

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 やや良くなる | 商店街（代表者） | ・引き続きイベントなどの慌ただししい時期となる。同時に、物販店、飲食店の新規出店があり期待が持てる。 |
| | | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | ・引き続き布団づくりの注文がきている。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・現在は、都市部と地方、製造業とサービス業、大企業と中小企業など、立地や職種において景気拡大局面の時間差が発生しているが、景気の大きな流れでは、いずれ格差は解消される局面が来るとみている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・たばこの売上が少しずつ回復している。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・10～11月は今よりも良くなると思うが12月はあまり期待できない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・秋らしい陽気になり、クールビズからスーツを着てネクタイをするモードになってきている。出だしから季節にふさわしい気温になれば買換えのニーズが高まり、スーツも売れるとみている。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・話題性のあるテレビの新機種が各メーカーから順次発表されている。客の認知度も上がってきており、年末に近づくにつれて来客数が増えて購入単価も上がり、少しずつ上向きになっていく。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・市場が動き出してきており、10～11月は期待が持てる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税率10%への引上げによる、増税前の駆け込み需要があるかと期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税増税のことは話に出てこなくなっており、個人客の注文が少しずつ伸びてきている。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・年末に向けての販売量の動きは多少なりとも伸びてくるとみている。しかし、いったい何が必要とされているのか読めず、なるべく在庫は増やさずにいる。ネットなどの競合で商売の形態が変わってきており、対応できなければ今後は厳しい。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・年末商戦に伴い、客の購買意欲も高まるとみている。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・忘年会などの特別な利用が増えると思われている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・これから寒くなり忘年会シーズンも迎えるので、やや良くなると思われている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・毎週と違って良いほど週末に大きなイベントがあり、街中には人が増えてきている。それによって客の購買意欲が高まるとみているので、今後は少しでも良くなるのではないかとみている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・11～12月の入込予定数は前年比10%増となっている。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・秋口から年末に向けての宴会需要が高まっており、日々の予約状況も好転している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・10月からは当地で全国的なイベントが始まる。人の交流が多くなりお土産などの買物も増えていくので、この先の波及効果も少なからずあるのではないかとみている。どこまでばん回できるかは不明だが、今現在よりはかなり良くなると期待している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・秋の観光シーズンに向けて来客数が増えてくるとみている。また、今年はクリスマス、年末に向けての対策を早めにおこなっている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・毎月、解約者数が徐々に減少し続けている。また、10月からは年末キャンペーンの効果も期待できるので、新規の契約者が増加していくとみている。 |
| テーマパーク（職員） | ・客の消費が消費税増税前と同等になりつつある。 | | |
| 観光名所（職員） | ・震災を境に少しずつ伸びてきていたが、ここに来てフリー客などの動きが良くなり、V字回復の角度が上がってきている。このまま10月の状況も良ければ大分景気は良くなっていくのではないかとみている。 | | |
| 住宅販売会社（経営者） | ・来月より、長期営業物件が順次契約予定である。 | | |
| その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・この先良くなることに期待を込めて取り組むしかないと感じている。 | | |
| 変わらない | 商店街（代表者） | ・相対的な比較の場合、相変わらず低調な状態で推移していくとみている。一方で絶対的にみた場合、年末に入って多少の需要が見込めるものの、これも不透明な状態である。 | |

| | |
|--------------------|---|
| 商店街（代表者） | ・年末にかけて悪くなるという心配はそれほどないが、逆にいえばそれは好転する気配が今のところないということであり、このまま経過していきそうである。物価の上昇はマイナスにはなっても絶対にプラスにはならないことを実感している。この辺がいわゆる経済指標とは違うところかもしれない。 |
| 商店街（代表者） | ・今後は秋物商品の動きが活発化していく。また、紅葉シーズンによる個人の観光客や出張者の宿泊などがみられており、こうした客の購買力、特に飲食に關しての効果を大きく期待している。 |
| 商店街（代表者） | ・他力を当てにせず自力で集客しなければならない。 |
| 商店街（代表者） | ・消費者の財布のひもが緩まないまま年末年始へ向かいそうである。 |
| 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・年末まで行事もなく、来客数はこのままで推移する。 |
| 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | ・先行きが不安であり、客は不要なものは購入しない。 |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・4月に消費税増税となったが、その3%の上乗せ部分が売上に全然反映されていない。むしろ前年より売上が減っており、5か月が経ってもなかなか元に戻っていない。この状態が年末まで続くのではないかと危惧している。 |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・当店の客には健康志向があり、そのための出費にはしっかりと対価を払う傾向がみられる。それは今後とも変わらないので良い方向に推移するのではないかと。 |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・客の購買意欲は順調であり、景気はこのままゆっくりと回復していくといえるが、過去の経験では直近数か月の業績回復から楽観的見通しを立ててもそう上手くは行かない事がほとんどである。そのため、慎重に見通した場合今後も景気は変わらないとみるのが妥当である。 |
| 百貨店（売場主任） | ・寒さの兆しが早く冬物の動きは良くなるとみている。しかし、光熱費などの値上げの発表で生活防衛意識が強まっており、必要な物しか買わないという傾向も強くなる。 |
| 百貨店（総務担当） | ・株高、円安の基調のなかで、地方の経済がどこまで恩恵を受けて消費に回っていくかは不透明である。特に身近である小売りは物価高が影響して先行きが不透明であり、上がる要素も極端に悪くなる要素もない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・12月以降は前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が発生し、3月に向けて前年比マイナスの実額が増加するとみている。ただし、反動減を除いた景気の基調はそれほど変わらない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・消費税率10%への引上げに対する不安があり、また、自身の所得アップに期待が持てない。 |
| 百貨店（売場担当） | ・全体の消費傾向はまだ回復に向かっているとは言い難い。客の買い方も賢くなっている今、百貨店の得意とする重衣料の売上が大きく伸長するとは考えにくい。しかし、とある海外ブランドについては、来年で国内ライセンスが切れることから、それまでにコートなどの重衣料を購入しようとする客が増える見込みであり、既に夏から動きが出ている。 |
| 百貨店（経営者） | ・衣料品が好調なだけに期待できる面もあるものの、総じて高額商材の動きは厳しく、全体的な売上の向上にはまだ時間がかかる。これに対し、前年以上の販売促進策は講じるが、どれほどのレスポンスがあるかは不透明である。 |
| 百貨店（経営者） | ・来客数、購買単価共に持ち直しておらず、消費者の購買意欲はすぐには改善しないとみている。 |
| スーパー（経営者） | ・円安によるエネルギーコスト、物価上昇を懸念している。さらに消費税率10%への引上げが決まったら怖い。 |
| スーパー（経営者） | ・一時的に電気料、ガソリンなどの燃料費の若干の値下げ、最低賃金の改定など、消費にプラスの要因があるが、反面、米の価格低下や一部加工食品の値上げの報道もあり、消費改善に繋がる強い要因はないように見受けられる。よって、今後も同じ推移がしばらく続く。 |
| スーパー（店長） | ・お盆が終わり消費者の財布のひもがかなり固くなってきている。ガソリン、灯油も価格の高止まり感が強く、冬に備えるためにますます節約志向が高まりそうである。 |
| スーパー（店長） | ・光熱費の高騰や、新米価格などの下落による農家所得の低下など、客の景気先行きの不安要素である。小売業全般としては景気回復の好材料は見えてこない状況である。 |
| スーパー（店長） | ・年末商戦を迎え、各企業においては賃上げも終わりボーナスが支払われる時期である。しかし、食品メーカーなどの各社において、原材料の価格高騰もあり値上げが予定されている。そのため、いかに年末商戦といえども客の財布のひもは固くなるのではないかと。 |

| | |
|-------------------|---|
| スーパー（店長） | ・消費増税の影響はまだ続く。 |
| スーパー（営業担当） | ・消費税率10%への引上げが検討されはじめ、雰囲氣的にまた値上がり感を思い出させている。また、ここにきて乳製品などの値上がり報道や、冬を迎えて光熱費の負担増が消費を足踏みさせている。 |
| コンビニ（経営者） | ・単価が低下しているなかで、買上点数は前年を下回っているものの、3か月前と比べれば上昇している。来客数は前年より増加しており、値上げの影響が一巡すれば持ち直すのではないかと。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・大きな変化要因が無いため状況は変わらない可能性が高い。しかし、順調に販売数を伸ばさせているカウンターコーヒーやスーパー代替の生鮮品、日配品の伸長次第では、トレンド改善もあり得る。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・競争環境に変わりはなく、現状が好転する要素は見当たらない。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・状況に変化がない。 |
| コンビニ（店長） | ・相変わらず電気代が重くのしかかっている。そこにきて、政府が最低賃金のアップを強制的におこなっているような状態で、店側としては非常に厳しくなっている。原油価格も相変わらず高値であり、プラス要因が全くみえない状況で非常に厳しい秋冬になるのではないかと。 |
| コンビニ（店長） | ・暖房を使用するシーズンに入るが、燃料価格が高止まりしている現状のままでは、節約志向も依然として高いままである。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・円安や原材料高の影響で、輸入品の防寒衣料が前年より15%ほど高くなっている。販売実績のあるアイテムの苦戦が予想される。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・地方が潤う対策が急務であると同時に、我々も知恵を絞り打開策を見出したい。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・秋物商品の立ち上がりが早いなどの前あたりは良いものの、実需型の客層の動きをみてみないと今後の動向は予測しにくい。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・景気の回復が感じられず、ビジネスマンのスーツ、コートなどの買い控えが続く。 |
| 家電量販店（店長） | ・景気を刺激するような対策がない。 |
| 家電量販店（店長） | ・家電製品のなかでも、冷蔵庫、洗濯機は春から少しずつ客単価が上がってきていたが、消費増税の影響からの改善がやや伸び悩んでおり、ここにきて前年を少し下回っている。 |
| 家電量販店（店長） | ・数か月前から来客数が変わっていない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・軽自動車税引上げを見据えた駆け込み需要が始まる可能性もあるが、前年度の消費増税前の駆け込み需要ほどのインパクトはなく、しばらく新車販売は滞るとみている。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・ここ2～3か月で客の動きが急に良くなるとは考えにくい。 |
| 乗用車販売店（店長） | ・新型車などの話題もなく、ここしばらくは新規客の来場数の減少が続くとみている。既存客からも景気浮揚に繋がる話は聞かなくてこない。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・消費増税の影響は薄れていくとみている。しかし、円安の状況や物価高などを考えると良くなるまでは考えにくい。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・9月は、今まで抑えていた広告宣伝をかけることで売上を伸ばさせようとしたが、なかなか耐久消費財は動きが鈍いというのが現実である。また、他店もリニューアル、処分市などを展開しており、競合相手からも押されている。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・周囲の話では、給料の大幅な増額といったことはあまり聞かないが、消費増税で極端に消費が少なくなったという話もあまり聞かない。また、当店の売上自体もほとんど大きな変動もなく推移しているので、しばらくはこのままの状態が続く。 |
| その他専門店〔パソコン〕（経営者） | ・職人が非常に不足しており、受注があっても工事ができずに売上に結び付かない状況が数か月間続いている。今後も即座に改善の見込みが立たないことから、市場のお金の流れがかなり鈍い。 |
| その他専門店〔酒〕（経営者） | ・年末に近くなると消費者の購買意欲が高まっていくのが例年の動きであるが、今年は、消費増税、価格高騰、商品の値上げなど消費者にとっての不安要素が多く不透明である。 |
| その他専門店〔靴〕（従業員） | ・冬の天候次第である。気温が下がり、降雪、積雪とならないと長靴やスノーレーニングシューズが動かない。 |

| | | |
|--------|------------------------------|--|
| | その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当) | ・ 冬場の需要期に向けて、ここしばらくは収益回復を図るうえで価格形成がうまくいくかどうかの重要な時期である。現状のままであれば、かなり厳しい状況にならざるを得ない。さらに、需要も下振れしており厳しい状況が続いている。中東情勢と相まってここしばらくの価格の動きが流動的であり、これから先3か月の見通しは何とも予測がつけづらい。 |
| | その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当) | ・ 変化の兆しや大きな変動要因がみられない。 |
| | 高級レストラン (経営者) | ・ 景気が良いのは輸出を中心とした大企業のみである。零細企業は非常に良くないままの状態が続くとみている。 |
| | 一般レストラン (経営者) | ・ 新しい政策が出るような気配も特に無さそうなので、あまり変わらない。 |
| | 一般レストラン (経営者) | ・ うちのレベルのレストランになると、世の中の風潮に敏感に影響を受けると思っている。景気がこれから良くなるという雰囲気が出てくると来客数は増えるだろうが、期待はできない。あまり良くならないというマスコミの影響もかなりあり、今後も苦しい状況が続いていく。思ったほど給料が上がらないとか、材料費が高騰していることもあり、洋食屋としては厳しい状況である。 |
| | 一般レストラン (経営者) | ・ ここまでの景気アップに対する政治の対応不足は、地方への対応の不具合にも繋がってくる。客の会話からは、消費税増税をするのであれば段階はいらなかったのではないかと、という声を聞いている。 |
| | スナック (経営者) | ・ この先2～3か月は客が増えるような要素や材料がない。次のボーナスが出るあたりまではこの状態がだらだら続くのではないかと。 |
| | 都市型ホテル (スタッフ) | ・ 7～9月の状況が次の消費税引上げの判断材料とされるなかで、9月も消費低迷が続いている。この先の予約状況も芳しくなく、10月はそこそこの数があるものの11～12月は遅れている。ホテル業においては回復に時間がかかるようである。 |
| | 旅行代理店 (経営者) | ・ 個人旅行の需要が、伸びなかつたり持ち直したりと月によって極端な動きをしている。今までのように動向が読めずに先行きは不透明である。しかし、年末の販売量がこれから伸びていくことは期待している。 |
| | 旅行代理店 (従業員) | ・ まだまだ様子見の傾向は続く。 |
| | 通信会社 (営業担当) | ・ 中小企業の人手不足は建設業、製造業に打撃を与えるのではないかと。労働者の確保と賃金のマッチングがされないと更なる経費が重なるため、経営者は慎重になっており、12月までは景気は足踏み状態であるとみている。 |
| | 通信会社 (営業担当) | ・ 消費税率10%への引上げとなるまでは景気は横ばいに推移する。 |
| | 通信会社 (営業担当) | ・ 現状から脱却するような良い材料に乏しい。 |
| | 通信会社 (営業担当) | ・ 消費税率10%への引上げが決まれば、その反動による駆け込み需要で高額な消費財が売れていく事は想定されるが、他の消費は現状と変わらない。 |
| | 観光名所 (職員) | ・ 冬にかけてもイベントを開催して閑散期の誘客を図る。 |
| | 遊園地 (経営者) | ・ ガソリン価格の上昇に一服感があるものの、他の物価の値上がりは継続しており、消費の先行きはまだまだ見通せない。 |
| | 競艇場 (職員) | ・ 今月はやや景気が良かったものの、大口顧客に頼ったものであり来客数が増えているわけではない。トータルで見るとこれから先の景気に変化はない。 |
| | 美容室 (経営者) | ・ 消費税増税後、生活の流れも落ち着いてきている。東北においてプラスの外的要因はあまりみられないので、戦争など政治的な部分で影響されなければ現状のままが続くとみている。 |
| | 美容室 (経営者) | ・ 客との会話でもあまり変わらないという話が多い。 |
| | 設計事務所 (経営者) | ・ 住宅以外の仕事もなかなか決まっていないので、2～3か月は現状維持でいくとみている。 |
| やや悪くなる | スーパー (総務担当) | ・ 消費税増税の影響がじわじわ出てきている。1人当たりの買上点数の落ち込みが特に大きく、来客数も落ち込んでいる。スーパーは回復の兆しがみえない状況である。 |
| | スーパー (営業担当) | ・ 平成26年度産の米の概算金が暴落している。下落率も60キロでマイナス25%前後と今までになく大きく、農業県の景気に与える影響は大きい。 |
| | コンビニ (経営者) | ・ 競争激化で客足が伸びない。要の土曜日も平日並みの来客数になっている。 |
| | コンビニ (エリア担当) | ・ 小売店増加による売上の低下が懸念される。 |

| | | | |
|----------------|----------------|----------------------|--|
| | | コンビニ（店長） | ・雪が降ると来客数が減るので売上も減少し、更に除雪代や光熱費などが経営を圧迫してくる。コンビニ全体の売上の前年比が下がってきているようなので今後は懸念される。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・米の価格が下がったため、今年の冬は厳しくなるとみている。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・米の農協補償価格が前年より大きく下落していることにより、さらに消費が落ち込む懸念がある。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・米の価格の下落など、地元の農業従事者にとって大きなマイナス要素が出てくるとみている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・本来であれば忘年会、新年会などの一番の繁忙期であり、特に特定日など埋まっていなくてはならない日でもまだ空き状況が多くみられている。直近まであらゆる手段で営業をしないと前年割れするような状況が続いており、売上全体の足を引っ張っている。そのため、先行きの不透明さが増大している。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・紅葉期の予約状況の動きが前年よりも鈍い。先立って予定を立てるのではなく、その時になってから日帰りの行楽で済ませようという客の雰囲気強い。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・このまま低単価商品で客室が埋まると、売上が上がっても収益性が悪くなり、良い結果にはならない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・来月以降の予約状況も芳しくない。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・先行受注の状況はやや悪くなっている。 |
| | | タクシー運転手 | ・消費税が増税され、さらにまた来年も税率が上がるという観念が頭から抜けず、ますます客の財布のひもは固くなっていく。 |
| | | タクシー運転手 | ・客は、消費税率10%への引上げについてかなりの不安を感じているようである。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・来年に予定されている消費税増税を客が意識しはじめており、値下げ要求が多くなってきている。 |
| | | 美容室（経営者） | ・景気は回復しているものの物価も上昇しており、客も気をつけて買物をしているようである。 |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・例年、米の収穫が終わると消費行動が伸びるが、今年はあきたこまちの米価下落の影響を受けるのではないかと。 |
| | 悪くなる | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・地方創生について発表されたが、この具体的な道筋が公表されない限り地方経済はこのまま続く。 |
| | | スーパー（経営者） | ・米価の引き下げ、急速で過度な円安、灯油高などがあり、また、消費税率10%への引上げが発表される見通しであるため、景気は悪くなるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・高齢化が進み、なかなか若者が帰ってこない状況で高齢者が亡くなれば人口も減少していく。消費税もそうだがこの現状が大きく悪循環をおこしている。 |
| 企業動向関連 (東北) | 良くなる やや良くなる | - | - |
| | | 食料品製造業（総務担当） | ・売上は微増している。増産のための人員が不足しているが、人員は市場で取り合いになるため100%の確保ができていない。 |
| | | 木材木製品製造業（経営者） | ・住宅需要がやや回復していくとみている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・これから年末、年度末に向けて、売上が増えていくとみている。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・年末に向けての受注増に対して、人員の確保や増員をするところも見受けられるので若干は良くなる可能性がある。ただし、年度末の見通しが立っていないところも多い。 |
| | | 建設業（従業員） | ・下半期も、おおむね現在の傾向のまま推移するとみている。しかし、見通しにある複数の大型建設事業の発注が予定通り進めば、若干の上向きになるものと見込んでいる。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・生鮮品の出荷が継続される見込みである。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・受注量が増えている。 |
| | | 公認会計士 | ・建設業関係は、相変わらず売上、利益共に前年比より落ち込んでいるものの、受注状況は順調である。小売り関係も消費税増税の影響を脱しつつあり、若干上向くのではないかと。 |
| | | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・年末に向けて、地元では新規飲食店の開業などの話が出てきており、外食での消費需要に期待している。 |
| | | その他企業〔工場施設管理〕（従業員） | ・10数年ぶりに新卒者の採用を予定している。 |
| | 変わらない | 農林水産業（従業員） | ・なし、ぶどうの販売単価は前年程度である。ふじりんごの生育も順調で、品質、販売単価共に期待が持てる。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・為替で円安が進んでおり、原料等の仕入れに影響が出てくる可能性を懸念している。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・首都圏向けの売上が増加している分、東北で売上が減少している。結果として今後も大きな変化は見込めない。 |

| | | | |
|----------------------|----------------------|--|--|
| | 繊維工業（経営者） | ・大企業の景気は良いようであるが、零細中小企業は人手不足や原材料、電気料、燃料費などの価格上昇に苦慮している。 | |
| | 土石製品製造販売（従業員） | ・これから冬に向けて、積雪のある地域では雪が降る前に道路補修工事などを終わらせてしまいたい、このまま燃料費や原材料費が上がったままでは、利益にならない工事ばかりである。 | |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・自動車部品については、自動車の国内販売の動向、輸出環境共に変わらないとみている。 | |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・電子機器メーカーの新製品開発の谷間の期間となるため、ここ数か月は変化のない状況が続く。 | |
| | 建設業（経営者） | ・今後は、受注価格の低下、資材の値上がり、技術者、特に若者の技術者不足が心配である。 | |
| | 建設業（企画担当） | ・工事消化のピークの状態が続いているが、東京オリンピック関連工事の発注時期と、急激な円安の影響に不安がある。 | |
| | 通信業（営業担当） | ・今後とも顧客ニーズに応じていくためには、日ごろからの継続的な営業活動が必要である。 | |
| | 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） | ・状況が変化する材料がない。 | |
| | 経営コンサルタント | ・消費者の意識と商品価格との間の「相場観」がなかなか合わない状況が続く。 | |
| | 司法書士 | ・地方では景気を左右する要因に乏しく、不動産取引などを活性化させるには至っていない。 | |
| | コピーサービス業（経営者） | ・数件の受注案件はあるものの新規での受注はなく、新規の受注に結び付くような商談も発生していない。 | |
| | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・住宅展示場への客足が鈍化している。積極的に商談に入る客も少なく、しばらくは模様眺めが続く心配である。 | |
| | 金属工業協同組合（職員） | ・受注量は企業間によりばらつきが大きい。総じて現状維持となっている。しかし、年度初めに予想した程の受注量の増加には至っておらず、先行きは不透明である。 | |
| やや悪くなる | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・消費税率の上げ幅ほどに賃金は上がらなかった。また、夏の天候不順もあり消費が落ち込んでおり、全体的に景気は悪くなるとみている。 | |
| | 輸送業（経営者） | ・現時点で、大口荷主の生産計画に減産の予測が出ており、先行きに良い材料もなく心配している。 | |
| | 広告業協会（役員） | ・不動産、自動車販売、流通小売は今後とも期待できない。前年の地元球団優勝のような経済的波及効果も期待できないので、この先は厳しい状況が続く。 | |
| | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・震災から3年半経過しているが、とにかく地場産業、基幹産業である水産関係は半分も戻っていない状況である。消費税の問題、先行きの景気の問題なども非常に憂慮している。 | |
| 悪くなる | 農林水産業（従業者） | ・今後も米価は下落傾向にある。 | |
| 雇用 関連 (東北) | 良くなる | - | |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・新卒採用の動きに着目している。平成28年4月入社採用に向けての動きがスタートするが、新卒採用を実施すると表明している企業は前年とほぼ変わらない。すでに3月の合同会社説明会への予約が殺到しており、残席わずかの状態である。企業が意欲的に新卒採用をしている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・派遣登録者の伸びは、今後も大きく期待できない。 |
| | | アウトソーシング企業（社員） | ・今後もこれといった大型の仕事の依頼が来ていないので変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求職者数の減少はあるものの、求人数の増加がない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数、有効求人数共にほぼ同数で推移しているので、当面はこのままの状況で推移していく。新規求職者数は前年比3か月連続減少、有効求職者数は前年比6か月連続減少と求職者は減少傾向となっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人倍率も米国の大手金融機関の破たん以前に戻っており、これ以上の伸びしろはないとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・人材不足が継続している。建設、水産加工、介護福祉関係のいずれの職種でもまだまだ人が足りずに、生産量を伸ばせない、十分に施設を稼働できない、在職者の負担が大きいなどの状況が続いている。また、求人数、求職者数の大きな変動要因も見込まれていないため、この状況は続いていく。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人の状況は依然として安定した状態にある。また、現在のところは規模の大きい新規創業及び企業整備の感触はなく、求人数の動きとしては同様の状況が続くとみている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・新卒採用は良くなっているが、業種別でみると相変わらず偏った傾向にある。 |

| | | |
|--------|--------------------|---|
| やや悪くなる | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・消費税増税がボディブローのように効いてきており、加えて異常気象により夏場の物の動きがみられない。国外では産油国の紛争、病原性ウイルスの流行など、景気に大きく作用する事象が相次いでいる。更なる増税をすれば景気が一気に冷え込むことが懸念される。 |
| | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・急激な円安の影響でガソリンを始め生活用品が値上がりしている。売上が伸び悩むと、企業はますます採用意欲をなくすのではないかと心配している。 |
| | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・首都圏において建設資格者の募集があるが、県内にはもう人材がない状況である。自動車関連企業の募集には動きがあるものの、新聞では反応があまりみられないため、今後の求人募集の掲載がネットなどに絞られるのではないかと心配している。 |
| | 職業安定所(職員) | ・今年5月から毎月伸び率の幅が小さくなっていた新規求人数の前年同月比が、今月はとうとうマイナスに転じている。 |
| | 職業安定所(職員) | ・今後、大手電気機械器具製造業や繊維工業などで雇用調整が予定されており、求職者数の増加が見込まれている。 |
| 悪くなる | 人材派遣会社(社員) | ・主力取引先が悪化しており新規受注も弱含みであるため、2～3か月先の見通しは暗い。 |