

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明		
家計 動向 関連 (東北)	良く なっている	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・前年よりも天候に恵まれ、経営している複数店舗の 全店で来客数が伸長している。消費税増税の影響はた ばこについてはそれほどみられず、客単価も前年並で ある。また、先月オープンした新店舗も思った以上に 順調である。		
		タクシー運転手	販売量の動き	・消費税率が8%になったが、遠距離客はあまりいな いものの、乗客数は変わらない。		
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・一般小売店の売上が消費税増税前の水準に戻っており、 商店街への来街者も何事も無かった様子である。 消費税増税直後の落ち込みからはほぼ回復している。		
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	単価の動き	・販売量、来客数の動きは悪いが、1人当たりの買上 金額が高く、今月は単価の動きが大変良くなってい る。買い渋るという様子も見受けられない。		
		スーパー（営業 担当）	単価の動き	・買上点数、1品単価共に上がっており、客の購買意 欲が上向いている。		
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・セールの効果が出ており客足が伸びている。買上点 数も増加し前月より各種数値は改善している。		
		コンビニ（エリ ア担当）	単価の動き	・たばこの販売量が戻っている影響で単価が上昇し、 消費税増税前の水準に戻りつつある。		
		コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は多少増加している。		
		コンビニ（店 長）	来客数の動き	・天候が比較的安定して推移しており、農業関係者の 来客数が増加している。また、消費税増税前の駆け込 み需要の反動で落ち込み気味であった酒、たばこ分野 の売上が回復している。		
		乗用車販売店 （店長）	お客様の様子	・販売台数自体は前年比5～6割と大変苦戦中だが、 新規来客数が前年比8割と若干の改善傾向にある。		
		住関連専門店 （経営者）	販売量の動き	・高額商品がやや出ており売上増に貢献している。		
		その他専門店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・週末の飲食店への販売量、さくらんぼシーズンを迎 えた観光物産館への販売量は増加傾向にある。		
		高級レストラン （支配人）	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年を上回っている。		
		観光型旅館（ス タッフ）	販売量の動き	・低額商材が主流であるが、予約は好調である。		
		その他サービス 〔自動車整備 業〕（経営者）	販売量の動き	・販売案件の件数、決定率、決定額とも好調であり、 前年の同時期よりいずれも30%以上増加している。		
		変わらない		商店街（代表 者）	販売量の動き	・消費税増税の影響による反動減は大分落ち着いてき ている。イベントの実施により来街客数は増加してい る。一方、飲食店、ファーストフード店には効果が出て いる。一方、中小零細店は中元商戦にはまだ時間があ り、特に物販店は前年度の売上を確保できずにいる所 が多い。
				商店街（代表 者）	来客数の動き	・客単価は上昇しているが来客数はやや横ばいとなっ ている。消費税増税前の駆け込み需要の影響による落 ち込みからは回復しつつあるが、3月と比べると若干 下回っている状況である。
商店街（代表 者）	来客数の動き			・商店街を客が歩いていない。		
一般小売店〔書 籍〕（経営者）	販売量の動き			・全体的に客単価が低下している傾向にある。		
一般小売店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き			・3か月前と同じ売上となっている。		
一般小売店〔カ メラ〕（店長）	販売量の動き			・低価格商品の動きが良くなってきて販売量は回復傾 向にある。しかし、高額商品の動きが鈍く売上の回復 がみられない。		
百貨店（営業担 当）	来客数の動き			・消費税増税後の買い控えからの回復がまだ厳しい状 況である。		
百貨店（経営 者）	販売量の動き			・消費税増税以降の高額商材の動きにはほぼ変化はな く低調である。食料品や衣料品の一部には回復基調が みられるが、まだ前年ベースには及ばない。一方、中 元ギフトの立ち上がりは堅調に推移している。		
スーパー（経営 者）	来客数の動き			・平日の来客数は弱含みだが、週末や祭日は前年並み である。		

スーパー（経営者）	単価の動き	・前月同様に平均1品単価が大きく上昇しているが、来客数と買上点数は前年割れが続いている。売上はなんとか前年をクリアしているが、購買動向に顕著な変化は認められない。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格の高騰などにより買い回りをする頻度が少なくなっている。また、ドリンクなどの相場高や価格の上昇もある。ただし、生鮮食品は堅調に推移している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・日用品、消耗品などは消費税増税前の駆け込み需要の反動による買い控えから回復しているが、加工食品、調味料、酒などはいまだ買上点数が前期を下回り苦戦している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税後の値上がり感があり、客の購買意欲が少し鈍っているようである。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後の来客数の落ち込みからの変化は無い。前年比で4%減少しており、夕夜間の落ち込みが大きい状況である。
コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競争店の出店が多く、売上が伸びない。
コンビニ（店長）	単価の動き	・前半の天候が悪く来客数は悪い。しかし、客単価は前月より若干良く、幾分持ち直してきている。市内の店舗は全体的に横ばいの状況となっているため、決して悪いというわけでもない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で売上が減少気味である。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・思いのほか消費税増税の影響が大きく、購買意欲はあるものの価格に敏感になっている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・カジュアル衣料は順調に推移しているが、単価が高いビジネス衣料は目的買いの要素が強く苦戦している。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税後の買い控え、天候不順、クールビズの浸透により、スーツ需要が減少している。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・商品販売量の推移もここ数か月変わらない。冷夏の予報や天候不順もあり夏物商材の販売量が伸びていない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・気温が上がらないため季節関連商品の販売が不振である。
家電量販店（店長）	単価の動き	・特にエアコンが消費税増税の影響で大分落ち込んでいたが、前年同月比で同じベースまで伸びてきており回復傾向がみられる。テレビ、パソコンなどは前年同月比90%に届かず今一つである。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、購入する客がなかなか現れない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・土日の新規客の動きが最近是非常に悪い。
自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・客の整備工場の入庫状況が月を追うごとに悪くなっている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響は徐々に減少傾向にあるものの、回復の足取りが止まっている。
その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・以前のように目に見えて下がり続ける状態ではないが、地方では景気の回復状況が緩慢なため、耐え切れずに閉店する店がかなり出て来ている。後継者不在などの複合的な要因もあるが、小売店や飲食店が減っていくと売上は落ち込む。
その他専門店 [パソコン]（経営者）	販売量の動き	・受注はあるが、商品の手配や設置、施工の職人が不足しており、いまだ売上には結びついていない。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年の2月中旬から、消費税増税の影響もあり消費が飲食ではなく物に向かっていたので非常に悪かったが、ここに来てやっと少し良くなってきている。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて特に良くも悪くもない。売上高も当面はこのまま推移していくとみている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は店のイベントなどもあり来客数、販売量共に伸びたが、そのイベントが無ければそれほど良いとはいえない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・中旬にさくらんぼの最盛期を迎えて、さくらんぼを求めて県外からの来客数が増えている。一方、さくらんぼに携わる人達が忙しく来店が減る時季でもあるため、平均すればいつもと変わらない来客数である。

	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ 今月は県外の団体客が目立っている。しかし、基本ベースは、地元の半公共的な団体の総会や、人生の節目、特に高齢者の祝い事の団体が目に付いている。入込数においては前年比マイナス8%である。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 来客数、売上共に前年割れの月が続いており、悪いという状況に変化は無い。
	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・ 夏に向けて天候も安定しており一般宴会と宿泊は良い傾向にある。しかし、ブライダルは伸び悩んでおり全体的には変わらない。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ 予算達成にはわずかに届かないものの、総会シーズンに入り、一般宴会の売上は順調に推移している。また、レストランも空梅雨のせい客足は落ちていない。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ 宿泊は変わらずに良い稼働率が続けているが、宴会、婚礼、レストラン部門は前月と同じく予算未達の状況である。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・ 前年から比べると、テーマパークのイベントなどもあり売っていた関東方面の商品が、消費税増税の影響で4月から極端に落ち込んでいる。
	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・ 国内旅行は比較的好調である。ただし、単価の高い海外旅行は前年比を下回っており、不透明な部分が多い。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ 法人需要については業種により異なるが、個人の購買動向はまだ様子見の傾向がうかがえる。
	タクシー運転手	来客数の動き	・ 午前0時を過ぎると全く客がいない事は以前と同じであるが、消費税増税後は人出が全くない状態である。
	通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・ 消費税増税後も、食品業界、製造業界などに変化はみられない。経費削減の努力の結果と求人を取りやめなどにより、なんとかしのいでいる状況との声を聞いている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 一部の建設業を除き、景気が改善している兆しはみえない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 顧客の設備投資計画に関して変化がみられない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 一部の企業では収入増の報道もされているが、ほとんどの地場企業では恩恵が受けられていない。客との商談からも好況感を感じるに至らず消費拡大の兆しはみえない。
	通信会社（営業担当）	単価の動き	・ 相変わらず値引き要求が強い。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・ 来客数は伸びているがデスティネーションキャンペーンなどの来客の伸び分であり、キャンペーンが無ければ若干の落ち込みか、前年比横ばいとなっている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・ 収益率が前年比90～95%で推移している。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・ 6月は結婚式が多い時期であるが、消費税増税後は着付け料金やドレス料金を値上げしたこともあり、予約が全然ない状況である。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 仕事の量としては少し減ってきているが、建物の規模や構造の違いがあるために売上はほとんど変わらない状況である。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 常連客の来客する割合が減少している。
	商店街（代表者）	単価の動き	・ 3月は業種に関係なく消費税増税前の駆け込み需要があり、それに比べればやや悪い。しかし、大きな落ち込みは無かったという印象である。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 3か月前は消費税増税前の駆け込み需要があり、現状はその反動が続いている。ただし、当月に関しては日を追うごとに売上が回復している状況で、当初苦戦が見込まれた化粧品などに回復の動きが出てきている。

百貨店（売場担当）	単価の動き	・7月のセール前という事もあって晩夏企画などのロープライス品の動きがよくなっており、客単価は下がっている。一部の顧客を対象にしたプレセールに関しても、いかに多くを買って頂けるか、コーディネート提案により買上点数を上げるかが売上を左右するが、なかなか厳しいのが現状である。やはり、消費税増税前に購入した商品では夏物の対応が出来ず、そろそろ本格的な夏物の購入へ気持ちが向くとみられるがそう簡単ではなく、安い、長く着ることが出来る、などの付加価値が重要である。
百貨店（経営者）	単価の動き	・全般的に衣料品の動きが悪い。梅雨入りが例年より早かった事もあるが、競合激化、消費税増税に端を発する景況感の悪化など様々な要因が重なった結果として、セールの集客効果も薄れてきている。
百貨店（経営者）	単価の動き	・消費税増税後、高額商財の買い控えや買上点数の減少などから、客単価は3か月前と比較して減少している。
スーパー（営業担当）	競争相手の様子	・消費税増税の影響も一段落したが、税込価格設定の仕方により各企業で大きく差が出ている。当初は本体価格に消費税分を上乗せするという価格設定で大きな差は出ないだろうと考えていたが、実質の値下げとなる増税前の税込価格で据え置いている企業も出てきており、それに対応せざるを得なくなってきたりなど収益構造は悪化している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・消費税率が8%になり、客の買い方は目的買いが多く衝動買いがかなり減っている。
コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・競合店の出店により売上が前年より5%程減少している。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・夏物セールを前年より早めに実施したが、来客数はあまり増えず客単価も低下しており非常に厳しい状況である。
家電量販店（従業員）	来客数の動き	・高単価の商品が売れてはいるが、今月は来客数が非常に少なく売上はかなり苦しい。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の受注残の登録が進み、販売量は前年比でのマイナス幅を縮小している。一方、受注量では来客数も戻りつつあり、所得税の減税、エコカー減税の説明で消費税増税に関する感触も弱まってきてはいるものの、依然として約20%前後の前年割れとなり反動減が続いている状況である。
その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・梅雨入りが例年より早く、曇りや雨で低温が続いており、サンダルをはじめとした夏物商材が動かない。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	単価の動き	・原油の先行きの不透明感からじりじりと仕入価格が上昇しているものの、競合店との価格競争が激しく末端価格へ転嫁する動きが出てきていない。そのため、慢性的な収益不足が続いており、石油販売業者の体力が漸減してきている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・原油価格の上昇傾向により燃料油価格が高騰している。その事から客の節約志向が高まり販売量が減少している。
その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数は前年比で減少傾向にあり予算達成が難しい状況となっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税から3か月経過して、最初は大きな変化は感じられなかったものの、ここに来てじわじわと出し渋り感がでてきている。全体的にトーンダウンしてきたということは否めない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きは3か月前と比べると盛り上がりは無い。そこそこ7～8割で推移しておりやや悪くなっている。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が前年に届いていない。今までは必ず満館であった週末に満館にならない状況があり苦戦している。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前月に引き続きレストラン、デリカ部門は落ち込み、前年を下回っている。特にデリカ部門は明らかに購入頻度と客単価が低下している。ビアガーデンは6月だけ前年の価格に据え置いたところ好調に推移しており、客は単価の動きに敏感であり防衛意識が働いていることがうかがえる。

		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・個人客の来客数、利用金額共に前年割れが続いて、今後の予約状況も厳しい。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・乗り控えが非常に目立ってきている。消費税増税と同時に料金が相当に高くなったと客はみているようである。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・ボーナスの増加も見込めないためか、消費者の財布のひもは固いままである。消費税増税後の値下げや新商品の提供にも反応は良くなく、新規の加入者を見込めていない。	
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・消費税増税に伴う消費の落ち込みに対して、回復の兆しが今一つみえていない。	
		観光名所(職員)	来客数の動き	・全般的に人の動きが鈍く、天候が良いにもかかわらず来客数は例年と比較して少ない。	
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・学校団体向けは堅調だったものの、週末の天候不順が3回あり来客数は前年比で6%程下回っている。単価の面でも消費税増税により弱含みとなっている。	
		住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・高額価格帯メーカーが過去にないくらいに競合に参入しており、受注予定客を逃している。	
		その他住宅[リフォーム] (従業員)	来客数の動き	・消費税増税前に受注した大型工事が完了して供給予算を達成しているものの、受付件数が前年実績を下回っている。	
悪く なっている		一般小売店[医薬品] (経営者)	来客数の動き	・消費税増税から3か月が経過したが、客はなかなか繁華街には戻ってきていない。同時に、飲食店ビルにも空室が目立ち始めている。	
		一般小売店[医薬品] (経営者)	単価の動き	・消費税増税直前の月との比較のため悪いのは致し方ないが、ここ半年間の平均的な業績と比較しても今月は来客数が1割、客単価は2割近くの減少となっている。売上全体は2割以上の落ち込みとなり、消費税増税直後の4月をすらすら下回る状況である。4月以降、月を追うごとに回復すると予想していただけない、見通しの再考を迫られている。	
		百貨店(売場主任)	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減からの影響が続いている。消費は目的、単品買いにとどまり、早い段階からクリアランスセール待ちの状態であり低価格志向は非常に強い。	
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・消費税増税後ということで景気としては悪い。4月から段階的に回復基調にありつつも、まだ完全に回復したとはいえない状況にある。	
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・消費税増税直後より改善しているが、来客数が前年比まで回復しておらず、消費税増税前の状況をクリアできていない。	
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・消費税増税直後のひどい落ち込みではないが、もう夏のセール待ちの客もいる。	
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・我々の業種は非常に消費税増税の影響を受けており、消費税増税後の買い控えやクールビズが広く実施されている影響から、オンシーズンになってもスーツや礼服が売れていない。	
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が顕著である。	
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・引き続き、消費税増税前の駆け込み需要の反動で、販売量は前年比で約半分くらいまで落ち込んでいる。	
		その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・先月同様に財布のひもは固いままである。本当に必要なものにお金は出すものの、し好品にはまだまだ節約感が高い。	
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・予想していたよりも夏物の動きが非常に悪い。特に作業服の夏物が動いていない。	
	企業 動向 関連 (東北)	良く なっている	—	—	—
		やや良く なっている	出版・印刷・同 関連産業(経理 担当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税の反動で落ち込んだ受注残高が、今月に入って盛り返ってきている。
		輸送用機械器具 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・車載関連生産準備品の受注が伸びている。	
		建設業(従業員)	競争相手の様子	・第1四半期が経過するにあたり公共工事の発注が順調に推移している。とりわけ除染関連工事、業務については、大型案件の受注が確定してきている。	
		経営コンサル タ	取引先の様子	・昇給に加えて賞与の支給も始まり、消費マインドは高まりつつある。	

変わらない	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・前年の果物の収入は例年の8割程度であったが、原発賠償金も入って生産資材、消費にも回すことができている。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は価格を内税表示としているため、外税表示している競合店よりも値段が高いと思われるためか売上が思わしくない。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中元商戦がスタートしたがペースは遅い。
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き、売上は計画をほぼクリアしている。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による影響が一段落し、販売量が前年並みに落ち着いてきている。
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税の影響なのか、店頭での売行きが余り芳しくない。
	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、住宅部材は販売量が前年比で20%程度減少している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同月と比較すると売上は増加しているが業界としてはかなり厳しい状況であり、今後が心配である。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品は、国内は消費税増税後の反動減と、新興国経済の悪化による輸出環境の悪化が影響している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・比較的受注が多く忙しいという企業が多い。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・製品開発の受注件数の推移に大きな変化はない。また、汎用品の大口受注価格にも大きな変動はなく景気への影響も小さい。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は少ない。気候による影響や、建築から30～40年周期でのリフォームもあり、受注量も順調に推移している。
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・年度末から量的にも横ばい状態が続いている。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・前年よりも入札になるケースが増えているなかで、これまでの実績を評価されて防災関連では指名を受けるケースも出始めている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・介護施設等の設備資金需要が出てきている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・首都圏向けの出荷は順調な状況が続いている。しかし、地元県内への出荷が減速しており、特に業務用の出荷が伸び悩んでいる。外食が振るわない状況である。
その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・賞与時期が近付くと中小企業は「将来のために今はもう少し我慢」と支給額を増額することに足踏みをする傾向がみられる。取引先の多くはアベノミクス効果が中小企業へ到達している実感が無い。	
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・装置搬入や新品种の立ち上げなども落ち着き安定したようである。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼの農協出荷価格が安く推移している。
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、マンション建築事業は減少気味である。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物量が減少しており、石油の価格も上昇している。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がある。
	広告業協会（役員）	取引先の様子	・震災から3年が経過して戸建住宅建築の希望者が徐々に減りつつあり、住宅展示場への入場者の減少が続いている。住宅メーカーはまだ受注残をかかえているが、今後は広告も積極的に展開してくるものとみている。
	公認会計士	取引先の様子	・小売業などは消費税増税の影響から売上減少、利益減少が多い。建設関係は大きな変動はなく総じて好調な会社が多い。
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降、売上、利益が前年を下回る傾向にあり、右肩下がり進捗している。
悪くなっている	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は消費税表示変更関連の仕事で溢れていたが、それも落ち着いて仕事量は減少している。価格的にも前年実績では受注できない状況であり、非常に厳しい。

		その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・景気が悪く売れないから値下げの競争になり、取引先は大手の価格競争にも巻き込まれ大変な状況になっている。さらに、税込価格から本体価格プラス消費税に変わった事で価格差が出て、客も購買に非常に慎重になっている。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
(東北)	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で8.9%の増加となっている。有効求人倍率も前月を0.02ポイント上回っており3か月連続で上昇している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・企業での雇用者数が増加し、求職者数の減少が続いている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規及び増員などの派遣のオーダーは堅調に推移している。しかし、登録者数の鈍化と買手の選択優位もあり成約率が低迷している。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・就職活動をしている学生の勉強会をやっているが、前年は6月末の時点で2～3割の学生が内定を持っていたが、今年は半数を超える学生が内定を持っている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人と求職者のミスマッチが多い。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・仕事があまり忙しくない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・業種によって、消費税増税後の売上が順調に推移している企業と、そうでない企業の二極化状態になっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・5月の新規求人数は前年比0.3%増加となっている。また、月間有効求人数も前年比12.1%増加となっており、消費税増税の反動は無かったとみている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求人倍率は1倍を下回っているが、在職中の求職者が増加しているため有効求職者は高止まりである。目に見える求人倍率よりも企業の採用意欲はおう盛である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数は増加しつつも有効求職者は減少している状況に変わりは無い。有効求人倍率も引き続き1.20倍前後で推移している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職申込数は前年同月比よりも減少しているものの、有効求職者数は前年同月比とほぼ変わらない状況が続いている。また、就職者数はやや減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の求人数は微減しているものの、業種ごとの大幅な減少、大規模な企業整備の動きなどはみられない。
		民間職業紹介機関（職員）	雇用形態の様子	・相変わらず非正規社員の求人が多く、特に製造業は停滞している。
やや悪くなっている		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税増税の反動を危惧していたが、思ったほど景気の落ち込みは少なく、求人数は前年比95%程度である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・県内外の求人需要は大きく伸びている。しかし、求人広告となると、東京、仙台などは例年並みの出稿であるものの、県内の求人広告が全く伸びていない。
悪くなっている		—	—	—