

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	タクシー運転手	・乗客からも地元ラジオの投稿でも不景気な話は聞かない。この状況が続くと大変良くなるのではないかと。
	やや良くなる	百貨店（総務担当）	・好調である首都圏の景気が徐々に地方にまわってくる。建設業などでみられる一部需要が、消費、小売にも循環していくことを期待している。
		百貨店（営業担当）	・来客数の落ち込みもなく今後も全体的に景況感が良い。消費税増税前の駆け込み需要で前年比に影響が出始める12月までは景気は徐々に回復していくとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税増税後はひと月ごとに回復傾向にある。また、秋物衣料やリビング商品の新製品が従来より多く提案されてきており、消費喚起につながっていくとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税増税の影響がほぼなくなるとみており、首都圏の好況感が時差を経て地方にも伝わってくることを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・残暑の予想があるので客足が伸びることを期待している。
		コンビニ（店長）	・本格的な夏になり安定した来客数の増加が見込まれる。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物が本格的に立ち上がる。単価が上昇し数字も雰囲気も盛り上がっていくとみている。
		衣料品専門店（店長）	・梅雨明け後にカジュアル用途のニーズが現状よりもさらに増えてくることを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・秋になるとスーツの需要が出てくる。その売上で全体の売上も回復してくるとみている。
		家電量販店（店長）	・県内ではまだ建設業界を中心に復興需要があり、新規事業所の開設のために特にプリンターなどの事務用品が購入されているものの、大きな需要ではない。今後は底堅い景気に支えられて家電製品の需要が続くとみている。
		家電量販店（従業員）	・消費マインドは良い方向に流れており今後に期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・来客数、商談数が持ち直してきており、10月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動減が解消するのではないかと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・客の中にはまだまだ潜在見込客が存在している。今は急いでおらず我慢している状況である。9月以降には動き出すとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・再度の消費税増税に備えた駆け込み需要が顕在化する。
		住関連専門店（経営者）	・秋口に向けて住宅の完成がみえてくれば需要が出てくる。消費税増税の影響もある程度落ち着いてきており、買い控えていた消費者にも購買意欲が戻ることを期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・秋冬物の値上げが確定しているため、その前に駆け込み需要などの動きがあるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・大型催事が控えており来客数の増加が見込める。
		高級レストラン（支配人）	・消費者は使うところでは使っている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税後もそれほど影響は受けておらず、客の様子も比較的良いように見受けられる。暑い気候のため客がお金を使うような雰囲気となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・地元で好景気が伸びてきていないので、消費においても買い控えの傾向にある。しかし、この先の下期には我慢の限界のラインを超えて大分動いてくるのではないかとみている。そのためには天候の安定が非常に大きな要因となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊稼働は安定している。一般宴会やレストランの来客数も増加していることで期待感もあり上向いてきている。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税後の様子見が一段落する傾向がみられるのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・購買意欲が若干上向いているなかで今後も新商品の投入を続けていくので、客の動きに期待を持っている。
		テーマパーク（職員）	・消費者に消費税増税が定着しつつある。
		観光名所（職員）	・夏休みや秋の行楽シーズンなどに向けて様々な施策を実施して来客数の確保に努めており、その成果に期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料、人件費、光熱費の高騰により業績自体は良くはないが、このまま回復基調で進んでいくとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・大手上場企業の業務拡大及び進出があり、大型不動産と大規模建築受注が予定されている。

	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税後の買い控えが薄まることを期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・これまでは先行きに懐疑的な見通しを持っていたが、思ったよりも良い状態であり、このまま続くのではないかとみている。
	商店街（代表者）	・来客数が増えてきている時期に売上増になっていない状況の原因を真摯に分析、対処することが今後の生き残りには必要である。
	商店街（代表者）	・消費税増税の影響をあまり受けずに推移しているが、まだまだ景気が安定しているわけではない。今後大いに期待をしているが、天候不順や台風などの影響でまた景気が下向く恐れもあるので、日々要注意しながら進めていきたい。
	商店街（代表者）	・夏のボーナスシーズンを見越したお中元が今一つ伸び悩んでいる。また、修学旅行者や観光客の財布のひもは例年より固い。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・出版点数、冊数共に減少傾向が継続している。市場に出回る新製品が変わらなければ現状のままである。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・公務員や一流企業ではボーナスが出ているが、その影響が繁華街までにはなかなか回っていない。また、近隣の大型競合店が8月で閉店するというニュースもあり、悪い状況に変わりはない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・前年の売上は毎月前年比を上回っていた。消費税増税後の4月以降でも好調であった前年とまず変わらないため悪い方向にはなっていない。客の様子や販売量などをみてもまずは必要な物を買うので、このままの状態がしばらく続く。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減からは立ち直りつつあるが、周囲に積極的な良い話題は少ない。ただし、更に悪化するという雰囲気でもなく、過去の経験からもこのレベルで当面は変わらないのではないかとみている。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・秋物も全く予想がつかない。
	百貨店（売場主任）	・ガソリン価格が上げ止まりとなったことで、動きはいつもと変わらず客の買物の慎重な様子も変わらない。
	百貨店（営業担当）	・地方では消費税増税後も個人所得に変化はなく、節約志向はしばらく継続するとみている。
	百貨店（売場担当）	・消費者の買い方には消費税増税が大きく影響しており、すぐの回復は見込めない。アベノミクス効果も一部の富裕層のみである。
	百貨店（経営者）	・消費税増税後の消費者の慎重な買い方は続いており、来客数、客単価共に減少傾向にある。消費回復を実感できない状況はすぐには改善されない。
	スーパー（経営者）	・ボーナスにもあまり期待できない。暑くなることを期待している。
	スーパー（経営者）	・今月も諸経費の増加で中小企業の収益環境は厳しさが続いている。賞与の増加や有効求人倍率の改善などで消費拡大が期待されたが、依然として消費は停滞しており可処分所得の目減りや買い控えの強まりを懸念している。しばらくは消費に大きな変化もなく推移するとみている。
	スーパー（店長）	・競合店への対抗策は講じていくが、集客、売上面での影響は変わらない。
	スーパー（店長）	・消費税増税が生活を圧迫しているという客の購買意欲は変わらない。
	スーパー（総務担当）	・既存店の売上前年比のなかで花、牛肉、酒といったハレ型商品が特に伸びている。一方、ガソリン、電気料金などの値上げが続いているのでトータルでは景気は変わらない。
	スーパー（営業担当）	・客の消費税増税感は引き続き変わらない。特に耐久消費財など緊急性の低い商品の購買は伸び悩むとみている。
	スーパー（営業担当）	・消費税増税後は競合店間で価格競争やポイントなどの販促策による競争が激化しているが、客は unnecessary 商品は買わなくなっている。同業他社や百貨店でも状況は同じであり、日替わりやセールで集客して売上を作るというやり方が通用しなくなっている。
コンビニ（経営者）	・3か月前に比較して来客数、買上点数共に増加しており、消費税増税は完全に織り込み済みである。客単価が現状維持でも、景気は横ばいもしくは若干上向くのではないかとみている。	
コンビニ（経営者）	・今の傾向はもうしばらく継続する。	
コンビニ（エリア担当）	・今後も継続して競争店の新規出店がある。	
コンビニ（エリア担当）	・今の生活に慣れてCO2削減や省エネに対して特別に節約の意識を持つことが無くなり、普通の行動となってきている。	

コンビニ (エリア担当)	・特にプラス要素は無い。
コンビニ (店長)	・消費税増税から4か月が経過し、思ったほどの消費の落ち込みはみられないが、来客数はやや減少傾向にある。ガソリン価格の高騰もあるので増加する見通しは立っていない。天候次第ではあるものの、それほど景気は悪くはない雰囲気がある。
コンビニ (店長)	・夏に比べて売上は落ちるものの、廃棄や光熱費などの経費も下がるため利益はそれほど落ち込まないとみている。既存店に関しては競合店の出店予定もなく例年通りの売上になるとみているが、10月に新店のオープンも控えておりその店の売上にも左右される。
衣料品専門店 (経営者)	・消費税増税以降、消費者の財布のひもは一段と固い。必要な物しか買わずに衝動買いもなくなっている。
衣料品専門店 (経営者)	・お中元は低単価傾向や法人への一本化が増加している。
衣料品専門店 (経営者)	・購買意欲はあるけれど比較的消極的である。消費者は最低限必要なものは買い揃えなくては行けないと諦めている。
衣料品専門店 (総務担当)	・この1年間は売上が1割減の状態が続いており、景気が良くなる要因が見当たらない。
家電量販店 (店長)	・季節商材の動きが例年に比べて遅い。
家電量販店 (店長)	・天候との兼ね合いもあるが、お盆商戦に期待している。
乗用車販売店 (従業員)	・消費税増税の影響はもう大分無くなっているものの、なかなか販売量が増えていない現状もありあまり変わらない。
乗用車販売店 (従業員)	・新規の客の来場が極端に少なくなっており、それが急に増えるというのは非常に考えにくい。
乗用車販売店 (店長)	・販売数減、収入減共に消費税増税の影響から回復しているが、今以上の好要素は見当たらない。
住関連専門店 (経営者)	・消費税増税やあらゆる商品の値上げ、年金の引き下げなどにより所得格差が大きくなっている。景気が上向きだと伝えられるが消費には反映されないのではないか。
その他専門店 [酒] (経営者)	・地元だけをみれば農作物の作柄など悪い要素がなければ今と同じ水準とみている。しかし、他の地域の新規取扱をかなり積極的に増やす必要がある。
その他専門店 [パソコン] (経営者)	・客は今後慎重になっていくとみている。材料費の高騰、納期の遅れ、職人の不足など、仕事に携わる関係が安定していない面もあり、一通りこなしてから手を出そうとしている。今まで同様に良くなる見込みは少ない。
その他専門店 [食品] (経営者)	・ガソリン高騰などが家計を圧迫し、嗜好品である我々の商品の消費は抑えられてしまう。
その他専門店 [靴] (従業員)	・消費税増税後は商品の売れ方が変わっている。客のニーズを早く捉え、売場に反映しなければ売上を確保できない。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・中東情勢が不安定な状況が改善される見通しがつかないため、高値での様子見がしばらく続くとみている。ウクライナやパレスチナ問題などが悪化し、このまま需要期である冬場に入りそうな懸念が強い。原油価格も高値で動きそうのため、消費マインドの冷え込みが一層強まりそうである。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・猛暑により燃料消費が増え販売量の増加が見込める。しかし、節約志向と相殺され変化は望めない。
高級レストラン (支配人)	・広がる格差に末端の我々にはなすすべがない。
一般レストラン (経営者)	・このまま特に変わらない。
一般レストラン (経営者)	・生活スタイルが10年前と大きく変わっておりお金の使い方自体が変化している。部分的に良くなっているかもしれないが、全般的に景気の上向きを感じることは難しい。期待はしているが良い状況は続かない。
一般レストラン (経営者)	・これから暖かくなるので良くなるとみているがそれほど大きな変化にはならない。大きな事が無ければ3か月先も変わらない。
一般レストラン (経営者)	・お盆までは消費が控えめになる傾向がある。例年であればその時期を過ぎれば少しずつ景気が回復していたが今年は前年よりも人出が少ないようであり、景気は現状とさほど変わらないとみている。
観光型ホテル (スタッフ)	・今年の七夕は曜日の関係上で入込が少なくなっている。前年並みの状況をなんとか維持できるよう努めているが、来客数、単価共にしばらくは一進一退の状況が続く。
観光型旅館 (経営者)	・夏休みの予約状況はお盆に集中している。出だしも遅く手ごたえが弱い。売上が前年よりやや下回りそうな推移しており良くなる傾向はみられない。紅葉もきれいな時期にピンポイントで直前予約が集中するので、前後は動きが鈍い。

	観光型旅館（スタッフ）	・夏休みが終わると、紅葉の時期までは例年落ち着いた状態になる。予約状況をみると変わらずに良い状態を保つとみているが、更に伸びて良くなるという程ではない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・この先の3か月間は法人需要が落ち込む時期であるが、今年は輪をかけて予約状況が芳しくない。目先を変えた企画などを打ち出しているが目に見える効果は出ていない。ホテル業においては回復にはまだまだ時間がかかるようである。
	都市型ホテル（スタッフ）	・各部門で改装を予定している。それに伴い工事期間中は減収となるがリニューアル後の増収に期待している。
	旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響は落ち着いてきており、今の状況を維持していくとみている。
	タクシー運転手	・消費税増税の影響はまだ続いており、はっきりとした改善の見通しが立っていない。
	通信会社（営業担当）	・当面はこのままの景気水準で継続していく。
	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
	通信会社（営業担当）	・帰省などで一時的に支出するであろうが例年並みであり、地方は好況感に縁遠い。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響が大きく、顧客から面白い話は聞かない。
	観光名所（職員）	・周辺施設のイベントや流行具合が落ち着けば客は戻るとみているが、それまでは今の状況が続く。
	遊園地（経営者）	・今後の天候にもよるが、ガソリン価格の高騰、物価上昇を乗り越えられれば前年並みをキープできる。
	競艇場（職員）	・現状維持が長く続いており、今後2～3か月で大きな変化は起こらない。
	美容室（経営者）	・今月の回復は賞与時期ということもある。今後は戦争などによる石油単価の上昇も懸念されるためあまり楽観視できる状況ではない。
	美容室（経営者）	・最近ではエステや着付けの新規客がほとんどいない。新規の客が増えないと売上にはなかなか影響しない。
	設計事務所（経営者）	・相変わらず先がみえない状況である。
やや悪くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・これから先もたばこの売上はだんだん減っていく。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税になり企業の給料も上がっていない。工場も閉鎖する所が出てきておりこれからの動向としては悪くなっていくのではないかと。
	住関連専門店（経営者）	・中央の賃金や企業の利益増加の記事が目立つが、地方にはほとんど影響がなく物価だけが上がっている。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・繁忙期を外れて動きも落ち着くとみられる。良い時と悪い時の波が大きく、まだまだ景気の上昇を継続的に感じるには程遠い。
	スナック（経営者）	・思ったより納涼会の件数が少なく売上もあまり伸びていない。さらに、お盆休み明けは売上の大きな落ち込みが予想されるのでかなり厳しい状況が続く。
	観光型ホテル（経営者）	・8月の入込は良好であるが9～10月は前年比を下回っている。日帰り客は奮闘しているものの、宿泊客と違って単価が低く売上増に繋がっていない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・企業、団体などの利用は回復気味である。しかし、レストラン、宿泊、婚礼などの個人利用に関しては依然として来客数、売上共に前年を下回っており、来月以降の予約状況も前年以下の状況が続いている。
	タクシー運転手	・消費税増税の影響により乗車率が非常に低下している。また、お盆を控えて乗り控えが目立っている。
	通信会社（営業担当）	・天候不順と中国工場の問題があり、物価の上昇や消費税増税でじわじわと悪い方向で一般市民に向かっていく。40～50代の失業率が上がっており、稼ぎ頭の年代の雇用改善をしないとますます景気が悪くなっていく。
	悪くなる	商店街（代表者）
スーパー（経営者）		・8月のお盆商戦を経て節約志向がさらに強まり、商品価格、原価などの値上げをなかなか転嫁しづらい状況にあって、客はさらに価格に敏感になり安い物を買う傾向にある。
スーパー（店長）		・基幹店のすぐ側に大型店の出店があり、来客数、売上共に苦戦している。今のところは基幹店以外の店舗で売上をカバーしている状態である。さらに、今月末には当社の売上上位店舗のすぐ側に競合店が出店する予定であり、価格競争は激しさを増してパイの奪い合いは更に激しくなる。
衣料品専門店（店長）		・大分緩やかになってきたとはいえ消費税増税の影響はいまだ残っており、復興の特需である程度膨れ上がったマーケットの前年の数字を追い越していくのはなかなか厳しい。
自動車備品販売店（経営者）		・月を追う事に下がる一方であり、好材料が何一つ見つからない。

		高級レストラン（経営者）	・大企業中心の収益が地方の末端までに届くには相当の時間が掛かり、良くなる見込みはない。	
企業動向関連	良くなる	建設業（従業員）	・上半期中に発注された直轄事業の受注者確定が集中してくる時期である。	
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・良くなるとみているが、原油高、電気料金などの値上がり、労働者不足などが大きく懸念される。	
(東北)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・廃業した同業者の顧客を引き継いだため、その分はプラスに転じるものの、大きく伸びる要因が見当たらない。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・会社の構造変化に伴い上半期から下半期にかけて給与体系も変わる。その影響は基本的にプラスに働くため景気はよくなる。	
		金融業（営業担当）	・前向きな資金需要が出てきている。	
		広告代理店（経営者）	・大型生活用品店の開業により地元商店街の動きが活発となっており期待している。	
		広告代理店（経営者）	・業界全体の動きが活発になっている。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・地方まで到達した好況の影響を継続させようとする企業の販促活動が消費者の良いマインドを継続させる。	
		金属工業協同組合（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の落ち込みから持ち直してきており、受注案件が増加傾向にある。特に半導体製造関連などの秋口の案件が増加傾向にある。	
	変わらない		農林水産業（従業者）	・8月のお盆前のものの収穫は例年より2～3日早くなり、盆前の単価が取れそうである。また、お中元の注文も例年通りであり期待している。
			食料品製造業（経営者）	・7月はお中元セールがあり、8月は七夕、お盆とトップシーズンを迎える。しかし、お中元セールの流れをみる限り景気に関係なくこのまま8月以降も推移していくとみている。
			食料品製造業（総務担当）	・お盆後の落ち込みは織り込み済みである。
			食料品製造業（営業担当）	・良くなる要因も無く状況は変わらない。
			木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工の先行きについては回復基調がまだみえていない。
			出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・猛暑の影響で人の動きが悪くなり、景気に変化は無いのではないかとみている。
			土石製品製造販売（従業者）	・取引先の雇用状況はまだまだ改善されていない。一時的に景気の上昇がみられても、全体が回復されるまでには時間がかかる。
			一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は、輸出環境が大きく改善されることはないが、国内需要は少しずつ戻ってくるとみている。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・秋頃まで受注を見込んでいるところが多い。
			建設業（経営者）	・将来は物価の上昇や受注単価の厳しさなどが見込まれるので不安もある。
		建設業（企画担当）	・工事消化はピーク状態が続いている。技術者、労務などすべてにおいて不足している状況はしばらく続く。	
		輸送業（経営者）	・6月が物量的に底だと思っていたが、今月になっても増える見通しになっていない。かなり厳しい状況にある。	
		通信業（営業担当）	・好転する要素は見当たらないが、臨機応変に顧客の反応に対応していけば現状は維持できるものとみている。	
		通信業（営業担当）	・デフレ脱却、地域格差解消、震災復興。これが進まなければ状況は変わらない。	
		金融業（広報担当）	・景気の変動要因が見当たらない。	
		経営コンサルタント	・東北の夏祭りに向けた気分の高揚感が続く。	
		司法書士	・消費税増税の影響による景気の低迷から脱したものの、不動産売買件数としては例年に戻った程度であり、大きく変動する要因が見当たらない。	
	公認会計士	・建設関係は人手不足、資材不足で人件費や資材費の高騰が続いており、この状況が落ち着かないと本格的な景気回復は難しい。小売りは消費税増税の影響が次第に和らぎ、徐々に売上が回復していくとみている。		
	コピーサービス業（経営者）	・建設業は作業員の不足が続いており、竣工時期にも影響が出てきている。それに伴い、図面のコピーサービスなどの業務に影響が出て先送りとなっている。		
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・秋の季節商材に期待するも大きな魅力となる商材は見当たらない。		
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・安定した状態がこのまま推移する。		
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・燃料価格の高騰とそれに伴う農業関係資材価格の高騰が今後も続くとみている。	

	悪くなる	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・今は円安が定着してガソリンなど身近な物の価格が上昇している。それが原因で消費に敏感になり一般の買上が減少している状況があるのではないか。これからも景気が良くなるとはなかなか考えにくい。
雇用 関連 (東北)	良くなる	○	○
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・都市圏の景気が上向き基調を維持すれば、季節従業員などの求人数も上昇し地方経済にも波及する。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月を上回る傾向は続く。
		職業安定所（職員）	・6月に開催した新卒者向け求人説明会には前年より4割多い企業が参加しており、企業の採用意欲はおう盛である。
		民間職業紹介機関（職員）	・正規社員の求人増まで結びつくかは不明であるが、製造業に回復傾向がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・大卒の採用の振替をしているが、今年ほどの企業も応募者の量、質に不満を持っている。前年は内定者辞退が多かったという不満もあり、来年は応募者母集団の形成を更に強化していきたいという企業の声がある。そのことから景気は今後も良い状況が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・今後もまだ不確定、不安要因がある。
		人材派遣会社（社員）	・登録者数の伸び悩みは今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人状況も業種によりばらつきが見られ、全体的に良い方向に向かっているとは言い難い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・周りの経済状況に良くも悪くも変化はみられない。
職業安定所（職員）		・求職者数の減少や有効求人倍率の上昇などの傾向が数か月連続で継続している。	
職業安定所（職員）		・新規求人数は約2年間ほぼ同数で推移しており、これから2～3か月は同じ数値で推移するとみている。	
職業安定所（職員）		・有効求人倍率は高水準で推移しているものの求職者数の減少やミスマッチによる未充足求人が多く人材確保が困難な状況が続いている。今後の景気への影響が懸念される。	
	職業安定所（職員）	・建設関係、食料品製造関係、医療介護関係で人材不足が続く、業務の停滞や受注を増やせないなどの問題も継続している。さらに、燃料費の高騰、電気代の値上げなどにより負担が増える傾向がみられており、大きな景気回復要因にはなっていない。	
	職業安定所（職員）	・現在のところ大規模な企業整備、新規創業などに係る求人計画や雇用調整計画の動きはみられず、大きな動きは無い。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・9月までの見通しによる上期通算の営業利益は黒字計上であるものの、計画比数%の実績でしかない。	
	アウトソーシング企業（社員）	・数字が若干落ちてきているので、悪くなるとみている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・動向的には、消費税率10%についての動きが再燃する秋口から更に落ち込むとみている。また、中東危機、資材の高騰、原油の高騰そして東京の給与ベースの高騰もあり、被災地側ではそれに対応しきれなくなっている。その反動が秋口から出てくるのではないかとみている。	
	悪くなる	—	—