的であり、低金利の利用は借換えの人が中心となっている印象がある。	
	公認会計士	・経済全体としては、小売関係の業績悪化が続いているが、建設関係はまだ好調であり、2～3か月で悪化する要因は見当たらない。	
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・景気が良くなることを願ってはいるが、現在のデフレ傾向は今後も継続するのではないかと。政府はもっと内需向けの景気対策について考えて欲しい。	
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・販売量の落ち込みの理由がわからず、対応ができていない。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・得意先の住宅会社において、この先に受注が増えるという確度の高い客の数が少ない状況である。	
	農林水産業（従業者）	・9～10月の天候があまり良くなかったため、りんごの色づきが悪い。販売単価への影響を心配している。	
	農林水産業（従業者）	・例年に比べて気温が低い日が続いており、今後もその傾向が続くとみている。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・取引先は宣伝広告費の圧縮に努めており、印刷業の売上は減少傾向にある。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・大手携帯機器メーカーの不具合が、関連半導体メーカーにおける製造品質、品質保証、開発段階での検証などの長期化につながり、事業に悪影響を与えることを危惧している。	

	輸送業（経営者）	・燃油費の値上げ要請がある。この先は現状維持をしていかなければならない。
	広告業協会（役員）	・下期において、新聞は引き合いが少なく苦戦が見込まれる。また、電波媒体は中央からのスポットは引き合いが多いものの、地元は全く動いていない。さらに、スポーツ球団のシーズンオフでもあり、動きが抑えられている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・この先の受注量は減少する見込みである。
	x 繊維工業（経営者）	・店頭売行き悪さは長引く見込みである。
雇用 関連	人材派遣会社（社員）	・10月開始の受託業務が好調であり、この先2～3か月の景気は大きく改善するとみている。
(東北)	-	-
	人材派遣会社（社員）	・来春の新卒採用が一段落したあと、採用がうまくいかなかった企業が、中途採用に切替えて求人をしている。このような良い状態は今後も続くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・求人と求職者のミスマッチは、今後も継続する見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・年末年始は動きが鈍る傾向にあるものの、全体的には大きな変化はない。
	人材派遣会社（社員）	・年末、年度末に向けた繁忙増員は業界によって差が出ている。ある自動車メーカーでは、販売台数の減少のため繁忙増員を見送る、又は最小限に留めるといった話が出ている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋口の台風直撃による農作物の不調、また、温暖化の影響と中国などアジアの乱獲によるさんまの漁獲高の減少により、東北に落ちるお金が減少している。加えて、ヒト、モノ、カネが首都圏に集中しており、東北地方の先行きは光明が見出せない状況である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・台風などの天候不順で個人消費が低迷している。この先状況が変わる要因が見当たらない。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向であるが、求職者の希望職種とマッチしていない状況もあり、景気に影響は与えないともみている。
	職業安定所（職員）	・労働力不足により企業の採用意欲は高いものの、給与額は上昇していない。
	職業安定所（職員）	・介護、看護、警備、建設など、特定の業種によっては、人手不足感がますます大きくなるとみている。
	職業安定所（職員）	・業種によって景況感にばらつきがみられている。保育、介護などは、来年4月に向けた開設予定などにより求人が増えているが、建設業などでは若干の落ち着きがみられている。そのため、全体としては変わらない状況が続くとみている。
	職業安定所（職員）	・求人の状況は小さな増減を繰り返しつつ、高止まり傾向にある。また、現在のところ、企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報はない。新規求職者についても小さな増減を繰り返しており、近い将来景気が大きく動く印象はない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年と比較して上昇を続けているが、景気が上向きような要因は見当たらない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が上昇傾向にあるなかで、10人規模の比較的小さな事業所において、人員整理や事業所廃止の情報が相次いでおり、景気が良くなる印象はない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は、除染関連求人、緊急雇用創出関連の求人の減少で、前年同月比は減少で推移している。ただし、建設業においては当面人手不足が続く見込みであり、他の業種でも不安材料は少ない。
	民間職業紹介機関（職員）	・復興関連事業も一段落しており、求人も落ち着いている。ただし、福祉関係など、業種によっては相変わらず求人が不足している。
	学校就職担当者	・年度当初に調査した求人計画から大きな変化はなく、新規採用、増員計画が増加している様子はない。
	人材派遣会社（社員）	・年末商戦を前にしても、企業や商店の採用難易度に対する警戒心は強い。できない採用に経費をかけるよりも事業規模の縮小を選択する企業も少なくない。
	アウトソーシング企業（社員）	・数か所の取引先から、震災関係の仕事は今年度で終了すると聞いている。
	x	-