

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	良くなる	タクシー運転手	・切れ目なく乗客が見つかる。これから秋の行楽シーズンと年末にかけて、現在の好調は続くともみている。タクシー業界が良くなるということは、他の業界も少しずつ良くなっていくのではないかとみている。
(東北)	やや良くなる	百貨店（売場担当）	・当社グループにとって、夏のクリアランスセール2週間の後倒しは大きく売上に影響を与えており、来年は更なる精査が必要となる。しかし、秋の立ち上がりの8月こそ出足は厳しいものの、10、11月の冬物商戦に向けて、様々な企画が目白押しであること、客の関心もどんどん高くなっていくことから、7、8月に苦戦した夏物商戦とは同じ状況にならないともみている。
		コンビニ（経営者）	・前年割れしている種別はたばこ販売のみであり、その他は好調を持続している。午後からの主婦層の買物客が増加している、加工食品を中心とした買物が伸びており、客単価がアップの方向にある。新たな客層を取り込んだことで今後期待が持てる。
		衣料品専門店（店長）	・期待感を込めてだが、これだけ残暑が厳しいと、少し涼しくなったときに、秋物の移行がきちとすばとっていくのではないかとみている。秋の買物が早目に進めば、早めに動くとも単価もそこそこ良い推移が見込まれるので、少し上向いてくるのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・秋物が本番を迎えるので、今より活気が出る。
		乗用車販売店（経営者）	・11月に軽の新機種発売が予定されており、かなり期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・8月は昔から耐久消費財が動かなかったが、秋口になって新築住宅の件数も増えてきているので、状況は少しずつ良くなっていくのだろう。極端に良くなることはないが、今よりは良くなる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・秋口からは多少、物が動くとも期待している。防寒着はこのところ軽量なものの評判が良いので、各社とも力を入れているようだ。弊社も多少の在庫を積む覚悟で販売したい。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税にからんだ需要や購買計画が起き、消費に対して前向きな動きが出てくる。
		観光型旅館（スタッフ）	・秋の行楽シーズンである11月ごろまでは順調に予約が伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月から、秋田が久々に対象となっているブレデステーションキャンペーンが開催されるので、今よりも来客数が増え、宿泊の稼働率も上がるのではないかとみている。爆発的な秋田ブームを作れるかは不明だが、今まで注目されていなかった分、秋田に足を運んでもらえることになるのではないかと考えている。また、会社の多い土地柄ではないが、法人関係を中心に宴会が増えている。プライダルの数字は変わりなく、何とかしのいでいるといった状況である。
		美容室（経営者）	・消費税増税で今のうちに大きな買物をする人が増えると予想される。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・仕事量や購買力が回復し、求人倍率も好転してきており、明るい兆しが増えている。
		住宅販売会社（経営者）	・受注残及び新規受注物件の工事が重なっており、現場数もかなり増え、完成工事高も上がってくる。
変わらない		商店街（代表者）	・厳しい残暑が続き、なかなか夏から抜けきれない。一喜一憂の店が多い。
		商店街（代表者）	・天候等の不安もあるが、何よりも政局不安、消費税の不安、電力の需給不安ということで、地域社会にも不安の要素が出ている。特に高齢者に関してはそういった傾向が強く、予断を許さない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体の消費は拠点性がますます高くなっていくので、押し上げられるところは押し上げられるともみているが、政治不安、消費税等の関係があり、全体的な底上げは非常に厳しい。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・この残暑が長引けば、秋冬物の販売時期が短くなり、より厳しい状況になるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・商店街のなかにある薬局だが、商店街を見ても決して景気が良いという話は聞かれない。当店においても、金額は前年をクリアできても、来客数や販売量が少なかったりといったことがあるので、決して良くはない。この状況が急激に変わる材料は今のところ見当たらない。

一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・先行きに不安があるなかで、客の消費意欲はまだみえない。新築ラッシュということで、家はぼちぼち建っているが、大手の建築会社が多数入り丸抱えで建築しているため、地元には何の恩恵もない。
百貨店(売場主任)	・前年の震災の影響で低迷していた衣料品などの動きは良いとみているが、現状の景気が良いとはいえないなか、今以上に上向きになっていく要因が見当たらない。
百貨店(総務担当)	・消費税増税が決まったことに対する先行き懸念や、客の貯蓄に対する意識の変化といったことがあり、先行きは不透明である。
百貨店(企画担当)	・夏場のセール品や旅行などモノ、コトの消費は一服感がある。また、将来的な税率アップなどの経済政策により、徐々に消費への影響が出てくる。季節が変わっての必需品の購買は活発になるとみているが、残暑が続けば、秋物消費へ影響が出てくることも考えられる。
百貨店(営業担当)	・前年下期については、震災特需の影響は大きくないとみており、これまでのマイナスは一段落するとみられる。長期天気予報では、今後天候も落ち着いてくるとのことなので、秋物、冬物商戦は天候にあまり左右されずに推移すると予想される。
百貨店(経営者)	・トレンドが大きく変わるような好材料に乏しいことと、良いものを長く消費するという志向が市場全体を通して弱く、百貨店へのフリー客の増加も見込めない。
百貨店(経営者)	・自店での集客策以外に大きく好転する材料が無い。購買意欲が大きく下がっている。特売品、高額品などすべてにおいて媒体などを通じ訴求しても来客数が少なく、不要不急な商品は売れない。
スーパー(経営者)	・雇用関係の数値は改善しているが、相変わらず財布のひもは固い印象がある。
スーパー(店長)	・商圏内競合店数の変化はなく、現状推移からの好転は難しい状況である。残暑が続き、秋商材の売行き次第によっては現状推移が変わることも考えられるが、現状からみると難しい。
スーパー(店長)	・近隣の競合店の状況も景気についても変わらないとみている。
スーパー(営業担当)	・景気が良くなる、又は景気が上向くような要件が何も見当たらない。
コンビニ(エリア担当)	・前年の震災特需の影響は9月以降も続いており、売上が前年を下回る可能性が高い。
コンビニ(エリア担当)	・今後も競合コンビニエンスストアの新規出店が予想される。
コンビニ(エリア担当)	・観光等の娯楽自粛ムードからの脱却は予測通り進んでいるが、これ以上の好転は無いと予測しているため、現状維持と考えている。
コンビニ(店長)	・今月は好天にも恵まれ、飲料を中心に前年よりも数字が良くなっている。しかし、この先、天候が普通に戻ったときに、どのように推移するかは予測しかねる。ただし、来客数の動向からいっても、建設業の方を中心に好調が続くのではないかとみており、それほど悪くはならないのではないかと考えている。
衣料品専門店(経営者)	・卸売業者が直接各企業に販売するようになり、今までの小売専門業者は太刀打ちできない状況にある。この傾向は今後もますます強くなると予測される。
衣料品専門店(経営者)	・悪い状況は変わらない。今までも販売促進等を行ってきたつもりだが、改めて新商品、ターゲットの見直しを迫られていることを痛感している。
衣料品専門店(店長)	・今後、徐々に夏物商材需要が失速していくなか、中期予報では9月まで平年より気温が高く推移する予報が出ており、秋物商材の立ち遅れが懸念される。
衣料品専門店(総務担当)	・客の動向をみると、高額品、嗜好品等の購買が低く、買上点数も上がっておらず、消費活動が活発になっていない。
家電量販店(店長)	・景気を刺激する政府の対策がない。
家電量販店(店長)	・東京電力福島第一原子力発電所事故の補償金をあてにした買物、もしくは補償金が入金されたことによって、普段買わない商品を購入されるという方もまだまだいる。一時期よりは少なくなりつつあるが、今のところ安定した推移をしている。避難している方たちによる需要もあるので、今のところこのままの状況が続くのではないかとみている。年末に向けては夏物関係は一旦収束する。

	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の反動減が心配されるが、駆け込み需要がさほど大きくなかったことと秋からの新型車発売効果で何とかカバーできるとみている。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・企業努力で何とか維持している会社もあるが、ほとんどの会社は市場の流れの悪さの影響を受けている。今後も厳しい状況が続くことに変わりはないとみている。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・空梅雨から夏もほとんど雨が降らず、秋の農産物が心配である。それにともなう食品の価格上昇により、買い控えに拍車がかかる気がしてならない。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・農業県であり、秋の収穫シーズンに向けて例年だと物流が好調な時期だが、今年も前年同様放射線量の問題で先行きが不透明である。この状況が当面継続するものと予想される。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原発問題で復興が進まない。
	一般レストラン（経営者）	・特に変わりはないとみている。
	一般レストラン（経営者）	・政治も落ち着かず、いろいろな面で良い材料が見当たらないこともあり、今のような状態がしばらく続くのではないかと。周りからも、今後上向いていく可能性はかなり小さいのではないかという声が多く聞かれる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・今後も、幅広い視野から、どうしたら動機付けや購買意欲のわく商品を作り出していけるか、さらに、リピートいただける仕組みや仕掛けをいかにして構築できるかである。常にお客の先に先駆けてスピードを上げて、ターゲットを絞った商品と幅広い層を狙う商品を提供できるかである。今後については、販売チャネルの選択も重要な要素になってくる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・通年でも売上の柱となる婚礼シーズンだが、予約状況は先月より変化なく、週末の大婚礼日でも以前のように新規受注は期待出来ないため、総合病院など大型の忘年会の受注に向けて早めのセールスを展開している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・被災地復興支援の行事、イベント等で引き続き利用がある。宿泊、宴会共に前年の好調時とほぼ同様であり、今後3か月先までの予約状況も引き続き堅調に推移している。
	旅行代理店（店長）	・自動車関連産業を中心とした個人消費の減速と、除染作業などの公共事業の本格化で相殺されると予測している。
	通信会社（営業担当）	・良くなる要因が少ない。
	通信会社（営業担当）	・当面は景気回復の材料が見当たらないため、景気に変化はないとみる。
	通信会社（営業担当）	・好況感は依然として首都圏、中部圏が主体であり、現地企業からは全く感じられない。景気回復への期待感は強いものの、好況感を実感するまでには至っていない。
	観光名所（職員）	・秋の収穫が良ければ、若干上向きの希望も出てくる。
	遊園地（経営者）	・震災復興が進んでいるようだが、政治の動向や、夏の少雨の反動で秋の長雨に繋がるかもしれないなどの不安要因がある。
	競艇場（職員）	・来客の客層の性質上、今後2、3か月での変化は無いとみられる。
	美容室（経営者）	・落ちていくようなイメージはあるものの、政治的な状況が混とんとしているため、選挙後まで状況は変わらないのではないかと。
	設計事務所（経営者）	・これから復興住宅や個人住宅の件数は増えていくであろうが、われわれのような小さな所では現状維持が変わらず続く。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・震災後の需要が一段落してきており、需要件数の伸びが鈍化している。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・お盆明けから消費が完全に止まっているような状態で、来客数もごく限られている。この先も似たような雰囲気が続くのではないかと。悪くなるのではないかとみている。
	商店街（代表者）	・客の購買意欲が徐々に下がっていく状況が定着しそうである。更に下がっていくのか、それとも下げ止まってくれるのかというところが不安なところであり、今後見守っていききたい。
	商店街（代表者） 商店街（代表者）	・商店街という形態が時代遅れになっている。 ・国政選挙が近く、この時期飲食を中心に消費が冷え込む傾向にあり、心配である。

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・震災後には、義援金、見舞金、家賃補助等各種の施策が打出され、それなりの経済効果が出ていた。あの当時は、1人1人ががむしゃらに頑張っていた時期でもあり、生活を復興し、そして何よりも健康を壊さないように、支出を抑えるのは二の次といった感覚もあった。しかし、義援金等は一時的なものであるし、医療費の一部負担免除など各種の復興を援助する措置も順次打ち切りの期限が迫ってきた。今後は、震災前の、不景気による重苦しい不安感、節約意識が戻ってくるだろう。
百貨店(経営者)	・世界的に景気は停滞気味であり、欧州の信用不安も解決が不透明なことから、世界的に景気が回復する見通しが無い。さらに国内的には原発対応などエネルギー問題も見通せない。また、選挙戦に突入しても、過半数を取れる政党は存在せず、混乱からの回復は望めない。さらに、世界的な干ばつによる食糧危機も懸念される。
スーパー(経営者)	・9月度は、海外の各地域の経済成長率が鈍化傾向なので、貿易立国日本の輸出業界は厳しさが更に増してくると予想される。各国の穀物類も干ばつの影響で収量減の傾向にある。輸入に頼っている穀物類は今後大幅に単価を上げる。また中東の政情不安で原油価格上昇もじわじわと進み、その影響で確実に原料の価格上昇が進み、企業収益を圧迫し、販売価格への転嫁も今後少しずつ進むものとみられる。小売は、大手が単価の引き下げを行い、価格競争も激しく、収益低下が次第に進行する。消費拡大よりも縮小傾向がゆっくり進むような悪い環境にある。
スーパー(店長)	・近隣にオープンした大型店のせいもあり、価格競争は激しさを増している。生き残りをかけて商圏内のパイの奪い合いは激しさを増す一方で、景気が良くなる理由は見当たらない。
スーパー(店長)	・10月に競合店が商業集積、ショッピングタウンとして出店を予定しており、1店舗だけでなく、地域としてかなりの集客、売上の減少が予測される。
スーパー(総務担当)	・現在は点価下落の歯止めが掛からない状況である。今後、消費税増税等により買い控えが起きれば、買上点数は更に下がるとみられ、業績は更に悪化する。
スーパー(販促担当)	・今後の消費税率のアップや節電といった家計防衛の考えがクローズアップされており、消費についても、より安いものを求める傾向が強まると予想される。そのようななかで企業自体も身を削りながら業績を維持するのが精いっぱいであり、景気浮上の材料は見当たらない。
コンビニ(経営者)	・徐々に人口が減っているのが現状であり、そういった面では売上も厳しくなっている。
コンビニ(経営者)	・周りを見ても、就職率は悪く、収入が増えていない。
コンビニ(経営者)	・来客数の減少はこのまま続くことが予想されるため、景気は悪くなるとみている。
コンビニ(エリア担当)	・沿岸部等で復旧工事が本格化してきている様子は見えるが、地域経済が活性化してきている印象はない。競合店の出店も目立ってきており、今後、商圏内での同業者間の競争がより一層激化していく危惧がある。
コンビニ(エリア担当)	・同業他社の新規店舗開業が継続的に進むことが予測され、シェアの縮小は否めない状況であり、厳しい環境が続くと考えている。
衣料品専門店(経営者)	・景気を上向きにする材料が何一つ無いなか、政治の混乱や消費税の増税など、景気を下げる材料ばかりである。
衣料品専門店(店長)	・引き続き、景気の先行き不安による買い控えが続き、さらに、9月も気温が高いと予報されているため、秋物の立ち上がりが遅れると予想される。
乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金が間もなく終わりそうだが、終了後の需要の落ち込みが懸念される。
乗用車販売店(店長)	・受注残があるため、2～3か月は登録台数は上振れ状態である。直近で補助金切れが推測されるので年後半の販売に大きな不安がある。
乗用車販売店(店長)	・エコカー補助金の予算残額が間もなく消化されることで、駆け込み需要があり9月は多少の増加傾向になるが、それ以降は反動による需要の減少があると予想している。
自動車備品販売店(経営者)	・車検整備入庫の減少が進み、整備士のリストラが進む。自動車整備工場関連の淘汰も加速する。
住関連専門店(経営者)	・国内外での混乱が大きく影響しており、耐久消費財を購入するムードには無い。

住関連専門店（経営者）	・当店は高齢客が多く、どうしても年金を頼りに生活している人が多い。また、年金がなく不安だという話をする客もいるので、今後、消費税率がアップされたりすればどうなるか心配である。景気は上向きにはならないのではないかとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・繁忙期も過ぎ、景気が良くなる要素が見つからない。消費者も、お盆は終わったという感が強く、買い控えの傾向がもう既に見えている。なんとか現状維持をしていくのがやっとである。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・残暑が厳しくなると秋物が売れず、売上と利益の確保が難しくなる。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・国政選挙等の要因が絡むと地方の飲食店を直撃するため対応を考えておく必要がある。また選挙が無くても予断を許さない状況が続くとみられる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・9月まで残暑が続く予報が出ており、引き続き、秋物アパレルの動きの鈍化が見込まれる。
高級レストラン（経営者）	・10、11月あたりからは伸びてくるとみているが、来月あたりまでは良い材料がない。
高級レストラン（支配人）	・外交や政局が一区切りつかないと希望は見えない。来月も猛暑が続くと予想される。客足の回復は涼しくなってからになるのではないかと。干ばつの影響もあり、外食は厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が全く見当たらない。消費税増税の話が出ていることもあり、上向きになることは考えられず、良くても現状維持、悪ければ景気も下がっていきそうな雰囲気がある。
一般レストラン（経営者）	・最近秋の歓送迎会が入ることもあまりない。積極的に店でイベント等を開催し、現在の悪い状況に歯止めをかけようとしている。
一般レストラン（経営者）	・私のエリアでは、もうすぐ市長選がはじまる。何故か選挙関係があるとその後2か月ほどは、飲食関係は弱くなる。一般の人達でさえ外食の回数が減る傾向なので、私の周りの景気が下向きになるのは予想がつく。
スナック（経営者）	・お盆明けから売上も大分落ちてきており、客足もばらばらになっている。なかなか厳しいなかで、景気が上向きになる材料があまり見当たらず、現在の状況がしばらく続くともみている。
観光型ホテル（経営者）	・入込においては、前年の復興支援の勢いが弱まりつつある。
観光型ホテル（スタッフ）	・総選挙があると来客数は必ず減るので、その時期によって多少影響があるとみている。週末はかなり入っているが、ウィークデーについては、一通り皆さんの利用が終わったようである。業種によって使う、使わないといった開きが大きく、業種を問わずいろいろな方が来てくれるような状況はまだ見られない。
観光型旅館（経営者）	・震災から1年半近く経過し、地元沿岸部の、直後の混乱は収まりつつあるが、逆に将来に対する経済的な不安等は大きくなってきており、宿泊を伴う消費額の大きな観光旅行に出掛ける雰囲気ではなくなってきている様子である。
都市型ホテル（経営者）	・この先2、3か月となると、秋の行楽シーズンだが、放射線の影響というか風評被害からどこまで回復しているかが読めないのが現状である。したがって、総体的には観光客は減るのではないかとみている。
旅行代理店（経営者）	・現在の個人旅行の好調さがこのまま続かず、この秋くらいから通常に戻ってくるのではないかと。通常に戻るということは、少し減退してくるので、やや悪くなくとも考えている。
タクシー運転手	・震災復興のための費用もかなり少なくなっており、今後は景気が良くなるというような要因は見当たらない。
通信会社（営業担当）	・消費低迷が続くと小売業も値下げをし、小売業の従業員の給料も悪化する傾向にある。流通業の景気は今後の景気に左右されると考えられる。
通信会社（営業担当）	・政局不安もあるし、日本を取り巻く状況、韓国勢の追い上げ、中国のバッシング、いろいろな状況から、経済についてはますます厳しくなるとみている。
通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しく、逆にやや悪くなりそうな状況である。

		<p>通信会社（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・値下げによる大手通信会社の熾烈な客の奪い合いがますます加速している。解約防止にはなっているが、新規の顧客開拓には至っていない。中小の通信会社は、この波に巻き込まれ苦戦を強いられている。年末に向けてますます競争が激化するので、一部の大手企業以外はどこで歯止めをかけるか、低迷が予想される。</li> </ul>	
		<p>観光名所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・天候に恵まれフリー客の出足が良かったため、乗船がひっぱられ、売上等も伸びたが、天候には左右されない団体の入込状況は前年よりも若干落ち込んでいる。このままの状況が続けば悪くなっていく。</li> </ul>	
悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の政局の混乱を見ていると大変難しい状況であり、また、選挙への準備などもあるとみられるので、多くの人が繁華街に来るといことは少なくなる。結局、繁華街の景気は非常に落ち込むと想像できる。</li> </ul>	
	スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2014年4月より導入される消費税増税、また2015年からの税率アップ等々の先行き不安、不透明感等々があるため、大きな買い控えがおきる。</li> </ul>	
	乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災から1年半近くがたち、復旧復興需要の発生も既に収束している。併せて、エコカー補助金の終了も重なり、新車購買マインドが一気に低下している。したがって、今後は前年比20%前後の反動減があるものと予想している。</li> </ul>	
	乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エコカー補助金終了をきっかけに、車両販売が大きく落ち込むことが予想される。</li> </ul>	
	タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車の台数は変わらない。一方、乗客の数は減少している。</li> </ul>	
企業動向関連 (東北)	良くなる	-	
	やや良くなる	<p>農林水産業（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・24年産米の概算金の増額が予想される。</li> </ul> <p>食料品製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・需要期に入り、新製品も発売され、受注が上向くとみている。</li> </ul> <p>木材木製品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・9月以降の受注状況から、住宅の着工増を期待でき、販売量、収益とも改善が進むと判断される。</li> </ul> <p>建設業（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・WTO政府調達協定対象の大型案件が、本年度下半期に集中して発注される旨の発注見通しが各官庁より公表されている。これらの見通しを受け、案件の大部分は予定通り発注されるものと予測される。</li> </ul> <p>建設業（企画担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・下期以降、遅れていた国交省関連の案件が見込まれるほか、高台移転や防潮堤等震災復興事業の案件が各県で見込まれる。</li> </ul> <p>輸送業（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国際定期便の運航による。10月からは新たに上海便の就航も予定されている。</li> </ul> <p>司法書士</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税による前倒しの住宅購入という例が散見されるようになってきた。</li> </ul> <p>公認会計士</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小売り関係は業績が全般的に前年を下回る企業が多くなってきた。一方、建設関係はまだ復興需要が続くと予想されるので、全体的には良くなることが見込まれる。</li> </ul> <p>その他企業〔工場施設管理〕（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・9月には原発の補助金が県から支給されるので、各家庭に経済的な余裕が生じて、経済が上向きになり、やや良くなるとみている。</li> </ul>	
	変わらない	農林水産業（従業者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ももの晩生種の出荷がこれから始まる。個人販売の注文もきているが、東日本大震災前の6、7割程度になるのではないかと推測される。</li> </ul>
		食料品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一時期BSE問題などもあったが、あまり問題が無いということを知った消費者が分かってきたのか、牛タンという商品に対する客の認識が変わってきたようである。また、牛タンブームではないが、牛タンが歓迎されるようになってきているようでもある。2、3か月先においてもこのまま良い状態が続くとみている。</li> </ul>
		食料品製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景気上昇の要因が見当たらない。ただ住宅関係の新築が目立って多くなっている。2、3か月後は変わらないがそれ以降に期待する。</li> </ul>
		繊維工業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・先行きの景気の見通しが相変わらず良くないため、しばらくはこう着状態が続くと予想している。</li> </ul>
		電気機械器具製造業（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・為替レートの改善が見込めない。</li> </ul>
		建設業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺の工務店も景気が良いようで、今後は職人不足が懸念される。</li> </ul>
		通信業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も予断を許さない状況には変わりはないが、前年同期ベースは達成できそうな見通しである。</li> </ul>
		通信業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・政治の影響と震災復興のスピードによる。</li> </ul>
金融業（営業担当）		<ul style="list-style-type: none"> <li>・まだ先の見えない状況が続く。</li> </ul>	

	金融業（広報担当）	・大型小売店販売が堅調に推移しているものの、一服感も見られる。また、自動車販売もエコカー補助金の動向が鈍化し、景気押し上げには至らない。	
	広告代理店（経営者）	・厳しいまま変わらない。好調な不動産関連での仕事を狙い、首都圏での物件も増やしていく。	
	経営コンサルタント	・笛吹けど踊らずの消費スタンスが続く。	
	コピーサービス業（経営者）	・国の予算の動きがまだまだ末端まで届いていないような状況である。現在、被災地ではがれき処理等に予算がいており、なかなか他の業種にはいっていないのが現状である。各方面にいきわたるようになれば、景気は良くなると考えている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・復興事業はまだまだ半ばである。それを支えるホテル、旅館、宿泊所、繁華街飲食店の好調も継続すると見込まれる。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・被災地域の潜在住宅需要はあるものの、供給能力が飽和状態のため今後も同様の見通しとなっている。	
	金属工業協同組合（職員）	・自動車関連はやや頑張っているが、半導体、電機関連等々は依然として低調であり、良い材料は見えない。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・毎月末に翌月の受注残高を調べているが、ここ数か月間の受注残高が減少傾向にあり、景気は悪くなっているようである。	
	土石製品製造販売（従業員）	・新規発注工事がほとんどない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、海外が一段と減速する可能性があるため、輸出環境は更に悪化すると予測している。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・海外への生産シフトも含めて国内での受注が減っているというのがものづくり関連企業の一様な状況である。復興景気も一段落したので、今後もこのままならば景気は悪くなっていく。	
	輸送業（経営者）	・現状は厳しい環境にあり、この状況が当分続くことが見込まれる。	
	通信業（営業担当）	・景気の先行きが懸念される。	
	広告業協会（役員）	・消費税増税の問題で今後は広告市場も動きがありそうである。遊技場関係が消費税分を貸し玉にオンできるかどうか、出来なければ広告費削減は大幅になるだろうと予想している。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・中小企業を取り巻く環境は今年に入り非常に悪くなっており、立ち直る要素が見当たらない。このような現状が続いている状況で、どうしたら景気が良くなるかを考えても、良くなる要素が無い。先が見えない状況がしばらく続くのではないかと。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	-	
(東北)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・時期的に一服しており、12～2月に向けてまた求人数が増えとみられる。
		人材派遣会社（社員）	・大学生の採用の欠員を中途採用で補う相談がここに来て増えてきている。前年などは、欠員はそのまま募集はしないという判断をする企業があったが、今年は欠員を中途採用で補おうとする企業が多くなっている。
		人材派遣会社（社員）	・期待感を込めての回答である。政局の安定、復興への予算投下等、国、自治体主導の景気けん引に期待したい。
		アウトソーシング企業（社員）	・復興関連の事業が建設関係からサービス業に移行してきているようである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元企業の本採用等が少しずつだが増えてきている。震災対応において、いろいろな面で人が足りなくなっていることがこうしたニーズに繋がっているようである。こうした状況がしばらく続けば、地元採用も増えていき、年末にかけて多少期待ができる部分が出てくるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月はテレビ面の記事下広告申込が好調で、今後は記事下広告が拡大すると予想される。解散総選挙の話も出てきており、一時的な選挙景気が期待される。
		職業安定所（職員）	・建設業の好調さはまだまだ続いていくとみている。製造業に関しては、徐々に回復傾向に向かうとみられるが、自動車の販売減少や、消費税率のアップで消費の落ち込みが出てくる可能性も無視できない状況である。休業などの事業所も確実に減少している。
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数は引き続き増加しているものの、今月以降、人員整理を考えている事業所や民事再生手続きをとる事業所もあり、景気は変わらない。

	職業安定所（職員）	・新規求人は引き続き高水準で推移すると予想される。今のところ大きなマイナス材料は聞こえてきていないが、今後の状況を注視する必要がある。
	職業安定所（職員）	・復興に向けた動きとしては、現時点では順調に進んでいると判断する。ただし、今後、次のステージとなるであろう宅地造成等の動きが具体化するまでには、もうしばらく時間がかかると考えており、3か月先は現状とほぼ変わらないであろう。
	職業安定所（職員）	・求職者数は減少していく傾向にあるが、求人の伸びが鈍化しつつあり、好転材料を見付けにくい。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、3か月前からみると0.16ポイント上がっている。また、前月からみると0.1ポイント上がっている。雇用に関しては、変わらないか、若干良くなるのではないかとみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、理由として非正規求人が増加しているためであり、景気は回復途上である。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の施行を10月に控え、ユーザー企業は様子見をしている。また、官公庁や独立行政法人の受託業務に見積合わせの要請もあり、収益を圧迫する要因となる見込みである。よって2、3か月先の景気はやや悪くなるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・応募数の減少から採用が完結しておらず、非正規雇用ではあるが求人ニーズは引き続き高い水準を維持するとみている。8月も7月同様に飲食店の県外からの新規オープンが多数あったが、工場の閉鎖や希望退職を募集している企業も出始めている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税法案が通ったこと、総選挙が現実的になったことなどにより、景気浮揚政策が遅れそうである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金の駆け込み需要に関して今は好況だが、その後の落ち込みの影響がどの程度か。また、サービス業を始め、その他の業種も、求人動向から好況さはみられない。
	職業安定所（職員）	・大手企業の生産拠点再編に伴う大量解雇事案が生じており、今後も継続される見込みである。
	民間職業紹介機関（職員）	・雇用状況と政治の不安定要素がある。
悪くなる	-	-