

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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・5月は消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり売上は前年を下回ったが、今月は店全体で前年の売上を上回る見込みである。宝飾、ブランド品などの高額商材の戻りはまだであるが、高級時計など前年の売上を上回るアイテムも出てきている。化粧品も当初の予測より早いペースで回復している。一方で、天候の関係で婦人服の売上が若干落ち込み気味である。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・祭りでは雨による多少の影響があったが、夏の最盛期として前年同様十分に稼げている。雨の影響で県の売上のトレンドは下がっているが、当店は全店ともに来客数もほぼ100%で推移しており、単価も前年以上に上げることができている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・運賃が上がったといっても、最初のうちはだめであったが、現在は客が切れ目なく乗っている。近距離客が多いがあまり変化は無い。
やや良く なっている		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	競争相手の様子	・近所の大手ドラッグストアが閉店したことが多少影響している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・今月は来客数がやや良く、それにも増して客単価が改善している。3月以来しばらくなかった店頭の活況がようやく戻ってきた印象である。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・3か月前はまだ消費税増税前の駆け込み需要の反動があった。しかし、今月は一部高額商材を除いてほとんど影響はみられなくなっており、客も価値のある商品については確実に購入している。ただ一方で、物価高、ガソリン価格の高騰などの要件もあり慎重な購買意欲の動きがみられる。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・8月に入って客単価は回復しており前年比100%となっている。また、カウンターフーズ系のプラス一品の販売が好調である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前との比較では、来客数が多少増加している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・イベントでの売上が好調である。夏物の最終戦もいつもより反応が良く動きも良い。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・全体では少し上向いているものの、地域格差が非常に大きくなってきている。地元の飲食店はお盆を過ぎて閉店を検討しているところが複数有るが、逆に東京への売上は増加しており、構造的な変化が顕著になっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・8月に入っても天候の良さが大きな要因となり、特に飲食店への生ビールの動きが良い。また、お中元ギフトもほぼ平年並みとなっている。ただし、年々お中元ギフトのスタートが早まってきており、それに伴って落ち着くのも早いために少し伸び悩んだ感はある。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・地方なので帰省客が多く、ホテルやレストランを利用している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・気温の上昇や祭りの影響で人出が多く、それに伴い売上なども良い状況である。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は夏休み、七夕、お盆とイベントが多い。募集型企画旅行やツアーの団体客が無い代わりに、中年以上の家族旅行や個人客が多い。家族構成も4～5名で客室利用の効率も良く、宿泊単価にもあまりこだわらない。忙しかったが雰囲気は明るい月となっている。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・来客数は増えているが、売れているのはほとんど低単価商品である。そのため、売上は増加しているものの結果として人件費などの経費が増えており、来客数ほど良くなったという印象は無い。
		都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・昼夜を問わずに家族単位での外食回数が増加している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・平成26年度第1四半期に比べ、来客数、販売量共に前年比で増加傾向にある。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・お盆商戦が終わり一息ついたところであるが、この夏は前年に比べて、成約件数、成約単価、来客数共に30%以上の伸び率となっている。
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ついては、物販店、飲食店共にそんなに感じられなくなっているようであるが、苦境はなかなか解消されていない。	

商店街（代表者）	来客数の動き	・ 7～8月は比較的好天に恵まれて雨の量も少なかったため、飲食業はおしなべて好調である。その反面、物販、特にアパレル、繊維関係が少し弱くなっているため、どちらともいえない状況となっている。
商店街（代表者）	来客数の動き	・ 暑過ぎても寒過ぎても雨が降ってもダメである。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・ 打ち返しなどの布団づくりの仕事は徐々に増えてきている。ただし、二次製品、夏物は売れていない。
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り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はみられない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ 前半は天候による影響で人の動きが鈍かった。後半は気温が下がったことで秋物の定価品の動きが良かったものの、婦人、服飾、生活雑貨は厳しく、全体ではほぼ前年と同じように推移している。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ 消費税増税後、ごく一部の層に高額商材の動きがややみられるものの、一般客の様子にはあまり変化はない。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・ 夏物商戦に期待したが、衣料品のクリアランスセールの動きが悪くほぼ横ばいとなっている。消費税のみならず年金受給率などの影響を受ける60歳以上のシルバー層の回復が弱い。しかし、高額商材は徐々に回復傾向にある。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・ 食料品、生活用品に関しては確実に回復傾向にある。しかし、百貨店が主力とする衣料品の動きが悪く、夏物衣料に関しては7月後半にやや回復が見られたものの、8月に入ってから天候要因もあり動きが鈍い。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・ 来客数、客単価共に減少傾向が続いている。また、衣料品を中心に客の買い方は慎重であり消費に力強さが感じられない。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・ 8月上旬は暑かったものの中旬以降は雨が多く、夏物が売れていない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・ 平均単価は前月までの推移より前年比で上昇しているものの、来客数は前年割れが続いている。また、原料高、仕入原価、電気料、労働単価などのコストがかさみ、価格転嫁を進めざるを得ないことから、客は買物に慎重になり買上点数は前月の推移よりも落ち込んでいる。ただし、全体としての推移は前月までと同じ傾向である。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ お盆期間中は帰省客が増加する期間であるが、客の動きに大きな変化はみられない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 第一次商圏内に競合店が出店して以降、来客数、売上共に厳しい。客の景気判断として買上点数は前年割れの状況である。生鮮食品は前年並みであるが、買い控えて必要な物以外は買わないため、加工食品などの買上点数が減少している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・ 暑い夏に支えられて氷菓子、飲料が好調であるが、他は変化がなく夏祭りでもほぼ前年並みか若干下回った程度である。来客数は微減であるが客単価は若干上昇しており、全体的にほぼ横ばいとなっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 来客数の減少が続いており大変厳しい状況である。前半は前年並みであったがお盆中の天候が悪く来客数が少なかった。また、祭りの延期も売上に影響している。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ 毎年8月後半から秋物が動き出すが、今年は気温が下がっている割には秋物の動きが悪く、来客数も減少している。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ 燃料費、人件費、原系などの価格高騰により仕入価格が上昇気味である。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 前半の天気が良く気温が高かったことで、礼服は例年より客が多少戻ってきている。しかし、主力のスーツはクールビズの影響や、普段スーツを着ない人が、会社のイベントといった場面でスーツを着る機会が例年より少ないようであり、厳しい状況が続いている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ 長雨が続き夏物商材の動きが不安定である。一方で秋物商材が動きはじめてきており、プラスマイナスゼロである。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 8月は天候不順による気温の低下により、クールビズの買い足し、サマーフォーマルの売行きが悪い。

衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・来客数が伸びていない状況が続いている。また、客は目的の商品の購入だけにとどまっている。
家電量販店(店長)	来客数の動き	・季節商材の需要が一段落して、来客数が減少している。
家電量販店(店長)	販売量の動き	・台風などの影響でお盆の前後あたりからエアコン、扇風機などの動きが少し止まっているが、テレビ、AV機器、パソコン、冷蔵庫などは前年をクリアしている。また、県内全体で来客数が前年比95%前後で推移している。
家電量販店(従業員)	来客数の動き	・前年よりも来客数が少ないまま推移している。消費税増税前の駆け込み需要の反動が長引いているようである。
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続いている。
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で購入した客が多く、その影響からの回復はなかなか進んでいない。
乗用車販売店(従業員)	来客数の動き	・8月初旬の来客数は少なかったが、お盆が明けてからは少し増加している。
乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・例年だとボーナス商戦から半期決算へと入る需要期のはずだが、今年は今一つ顧客の購入マインドが上がっていない様子である。
住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・7月は消費税増税後に少しずつ回復していた売上が逆戻りしたように悪かった。8月は多少良くなっているものの、前年比で大幅に落ち込んでいる事に変わりはない。
住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による反動の影響で耐久消費財の買い控えが続いており、販売量が伸びていない。
住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・消費税増税から5か月が過ぎて、消費者が消費税に慣れて消費の冷え込みは改善しつつある。しかし、高額商材の販売が多い当店では、どうしても消費税分が高額になり価格に転嫁できなくなったり、値引き率が大きくなったりして結局は店の負担になっている。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・前年と比較してガソリンの販売量が減少している。ガソリン単価の値上げにより、遠くまで車を使って出かけることが少なくなり需要が抑えられているようである。価格は徐々に低下しているが使用量の回復までは望めない。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・燃料油価格の高止まりにより、8月の帰省や行楽において自動車での移動が減り販売量が減少している。
高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・あまり良い材料はなく、来客数、競争相手の動き共に良いものがない。景気が良いと聞いているがまるで実感できない。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・非常に雨が多く来客数が減少しているが、客単価は上昇しているため変わらない。
観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・お盆の期間は前年並みであった。しかし、その他の期間はガソリン価格の高騰や団体客の減少などの影響もあり、前年以下の状況が続いている。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・前年より動きが良かった来客数が中旬を過ぎた頃から急激に落ち込み、結果として8月合計での売上は前年並みとなっている。休日と平日の来客数の差が大きすぎて客の動きのトレンドが読めない。
都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・今月は全般的に天候に恵まれなかった。その分をお盆で盛り返してようやく前年並みの売上を確保している。
都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・レストラン、デリカ部門は相変わらず前年割れが続いている。レストランはフリー客の来店が減少しており予約状況も前年を下回っている。消費単価も前年を下回っていて厳しい。デリカ部門は生活に密着している関係もあり1週間における購入回数が減少している。唯一ビアガーデンだけは好調を維持しており、単月としては過去最高を記録する利用状況であった。
都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・お盆期間の宿泊は、前年よりもファミリー層の利用が多く、稼働率、同伴率共に前年を上回っている。ただし、レストランの売上に伸び悩みがみられている。
旅行代理店(店長)	販売量の動き	・月ごとの変動が激しく、安定していない。台風などの自然災害の増加も悪影響になっている。
旅行代理店(従業員)	単価の動き	・消費税増税後の買い控え傾向が続いている。

	タクシー運転手	来客数の動き	・6月から前年を下回っている状態が続いている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・復興予算が執行されているものの、補助金は制約が多く、有効に活用されていない状況である。そのため、消費も低迷している。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の様子からも景気改善の決め手はなく横ばいである。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化が見られず改善されていない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規に申込や契約をする客は増えていないが、解約する客が大幅に減少している。客の増減数からみると3か月前と比較して改善されている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客との会話からは、まだ消費税増税の影響が残っている様子がうかがえる。
	観光名所（職員）	お客様の様子	・来客数、客単価共に3か月前と特に変わりはない。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数の少ない状況が続いている。夏休み期間も雨が非常に多く非常に苦戦している。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前から現在に至るまで来客数は前年同月比95%前後で推移している。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・客にアベノミクスの効果について質問したところ、あまり効果は無いと回答されている。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前月と状況は変わらない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・夏物商戦は期待はずれに終わっている。天候のせいもあるかもしれないが、意外に客の財布のひもが固いという実感を持っている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・7月は猛暑で飲料、衣料などが好調であったため8月も期待したが、月初めからお盆過ぎまでの天候不順により消費動向に強いブレーキがかかっている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きが少し停滞している。必要なものは買うがそれ以上の買上、プラスワンの商品がなかなか動かないので今月は苦戦している。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・お盆の天候不良からなかなか回復しきれしていない。来客数は増加したが、夏物セールの客単価と買上点数が落ち込んでおり、全館一斉に立ち上がった秋物も兆しはあるもののなかなか日々の前年クリアが難しい状況である。また、残暑の影響は毎年の事ではあるが、客が買う気になっておらず、こちら側も買いたくなる商品の提案もできていないのが現状であり、婦人服もさる事ながら店全体も厳しい着地となりそうである。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・まだ、消費税増税前の駆け込み需要の反動の影響から抜け切れていない。
	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・競合各社をみても前年以上にチラシ価格を強化しているが、来客数、買上点数共に増加しない状況が続いている。賃金の上昇は一部の企業に限られており、消費税増税の影響がじわじわと出て不必要な支出は抑えられている。
	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・お盆や中元商戦は相変わらず低迷しており、1人当たりの客単価、買上点数が下がっている。その一方、付加価値のある高単価品が売れており、少しぜいたくをするものの、余計な物にお金は使わない傾向がある。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後から来客数の前年割れが大きくなっている。8月も前年比マイナス6%と低調に推移しており、前月より3%ほど悪化している。
	コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競争店の出店が加速しており、既存店の売上が減少している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が良くない状況が改善していない。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・消費税率8%の影響なのか単価が少し下がり気味である。お盆を過ぎたあたりから顕著になってきており、なかなか厳しい状況である。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・天候が不安定な日々が続いており、主力の飲料部門を中心とした夏季商材の売上の伸びに繋がらずに客単価に影響が出ている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・提案活動をしているものの、見込みの無い状況である。客は買えないのではなく買わないのであり、購入を急いではいない。乗りたい車も無いのでお買得感を感じていない。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ガソリン価格の高騰が自動車の販売減に直結している。

		その他専門店 〔パソコン〕 (経営者)	お客様の様子	・新規の問い合わせなどが激減している。徐々に消費税増税や商品単価の値上げの影響が来ているようである。
		高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・天候不順に泣かされている。今冬の週末を狙い撃ちした大雪といい、今まで考えられなかった要素で売上が左右されている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・4～6月は、消費税増税の影響による急激な悪化を懸念していたがさほどの停滞はみられなかった。しかし、7～8月ではなんとなくブレーキが踏まれており、天候不順の影響もあるのかじわじわと駄目になっている感がある。今後に不安を残す夏である。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・良いときと悪いときの来客数の差が激しく、全体としてはあまり良くない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・海水浴シーズンで内陸部から海のあるエリアに遊びに行く人が多く、来客数が伸びていない。また、8月は夏祭りが多く露店で食事をすませる人が多いことも、街の飲食店においてマイナスの要因である。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・法人客、団体客の利用は前年並みである。しかし、相変わらず個人客のレストラン、宿泊などの利用は前年を下回っており、予約状況も回復には至らずやや厳しい状況が続いている。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・今月に入ってからの上の伸びが3か月前と比較して鈍化してきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・お盆で金を使ったせいか、天気の良い日は歩き、雨が降っても近場のみで移動する様子が見える。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・中旬から下旬にかけて天候が不安定になり、屋外施設として影響を受けている。特にお盆近辺の悪天候が響き、来客数は前年比で約10%下回っている。
		その他住宅〔リフォーム〕(従業員)	来客数の動き	・前月に続き今月も供給数が前年を下回っている。また、消費税増税直後から受付数が減少し続けている。
	悪く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・食事時間である夜の人出が非常に少なくなっている。
		一般小売店〔書籍〕(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、新製品のアイテムが減少して一般消費が落ち込んでおり、相当厳しい。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・消費税率が8%になり、更に田舎の場合は給料やボーナスの増額も無いため、そういう面ではかなり落ち込んできている。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・クールビズが定着しており、8～9月は背広のジャケットは蒸し暑くて着たくないようである。秋の準備にもまだ早く、レジャーにはお金を使うが衣料関係への購買意欲が無い。
		自動車備品販売店(経営者)	お客様の様子	・一般整備、車検共に月を追うごとに落ち込んでいると多くの取引先が話している。天候が不順で例年に比べて気温が上がらなかった事も要因の一つだがそれだけでは無いようである。
		その他専門店〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・夏ギフトも帰省商戦も不発であり、財布のひもが固くなっているようである。
		その他専門店〔靴〕(従業員)	販売量の動き	・例年より気温が上がらず、サンダルを始めとする夏物商品の動きが鈍い。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	販売量の動き	・夏物の売行きが非常に良くない。また、イベントなどのTシャツも例年に比べると注文数が少なく、全体的に消費は低迷している。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・お盆の時期は、例年では盆踊りや花火大会などで浴衣の着付けやセットの予約が多くあったが、最近では自分で着付けをして美容室にお金をかけないようにしている人が増えている。
企業 動向 関連 (東北)	良く なっている やや良 くなっている	電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・部品関連のものづくり企業からの受注が、生産能力一杯という状況まで入ってきており新たな話もきている様子である。
		電気機械器具製造業(企画担当)	取引先の様子	・新規製品開発が活発化してきている。開発委託の頻度が増加し、その納期の前倒し要求も厳しくなっていることから上向きにあるとみている。

	建設業（従業員）	競争相手の様子	・大型除染業務、海岸、河川堤防、各自治体の造成工事といった各種公共事業などの受注者が決定してきており、受注量が上向いてきている。
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・復興関連を含め受注が順調に推移している。
	公認会計士	取引先の様子	・消費税増税の影響で小売り関係が一時落ち込んでいたが、7月以降少しずつ持ち直している。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・新規客の訪問などもあり上向き傾向である。
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	・贈答用のももは、注文数、単価共に前年並みである。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月の前半は七夕を含めて大きく売上が落ちたものの、10日以降はお盆の帰省により前年をクリアしている。ただし、月のトータルでは前年を少し下回るものとみている。
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・お盆の反動で販売量は計画に少し届いていないものの、トータルで見ると着地点はほぼ計画通りであるとみている。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年と比べても変化はなく、例年通りの動きとなっている。
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・良くなる気配はあるものの、このところ極端な天候異変により足元をすくわれている。
	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、住宅部材の需要が減少している。したがって、価格が低下して収益も悪化している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災特需的な仕事はまだ残っており若干の売上増にはなったが、その分を差し引くと大変厳しい状況である。
	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の影響からの戻りが非常に鈍い状況にある。アセアン地域は自動車の需要に陰りが出てきており、日本からの輸出品の減少により輸出環境が悪化してきている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響から落ち着きを取り戻し、地域にも活気が出てきており受注もある。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆明けからの物量増に期待していたが、現実はそうっていない。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客の反応は相変わらず低価格志向ではあるが、このところ条件次第での受注もありうる傾向がある。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・不動産関連の需要が出てきている。
	コピーサービス業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・売上は横ばいであるが利益が大幅に下がっている状況であり、競争が一時期よりも激しくなっている。
	やや悪くなっている	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
その他企業〔企画業〕（経営者）		取引先の様子	・復興に伴う沿岸部の住宅会社、地場工務店などは波があるものの受注の確保ができてはいるが、内陸部のしかも都市部から離れている地域では建築マインドが少ない。
出版・印刷・同関連産業（経理担当）		競争相手の様子	・受注残高が10%程度減少している。同業他社もかなり落ち込んでおり、金額の小さな仕事に手を出しているため競争が激しくなっている。
土石製品製造販売（従業員）		受注価格や販売価格の動き	・最近の大雨や台風の影響で、道路補強工事などが思うように進んでいない。また、震災以降の受注価格もまだまだ安い状態が続いている。
輸送業（従業員）		受注量や販売量の動き	・業界的には回復傾向にあるものの、首都圏など大都市への集約化が進んでおり、地方は取り残されつつある。
金融業（広報担当）		取引先の様子	・売上が伸び悩んでいる。
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	・全体的に仕事量が減少している。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・夏休み終了間近の商業集積地はどこも閑古鳥が鳴いている状況である。
	広告業協会（役員）	それ以外	・広告の落ち込みは2～3か月は続くが、その後は回復に向かうだろうと予測していた。しかし、大型小売店は戻っている様子があるものの、自動車、不動産は広告の出稿が著しく減少しており、7～8月も依然として戻らない状況が続いている。

		その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ] ( 経営者 )	取引先の様子	・取引先では前年比で売上が増加している所や利益が向上している所は皆無に近い。とにかく毎月ごとに売上が悪くなっている、1日の来客数や売上そのものも1割ぐらい減少しているという話が非常に多い。
雇用 関連  (東北)	良く なっている	-	-	-
	やや良 くなっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ここ1か月、市内の300名以下の企業で営業職の募集が増えてきている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数の増加傾向が続いている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人は13か月連続して増加している。4月からの求人倍率をみると、平成20年の米国の大手金融機関の破たん前に戻っている。特にサービス、保安、建設業の人手不足が顕著である。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・行政機関の全国一斉入札が終了し、当社は既存業務の4県のうち2県を失ったが、残りの2県において既存業務に加えて同規模の追加業務を落札している。全体としては微減でありほぼ現状維持である。
		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求職者が前年より減少しており、求人と求職のミスマッチがある。
		新聞社[求人広 告](担当者)	雇用形態の様子	・かなりの業種で人手不足感がある。しかし、正社員として採用するのは限定的であり、企業は景気の回復にまだ懐疑的のようである。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は引き続き前年同月を上回っているもの、3か月連続で1万人を下回っている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数、月間有効求人数共に、多少の増減はあるがほぼ同じような数値で推移している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は製造業、労働者派遣業を中心に引き続き増加している。しかし、労働者派遣業については応募が少ない状況となっている。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・建設関係、水産加工関係では、人材不足、作業員不足で受注を増やせていない。多くの事業所で設備があるのにフル稼働ができずに生産量を増やせない状況が続いている。また、資材や燃料費の高騰による負担感が大きいという事業所も多い。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数、求職者数共に微減が続いている。求人倍率も安定しており、良くなったり悪くなったりという状況ではない。
	民間職業紹介機 関(職員)	雇用形態の様子	・相変わらず求人状況は復興関連、介護福祉、運送関係に偏っている。	
やや悪 くなっている	アウトソーシ ング企業(社員)	それ以外	・東日本大震災関係の仕事が減っている。	
	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・このところの異常気象、大雨などの影響で消費者のマインドが下がっている。かつ、求人に関しても業種によっては求人数が前年に比べて減少している。特に流通を中心にアルバイトを含めて求人が減少しており、かなり深刻になりつつある。	
	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・求人広告は増加しているが人が集まらない。都会で収入の良い仕事へ人が流れているようである。	
悪 くなっている	-	-	-	-