

2. 東北（地域別調査機関：（財）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	良く なっている	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・夏祭りで当地を訪れた客からは、観光するなら被災地に行きお金を使いたいという声が多く聞かれる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数、単価共に増加している。特に買上点数は、震災があった3月を除けば過去3年間で最高値を記録している。暑かった前半に比べ、後半は天候不順に見舞われたものの、日中の減少分を夜間の売上げでカバーしたため、数字上の減少は見られない。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・夏場の繁忙期において季節商材が良く売れ、売上げ前年比をクリアしている。たばこの値上げ効果も大きい。
やや良く なっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べれば、景気は多少良くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・団体客が減少しているものの、個人客が増加しており、各商店の売上は堅調となっている。
		百貨店（企画担当）	単価の動き	・海外ブランド品が先月に引き続き好調である。先月は隣県からの客が買い求めに来ていたが、今月は地元客やフリーの客も増えてきている。また、盆から展開しているランドセルは前年に比べ動きが早くなっている。全体的には、来客数は前年並みに回復してきており、加えて海外ブランド品が好調に推移し客単価の押し上げにつながっている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・月初から夏物セールが好調に推移している。セール向けの商材不足も再三の値下げや商材の追加投入に加え、晩夏や初秋物の定価品でカバーし、婦人服は前年比104%となった。価格にシビアな客も、お得になった夏物セールへの反応は最後まで良かった。また、催事場で開催した秋物先取りバーゲンは、どのアイテムも40～60%オフと破格値で提供した結果、残暑の厳しい時期の開催にもかかわらず客の反応は高く、レザーや毛皮など重衣料の売上が大きく伸びている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、来客数、売上、買上点数などすべてで前年比10%程度の伸びとなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年並みであるが、客単価は前年比110%となっており、特に家族連れの買上点数が増えている。また、商品動向としては、日配商品やファーストフードなどすぐ食べられるものが売れている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・夏の暑さも一服し、クールビズ需要は落ち着いた感があるが、東日本大震災の影響で、盆用に初めて礼服を作る若い客の来店が見られ、そちらが好調となっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・復興需要により、来客数が増加している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前年はエコカー購入補助金終了間際の駆け込み需要で、例年のない活況を呈していたが、今年はメーカーの生産供給が回復してきているものの、前年比15%程度の減少となりそうである。新車販売に関しては個人来場者も着実に戻りつつあるが、商談姿勢は慎重である。また、車種別にはエコカー、低燃費車、低価格車が受注の中心である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で販売量がほとんどなかったため、その頃と比べれば少し良くなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・例年は7月からギフトが動くが、今年は互いに様子を見ながらという雰囲気があり、盆直前頃からギフトが動き始めている。また、他県の被災者が多く転入していることから、他県ナンバーの車で来店する客も多く見られる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりは景気は上向きになっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災に関係した遠くからの見舞いや慰霊のための同級会の集まりなどがあり、前月に続いて、入込は前年比約20%増となっている。

観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・自粛ムードもなくなり、いろいろな面で明るくなった様子がうかがえる。ただし、本来の観光等を目的とする客はまだまだ少なく、東日本大震災の復興関係の客が多くなっている。	
都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・震災等の影響で異動が8月にずれたため、月遅れの歓送迎会が入ってきている。また、送別会及び歓迎会に代わるものとしての宴会が入っている。そのため、数字が伸びている。宿泊に関しては、盆過ぎから入りが若干悪くなっている。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・夏祭りを見に訪れる客は前年より減少したものの、客室は満室となっている。加えて、プロ野球や各種スポーツ大会の開催があり、関係者などで宿泊は上々となっている。ただし、一般宴会は伸び悩んでいる。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・引き続き、震災復興支援のイベント開催での利用がある。また、宿泊、レストラン等も客数、売上共に前年を上回っている。	
旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・来客数がかなり増加しており、個人旅行の売上高は前年比110%となっている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響も落ち着いてきており、景気は上昇傾向にあるものの、依然として景気が良い状況とはいえない。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・当県で月初に発生した豪雨の影響で、携帯電話が使用不能になった人が多く来店し、販売量が増加している。	
観光名所(職員)	来客数の動き	・5月の来客数が前年比30%強であったのに対し、8月は90%まで回復している。3か月前より景気が良くなっているとは感じるが、川下り事故の影響も若干出しており、100%まではなかなか戻せない状況となっている。	
遊園地(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響に加え猛暑、節電などで回復の足取りは今一つである。盆の帰省客需要もさほどではなかった。猛暑で悪かった前年と比べても95%ほどであるが、見込んでいた数字は上回っている。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・キャンペーンによる特別価格で提供していることもあり、単価は下がっているが、新規の来客数が前年比106~110%の間で推移している。	
その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・夏休みや夏祭りで自粛ムードが解消され、人の動きは活発になってきているが、広告への反応などはまだ弱い。	
住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・物流の動きがほぼ正常化し、止まっていた新規受注顧客の動きが良くなってきている。また、じわじわとではあるが不動産の動きも良くなってきている。	
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・東日本大震災後の特需が続いており、生活関連物資を扱う店は順調で、低価格の飲食店も業績は良好である。反面、高額商品を扱う店は苦戦が続いている。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・今月は平泉の世界文化遺産登録に加え、夏祭りやインターハイなど大きなイベントが開催され、観光客の入込を期待したものの、にぎわいは今一つである。
	一般小売店[書籍](経営者)	単価の動き	・消費マインドは一層シビアになってきているように感じる。スーパーなどでも、ポイント付加セール以外の日常の売上については厳しさが増している。
	一般小売店[スポーツ用品](経営者)	来客数の動き	・希望が見出せるような状況になく、悪いまま変わっていない。
	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・来客数及び1日当たりの平均売上は一進一退が続いており、東日本大震災後の落ち込みから回復していない。
	一般小売店[カメラ](店長)	販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、低価格志向が続いており、高額商品の動きが鈍い。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・来客数の増加が全体にプラス効果となり、売上は引き続き好調である。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月も引き続き特需が続いている。特徴的な点としては、盆期間の売上が例年になく好調で、帰省客の増加もあり、食料品を中心に地場産品の土産品の売上が増加している。また、盆提灯や線香、ふくさ、念珠など盆関連商材の売上も増加している。
	百貨店(経営者)	単価の動き	・3か月前と同様、食品の客単価が前年より下がっており苦戦している。

百貨店（販促担当）	来客数の動き	・セールによる動員に前年ほどの好調さはない反面、定価品への関心が非常に高い。なかでも、盆を中心に行ったキャンペーンの反応が良くなっており、売上を伸ばしている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・中旬以降、真夏の暑さから急に涼しくなり、雨の日も多かったことから、夏物商材の動きが止まっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・風評被害で牛肉の消費低迷が続いている。また、桃など被災地の産品を避ける傾向が強くなってきている。一方、22年度産米の売行きが良い。いずれも、食品の放射能汚染問題の影響によるもので、マスコミの報道により消費者の購買行動は左右されている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の来客数の推移は、依然前年を上回っている。特に夕方の来客数が増加している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全体的には若干の改善傾向といえる。来客数は微増で、売上も前年をクリアしているが、たばこ増税による部分が大きいことに加え、震災で中小の商店が廃業に追い込まれたことによる特需も背景にある。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・復興需要により来客数が依然として増加している。天候にも左右されるが、商品全般の動きを見ると、一部商品を除き、特別に良いというわけではない。安定して売れている印象はあるものの、震災後の商品供給が安定した頃と比較してもそれほど変わらない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・商品の供給体制が被災地優先のため、商品の遅延が依然として続いている。
家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数は増加しているものの、販売単価及び売上は前年を大きく下回っている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の供給体制が回復しつつあり、春からの受注残の解消は進んできているが、店頭来場数及び注文数が減ってきている。
乗用車販売店（経営者）	それ以外	・円高、株安、震災、政治などの様々な要因による不安感から、業界全体が伸び悩んでいる。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比80%程度で芳しくない。集客イベントを行っても期待したほどの反応が無く、苦戦している。販売は受注残もあり比較的好調ではあるが、サービス部門は前年に比べ大幅に落ち込んでいる。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・販売促進用のチラシをまいているが、客足はなかなか伸びない。震災の影響で懐が寒いままで、耐久消費財に目が向かないようである。
その他専門店【呉服】（経営者）	来客数の動き	・客は必要品は購入するが、来客数が少ないため、売上の増加には至らない。
その他専門店【パソコン】（経営者）	お客様の様子	・震災関係で忙しくしている商店や企業も見られるが、いまだそうでない人も多く、厳しい状況は変わっていない。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・回復基調に思えたが、7月後半に食品の放射性汚染問題が取りざたされ、食品、特に国産牛肉への風当たりが強くなったため、消費が落ち込んでいる。
その他専門店【酒】（営業担当）	来客数の動き	・観光地や飲食店等の地元常連客を中心に客足が戻りつつあるようだが、動きとしては単価の安いものがほとんどであるため、東北以外の地域への販売活動に注力している。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の観光需要の落ち込みと、前年の猛暑による反動から、販売量は前年割れとなっている。それをカバーするため価格を下げる動きが出てきており、販売減と収益低下のダブルの影響が出てきている。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・震災の復興需要で経営は良くなっているものの、ガソリンは市場が不安定になっており、買い控えや数量限定、1,000円や2,000円といったように金額を決めて購入する客が増えている。
高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・長期不況になる前との比較では良くなっているとはいえないが、東日本大震災後の最悪の状態からは脱し、前年比でも良くなりつつある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・一時良くなってきたように感じられたものの、ここに来て息切れしてきており、安定しない低調な雰囲気が続いている。

都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・盆中心だった帰省客も、今年は震災の影響が各週に分散し、滞在日数も長くなっている。それに伴い、各レストランは昼夜共にファミリー客が目立ち、好調である。反面、この時期ピークとなる宿泊部門は前年を下回っており、一般宴会も予想以上に伸びが悪くなっている。	
タクシー運転手	単価の動き	・より安い車を探して乗っている様子がかがえる。	
タクシー運転手	来客数の動き	・依然として客足は悪い。東日本大震災以降、復興応援のために他県から来ている人は多いが、その人たちは近くのホテルを利用しており、タクシーを利用しない。	
通信会社(営業担当)	来客数の動き	・順調に伸びていた携帯電話の需要も、今月に入りかなり鈍化してきている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・売上が伸びていない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・経費削減への意識の高さはあるものの、設備投資に関する意欲があまりうかがえない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規投資については相変わらず消極的である。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客との商談から好況感は依然としてうかがえない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災から半年近くが経ち、日常生活においても節約することが一般的になったため、消費の低迷が続いている。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・相変わらずまとまった仕事の話が出てこない。住宅関係の仕事はあるものの、資材調達の関係が施工開始までに時間が掛かっている。	
その他住宅[リフォーム](従業員)	お客様の様子	・業界では職人の不足が深刻で、現場が回らない。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・4～7月は明らかに復興景気と思われる消費の伸びが見られたが、今月、特に盆過ぎくらいから景気に減速感が出てきており、その傾向はすべての業種で見られる。
	一般小売店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・販売量の動きが今一つである。ポイントを2倍にしたりセールを行えば良くなるが、そうでない日の特に平日の売上が厳しくなっている。
	一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・例年だと今の時期に出る祭りの関連商材は、中止等により動きが悪い。また、暑い夏にもかかわらず、季節商材の販売も不振となっている。
	百貨店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、人の流れや集まる場所、買物する場所などが刻々と変化しており、客数が減少している。震災関連のイベントなどは仙台で開催されるケースが多く、直接被災していない当地域での集客は厳しい。取引先の販売場所や商品の流れも同様に特定の場所に集中しており、コスト削減のため集約の動きがある。
	百貨店(経営者)	単価の動き	・高額商品の売上が伸びない。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・前年より猛暑日が少なかったためか、飲料やアイスが前年をかなり下回っている。また、牛肉も前年を大幅に下回っている。震災の見舞い返して低価格のギフト需要は好調だったが、マイナスをカバーできるほどではない。一方、故郷への帰省客が増加し、販売点数及び来客数は伸びている。ただし、小麦粉や油の値上げがあるにもかかわらず、平均単価は前年を割っており、前年比の伸び率は先月よりもかなり鈍化している。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・真夏日が12日間続くも、盆明け後、急に涼しくなると同時に消費者の財布のひもも急速に固くなり、景況感も悪くなっている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・食品の放射能汚染問題による風評被害で、国産牛肉及び農産物の売上也産地によって販売不振が続いている状況である。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数及び販売量が落ち込んでおり、結果的に客単価、売上に共に減少している。
	スーパー(営業担当)	販売量の動き	・農畜水産物への放射能汚染問題の影響で、販売量が減少している。

	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・盆明けから気温の低下と天候不順が続いたため、売上は下降傾向にあり、アイス、飲料などは前年を大きく下回る状況である。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・盆を過ぎてから、消費に対してやや慎重になってきている様子がうかがえる。より安価なものを求めるようなデフレの傾向が出てきている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・中旬以降は涼しくなってきたため、来客数は急減し、夏物バーゲンの売上が落ちている。例年なら秋物が動いてくる時期だが、今年は動きが遅い。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所事故による放射能の影響を懸念し、当地を離れて夏休みを過ごす人が増えたことにより、来客数が減少している。
	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・夏物処分は最終になり、動きが止まっている。秋物も入荷しているが、気温がまだ高く足出しは悪い。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年と比べ気温が低いため、夏物礼服の購入客が減っている。
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・天候不順のため、季節商材ではアパレル商品が不調で、夏物処分にも影響が出ている。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送へ完全移行し、集客、販売数量共に落ち込んでいる。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・夏祭りや盆期間の休みで稼働日数が少なかったこともあるが、購入意向のある客が減少傾向にある。
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の発生による仏具等の小物の特需は、今月に入り下火になってきており、震災関連の売上は減っている。
	その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	販売量の動き	・今月は盆休みがあったため、稼働日数が少なく品物も動きがない。また、夏物はほとんど終了しており、注文が入っても納品できないものが多い。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、前月までは忙しい日が続いたが、今月は来客数、売上共に若干落ち込んでいる。
	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・震災復興に関連した特需はなくなっている。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・直接被災していない当地域の生活は正常に戻っているものの、各家庭で節約意識が高まったのか、消費意欲が低下している。
	観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災による会社の減収のため、一時的に従業員の給料を下げている。売上はこの3か月で前年比を上回るまでに回復しているが、減俸措置は継続している。また、同業他社との競争が激しくなっており、商品の利益率は悪い。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ビヤガーデンは5千円で食べ放題飲み放題のため、大変好調に推移しているものの、その他の商品については動きが非常に鈍くなっている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・雇用不足と原発の影響で農産物が安くなっており、生産者の収入が減少しているとの声が聞かれる。
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品のスマートフォンが盆商戦に合わせて投入され、個人需要は例年の販売台数を確保したが、法人からの引き合いは期待を下回っている。また、震災特需も終わり、販売量は3か月前より落ちている。
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・先行きへの不安から、お金を使わず貯める傾向がうかがえる。
	一般小売店 [雑貨]（経営者）	来客数の動き	・前月が夏を先取りするような暑さだったことによる反動か、落ち込みが非常に厳しくなっている。
	スーパー（販促担当）	販売量の動き	・放射性物質の拡散による風評被害で、桃など旬の果物の販売量が前年比15%減で、牛肉も出荷停止の影響から同20%減となっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所事故の影響で帰省客も例年より少なくなっている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客がないどころか、電話が鳴らない日もある。
	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前年同期比や先月比でみると、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	・東日本大震災の影響で低下していた売上は少しずつ回復の傾向にあったものの、今月は前年比30%減となっている。

		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・先月末までは2次避難所として長期滞在の被災者がいたが、仮設住宅等に移住したため収入が大幅に減っている。都市部のホテルなどは復興需要で満室状態だが、ビジネス客が少ない山間部の温泉は夏休みにもかかわらず観光客が激減している。牛肉等から放射性物質が検出された問題で、家族づれなどが敬遠している。
企業動向関連	良く なっている	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月に入り、自治体、民間企業発注の瓦れき処理業務、災害復旧工事の受注内定が拡大している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏祭りの人出が前年より少なかったこともあり、開催期間中の土産需要は厳しかったものの、県外からの注文が多く、前年を上回る見込みである。
	やや良く なっている	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格に下げ止まり感が出てきている。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・震災復旧関連の需要が継続しており、他の支店からの応援社員等で対応している。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物量はやや持ち直しつつある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コスト削減より、先行投資による販売戦略を重要視し始めている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・各自治体からの引き合いが増加しており、ようやく方向性が見えてきた感がある。民間においては大分発注が戻ってきたものの、前年比で8割ほどである。
		公認会計士	取引先の様子	・4月以降、小売業、建設業等のクライアントの業績が前年比で上向きが続いている。
		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	・酒類の販売も順調に推移している。県外からの県産品への支援特需も、若干落ち着いたものの継続している。また、復興関連事業者の滞在により、市内繁華街では居酒屋等の飲食店が好調となっている。
		変わらない	農林水産業（従業者）	それ以外
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・極端な円高の影響や天候不順により、店頭での売行きはあまり良くない。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・復興がらみの冊子や祭り関係の受注があり、売上が若干増加している。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車メーカーの生産がやや回復傾向にあり、自動車部品についても多少は持ち直しているものの、現状の円高水準ではどうにもならない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・復興景気で受注の多い企業がある一方、やっと操業を再開できた企業があるなど、取引先の状況はさまざまである。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅エコポイント制度の締切で駆け込み需要が多く、現在、仕事量はあるが、資材価格の高騰などで利益が非常に少なく、景気が良いとはいえない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響は落ち着いてきているが、その後の大きな需要もなく、良くなっているとはいえない状況である。	
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・今月は祭りの時期でもあり、景気浮揚効果を期待していたが、結果としては東日本大震災の影響がまだあるのか、期待したような効果が得られていない。	
	広告業協会（役員）	それ以外	・復興関係でマスコミ広告は良くなってきているが、今後の出稿状況を見ると芳しくない。特に自動車関係はメーカーの在庫不足などにより、広告が抑えられている。また、住宅関係も受注残を抱え、広告の出稿を見合わせている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・当県の特産品をめぐる復興支援イベントも、そろそろ役割を終えつつある。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆、夏休みの時期であり、復旧復興に対する取り組みも一時休止状態のところがあるが、計画が進んでいるところではコピーの需要が出てきている。	
	その他企業 [企画業]（経営者）	取引先の様子	・大手のハウスメーカーと比べ、地場の工務店は受注量が減少している。特に東日本大震災の被災地においては顕著である。	
	その他企業 [工場施設管理]（従業員）	取引先の様子	・通常便の出荷に加え、チャーター便で対応するなど忙しい会社がある一方、業種が同じでも受注がピーク時の30～40%減となっているところも見られるなど、会社によって景気の状態が違っているようである。	

	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で6、7月くらいまで見られた見舞い返しやボランティアの人たちの食事及び土産購入による特需が全くなり、景気はやや悪くなっている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・上旬から中旬にかけて暑さが厳しかったため、消費が減退している。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費の回復が見られない。業務店も一時は震災特需などがあり回復しつつあるかに見えたが、ここにきて伸び悩んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	取引先の様子	・東日本大震災に関連した仕事の一部が発生しているものの、全体的には通常の仕事の受注が先細りになっている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・大口顧客から大幅な値下げ要請が出てきており、猶予がならない状況である。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・今月に入り、取引先の小売店が5店廃業している。景気は悪くなっている。
		金属工業協同組合（職員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、部品の調達先が国内から海外へ移ったまま戻っていない。
	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	・例年8月は農家にとって最も収入の多い月であるはずが、福島第一原子力発電所事故による風評被害が甚大であり、桃の販売価格は例年の6割、贈答用の注文数は1～2割となっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災や円高の影響により、製品価格が低下している。
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・土木、建築、住宅、配送、警備等の各業種において、震災特需が継続している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・飲食店や販売店で、パートやアルバイトの募集が増えてきている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・保険業界からの新規引き合いが堅調となっており、外資系からは1千万円の受注を獲得している。3か月前よりはやや良くなっている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・3か月前と比べれば仕事は格段に増えているが、通常よりは依然少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・一時期の京阪を中心とした求人のオファーは、夏休み以降、減少傾向にある。ただし、震災直後よりははるかに良く、求人数は上向いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・夏らしい気温の高い状態が続いたため、季節商材の売行きも良く、飲食関連サービスも手ごたえがあるようである。東日本大震災の被災地においても、仮設住宅がほぼ予定どおり完成したことで、一定の安心感が広がり、落ち着きを見せ始めている。被災企業も各方面からの支援を受け、徐々に一部稼働を始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・節電は浸透し、東日本大震災後の自粛傾向も薄らいできており、3か月前より消費マインドは上向いている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業の一部では、事業の拡大に伴い派遣から直接雇用へ切替えたため、求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は低いものの、新規求人は増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・復興関係の求人を中心にフルタイム求人が増加している。最近では沿岸地域での業務開始に伴う求人もあり、3か月前と比べ求人活動は活発である。
変わらない	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・企業は半期を迎えるにあたり、震災後、臨時的に延長していたスタッフの契約を終了している。後任も補充されないため、純減が続いている。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の直後に比べ、求人数ははるかに増加しているものの、職種や内容については非正規案件も多く、景気の下支えになっている様子は依然としてうかがえない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・唯一、介護職員の求人だけは多いが、新聞の求人広告件数は相変わらず低調である。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で4か月連続の増加となり、月間有効求人数も4か月連続での増加となっている。有効求人倍率はわずかずつだが上向きで推移している。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規学卒者を対象とする求人が前年同期比で大幅に減少している。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人の増加基調は継続しているものの、伸び幅が鈍化している。新卒求人も前年とほぼ同水準で推移しており、明るさは見られない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加しているものの、増加幅が小幅となりつつある。また、有効求人倍率は依然低迷している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年比で増加しているものの、正社員の求人は少ない。また、業種によるアンバランスが見られ、依然としてミスマッチが続いている。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-