

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	住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・民間受注も順調であるが、公共建築工事受注が既に 今期受注目標額に達している。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・地域の大型店では例年になく好成績を残しており、 その余波ということもあろうか個々の店でも良くなっ ているようである。特に生活物資関連、食料品が動い ているようである。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・売上は順調に推移している。前月同様、たばこの売 上だけは前年割れしているものの、内容的には良好で ある。来客数も少しずつ伸びており、夕方から夜にか けての客足が良い状況である。近隣の住民の足がコン ビニに向いてきていることが、野菜、果物等の売行き に徐々に反映されてきている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・気温が高くなっているため、水ものの売上が伸びて きている。そのため、来客数も多くなっている。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・来月にはお盆があるので、仏壇関連の販売をしてい る当店としては小物を中心に売上が伸びている。
		その他専門店 〔酒〕(経営 者)	販売量の動き	・お中元シーズンに入り、ギフトが動いた分が売上に プラスになっている。前年同様、お中元のスタートが 全体的に早い。消費者は、ギフトの単価は下げない が、その分家庭で消費するものに関してはより安いも のを求める傾向にある。
		その他小売 〔ショッピング センター〕(統 括)	販売量の動き	・気候が前年よりも暑く、夏物アパレルの動きは前年 よりも良い。しかし、ゲームセンターやレストラン、 フードコートといったファミリー層をメインターゲット とする業態については、消費税増税など政治の不安 定からか、来客数の減少が目立っている。
		高級レストラン (支配人)	お客様の様子	・企業が提供する商品の企画や割引等に対する客の反 応がある。多少無理してもお得な商品を消費しようと する傾向がある。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・4～6月と復興関連の部分で少し落ち着いた感が あったが、9月以降にまた、旅行関係の仕事の見積依 頼が増えてきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みに入ったこともあるかもしれないが、乗客が 途切れない。子連れで出かける人を駅まで送るといっ たことも、平均して1日1回くらいはある。
		観光名所(職 員)	販売量の動き	・来客数は前年とさほど変わらないものの若干の落ち 込みとなっている。しかし、一人一人の購買意欲はあ るようで、客単価が上がり、売上は前年を上回る結果 となっている。
		美容室(経営 者)	単価の動き	・新しいメニューを注文する客が多く、単価が上がっ ている。
		その他サービス 〔自動車整備 業〕(経営者)	販売量の動き	・来客数、販売成約率、販売額ともに増えてきてい る。
	変わらない		商店街(代表 者)	来客数の動き
		商店街(代表 者)	お客様の様子	・今年の梅雨は、雨量が少なく高温多湿の日が多く、 Tシャツなど軽装の夏物衣料が先行して好調となっ ている。反面、梅雨の時の季節商材はさっぱりで、プ ラスとマイナス比較すると全体的にはマイナス傾向で ある。
		一般小売店〔ス ポーツ用品〕 (経営者)	販売量の動き	・今月のバーゲンで売上がやっと前年を5%上回っ ている。しかし、バーゲンのため、単価が低い。また、 安くても必要以外の商品の販売が無い。
		一般小売店〔医 薬品〕(経営 者)	来客数の動き	・感触としては良くなってきている。ただし、前年の 実績と比べると良いが、前年は震災後のばたばたして いる時期であるので、あまり参考にはならない。
		一般小売店〔カ メラ〕(店長)	販売量の動き	・高額商品の販売が好調で、来客数も増加傾向にあ る。販売量、売上共に横ばいで推移している。
		百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・客の動向については、前月と同じような動向が続い ている。

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・本年4月は前年震災の影響で前年比を見れば大幅なプラスとなっており、前年比だけを見れば3か月前に比べ勢いは落ちているが、消費者の購買意欲は落ちているわけではなく堅調さを維持している。また定価品の売上が前年を上回っており、価格が多少高くても欲しいものは買うという購買行動も変わらずに続いている。
百貨店（買付担当）	販売量の動き	・クリアランスの後ずれ、復興需要の鈍化という傾向のなかで、数字の方は徐々に落ち着いてきている。
百貨店（経営者）	来客数の動き	・衣料品は堅調に推移している。足元商圏の来客数が少なく、デイリーな商品群、特に食品が厳しい。なかでも鮮魚が特に厳しい。また、観光客の減少で地元銘菓、特産品など土産品に影響が出ている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・若干上がってきていた1品単価が前年並みに戻ってきている。後半には猛暑も手伝い、飲料、アイス、涼味商材の動きが一気に加速し、買上点数も上がっている。前年比伸び率が下降傾向を示していた買上点数と来客数が、この猛暑で押し上げた形になっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店のチラシディスカウントによる集客減に加え、買上点数が伸び悩んでいる。前年は震災復興特需があったため、来客数、売上が前年比で10%ほどダウンしている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・売上の伸長は前月同様103%で推移しているが、後半になり、前年の猛暑に対して、夏物商材の不振による売上、利益への影響が大きくなってきている。平均気温が前年よりも2.5度低く、これにより夏物商材は前年を10%近く下回っている。夏物不振、うなぎの不振と、この時期としては売上づくりが難しくなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・前年と比べ、来客数、買上点数共に下降傾向にある。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・前月又は前年同月と比較しても、買上単価が落ち込んでいる。
スーパー（販促担当）	単価の動き	・客単価の下落傾向が止まらない。競合他社のチラシでも価格優先型の傾向が強くなっている。買上点数は前年並みに推移しているが、1点単価が下がっている分をカバーするにいたっていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の震災後からの顧客が持っていた購買意欲に一服感があり、来客数は前年比マイナスの傾向が続いている。しばらくは同様の数値で推移する形となるであろう。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年比での来客数減少幅が大きくなっている。特に、7月の梅雨明けまでの気温低下が大きく影響している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年は震災後の自粛ムードもあり県内観光地での客足が鈍かった。対して今年は伸長を期待したが、梅雨明けが遅れ来客数は想像以上に伸びていない。事情は変わるが相殺された形で3か月前と比較し景気は回復していない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・中元商戦最盛期ではあるが、法人関係の受注の減少と単価の見直しが顕著な上、運賃の高騰で発送の手控えもあり、響いている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・6月は来客数もあり売上も多少見込めたが、7月に入ると客足は無く売上もさっぱりである。これから暑くなるため、秋口までは同様の状況が続くと予想される。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・不安定な天候が続き、夏物商材の動きに影響が出ている一方、普段この時期に動きが鈍くなるアウターなどが動いており、売上が安定しない状態が続いている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・エコポイント家電の需要があった前年と比べ、来客数が減少している。前年と比べるとまだまだ数字は半分以下である。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・当県は引き続き復興需要が堅調である。他県に比べるとテレビの停波による影響も少なく、売上は堅調に推移している。今後もこういった電力会社からの賠償金等を見込んでの買物もあるようである。エアコンに関しては、季節的要因があるが平年並みである。

乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車販売面では、エコカー補助金の駆け込みの受注残の登録が進み、前年比では140%前後、前々年比でも10%近い伸びを示している。しかし、今月の受注面では、補助金対象車の生産が間に合わないこと、並びにボーナス支給の低調さから、伸びが期待レベルを大きく下回る結果となっている。
乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・エコカー補助金の恩恵もあり、販売は依然好調で推移している。直近3か月、前年比110%と高い水準が続いている。
自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・車検補修在庫数が低下している。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・月初は来客が少なかったが、後半は多少戻している。
その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・依然として販売量は低水準である。今月はお中元の需要期にもかかわらず、落ち着いた動きとなっている。
その他専門店 [酒](営業担当)	販売量の動き	・お中元の動きがあるが、前年と同じくらいの発注量で、単価も下げ止まった感がある。しかし、飲食店関係が悪く苦戦している。店頭では、引き続き単価のリーズナブルなものや安いものが定番で推移している。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・前年比が95%程度で、ガソリン、軽油が低迷している。そのため、価格を安くして販売をしている状況が続いている。燃料油以外の車関連商品は、新車以外の動きが鈍く、所得の低迷が消費を直撃している。震災復興需要が除染作業にシフトしつつあり、燃料消費がある車移動のあるものより移動の少ない人の作業力にシフトしているため、需要減退が続いている。
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・景気が上向いているとか下向いているといったことは特になく変わらない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・例年だと夏は繁忙期ということで、かなり混みあう時期になるが、今年に限っていえば、これまでの月と同様、低調な状態が続いている。まだまだ財布のひもが固いという実感がある。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・入込客数においては、今月は震災前の年の3割弱、前年の1割強の伸びが見られる。しかし、屋内プールの利用は思ったほどではなく、ムードだけが夏らしさを感じる。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・前年同時期に比べ、やや収益が悪くなっているが、今月は例年閑散期なので落ち込みの幅も少ない。感触としては、総じて前年より低調ではあるが、3か月前との比較では変わらない。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・レストラン関係は店舗により片寄りはあるが、全体としては利用人員が増加している。また、デパート地下のデリカ部門も利用人員が増加している。基本的に利用人員が増加していることは良い傾向だが、反面、目的がしっかりとしているので、個人単価は下落している。いかに追加商品を購入してもらおうか、レストランなら追加オーダーをとる接客術にいかにか磨きをかけるかである。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊部門は下旬から始まったインターハイで高稼働が続くが、このようなイベントがなければ、稼働率は例年並みかそれ以下である。また、レストランの低迷はかなり深刻で、低価格等の対策を講じている。ただし、近隣のピヤガーデンは好調である。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・震災復興の影響が一段落し、前年秋口以降から続いた宿泊、レストラン、会合の来客数もかげりが出始め、来客数は前々年に近い状況となってきている。しかしながら、売上は若干順調を維持している。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の復興もなかなか思うように進まず、被災地は日々忘れられていくようである。時々震災関連の仕事で被災地に行くが、被災地から戻ってくると自分自身も震災が過去の出来事であったかのような街の空気に流される。風評被害により、まだまだ購買力が低迷している。

	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数の動きも販売数の動きも6月は落ち込んだものの7月は回復している。周りを見ても、そんなに落ち込んでいるような雰囲気もない。ボーナスも入り、多少財布のひもも緩んでいるようである。3か月前とあまり変わらない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との会話からは、東北新幹線全線開業効果が出てきているように見受けられる。観光業と建設業は上向きの様子だが、その他の業界は横ばいの様子である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災における家電、自動車の需要も一巡している。一部建設、ゼネコンは好況だが、全体的には景気が上向いていないようである。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の新規設備投資に関して、あまり変化が見られない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談からは好況感のある話は出てこない。一部の企業は設備投資意欲はあるのだろうが、全体的には投資よりはコスト削減策に一層の意欲がみられる。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・オリンピックに向けて、家電などの消費も上向き、関連した商売にも良い影響があると予想していたが、ほとんど変化のない状況である。また、雷雨など不安定な天候が続き、夏らしい暑さもないため、財布のひもが固いままになっている。
	観光名所（職員）	お客様の様子	・前年は高速道路の無料化の効果も見られたが、本年はそれもなく、なかなか上向いてこない。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・梅雨らしい天候で、4週連続で週末の天候が良くなかったが、広告宣伝を震災前の水準に戻し、震災前を10%程度上回るどころまで回復している。
	美容室（経営者）	単価の動き	・単価的には、メニューに更にプラスということはなく、最低限必要なメニューを選んでいる。消費者からすると無駄遣いをしないという状況が続いている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・夏の暑い時期は、婚礼の仕事も少なくなる。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅に関連する仕事は相変わらず多いが、まとまった仕事は止まったようである。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年は東北新幹線全線開業効果があったことに加え、東日本大震災の影響もあったが6月くらいから、東北を元気づけようということで、観光客や県外から当地を訪れる客が多くなっていった。しかし、今年はそういうことも少なくなり、また、電力不足と将来に対する不安が非常に大きいため、需要が冷えている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・道路は車で、スーパーなどは客で混み合っているように見える。しかし、当店の来客数はむしろ落ち気味である。これは、当社がまだ震災による移転のダメージから脱却できず、顧客サービスに十分な力を割く事ができないという要因もあり、必ずしも景気が悪いだけとはいえない。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・月を通して天候不順であったため、特に季節商材の動きが鈍くなっている。価格と商品価値で判断し購買しているが、全体的に消費動向は鈍化している。
	百貨店（経営者）	販売量の動き	・夏物商材の動きが悪い。なおかつ、この時期のもう一方の売上柱である中元の動きも悪い。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・前年と比べて梅雨明けが遅く、夏らしくない天候で、飲料水、氷菓、スイカなどがダウンしている。大切な丑の日もうなぎの高騰で良くない。また、前年あった節電商品のプラスがない。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上は前年比87%で、前年の震災特需の反動が大きい。来客数、客単価いずれも前年割れになっている。高齢者は貧富の差が激しい。比較的裕福な人は買上点数も多く、客単価も2,000～3,000円である。一方、貧しい人は客単価が500円以内である。復興特需の影響は若干あるが、建設関連に従事している人は、アルバイトが多いせいか、客単価も低い。例えば、昼食にしても、カップ麺、おにぎり、パンを購入していく。一方、日配品は、夕方の客を目当てに夕食あるいは朝食を増やしたせいか好調である。特に、1人暮らしの男女が購入していく。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2か月前までは、来客数が前年比100%を超えていたが、今月は90%前半となり苦戦している。客単価は100%を維持している。

コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・中旬までは前年に比べて気温が低く、来客数が伸びていないため、飲料やおにぎり等の主力商材の売行きはあまりパツとしない。単に天候のみによるものなのか、景気動向なのかについては微妙である。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年よりもサマーセールを1週間遅らせたが、遅らせた分の売上がセール期間中に取り戻せていない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・震災特需というか、働いている人が皆忙しくて、いろいろな所にお金が回ってくるという形で当社も潤っていたが、そんな状況もほぼ落ち着き、フォーマルの特需やワイシャツなどの買いそろえといったことも一巡している。客の様子を見ても、前年までの流れと比較すると、少し落ち着いてきているようであり、来客数も少し減ってきている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・夏物のセールが始まったが、盛り上がりには欠ける状態である。欲しいものはセールでなくても購入するし、安くなったからといって購入するわけではない。
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・前年は震災と節電の影響で、フォーマルとクールビズシャツが非常に売れていたが、今期はその反動と天候不順により、動きが非常に鈍くなっている。
衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・春から来客数の落ち込みが続いており、既存店は前年比90%となっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金も財源切れ目前で駆け込み需要を期待していたが、震災復興途上の前年に比べても伸び悩んでいる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年、8月が需要の底であり、9月から徐々に上昇するが、今年はこれまで後押ししてきたエコカー補助金終了の反動が確実に起きる。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金が間もなく終了するため、販売量がかなり落ち込んでいる。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	販売量の動き	・相談依頼や見積依頼の話が多いのは良いことだが、実際の売上には結び付いていないのが現状で、販売数や受注数は減ってきているようである。
その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・大手流通のショッピングセンターが出店し、来客数が減少している。特に土日の落ち込みが大きい。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・夏物の売上が当初見込んでいたよりも大分遅れている。季節商材は天候に左右されるので仕方がないが、前年は節電意識の高まりとともにポロシャツやアロハなどの引き合いがかなりあったのだが、今年はずでに間に合っている状態のようで動きが悪い。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月の連休明けくらいからずっと、業績は悪化している。当店だけでなく、同業他社も同様のようである。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・円高、欧州の信用不安、増税、政局の混迷、そして東北では復興が進まない状況にある。梅雨明けの気温上昇とともに、外出の手控えが顕著になっている。自宅でのオリンピック観戦三昧によるものか。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きでは、やはり日々の忙しさにはむらがあり、忙しい日と暇な日の差がかなりある。全体的にはやや悪い。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・この時期になると当エリアでは、ほとんどの人が海やその他のレジャー施設などにお金を使う傾向があり、内陸の商業地では売上を伸ばすことが難しい。
観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・前年中止した会合等については落ち着いてきている。そのためか、特に遠方からの客が多少減少している。また、近くからの従来の客も、単価等いろいろな条件を直前まで見定めた上で予約をするという状況が続く、まだデフレの状況が続いている。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・8月の予約数が伸びず、厳しい状況となっている。
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・先月末から、夏競馬が2年ぶりに開催されているが、それにより月の前半の週末は特に混み合っている。ただし、料飲施設及び宴会場も含めて、今月の上旬から中旬にかけて動きが非常に悪く、下旬になって何とか持ち直してはいるが、総体的には景気は下向きである。

	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・春先から上り調子な雰囲気が続いていた。6月には大きな学会が当地で開催され、全国から多くの方に来ていただき、宿泊、買物と大変にぎわった。また、JRのキャンペーンもあり、こちらも前年以上のにぎわいを見せた。しかし、客の方も支援疲れといったことがあるようで、7月に入ったとたん、空気が変わったようである。6月のJRのキャンペーンで一息ついたような様子が見られる。	
	旅行代理店(店長)	販売量の動き	・電力会社からの賠償金を購買に使う傾向が一段落しているようである。	
	タクシー運転手	単価の動き	・お盆を控えているためか、乗り控えが非常に多くなっている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・乗客の数が少ない。特に夜は本当に少なくなっている。	
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・夏季に入り、中高年層をメインとした復興支援団体旅行客の動きが鈍くなり、夏休みの主要ターゲットであるファミリー層の動きは思ったより伸びていない。原発事故の風評被害はまだ大きいようである。	
悪く なっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・5月から極端に少ない。街を歩く人も少ない。近くの専門学校の学生も激減とのことである。	
	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・後半はオリンピックの時期にあたるが、深夜の放送にもかかわらず観る人が非常に多いようで、繁華街に人がいない状況が続いている。特に女子サッカーの日はそういった傾向が強いという声は周りからも聞こえてくる。	
	一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・急な暑さになったにもかかわらず、肌掛けやござなど夏物の二次製品の出が悪い。新築ラッシュだが、寝具及びインテリア関係への恩恵はまだない。	
	百貨店(売場担当)	それ以外	・適正な時期に適正な価格で販売するという当社グループの考え方から、本年より7月の夏のセール開始時期が2週間後ろ倒しとなっている。その影響が売上にもろに反映されている。県内の同業他社、スーパー、量販店、また同地区のファッションビルはセールを1日からスタートさせており、客は先に買物を済ませている方も少なくない上、2週間遅らせたことにより、値下げ率が大きく客単価が低くなるという状況も出てきている。結果、予算比、前年比共に落とすような最終着地になりそうである。	
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・来客数が減少している。また、天候不良により夏物商材の動きが鈍い。	
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今月に入りまた徐々に人口が減ってきているのが一番の原因だとみだが、客も余分な買物はしなくなっている。	
	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前年の震災需要も一巡している。また、コンビニ各チェーンの出店が多くなり、既存店の売上が減少している。	
	住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・個人単価は若干増えてはいるが、5月にリニューアルオープンしてから、なかなか高額商品が売れておらず、販売量が厳しい状況である。	
企業 動向 関連 (東北)	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	建設業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・今年度に入り、復興関連工事及び除染業務が受注高の多くを占めており、復興関連が本格的に動き出した感がある。
		輸送業(従業員)	それ以外	・前月より国際貨物量が微増している。
		広告業協会(役員)	それ以外	・流通関係は売上も落ち着いてきたようなので、広告出稿も減ってきている。地元企業の広告活動は復旧が遅れており相変わらず厳しいが、東京出稿のTVスポット、新聞広告は前々年を上回ってきたところもあり好調といえる。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況からみると、3か月前よりは建設業を中心に経営状況が良くなっている会社が多い。
変わらない	農林水産業(従業員)	それ以外	・お中元用の贈答用のももの注文が前年よりも少し増加している。また、地元旅館も少しずつ客が増えてきているようである。	

食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・売上はそう変わりなく推移している。前年はみられた震災の見舞い返しによる特需的な贈答がない分は減っているが、それ以外、全体的な景気は変わらない。	
食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・7月中旬より暑さも厳しくなり、消費が落ちているようである。	
食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は月ごとによりばらつきがあり、前年同月と比較しても安定して多くなっていない。今後も単月で好調であっても、翌月反動で受注量が減少する傾向が続くことが予想される。	
繊維工業(経営者)	それ以外	・6、7月は特に目立った動きが見当たらない。	
木材木製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の動きは、例年6月ごろから需要が強くなる傾向がみられるが、今年はまだ弱いまま推移している。	
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	・最近になって、円高基調となり扱っている製品の大口受注価格が低下している。	
建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・客に自然災害への意識が強く残っており、住宅の外部改修やリフォーム工事に根強い人気がある。	
建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・復興まちづくりに関する案件が具体的に出件したことから、景気の高まりに対する期待感には十分に持てる状況にある。しかし一方では、資機材の品薄や高騰、作業員不足が依然として解決しておらず、停滞感はない。	
通信業(営業担当)	取引先の様子	・ユーザーからの回線提供価格の値下げ要求は厳しい状況にあり、提供条件を調整しながら個別対応を行っている現状にある。	
通信業(営業担当)	取引先の様子	・大幅な経費削減の声が依然として聞こえてくる。	
金融業(営業担当)	取引先の様子	・温泉郷では資金繰りがひっ迫している取引先も出てきている。	
金融業(広報担当)	取引先の様子	・夏物商戦の動きは鈍く、大きな変化は見られない。	
経営コンサルタント	取引先の様子	・大手量販店では夏のパーゲンが始まっているが、集客はある程度あるものの購入額は大きくない。	
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	・前年3月の震災から1年と4か月過ぎたせいか、以前よりは落ち着いてきた様子で、販売力や購買力が戻りつつある。	
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	・繁華街における新規飲食店の開業は一旦落ち着きを見せている。そのような状況下ながら、既存店からの注文も含め、引き続き酒類の出荷は堅調である。	
その他企業[企画業](経営者)	取引先の様子	・地場ビルダーの受注棟数は過飽和状態で、納期対応のための職方確保が困難な状態である。したがって、割高の工賃で人工手配を余儀なくされ利益率の低下を招いている。	
その他企業[工場施設管理](従業員)	取引先の様子	・取引先の出入りの回数も変わらず、取引先の会社の忙しさと納品数なども変化がないと聞いている。	
やや悪くなっている	農林水産業(従業員)	取引先の様子	・業者からの米の過年度精算金の支払が遅れている。
	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年の中元商戦は、震災のお見舞い返しや東北を応援しようとする企画もあり、大きく伸ばすことができた。しかし、今年はそのような追い風もなく、前年比で見ると大変厳しい数字になっている。
	出版・印刷・関連産業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・毎月月末にその月の受注残を調査しているが、ここ3か月、減少し続けており、景気は下り坂の傾向にある。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車部品については、急激な円高とASEAN地域の景気の陰りで、輸出環境が悪化してきている。
	電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・復興特需も一段落した感があり、先の受注見通しは見えないところが多い。
	輸送業(経営者)	取引先の様子	・主要荷主の生産調整及び値引きの要請が来ており、売上減に結び付くことが予想され、早急な対策が望まれている。
	通信業(営業担当)	取引先の様子	・設備投資を控えて、経費削減を優先させている。

		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・我々の業界は、まだ震災関連の受注で恩恵を被っている状態ではない。また、その他の商品も動きが悪くなっている状況である。
	悪くなっている	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・印刷物における価格競争が激化している。節電等々で経費削減が進んだ結果か、これまで特命や随契が許されていた物件が軒並み入札や見積合わせとなっている。
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	・引き続き、人材紹介の引き合いが強い。20～30%の紹介料を払っても、採用したい意向が強く、意欲的である。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・ここにきて復興関連の仕事も受注している。また、新規の事業を検討し始めた客も出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・県外から就職情報誌が進出してきており、求人の動きは活発のようだが、県内企業の新聞広告への出稿は鈍い。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は、大きな人員整理等もなく、事業主都合離職者、自己都合離職者共に大幅に減少している。新規求人は好調が続いており、有効求人倍率も上昇している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・業績は3か月前と同水準である。しかし、損害賠償など原発関連事業や自治体の人材育成事業の入札案件がその大勢のため、変わらない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣業界や食品メーカーでの求人が増えてきており、なかなか充足しない状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人はあるものの、依然ミスマッチが続いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・地元が回復してきて、求人の数も少しずつ増えている。ただし、相変わらず東京のスポンサーの求人がほとんどを占めており、復活というところまでは至っていない状態である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・企業の採用意欲は業種によってばらつきがある。製造業は意欲的だが、サービス業はいまだ消極的である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年とほぼ同じだが、夏の観光シーズンに向け、サービス業の比率が上がっているのが好材料である。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人数は前年同月比で引き続き増加しているものの、製造業を中心に人員整理を行う動きがある。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・特に好転も悪化もしている状況は見られない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・被災地域における復興関連の産業が継続している状況にあり、特にプラスの材料、マイナスの材料は見当たらない。
職業安定所（職員）		求職者数の動き	・新規求職者が一時的ではあるが増加に転じ、その後も前年比での減少は小幅であり、有効求人倍率も低迷している。	
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・円高等の影響により、大手製造業が生産拠点再編を行っており、大量の離職者が生じている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比べて16.5%の減少となっている。また、有効求人数は3か月前と比べて8%の減少となり、3か月前よりも求人数が減少している。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内の大手企業において、早期退職優遇制度により200名を超える従業員が退職している。管内は今後も厳しい雇用状況が予想される。	
	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・企業業績が低迷している。	
	悪くなっている	-	-	-