

2. 東北（地域別調査機関：（財）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	良くなる	衣料品専門店（店長）	・現在の状況を見ると、リクルートの客も成人式の客も好調であり、今後は初売りも含めて、フレッシュマンの客も順調に伸びるのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・1月の初売り、2～3月の需要期に加え、エコカー補助金制度の復活が後押しになり、かなり良くなるのが期待できる。
		旅行代理店（店長）	・東京電力の賠償金の支払や、政府による全県民を対象とした商品券給付が検討されているため、良くなるのではないかとみている。
やや良くなる		商店街（代表者）	・10月以降、飲食の売上は非常に良くなっている。今後もいろいろな飲み歩きイベント等を考えているので、飲食を中心に景気が良くなるだろうと期待している。
		百貨店（営業担当）	・震災から1年を迎える3月までは、衣料品や生活用品の買換え需要は続く。また、3月の新生活準備の需要は伸びることが予想される。
		百貨店（経営者）	・東日本大震災発生から1年が経過する来年3月は売上の実数そのものが前年から伸長するため、やや改善に向かう。
		コンビニ（エリア担当）	・高速道路の無料化により、週末の来客数の増加が期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・寒波の後押しもあり、トレンドに敏感な層に加え、一般客による普段着需要が増えることが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税の延長、エコカー補助金制度の復活で、市場が活発に動くと期待しているが、減税並びに補助金の対象車種に需要が集中し、供給量不足から納期が遅れる恐れがある。また、補助金終了後の反落も懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金制度の復活と2～3月の需要期が重なり、販売は伸びると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・年始に新型HV車の販売がスタートすることから、需要は伸びる見込みである。初売り待ちの客も相当数いるようで、年明けからの市場の活性化が期待できる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・春先に向けて人の動きもあり、今よりは良くなる。売上に期待している。
		一般レストラン（経営者）	・来客数がかかなり増えており、このまま良い状況が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストラン、宴会すべての部門で、引き続き、復興支援の関係者や地元客の来店が前年を上回っている。来月の予約状況も前年を上回っており、こういった良い状態は3か月先も続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・震災の悪影響が少しずつ薄れてきており、今後の景気回復に期待したい。
		通信会社（営業担当）	・12月が予想を上回る回復だったことから、3月に向けて新規加入も上向きの傾向で推移するとみている。特に3月は、年度末の異動や入学及び進学などの効果もあり、上向きが予想される。
変わらない		商店街（代表者）	・当地では復興景気が続いているといわれるが、良い人もいれば悪い人もいるため、全体的には景気はあまり変わらないのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・商店街には復興需要が流れてこないため、変わらない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・必要な物に関する消費マインドは多少上がったまま推移するとみている。
		百貨店（売場主任）	・客は購入のチャンスを見定めている。クリアランスその他、オケージョン需要の動きで、今の動きはしばらく続くことが予想される。
		百貨店（買付担当）	・復興までは時間がかかるため、現在の状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・1月セール、2月以降は卒業及び入学、新生活とイベント、打ち出しが盛り沢山となっている。ひとつひとつしっかり計画し、修正していくことで、今年の4月から続く前年及び予算のクリア連続達成は必至である。天候にもよるが、流れに乗っているため、この春の商戦は変わらずに行けるのではないかとみている。
		百貨店（経営者）	・復興に向けた全体での方向性が不透明であり、消費者の購買意欲は向上しない。
		スーパー（経営者）	低下の傾向は止まったものの、回復するほどの力強さはなく、好材料も無い。
		スーパー（経営者）	・復興特需は建設関係等の一部の地域のみで、就労環境はミスマッチが続き良くなっているわけではなく、避難先で仕事に就けなければ現在の消費動向も長続きしない。先行きもしばらくは同じ傾向で推移するとみている。

スーパー（店長）	・競合店との価格競争は激化し、現状同様厳しい状況が続くとみている。消費も正月のイベント明け以降は儉約ムードになり、通常消費に戻る。
スーパー（店長）	・天候の影響などから、今後も来客数は伸び悩むことが予想される。
スーパー（店長）	・当社でも2店舗を閉鎖するなど、景気が悪くなっている。現在の景気の悪い状態が続くことが予想される。
コンビニ（経営者）	・営業数値は来客数を除き、各項目とも前年を上回っており、好調を持続している。景気の良い状態が続く。
コンビニ（経営者）	・復興需要としての売上の伸びは期待できるものの、周辺住民の所得増による暮らしぶりの変化はあまり期待できないため、現状と変わらない。
コンビニ（経営者）	・景気の先行きは不安で、消費の活性化につながる要素が無い。
コンビニ（エリア担当）	・今のところマイナス要素が見当たらないため、来年度初頭までは、現在の傾向が継続すると予測している。
衣料品専門店（経営者）	・復興需要は当面続くと思われるが、必要なものしか買わないという慎重な購買行動は変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・震災等の影響がまだまだ続き、今後の展開が見えてこない状況で、景気回復には相当な時間を要する。
衣料品専門店（経営者）	・世間では景気が上向いているといわれることもあるが、当店においてはまるで期待できない。
衣料品専門店（店長）	・冬物セールの反応から、販売量は今後も伸び悩むと予想している。春物の本格的な動きにはまだ早く、売上アップは期待できない。
衣料品専門店（店長）	・現在の好調は天候の影響とマーケットのずれによる一時的な回復であり、景気自体は停滞することが予想される。
衣料品専門店（総務担当）	・現在の傾向が続くとみているが、極端に景気が上向くことはない。
家電量販店（店長）	・景気が上向きになる要素が見当たらない。半年程度は現在のような状況が続き、景気の悪化が進むのではないかとみている。
家電量販店（店長）	・震災の復興需要も落ち着いてくることが予想される。
住関連専門店（経営者）	・同業者は廃業のため減少しているが、来客数も減少しており、需要は減少傾向にある。今後好転する材料は何も無い。現在の売上に合わせた経費にする必要があるが、大変に困難なことである。
住関連専門店（経営者）	・現在、震災により家を新築した人の仏壇購入が多くなっているが、この先2、3か月も同様に売上の伸びが期待できる。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋からも売上が上がらないという話を聞いているので、現在のような悪い状態は続くことが予想される。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・震災後の進まない復興に輪をかけるように、消費税増税や年金問題など、消費者の不安をあおる要素が多く、景気が上向きになるとは到底考えにくい。在庫管理の徹底などの努力がいままで以上に必要になってくる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費税増税の報道などが買い控えに一層の拍車をかける。
その他専門店〔靴〕（経営者）	・消費意識の高い状況が続くとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・年明け3月ぐらいまでは、予算が優先的に出ているため、現在の景気が続くと予想される。ただし、その後の対策は来年度予算になるため、震災復興需要がどの程度出てくるのか不透明で、4月以降の景気動向は予測できない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災以降、平常には戻りつつあるが、不安材料が多くなっており、景気の良し悪しは判断がつかない。
一般レストラン（経営者）	・景気は徐々に上がってきている。やや良い状況は3か月先まで続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ていても、羽目を外さなくなっている。この先も、高価なレストランなどに足を運ぶ人が増えるとは考えられず、現状のような状態が続く。
都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては好調のまま推移している。比較的直近での予約が多いため判断しにくい面もあるが、現在の好調が持続するとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・大手電気機械器具メーカーが、当市近郊にある子会社2工場の閉鎖を明らかにし、地元で大きな衝撃が走っている。一般宴会においてマイナスに働くことが予想される。しかしながら、リニューアルしたプライダル部門が売上をけん引しているため、一般宴会の落ち込みとでプラスマイナスゼロになるとみている。

都市型ホテル（スタッフ）	・今の世の中は閉そく感があり、先行きも不透明ななかで、防衛意識が企業並びに個人ベースで非常に高くなっている。政治の世界においても、増税ありきの論議が主流で、どこまでコストの削減をしたのか疑問であり、一般企業に比べると対応が生ぬるい。いかにして客に来ていただけるかということとを再度いろいろな角度から見直す機会である。すべてにおいてゼロベースからの再構築が必要である。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は送別会を中心に年明けから予約が集中すると予想される。	
旅行代理店（従業員）	・この先、どのような支援策が出てくるのか、それによってどれだけ消費が高まるのかといったところが不透明であり、変わらないというよりも、分からないというのが実情である。	
通信会社（営業担当）	・向こう3か月を見ても、景気回復の好材料、効果的な施策が見当たらない。	
通信会社（営業担当）	・好材料に乏しく、好転への変化はみえない。	
通信会社（営業担当）	・企業のスマートフォンへの関心は高くなっているが、端末価格が高く、通信料の増加が導入の阻害要因になっていることから、状況は変わらない。	
テーマパーク（職員）	・被災地支援、復興支援を目的とした企業や団体の需要があるため、売上はまずまずだが、東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害により、本来の客層であるファミリー層は戻らない状況が続く。	
遊園地（経営者）	・東日本大震災でキャンセルとなった近隣の小学校の修学旅行について、各県の旅行代理店を訪問してPRをしてきた。大半は戻りそうな見通しであるが、戻るまで年数がかかりそうなどころも少なくない。	
設計事務所（経営者）	・被災工場では国からの補助金を活用して新築や増築の話があるものの期限があるため、景気が上向くような状況にはならない。	
住宅販売会社（経営者）	・受注量はあるが、震災により作業員が不足しており、現場の進捗に支障が出ている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・3月11日が近付けば、東日本大震災発生から1年ということでマスコミが取り上げることが予想される。そうなると、また買い控えムードが蔓延し、被災地の復興景気にブレーキがかかる恐れがある。
	商店街（代表者）	・震災復興税や消費税増税など、消費を抑制する話題が多すぎるため、やや悪くなる。
	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・将来の税制、あるいは社会保障に対する明確な回答が得られないなかで、個人消費は春先にかけてじり貧になっていくという印象を持っている。
	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・降雪の影響や多種イベントの開催により、客は商店街ではなく郊外店に行くのではないかとみている。売出しをしても経費に見合う売上は期待できない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・震災特需が収まれば、前年と同じような景気の悪い状況に戻る。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・全般的に何か悪い方向に向かっているという印象がぬぐえない。来客数、販売量、客単価があまり良くなく、必要な物だけを買うといったつましい買い方をしているのが現状である。今後もそれは変わらない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・周囲の消費活動は、被災者を対象とした各種経済的支援により、かろうじて支えられているのが現状である。また、少なくとも震災前程度の経済的活況を見越した設備投資などの復興需要によって支えられている。地元の仕事が無いなかで、経済の低迷が長引き経済的な支援が途絶えると、急激に悪化することが懸念される。今後の施策次第である。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・先行きは全くつかめず、どうなるか分からない。
	百貨店（総務担当）	・消費税の増税問題等により、先行きに不透明感があるため、消費者マインドはなかなか上がらない。
	百貨店（経営者）	・円高、株安の影響が出てくる。
	スーパー（経営者）	・雇用保険が切れるためなのか、売上や単価等々が下がってきている。この先もこのような状態が続くとみている。
	スーパー（店長）	・景気は依然として低迷した状態にあり、買い控えの傾向は長期間続きそうである。来客数こそ前年並みで推移しているが、1品単価及び客単価は上がらず、売上は回復しないままである。競合店の出店も迫っており、売価も下げざるを得ない状況が続く、ますます厳しくなるとみている。
	スーパー（営業担当）	・景気が回復する要因が見当たらない。
スーパー（販促担当）	・消費税増税等の懸念材料もあり、消費が拡大する要因が見出せない。	

	コンビニ（エリア担当）	・復興需要による好調が続くことを期待したいが、好不調の波がより大きくなり、全体としては徐々に悪化していくのではないかとみている。	
	コンビニ（店長）	・当県の景気はこれから良くなると言われ続けているが、建設業界以外の地元企業については、先行きが不透明であり、景気は徐々に後退していくのではないかとみている。	
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・春先の異動シーズンまで好転する材料に乏しく、風評によると思われる消費の落ち込みや、仕入価格が高騰する可能性がある。政府や県などの対応も期待できない状況では、厳しい見方をせざるを得ない。	
	高級レストラン（経営者）	・1月以降の予約状況が悪くなっている。	
	一般レストラン（経営者）	・客の話を聞いてもまだまだ厳しいという声が多く、この先もあまり良くなるような雰囲気ではない。	
	一般レストラン（経営者）	・動きが活発になるはずの年末でも、多少の低迷感が感じられたことから、イベントなども少ない2～3か月先は、現状より厳しくなると予想される。	
	スナック（経営者）	・忘年会シーズンに期待をしていたが、売上は予想より伸びていない。こうした現状では、この先も期待できそうにない。	
	観光型ホテル（経営者）	・2、3か月後の予約状況は芳しくなく、復興支援の空気も薄れてきているように思える。また、例年訪れる地元客についてもあまり期待ができない。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・例年利用してくれている団体においても、縮小並びに中止となっているものが多々ある。また、農家や漁家が楽しみにしている1泊温泉も例年と比べ数が減っている。週末はそこそこの入込であるが、本当の意味での好転はまだ先である。	
	観光型旅館（経営者）	・復興需要は一部の業種に限られているため、個人客がメインの当館では宿泊増加に結び付いていない。当地域も東京電力福島第一原子力発電所事故による風評被害があり、今後の見通しは不透明である。	
	タクシー運転手	・客の乗り控えは続く。	
	通信会社（営業担当）	・消費税増税と年金の問題により、消費者の経済的不安は更に増していく。	
	通信会社（営業担当）	・東北地方はこれから雪が降るので、初売りが終われば一服感があり、3月の春商戦まで経済はそれほど動かない。	
	通信会社（営業担当）	・現行政府への絶望感は強まり、蔓延していくことが予想され、実質的な景況感は後退、良くても現状維持である。	
	観光名所（職員）	・乗船予約人数は前年比で4割減となっている。直前に予約をする客も多いので、この先若干は増えることが予想されるが、今月と同様に前年比10数%減の状況が続くとみている。	
	美容室（経営者）	・被災者の失業給付が終わるが、かといって仕事が増えているかというほとんど変わらないという状況で、日雇いの仕事はあっても常勤の仕事は無い。暗い方向に行くのではないかと。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・市中の金が足りないように思える。金回りの良い人を最近見たことがない。	
悪くなる	スーパー（経営者）	・価格競争が激しさを増していることに加え、今後の増税や手取り収入の減少が懸念材料となっている。	
	スーパー（店長）	・販売促進の強化から来客数、売上共に伸びてきたが、去年の3月は震災による特需があり、何もしなくても売場にあったあらゆる商品がなくなった月である。去年の反動から3月以降、売上は前年同月比で急速にダウンすることが予想される。	
	コンビニ（経営者）	・子どもが新学期を迎える前に引越しをするというような話もまだ耳にするので、この先も景気の低迷が続く可能性が高い。	
	コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税の反動による売上効果も一巡し、今後は来客数が増加する要因も特に見当たらない。	
	タクシー運転手	・12月は忘年会シーズンということもあり売上も少しは上がっているが、今月だけであり、来月以降はまた厳しくなると予想している。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（従業員）	・高速道路整備の大型案件や除染関連事業の出件等が見込まれる。
		輸送業（経営者）	・当社を取り巻く環境は良い方向に進んでいるとみられ、来年に向け希望が持てる。
		通信業（営業担当）	・一部の顧客において受注量が増加傾向にあり、今後も追加案件が見込める。
		通信業（営業担当）	・震災特需による受注増がこの先も見込める。
		通信業（営業担当）	・年末年始を踏まえて、今年度予算枠の利用が増加することが予想される。

	広告業協会（役員）	・来年は地元水産加工品の復興、被災3県での地上デジタル放送への移行、不動産市場の活性化などがあり、広告市場は活況を呈することが予想される。
	公認会計士	・建設関係、小売関係は今後も業績の回復傾向は続くと思われているが、それ以外のサービス業、製造業関係の回復は不透明である。
	コピーサービス業（経営者）	・復興需要が本格的に増え、民間を中心に活発になるとみている。逆に、官公庁は例年と比べて発注量が減少することが予想される。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・新築住宅の需給バランスが供給力不足の状況にあり、景気を劇的に押し上げるほどにはならないとみている。ただし、総需要は続くため、住宅設備や建材などの需要は堅調に推移すると予想される。
変わらない	食料品製造業（経営者）	・今月は販売量が前年比数%増で終わりそうな状況であるが、こういった好調は2か月先も続くと思われている。
	食料品製造業（総務担当）	・心理的に消費者の財布のひもが緩むような経済状況にはならない。
	食料品製造業（総務担当）	・円高が緩和されれば若干の景気好転も期待できるが、現時点では景気好転の材料が見当たらない。
	繊維工業（経営者）	・震災復興や消費税増税の問題などで政治は混乱しており、景気にも影響が出てくることが予想される。
	木材木製品製造業（経営者）	・冬場は需要が減少する時期でもあり、需給バランスが悪く、早急な改善は難しい。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・タイの洪水被害の影響がまだ残り、電気製品の生産回復に至らないことが要因となり、製品価格の回復は当分先の見通しとなる。また、円高による輸出事業への影響は半年先まで続くと思われる。
	建設業（企画担当）	・仕事量がバブル期並みに急増するも、人手不足やコストアップの影響が懸念される。
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因は見当たらない。
	金融業（広報担当）	・エコカー補助金制度の復活や春先以降の住宅需要も期待されるが、欧州の信用不安や海外経済の不確実性など景気下振れリスクも否めず、総じて現状のまま推移する。
	広告代理店（経営者）	・年度末になるため、ある程度の仕事量は確保できる見通しだが、極端に増えることはない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・事業者の立場からも消費者の立場からも、震災以降、時間が経過するに従って、上向き、低迷の二極化の傾向が見られるため、良くなることも悪くなることもいえない。
	経営コンサルタント	・復興特需はしばらく続く。
	司法書士	・登記件数の減少傾向が続いている。一方、住宅着工件数も増えてはいないが、減少傾向は緩やかで、下げ止まり感がうかがえる。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・取引先の大多数は中小企業であるが、ボーナスが全く出ないところや出ていても前年より2、3割減となっているところが増えているという話を聞く。このことから、消費については今後ますます悪くなることが予想される。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年が明けても、復興関連での人や物の動きは活発な状況が続く、中心市街地の飲食店や納入する小売店の忙しさは続くと思われる。また、被災地における仮設店舗などでの営業再開が増えており、飲食や小売についても見通しは明るい。
金属工業協同組合（職員）	・受注に動きは見られるものの、安定しておらず、受注量の増減が激しいといったこともあり、先行きは全く不透明である。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・直売所の販売量の伸び悩みは今後も続く。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・例年ならばあるはずの仕事が約20%減少している。東京電力福島第一原子力発電所事故対応の特需はあるものの継続性は期待できず、景気は悪化に向かうとみている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・復興景気がある一方で、リスク分散や事業継続計画の関連で発注が外部へ流れている状況が増えてきており、やや悪くなる。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・現在の景気の悪さから全体的な仕事量は減少している。年末年始の休暇も、会社によるが9～12日間と長くなっている。関係している半導体企業でこれだけ長い休暇を取ることはいまだかつてなく、景気の悪さがうかがえる。また、地域の別の半導体工場は、この暮れにきて、3～6月ごろには工場を閉鎖することが決まり、従業員約300人の解雇など先行きが心配される。
悪くなる	農林水産業（従業者）	・農機具販売店では暮れに展示会を開いたが、新しい農機具がほとんど売れず、中古品を望んでいる農家がこれまでに多く多いとセールスマンが言っていた。こうしたことから、農家の生活が苦しい状況はしばらく続く。

		一般機械器具製造業 (経営者)	・欧州の信用不安等により先行きは不透明である。また、輸出環境が極めて厳しい状況が続くと予測している。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・国内大手生命保険会社が派遣子会社を解散するにあたって、当グループに営業譲渡し、その受け入れが1月からであるため、2、3か月先に良くなると予想している。
		人材派遣会社 (社員)	・建設、建築、資材及び設備に関連した業界で、引き続き高い需要が期待できる。
		アウトソーシング企業 (社員)	・官からの復興関連の仕事は確実に増えてきている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・被災地の住宅建設も具体化してきており、しばらくは建設関連で景気の良い状況が続くそうである。
		職業安定所 (職員)	・4月以来、求人倍率が上昇傾向にある。この流れは当分変わらないとみている。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・良くなるような情報も悪くなるような情報も特にない。	
	人材派遣会社 (社員)	・住宅関連や小売店の求人数は相変わらず堅調であるが、電力会社や金融関連機関のシステム投資が控えられている。	
	人材派遣会社 (社員)	・東北経済はいまだ先行きが不透明であることなどから、特に上向くこともなく変わらない。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・震災後1年となる来年3月までは、現在のような雇用の上向きの傾向は続くともみているが、その後が正念場となる。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・現在のデフレ不況は当面継続すると予想され、3か月後良くなるとは考えにくい。	
	職業安定所 (職員)	・例年、求人が減少する時期であり、景気が良くなる要因は見当たらない。	
	職業安定所 (職員)	・新規求人数は前年同月比で8か月連続で増加となり、月間有効求人数も前年同月比で8か月連続で増加となっている。有効求人倍率はわずかずつ上向きで推移している。今後の動向については、予断を許さない状況であり、注視していきたい。	
	職業安定所 (職員)	・雇用調整を実施する企業数は、最高時に比べ3分の1に縮小しているものの、新規求人の申込が9.5%減少しているほか、新卒者求人が前年とほぼ同水準で推移している。一方で、求職者は減少基調が続いていることから、有効求人倍率はかろうじて低下していない。当面、この足踏み状態が続くとみている。	
	職業安定所 (職員)	・円高や欧州の信用不安等により、先行きの不安材料が解消されず、労働力需要は依然として弱含みである。	
	職業安定所 (職員)	・新規求人数は増加しているものの短期の募集も多く、また、求職者数も増加してきており、雇用環境が良くなる材料は見当たらないが、急激に悪化することも考えにくいことから、あまり変化はないとみている。	
やや悪くなる	職業安定所 (職員)	・派遣求人が減少し、求人数はそのまま推移していくとは考えられない。ただし、震災復興関連での求人が増加してくれば、この限りではない。	
悪くなる	—	—	