

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	衣料品専門店（店長）	・消費税増税が決まれば、4月以降を含めてスーツや礼服を購入しようと思っている客が今年の末あるいは年初めくらいから動き出し、需要の前倒しが起こってくるのではないかと予測している。
		乗用車販売店（経営者）	・11～12月に更なる新型車の発売予定があり、期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・年末年始に向けての購買活動、サービスの享受計画に期待感があり、企業の仕掛けも進んでいる空気がある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今が底で横ばいの状態である。暮れにかけて多少の動きがあるとみられるが、それも不透明である。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・冬に向けて、商品販売は期待できないと思っていたが、徐々に打ち返しの注文が多くなり、新綿での布団注文も増えてきている。新築のカーテンの注文もいただいているので、売上が伸びることを期待したい。
		百貨店（企画担当）	・年末にかけて消費税増税前の駆け込み需要が徐々に増え始める。また、少しずつではあるが、冬の賞与の増額などで、経済政策のプラス効果を実感する層が拡大してくるとみている。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦は、前年のお歳暮、本年のお中元と前年割れが続いており、今期も大きく売上が伸びるのは難しいとみられる。一方で、消費税増税に伴う駆け込みの動きが始まることと予測される。個別案件としては、今秋食品の改装が行われることから、売上が伸びる要素はある。
		百貨店（経営者）	・「建設業や製造業の関係者はオリンピック効果で当面仕事に困らないだろう」と言う人が出てきている。消費税増税もあるが、今後給与が上昇することにより、売上が上向くことに期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・前年比で底をついた印象がある。天候が平年並みに戻れば、来客数の回復も期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・東北、特に宮城県内では地元プロ野球球団の優勝により消費に若干の好影響が出てくる。
		衣料品専門店（経営者）	・冬物で単価が上がることで消費税率アップ前に買物をしようという心理がはたらくのではないかと予想する。
		衣料品専門店（店長）	・気候という外部要因に関して、暦通りに推移する旨の予報が出ているなか、カジュアル衣料を中心に早い立ち上がりを見せており、ビジネス衣料と共に前年を越えるニーズが見込める。
		衣料品専門店（店長）	・来客数と販売量は以前と変わらないが、単価が少し上向きの傾向にある。
		乗用車販売店（経営者）	・昨今の景気の上向きを背景に新型車投入効果も加わって、個人客、法人客共に客足は戻りつつある。そして、消費税増税前の駆け込み需要の発生も予想され、今後、10%前後の前年越えが期待できそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の動向に左右されるとみられるが、今後発売予定の新型車の効果も相まって販売台数の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が続くとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・新車が発表された影響で、他のメーカーからの乗り換えによる新規での来店などが間違いなく増えている。これからも数か月はこの状態が続くとみられる。
		乗用車販売店（店長）	・各社、増税前セールを敢行しているので来客増が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財は高額品なので、消費税増税の駆け込み需要はあるとみている。また、新築需要にも期待したい。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費税の関係もあって駆け込み受注が幾分あるとみている。しかし、利益が大いに期待できそうな話は聞かれない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・今後の秋冬物の動き、特に防寒着の売上が期待している。値段の安いものよりも機能性の良いもの、より性能の良い物を求めている人も多くなっている。質の高い商品を展開して顧客のニーズを掘り起こしていきたい。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年の9月よりも残暑が緩やかであり、パンプスやショート丈のブーツ等の靴や靴下、バック等、秋物の服飾雑貨の動向が好調である。今後、付随して衣類の売上也伸びが予想される。		
一般レストラン（経営者）	・8、9月という期間が非常に低調だったので、これ以上下がるとビジネスとしては限界に近い。東京オリンピックが決まったので、精神的な要因で多少は上向くのではないかと期待している。		

	スナック（経営者）	・これから年末に向けて、ボーナスも出るので、少しずつ人が出てくるのではないかと。いかんせんこの状況なのであまり大きな売上は期待できそうにないが、少しは良くなるのではないかと。
	都市型ホテル（スタッフ）	・8、9月の豪雨で客の当県へのアクセスがかなり制限されていたが、ここにきて新幹線及び在来線も順調に回復しているので、destinationキャンペーンに向けては非常に良い材料がそろったことになる。加えて今のところ天気が良いので、客は当市とはいわないが、当県にはかなり来ると判断される。
	旅行代理店（経営者）	・消費税が8%に上がる前に需要が少し伸びてくるとみられる。一時的なものかもしれないが、景気は2、3か月後はいったん良くなる。ただし、4月以降が心配である。
	旅行代理店（店長）	・消費税導入決定に伴う駆け込み需要が、少なからず個人消費を向上させることが予想される。
	通信会社（営業担当）	・秋口の旅行業、食品の伸びは良くなるとみている。また、消費税増税前なので消費動向は上向くと考えている。
	通信会社（営業担当）	・恒例の年末キャンペーンの展開による効果もあって、年末に向けて、特別番組の視聴希望者や、インターネットの格安コースの申込者が増えるかと予想される。
	通信会社（営業担当）	・アベノミクス効果の地方への波及に期待している。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税前の前倒し需要もあるとみているが、来春の揺り戻しが心配である。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税の動きに反応したリフォームの問い合わせが急増している。
変わらない	商店街（代表者）	・4月からの消費税増税が決まったようである。このマイナス面というのとは否定できない。当地に関していえば、地元プロ野球球団優勝の効果も期待できるので、年内は何とかこの状態が維持できるのではないかと。
	商店街（代表者）	・そろそろ消費税に対する表示方法対策の話が出てきている。電気料金のこともあり、商店街全体としても今一つ明るい展望がひらけない。
	商店街（代表者）	・10月、11月にかけて紅葉のシーズンが始まり、観光客、特に個人の観光客が増える。また、中心街区にあるビジネスホテルの稼働率が大変良くなっている状況から、地域外からの客の買物など、いろいろと期待が持てる。特に飲食に関しては大いに期待している。
	商店街（代表者）	・来年4月に消費税率引き上げの可能性が高いが、商店街各店では大きな駆け込み需要も期待できず、引き上げ後の購買力低下を心配している。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・天候不順のために、農作物の収穫の状況が発表にならないことにはムードが盛り上がらない。また、ディスカウントストアの開店等により、単価の低落傾向がみえる。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・街がにぎやかになる要素は今のところ何も見つからない。売上、来客数、販売量、客単価のいずれも変わらないと予測している。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入り、売上が前年比約103～108%の状態が続いている。よほど給料が上がるなどの変化がない限り、現在の状態で推移していくのではないかとみている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリンやパンなど生活必需品の値上げがニュースになっており、年金暮らしの客層は、早くも節約など生活防衛に走っている様子である。
	百貨店（売場主任）	・消費税に絡む動きが少しずつ出てくるとみているが、現状では把握できない。
	百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響がどこまで出るかというところで、先行きの見通しがつかない。
	百貨店（買付担当）	・アベノミクス効果で売上を含めて販売も上向くかと期待したが、地方まではまだまだ実感がなく、そこまで伝わっていないという状況である。
	百貨店（経営者）	・電気料金の値上げ、原発汚染水問題などマイナス要因が多すぎる。中央と地方の格差がますます広がっているようである。アベノミクスの恩恵は一部大企業や特定高所得者限定で地方のそれ以外は悪化している。
	スーパー（経営者）	・消費税増税決定も急に購買意欲は下がらないとみている。
	スーパー（経営者）	・10月は消費税増税の話や食料品の追加値上げなど、消費抑制要因がある。最低賃金の改定もあるが、それ以上に高止まりの電気料金の負担は大きい。同業他社のほか同業異業態との競合も厳しさを増している。消費拡大要因も見えてこない。投資拡大のための一段の規制緩和のほか、法人税減税や財政、金融の各政策が企業の投資マインドに良い影響を与え、所得の上昇に結び付くことを期待したい。

スーパー（店長）	・食料品等の値上げで、節約志向は更に高まる。また、消費税増税に加え、競合店の出店も控えている。景気が上向き要素は全くなく、今よりも状況は厳しくなる。
スーパー（店長）	・例年並みの天候、気温で推移していけば、農水産物の出荷が安定し、販売価格も安定してくる。しかし、景気に関しては横ばいで変わらない。
スーパー（店長）	・販売量及び来客数が変わっておらず、この先も現状と変わらないとみている。
スーパー（物流担当）	・競合店の新規出店や競合既存店との価格競争、商品価格の値上がり等、需要が上向き要因がない。
コンビニ（経営者）	・客単価、買上点数は前月同様にアップしているが、来客数が2か月連続で減少している。客単価や買上点数アップに注目すれば個人消費は良好といえるが、先行きの予想は難しい状況である。
コンビニ（エリア担当）	・来客数増の要因が特に見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・競争環境が激変しており、一巡するまではこの傾向が続くとみられる。
コンビニ（店長）	・近隣にも競合の動きはないので、冬までは売上も現状維持できる。
コンビニ（店長）	・アベノミクス効果への期待も薄く、近隣の競合店の状況にも大きな変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・以前のように消費税の増税が決まったからといって、駆け込みの購買が増えるような気配は全くない。
衣料品専門店（経営者）	・アベノミクスの言葉だけが先行し、実態がなかなか見えてこない。オリンピック誘致も東京近辺だけが潤うと予想している。
衣料品専門店（経営者）	・客も季節替わりの準備に戸惑っているようで、予測がつかない。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税が首相より10月に発表される予定であるが、それにより消費行動がどのように動くかが問題である。ただし、高額商品の業界に絞られるのではないかとみている。
家電量販店（店長）	・来客数が少ない。また、即決で商品を決める客も少ない。
家電量販店（店長）	・今すぐ買わなければならないような商品があまりない市場のなかで、買換え需要の奮起が必要になるが、これといった商品も思い浮かばない。
家電量販店（店長）	・冷蔵庫やテレビ等の一部の商品で単価の高いものが売れているので、需要が持ち直しているのは間違いない。しかし、家電製品の買換え需要以外で新しい需要が生まれているということは特にない。米国大手の新型スマートフォンのようなヒット商品が出れば売上に寄与するが、そういったヒット商品を持つ状態ということで、業界としては伸びもせず下がりもしない現在の状態が続く。
住関連専門店（経営者）	・消費税の増税については必要性を認識しているものの、その影響を非常に危惧している。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・購買意欲のある客の数があまり増えていない。必要最小限の買物で済ませているようである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料全体が高くなっているため、客の買い控えや節約傾向が強まっている。今後も同じような動きが続くことが予想され、販売量が伸び悩むと考えている。極端な寒波が来なければ回復は難しい。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・アベノミクスとオリンピックの相乗効果で、日本全体では良くなるとみているが、当県は原発事故収束に向けて良い方向に向かわない限り、景気は良くならない。
高級レストラン（経営者）	・劇的に回復していくような要素が無い。
一般レストラン（経営者）	・特に良くなる要素も無いし、悪くなる要素も無い。
一般レストラン（経営者）	・忙しい日もあるが暇なことも多いので先が読めないが、変わらないのではないかと予想している。
観光型ホテル（スタッフ）	・週末が一杯の日もピンポイントにはあるが、月間トータルの集客については前年よりも増えていない。これから1番の繁忙期に入るが、一進一退の状態が続くとみられる。
観光型旅館（経営者）	・紅葉期になるので来客数の増加は期待できるが、例年のことであり、オンシーズン以外の予約は動きが無い状況である。平日の宿泊予約は相変わらず低調に推移している。
都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会等は週末を中心に定例の大型物件で埋まっているので、平日の受注状況次第である。
都市型ホテル（スタッフ）	・最近高単価の洋食コースの売行きが良いので、クリスマス、おせちの販売に好結果を期待している。

	タクシー運転手	・短期の仕事だけで安定した長期的な仕事がなく、そのために仕事に就くことができないというような話を乗客からよく聞く。
	通信会社（営業担当）	・消費税率が上がるので景気向上は望めない。
	通信会社（営業担当）	・なかには良い企業もあるが、全体としては現状を大きく変更するような材料に乏しい。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は出てくるものと想定しているが、多くの消費者は今年末まで様子見が多いのではないかと。また、増税後の反動が恐ろしい。
	観光名所（職員）	・団体客の予約も例年より少ない状況であり、今後も厳しい状況が続くであろう。
	遊園地（経営者）	・地元プロ野球球団の優勝など明るい話題もあるが、エネルギーや諸物価の値上がりがかさねて家計にどう響くかが懸念される。
	競艇場（職員）	・年末に向けて目玉となる商品はあるが、それを除いた通常商品の売行きはそれ程の変化はない。
	美容室（経営者）	・今年の春以降、客の来店サイクルは、以前より若干幅が大きくなっているもののそう変わっていない。現在の状況はしばらく続くともみている。
	設計事務所（経営者）	・住宅に関しては、このまま少なくなっていくとは思わないが、一時期のような勢いはなくなる。
	住宅販売会社（経営者）	・受注は取れても、現場の協力業者の手配がつかない状態である。完成工事までの工期が即決出来ない状態で、資金の回転が悪くなっている。
やや悪くなる	百貨店（経営者）	・冬季については、暖房用の灯油等燃料費の支出が高くなるため、現状のガソリン価格高騰のマイナス影響が更に大きくなるものとみられる。
	百貨店（売場担当）	・百貨店の売上は天候に大きく影響される。この冬は寒いとの予報から推測すると、降雪で交通が麻痺し来店に影響さえ出なければ冬物商戦は成功する。しかし、商圏内にファッションビルが11月にオープンすることから、客の関心が新しいブランドや店に行くことは否めない。百貨店にはないプライスや新しさなどから、入店が減ることも懸念される。防寒アイテムの打ち出しや百貨店ならではの取り組みをし、動員をしっかりと確保したい。
	スーパー（総務担当）	・スーパー業界の競争がより激しくなっている。既存店の来客数は前年より大幅ダウンしている。特に花、ベーカリー、乳製品やデザート類などの洋日配、し好品の売上が大きく落ち込んでいる。この傾向は今後も続くのではないかとみている。
	コンビニ（経営者）	・今の段階ではかなり目的買いが主で、衝動買いが減っている状態である。この先も今より徐々に悪くなっていくのではないかとみている。
	コンビニ（経営者）	・客の財布のひもがゆるむ傾向はなく、必要なものだけの購入で余計なものを買わない。たばこも低単価のものに流れていて、客単価を落としている。
	コンビニ（店長）	・10月から小麦や輸入食品等の値上げが本格化する。9月から電気料金が上がっているなかで、収入が一向に上がっていないという状態が起こっている。ややデフレに振れつつあるので、やや悪くなっていくと確信している。
	乗用車販売店（店長）	・9月は決算月ということで来客数も伸び、販売量にもつながったが、これからの時期は毎年落ち込むことから現在よりは状態が悪くなると考えられる。
	住関連専門店（経営者）	・当店で仕入れている商品のほとんどが値上げになっている。当店は小規模がゆえにすぐには価格に値上げ分を転嫁できないと思うので、利益が低下するのではないかと懸念している。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の収穫時期になり、地元飲食店の来客数が落ち込むと予想される。また、米の収穫量は前年と違い平年並みとなりそうだが、価格が下落するとみられるので、営業面では悪い方向にいくと予想している。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・輸入酒を先頭に値上げの通知が多々来ている。値上げ幅も、大きいものでは約千円上がる商品もある。消費者からはしかたがないと言われるが、これからどこまで消費者が受け入れてくれるか不安である。世間では前向きな話も聞くが、地方はまだまだ先行き不透明である。
	一般レストラン（経営者）	・10、11月と年末前までは例年動きがない時期であり、良くなる要素も無い。また、東京オリンピックが決まり、作業員も相当東北から東京に流れて行くと予想される。

		一般レストラン（経営者）	・増税は庶民にとっては慣れるまでに多少時間がかかる。ましてや、毎日の買物に響く項目の税金なので、早い時期から気持ちのなかでは値上がり感が出てしまい、ぜいたく品や値段の高い外食などを控える人が多くなる見込みである。今の段階で客の話のなかにその話題が出ているので、少なからず影響はある。
		観光型ホテル（経営者）	・10、11月は秋の観光シーズンだが、客足が伸びず、いずれの月も前年比約2割減である。復興支援後の反動で地域全体に客足が向いていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月の電気料金に続き、10月以降の食品関係の値上げは、飲食業には非常に大きなダメージになる。これから法人需要が活発化するが、規模が縮小しているなかで数をこなさなければならない。さらに、単価も依然低迷しており、婚礼についても規模が非常に小さくなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災特需はほぼ止まり、来客数、宴会数共に震災前の状況に戻っている。今月、来月の先行予約も前年を下回っている。
		タクシー運転手	・消費税増税の話題が耳に入ってくれば、客の乗り控えがますます多くなる。
		通信会社（営業担当）	・物価が上昇しており、財布のひもが固くなってきている。特に携帯電話については売行きが伸び悩んでいる。10、11月も期待できそうにない。
		テーマパーク（職員）	・来年4月からの消費税8%の影響と、家庭への利潤の影響度が少ないことにより、買い控えに転じると予測する。法人税が減税になっても企業は借金返済に回すだけで、社員所得への影響は少ないとみられる。
		観光名所（職員）	・客に購買意欲はうかがえるが、いかんせん人が出歩かない。消費税導入を巡って、今後世の中がどうなるのかと客自身が様子見をしているような状況なので、この先も変わらないか、もしくは導入によりやや悪くなる気がする。
		美容室（経営者）	・今まで頻繁に来店していた客が1000円カットに行くようになったため話を聞くと「物価や燃料費が高いので、美容室はぜいたくだから少し節約しないと」ということであった。食料品やガソリン代は絶対必要なので、美容室代から節約するということであった。まだまだ景気の回復には至っていない。
悪くなる	商店街（代表者） スーパー（経営者）	スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込みの購買意欲が無い。
		スーパー（店長）	・10月1日に消費税増税が決定されると、先行きに対する不安に加え、可処分所得が増えないなかでの増税のため、財布のひもは更に締まってくる。
	コンビニ（エリア担当）	コンビニ（エリア担当）	・今後、競合他社の出店が予定されおり、競争がますます厳しくなるなか、円安の影響により仕入原価が上がり、粗利益が取りづらい状況にある。さらに、電気料金などの値上げによる販売管理費の増加と経営的にはかなり厳しくなることが予想される。
		自動車備品販売店（経営者）	・人口が減るイコール来客数が減ることである。収入も増えるわけではないので、消費は冷え込み、活気が出ることはない。
	観光型旅館（スタッフ）	観光型旅館（スタッフ）	・前年までのシーズンデータは業界では使えなくなっている。通年年末までは年間の何度目かの売上増の山を迎えるが、9月の現状を見る限り、山は無いような気がする。
		観光型旅館（スタッフ）	・冬期に備え売上を確保したいが難しい。売上を確保できないまま冬期に突入すれば深刻な状況となり、より厳しい判断をしなければならない時がくる。
企業動向 関連 (東北)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の設備投資増強による波及効果が確実に出てきている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地元プロ野球球団のリーグ優勝の経済効果に大きな期待を持っている。市内飲食店、各観光宿泊施設への好影響は必至である。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・2、3か月先というところでは、自社のニット製品はシーズンに入るため、店頭では売行きが良くなるはずであり、今よりは良くなると予想される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末に向けて、若干の需要喚起があるとみている。
		建設業（従業員）	・年末にかけて、主に国・地方自治体から発注される大型復興案件が多数見込まれている。なお、既にその一部は現時点で発注されている。
		輸送業（経営者）	・10月以降の物量増が見込まれる状況にある。また、2020年東京オリンピックの開催も決まり、環境的にも明るさがかがえるようになってきている。
		輸送業（従業員）	・震災以降少しずつ回復傾向にあるが、大きな変動要因が見当たらない。

	広告代理店（経営者）	・消費税率変更に伴い、表示変更による案件が、今後増加する。	
	広告代理店（経営者） 経営コンサルタント	・受注量が増加している。 ・東北、とりわけ宮城県では地元プロ野球球団のリーグ優勝を商機とする各方面での企画が実現する。	
	公認会計士	・建設業関係を中心にして、復興関係の需要が増加するとみられる。	
	金属工業協同組合（職員）	・受注案件（見積）は増加してきているが、同業他社の新規参入等から価格競争がきびしい。	
変わらない	農林水産業（従業者）	・これからふじりんごの収穫に入るが、品質はととも良く、販売単価に期待したい。しかし、ももは風評被害の影響があったので、りんごにもあるのではないかと不安である。	
	食料品製造業（経営者）	・牛タンの人気を上向きの流れはこのまま変わらないとみられ、今後も良い数字が残せると考えている。ただ、9月の途中経過を見る限りだと、あまり楽観はできない。	
	食料品製造業（総務担当）	・相変わらず主原料の手当てに苦労しそうである。関係する法律への対応で経費が掛かる。	
	食料品製造業（営業担当）	・既存品の売上マイナスが大きいため、新製品を続々と投入してもカバーできていない。	
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数が徐々に減少に向かい、販売量が減っていくと予想している。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・我々の業界は、ここ最近需要と供給のバランスが崩れたことと円安の影響で事業的には好景気にシフトしてきたが、それが安定してきている。この状況がある程度継続するとみている。	
	建設業（経営者）	・メーカーからは10月からの資材値上げを通告されている。また、技術者不足等も考えられるので、現在受注量はあるが、将来的な景気は不安である。	
	建設業（企画担当）	・東京オリンピック決定で工事はさらに増加するとみられるが、技術者不足等で会社としての対応能力が限界となっている。	
	通信業（営業担当）	・既存契約維持には厳しい環境であることに変わりがなく、設備統合など効率化の施策を打っていかないことには、先行きの見通しが立てられない状況である。	
	通信業（営業担当）	・消耗戦ともいえる競合他社との競争が激化していく。	
	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。	
	金融業（広報担当）	・原材料などのコストの高止まりがある。	
	広告業協会（役員）	・年末にかけてのイベントが少なく、業界は静かな動きが続くとみられる。ただ、住宅市場は消費税増税の駆け込み需要で、展示場の会期を延期して対応に当たるようである。	
	司法書士	・現状において新築着工件数は前年と大きな変化がなく、消費税増税の駆け込み需要は期待したほどではない。	
	コピーサービス業（経営者）	・消費税の動きで変わる可能性はあるが、現在のところは大きく景気に変化する状況ではない。企業関連の購入状況や設備投資の状況を見ても、期待感は薄い。また、来客数も減少傾向にあるのが現状である。	
その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税増税時期の発表いかんだが、しばらくはこのまま推移するとみている。		
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・新品種立ち上げも継続中である。工場もレイアウト変更等で大変なようである。		
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・米の在庫が減少する見込みがないことから、米価格は低く推移すると予想される。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・大きな流れとして、印刷物からネット活用への切替えがどんどん進んでいくのではないかとみている。	
	土石製品製造販売（従業員）	・取引先では減給、人員削減の会社がまだまだある。現状、景気の回復がみられるのはごく一部の大手企業だけのように見受けられる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、新興国経済の悪化が懸念される場所である。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・大手企業の事業縮小等により、中小のものづくり企業には余剰設備や人員が発生している。そのために新規顧客取り込みを強化しているが、少ないパイの奪い合いであり、景気が良くなる兆候は見られない。	
悪くなる	○	○	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インターネット関連の新規部門の調子がとても良いので、この分野での伸びが期待できる。 ・消費税増税という懸念材料はあるものの、オリンピックの東京開催決定など、消費マインドが明るくなる要素が増えてきている。

	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・ I L C 北上山系候補地、釜石橋の高炉世界産業遺産申請、三陸海岸ジオパーク構想認定など、当県に明るいニュースが続いており、今後の経済状況にも好影響が期待される。
	職業安定所 (職員)	・ ここ数か月の求人の増加や求職の減少の状況から、求人倍率は今後も上がることが予想される。
	職業安定所 (職員)	・ 有効求人倍率がゆるやかではあるが改善傾向にある。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・ 注文や引き合い案件は底堅く推移しているものの、2、3か月先の成約率アップは見込めない。
	人材派遣会社 (社員)	・ 相変わらず、募集をかけても応募数が集まらない企業が多い。そのような状態は変わらない。
	人材派遣会社 (社員)	・ 求人の依頼が増加する要素が無く、求職者の希望とのミスマッチが継続している状況から考えると、大きな変化は無い。宮城以外の東北5県ではこの状況がより深刻である。
	職業安定所 (職員)	・ 今後の需給見込みから生産拠点を海外に移すために、従業員の希望退職者を募る予定の企業もあり、製造業は厳しい状況にある。
	職業安定所 (職員)	・ 公共工事の増加を見込んだ建設業からの求人はあるものの、他の業種からの求人は増えていない。
	職業安定所 (職員)	・ 求職者数は大規模な企業整備等の情報はなく、大幅な増加要因はない。求人数は新規開業に伴う求人もあり、引き続き高水準で推移するとみられることから、この状況がしばらく継続する。
	職業安定所 (職員)	・ 冬場の求人減少時期に向かっていく。また、常用はパートに比べ求人の前年比増加幅が狭い。
	職業安定所 (職員)	・ 新規求人数はこの1年ほぼ同数で推移している。新規求職者数は減少しているが、新規求人数が増加しなければ本格的な景気回復とはいえない。
	職業安定所 (職員)	・ 復興需要は相変わらず継続しており、求人数自体も大きく減少するという事は考えにくい。このままの推移が続くとみられる。
	民間職業紹介機関 (職員)	・ 求人動向は相変わらず特定業種に偏っている。全般的には変化が見受けられない。
やや悪くなる	人材派遣会社 (社員)	・ オリンピック招致により都内は盛り上がっていると聞くが、地方の飲食店などでは、工事関係者が首都圏へ移動し、復興も遅れ消費も落ちると予想している。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・ 10月あたりに安倍首相による消費税導入表明がなされると、一時的な駆け込み需要はあっても、低迷感は妨げられず、景気に落ち込みの影響を与えると予想される。
悪くなる	—	—