

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	景気の状態判断	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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・4月は消費税増税の影響で大きく売上を落としていたが、6月後半からは季節の変わり目というところもあり売上が回復してきている。時計、宝飾、呉服などの高額商材についてはまだ戻りきっていないが、衣料品などは順調に回復している。また、影響が大きいと思われた化粧品についても、メイクアップ商品を中心に想定より早く回復しつつある。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・7月は最盛期であり全店舗で来客数と客単価が前年を超えている。中旬以降も天候に恵まれ順調である。たばこの売上の前年比が多少下がっているが、飲料や米飯系でカバーできており客の購買力も落ちていない。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・雨が降らずに天候が良かったこともあり来客数は約10%の増加となっている。特に中心部の商店街では人出が増えたことが実感できる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税の増税の影響もたいして無く、むしろ雨が少なく天気の良い日が多かったということで、好調であった6月よりも更に今月は好調に推移している。また、飲食関連は好調であるが、物販、アパレルが少し振るわない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税から3か月経過しているが、客は完全には戻ってきていない。前年比で10%ほど売上が落ち込んでいる。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・4月から続いていた消費税増税の影響による反動減が回復基調にあり、価値ある商品や新しい商品に対する客の関心度が高まってきている。1人当たりの買上点数、単価に堅実な部分はみられるが3か月前と比較しても回復している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響による消費の落ち込みは少し落ち着いた様子である。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・夏のセールに入り、前半は苦戦したものの後半は気温の上昇に伴い衣料品の動きが良くなってきている。高額商品はブランド商品を中心にほぼ前年並みに回復してきているが、高級時計については、消費税増税前の動きまでには戻っていない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温の上昇とともに客足が増加している。前年の冷夏の反動もあり前年比は大きく回復傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前の4月と比べれば前年比ベースで多少の来客数増加にはなっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・天候が比較的安定しており、飲料などの夏季需要が増えてきている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・特に冷蔵庫、洗濯機などの生活必需品やテレビが前年並みに戻っている。エアコンはやや冷夏という状況もあり今月前半は当県ではやや不調であるが、東北全体からすると季節的な要因を除けば消費税増税の影響はほぼ無くなりつつある。
		家電量販店（従業員）	単価の動き	・来客数は少ないままであるが、全般的に高付加価値モデルが人気であり単価が高いものが良く売れている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税が始まったばかりで販売量がなかなか伸びなかった時期と比較して、やや良くなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今年は、前年に悩まされた夕方からのゲリラ豪雨が少なく、ビアガーデンなども好調である。特に生ビールの動きが良い。今まではバラでの発注が多かった他のアルコールに関しても、ケース発注が目立ってきている。お中元に関しても、単価が落ちる事もなくほぼ平年並みの販売量となっている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の影響は薄れつつもいまだ少なからずある。低単価商品と高単価商品の動きが悪く中単価商品が動いている。商品政策の見直しが急務である。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・レストランでも、単価を上げて内容に充実感を出すことで商品が売れている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・個人客の単価は少しずつ上昇している。客の雰囲気もなんとなく良くなっている様子が見受けられる。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・低単価志向は相変わらずである。しかし、来客数の動きは順調であり前年比を上回る結果が続いている。可処分所得の占める割合が増えてきたのではないかとみている。		

	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊、一般宴会は昨年比、予算共に好調な数字となっている。ホテル主催のイベントチケットの売行きも良く、今月末に販売したうな重も好調に販売できている。梅雨が明けて夏祭り前であるがホテルに限らず人出は多い。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・4月は消費税増税もあり今まで感じたことの無い急ブレーキがかかっていた。しかし、ここにきて夏場の商品の売行きなどが良い形に戻ってきている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・乗客は不景気な話はしておらず忙しそうに仕事をしている。景気はそれほど悪くない。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・消費税増税直後の4月と比較すると、消費者の動きは活発化しており景気はやや回復傾向にあるとみている。
	遊園地(経営者)	来客数の動き	・海の日連休も来客数はそれほど悪くは無く、梅雨明けが10日ほど早かったこともあり前年よりも約20%の増加となっている。ただし、単価は消費税増税の影響で低下している。
	美容室(経営者)	単価の動き	・再来店率の前年割れがここ半年以上続いているが、1人当たりの購入単価はある程度増えてきている。
	その他サービス [自動車整備業](経営者)	単価の動き	・販売単価、販売量共に前年同時期比で135%であり、3か月前との比較でも105%の状況である。
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・消費税増税に伴う景気浮沈の影響は徐々に薄らいできている。しかし、賞与増額があった客の購買による売上効果が一部にあるものの、商店街の中小零細店での景況には今一つ届いていない。来客数は増加しているが売上増までには至っていない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・天候にかかわらず客が来ない。店主も病気で相次いで閉店しており、今月に入って4店舗が閉店している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・販売店、消費者共に消費税増税に対する抵抗感が無くなってきたが、全体的な節約志向から消費が盛り上がらない。
	一般小売店[書籍](経営者)	来客数の動き	・消費税増税後の出版点数が書籍、雑誌共に低下傾向にある。市場にまわる商品のアイテム数が減少していることが大きな要因である。
	一般小売店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・販売量の動きは2~3か月前と変わらない。客の様子を見ても良い状態で推移している。
	一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・各業種とも上向き傾向を示しているようであるが、寝具類は相変わらず苦戦している。
	一般小売店[カメラ](店長)	販売量の動き	・低価格商材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、高額商材の動きが鈍く売上の回復がみられない。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・冷夏の前報が変更になった途端に夏物アイテムへの関心が高まり購入に繋がっている様子がみられる。しかし、慎重な買物の様子は変わらない。
	百貨店(経営者)	販売量の動き	・全体の景況感には上向き傾向であるが、衣料品に関しては例年に比べて動きが悪い。例年より早かった梅雨入りなど天候要因が大きく、梅雨明け後の動きに注目したい。
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・既存店の来客数が微減している。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・売上は前月と同様の推移傾向にあり前年並みである。しかし、消費税増税で原材料費、配送費、人件費、光熱費などの諸経費が増加し、転嫁による商品価格の値上げも進んでいるため、平均単価は上昇しているものの、買上点数、来客数共に前年割れが続いている。客は冷静に商品価格帯をみており、財布のひもは固くなりつつある。
	スーパー(営業担当)	単価の動き	・買上点数は上がっているが1点単価は下がっている。依然としてチラシ販促の強化で売上を作っている構造となっており、客の価格への反応は強い。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・客単価が前年比を下回っている。もう一品買うということが無く経営の厳しさは変わらない。
	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は前年比で5%減少しており、今月は天候や気温が回復しても来客数は上向きになっていない。
コンビニ(エリア担当)	競争相手の様子	・競争店の新規出店により当社既存店の売上が減少している。	

コンビニ（店長）	来客数の動き	・前半の天気あまり良くなく、県内の店舗は全体的に前年比で数字が悪い。20日以降に天候が回復するとじりじりと追いついてきており回復基調にあるが、客の来店回数は徐々に減少しつつある。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数は回復してきている。しかし、客は安く付加価値の高い物を買おうとする傾向が強く単価は上昇していない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・業種によりばらつきはあるが総じて経費節減が目立ち、価格競争に拍車がかかり利益減少傾向にある。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客は単価が上がる程に消費税増税分の3%の重みを感じているようである。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・セール待ちの状態であったにもかかわらず、いざ夏のセールとなっても盛り上がり欠けている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・カジュアル用途のニーズが増えているが、例年と比較してビジネス用途やレジャー用途のニーズが伸びていない。
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・今年はクールビズ商品の買い足しが少なく引き続き売上が良くない。買い控えも多くみられる。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・来客数はあっても販売数量が減少している。関連商品の購買につながらずに必要な品だけの購入にとどまっている。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・気温上昇に伴い季節商材の需要が上がってきているものの、天候不順のため安定した売上に繋がっていない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・天候不順により季節商材が落ち込んでいる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・依然として消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられる。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・休日などに新規客の来店がほとんど無い日もある。
乗用車販売店（店長）	単価の動き	・直近は来客数、販売数共に前年並みが続いている。新型車などの集客にプラスになる要素も無く車両部門は前年維持で精いっぱいである。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・お盆が近いので仏壇用品の需要を見込んでいたが、売上はさほど伸びていない。最近の高齢者は仏事を略式化する傾向にあるようである。
その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・店頭小売は大きく変わらない。地元の飲食店の状況は引き続き深刻であり閉店する店舗が増えてきている。居抜きで入る店もほとんど無い状態である。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	お客様の様子	・ここにきて受注の動きが鈍くなっている。客からはもう少し様子を見て市場が落ち着いてからという声を聞く。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・夏物の動きが非常に悪く7月に入って販売量がかなり減少している。各メーカーとも今年の秋口から一斉に値上げをする予定であるのでその前に売上を取り込もうとしているが、まだまだうまくいかない状況である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	お客様の様子	・中東情勢の不安定化により原油価格の値動きが高値で安定しており国内のガソリン価格も高値で推移している。そのため、消費者の節約志向が一層強まっており、車を使った移動が少なくなっている。
高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・値上げや格差が広がり明るい展望はみえない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数があまり伸びていない状況は変わらない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて良くも悪くも無い。来客数の動きは、当店ではまあまあ状態であり変わらないが、同業他社の経営者と話をすると悪いほうに向かっているようである。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7～8月にかけては夏休みの家族連れで客室稼働率は良い。しかし、定員稼働率は厳しく入込売上は前年並みである。団体客が多少あるものの、客単価の低いセミナー関係のため売上増にはならない。
観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・予想に反して暑い日が続いているため家族客の問い合わせが少なくなっており、前年を多少下回っている。他に流れている様子がうかがえる。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年後半より売上は前年比10～20%の減少が続いている。しかし、売上の推移や客の雰囲気などに特段の変化みられない。

都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・天候に恵まれ宿泊及び一般宴会は順調に伸びているものの、今年が一番の苦戦どころである披露宴の数はなかなか伸びていない。消費税増税を前に駆け込み需要が出来ない商品が一番大きな痛手を受けている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・消費税増税後はレストラン、デリカ部門が落ち込み、前年割れが続いている。レストランはフリー客の減少に加えて予約状況も厳しい。デリカ部門は明らかに購入頻度とともに客単価が低下しており、相変わらず防衛意識が働いていることがうかがえる。ビアガーデンだけは唯一好調を維持しており、前年を上回る利用状況である。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・今月よりロシア極東地域との季節空路が再開され、観光目的のグループや家族客が目立つようになってきている。宿泊は海水浴客と相まって期待が持てそうであるが、売上高の多い一般宴会は厳しい状況にある。	
旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・個人客はガソリンの高騰による影響がある。また、使用する際に発注する傾向が強まっている。法人客はまだ消費税増税後の様子見が多い。	
タクシー運転手	来客数の動き	・日中もそうだが夜は特に人出が無く乗客が少ない。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・特に目立った材料はなく景気は横ばいとみている。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・企業としては変わらない。しかし、個人としては消費税増税後は家計が圧迫されており、支出の余裕が全くない状況である。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新メニューを2か月連続で投入した効果が表れたのか、新規加入の客が若干増えてきている。	
通信会社 (営業担当)	競争相手の様子	・他社競合となることが多い。客は価格に非常に敏感であり、少しでも価格を下げるように要求されている。	
観光名所 (職員)	単価の動き	・周辺の施設などは来客数が増加しているようであるが、客をそちらに取られているのか船下りの来客数は若干減少している。しかし、単価自体は上がっているため営業力の無さが響いているのかどうか判断しきれない状況が続いている。	
観光名所 (職員)	来客数の動き	・消費税増税やガソリン価格の高騰などの影響もあるのか、5月のゴールデンウィーク以降の来客数の落ち込みがこれまでに無いほど大きい。	
競艇場 (職員)	販売量の動き	・目玉商品がある時は良いがそうでない時は大きく落ち込むこともあり、総合的には3か月前と比較してあまり変化はみられない。	
美容室 (経営者)	お客様の様子	・客との会話のなかでもまだまだ景気が回復しているとは感じられないと聞いている。実際、少しでも安い店を探したり前髪は自分でカットしたりと美容院にかけるお金は節約されているようである。	
設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・短期で急ぎの仕事はあるものの、じっくり時間をかけるようなまとまった仕事はほとんど無い状況である。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・過去に競合する事の無かった大手メーカーが価格帯を下げた商品の提供で下層価格帯に参入している。その予定以上の受注に苦戦している。	
その他住宅 [リフォーム] (従業員)	来客数の動き	・供給が前年を下回っている。受付件数も増加していない。	
やや悪くなっている	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・たばこの売上が減少している。
	一般小売店 [医薬品] (経営者)	単価の動き	・客単価は4月の消費税増税直後よりやや悪い状況である。来客数は回復しているが、先月が記録的に悪くその反動ではないかとみている。全体としては回復しているものの、震災後の数年のなかで7月としては最も悪い数字である。
	百貨店 (経営者)	来客数の動き	・来客数の減少傾向が続いており客単価も減少している。消費者の購買意欲の回復が実感できない。
	スーパー (経営者)	お客様の様子	・消費税率が3%上がったダメージが、ここにきてじわりじわりと来ているのが客の様子でうかがえる。キャッシュアウトが増えていることにより節約型購買志向が強まっていることが見て取れる。
	スーパー (店長)	競争相手の様子	・2キロ商圈内に競合店がオープンして、集客、売上面で影響が出ている。

	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税から4か月近く経過して客の消費行動が明らかに変化している。集客手段として使っている日替り目玉商品は、以前であれば衝動買いや家庭に在庫があっても購入するケースが多かったが、販売量を見ると今はそのような行動が少なくなっており、自分に必要のない商品はいくら安くしても売れなくなっている。	
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・天候が良く、ソフトドリンク、アイス、冷たい麺などが前年比を上回っているものの、主力の弁当類は振るわず前年比を下回っている。来客数が増加しているにもかかわらず客単価は下がっている。	
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・消費税率が8%になり、上乗せされた3%の影響がかなり出てきている。田舎の場合は給料が上がっている企業が無くそういった面での厳しさがある。	
	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数の悪化が回復しておらず、この3か月間に変化は無い。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東北地方特有の現象か、いまだに消費税増税の反動減の影響から抜け出せていない。	
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後は回復傾向にあったが、7月に入り消費税増税前の駆け込み需要で増加した分をすべて使い切っている。今後の回復の遅れを心配している。	
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・一般住宅の建築はまだ出てきていないため、耐久消費財の動きが鈍く販売量が伸びていない。	
	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	単価の動き	・燃料油単価が非常に高いレベルで推移している。顧客に節約傾向がみられ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	・来客数も減少しているが、売上の減少幅が来客数のそれを上回るため、集客力の問題を除いても景気は下降しているといえる。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月までの状況と比べるとかなり低調な雰囲気がある。ボーナスが入りにぎわいをみせている場所もあるが、レストランにはそれが反映されていない。来客数も減少しており苦戦を強いられている。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・毎年このシーズンは家族で海へ行く人が多い。内陸である地元のレジャー関係が薄くなり、他のエリアでお金を使うので地元で外食をする人は激減してしまう。天気が悪ければ他のエリアではなく地元で遊んで外食をする人もいるが、天気の良い日が続いているので悪戦苦闘している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・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	単価の動き	・晴れの時はタクシーを利用しないで歩く方がほとんどであるように見受けられる。	
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ボーナス時期を迎えたが、製造業などの従業員には恩恵がない。特に中小企業は従業員より自分の資産を守る経営者が大半を占めているという声を聞いている。また、人手不足も深刻になってきており、3か月前と比べると客の様子が良くないとの声が多い。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・高単価の客は停滞気味である。低単価のいわゆる一般の若者が行くようなところは動いており、不景気そのものである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税の影響によるスーツ、礼服の買い控えと、クールビズの浸透により新しくスーツを作るといったニーズが縮小してきていることが相まって、景気はあまり良い状況ではない。前年に比べて来客数が全く伸びていない状況である。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車補修部品関係の動きが非常に悪い。車検に入ってもエコカー減税時からの初車検が多いため交換部品がほとんどない状況である。
		高級レストラン（経営者）	競争相手の様子	・市場に仕入れに行っても本まぐろなどの高級食材が全然売れていないようである。当店だけではなく他の店も悪いのではないかと。
企業動向	良くなっている	—	—	—
企業動向	やや良くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・最需要期の1つであるお盆時期を迎え、販売量は計画をわずかに超えて推移している。

(東北)

	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・工務店のチラシ印刷の仕事が増えている。
	土石製品製造販 売（従業員）	それ以外	・正社員の雇用はまだまだ少ない状況であるが、給与 や賞与は徐々に上がってきている。
	電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・6月中旬以降受注が回復してきている。
	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・復興関連事業の発注がコンスタントに推移してい る。
	建設業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・公共工事の公募の件数が順調に推移している。
	金融業（営業担 当）	取引先の様子	・介護関連施設及び分譲地の資金需要などの大口案件 が出てきている。
	広告業協会（役 員）	それ以外	・広告出稿は消費税増税後の落ち込みもなくなり、 ボーナス商戦も前年並みに戻っている。新聞、テレ ビ、ラジオ、新聞折込なども前年を上回る業績をあげ ている。しかし、大型生活用品店の開店があったもの の広告全般の底上げには結びついていない。
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・賞与支給が7月に集中しているため消費マインドは 高まっている。
	その他企業〔企 画業〕（経営 者）	取引先の様子	・チラシやイベントなどの広告関係の需要が増えつつ 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	・天候に恵まれ、ももは順調に生育している。お盆前 の最盛期に入り、自営農業出荷の販売単価が例年並み になる見込みである。
	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・前年並みもしくは2～3か月前と変わらない動きで あり大きな変化はない。
	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・思ったほど中元商戦が伸びていない。首都圏からの 受注は前年を超えているが地元はまだ回復が遅い。
	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・売上高の前年比キープが精一杯な状況は変わってい ない。
	繊維工業（経営 者）	取引先の様子	・景気は上向きの傾向にあるとみているが今一つであ る。
	木材木製品製造 業（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・住宅の着工数が落ち込んでいる。部材の製品の値下 げが始まり収益を低下させている。
	出版・印刷・同 関連産業（経理 担当）	競争相手の様子	・良くなっている所とそうでない所の2つに分かれて いる。
	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・開発製品数、生産数は安定して横ばい状況である。 若干の上下はあるものの大きな変化はない。
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税後も受注は順調であり、同業他社も同様 である。
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・既存顧客の反応は依然として厳しく、今のところ解 約にならないだけで予断を許さない状況である。
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・財務状況の改善がみえない。
	金融業（広報担 当）	取引先の様子	・売上に変化がみられない。
	広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・前年度より印刷物の増刷の数量が減少している。
	公認会計士	取引先の様子	・建設業関係は落ち着いている状況である。小売り関 係は消費税増税の影響が残っており売上は減少傾向に ある。
	コピーサービ ス業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・大手企業を中心に設備投資の動きが出てきている が、同様にコストダウンの依頼も増えてきている。ま た、中小企業においては建設業関連以外の業種で動き があまりみられていない。
	その他非製造業 〔飲食料品卸売 業〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・堅調な首都圏向けの出荷に比べ、地元向け、特に飲 食店向けの出荷が鈍い。暑すぎる夏がアルコール消費 にマイナスの影響を与えている。
	その他企業〔工 場施設管理〕 （従業員）	取引先の様子	・物流が安定して横ばい状態である。
やや悪く なっている	農林水産業（従 業者）	それ以外	・燃料、肥料、農業資材などの価格高騰が続き、経営 が圧迫されている。
	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、アセアン諸国の低迷が続いており輸 出環境が悪化している。それに加えて国内では消費税 増税後の反動減がまだ続いている。

		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・燃料費の高騰があり料金改定の交渉をしているが、結果としては未改定である。
	悪くなっている	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の話では消費税増税後あたりから以前の売上を全く見込めていないようである。特に客の1回当たりの買上量は常時5～7%減少しており、買上点数も1～2点減少している。そのような状況がなかなか変わらず憂慮しているとの声を聞いている。
雇用関連	良くなっている	○	○	○
(東北)	やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・流通関連企業の求人件数が増えている。新規出店のスーパーマーケットが複数件あり採用意欲が高い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月を上回り、新規求職者数は下回る傾向が続いている。有効求人倍率も前年度平均を上回っている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・小売業で新規開店のための大量求人が出るなど業務拡充の動きがある。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数の減少幅が拡大しており、求人数も特に消費税増税の影響はみられずに引き続き増加傾向にある。そのため、今年に入り1.20倍前後で推移していた有効求人倍率は1.31倍になっている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	それ以外	・応募者数が激減しており、事務職の中途採用の募集であってもなかなか採用できない企業が増えてきている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・人材総合サービス、主に派遣業においては、登録者数が伸び悩んでおり売上増につながっていない。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・現状ではあまり変化はみられない。強いていえばやや悪い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新規の求人広告もぼつぼつとあるものの、大幅な増減はみられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比及び2～3か月前と比べてもほぼ同数である。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者は7か月振りに増加した。求人が増えたことにより在職者と無業者が就職活動を始めていることが理由であるとみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数、月間有効求人倍率共に、3か月前と大きく状況は変わっていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は微減しているものの求職者も同様のペースで微減している。前年同時期に比べて求人倍率は安定しており求人動向に目立った変更はない。
やや悪くなっている		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・従来と同様に震災復興、介護福祉、運送関係に求人が偏っている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・6月の稼働派遣社員数が減少して第1四半期の実績への上積みができていない。売上はプラス数%で前年並みをキープするものの、営業損失を計上している。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・通常なら夏場に向けて求人数が増えるところだが、逆に落ち込んでいる。資材高騰や原油の中東危機などもあるが、原因としては求職者を東京の求人を持っていかれてしまうためである。地元での募集傾向が減っており求人があっても人が集まらない状況が続いている。
		—	—	—