

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	タクシー運転手	販売量の動き	・最近では以前のように待機にかなりの時間を費やしたりすることがなく、ちょっと走ると客がいる。	
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き		・7月後半からお盆過ぎまで大変暑い状況が続き、夏物衣料も活発で、夏物セールの動きも非常に良く、飲食、アパレル共に好成績を示している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き		・業種別というよりは、拠点別、個々の店により数字の動きがばらばらである。また、客単価の低下傾向は否めない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き		・来客数が前年比105%と好調を維持しており、売上高も同106%と良好である。長引く暑い夏の影響でソフトドリンクが同115%と伸びており、ビール、アイス、デザートも軒並み好調である。唯一たばこのみがマイナスになっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き		・8月の残暑の影響で、来客数が前年を超え出している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き		・最大繁忙期のお盆は天候に恵まれず、来客数は前年を大きく割る結果となったが、好天に恵まれた盆明け後は前年を大きく超えている。客単価も前年をクリアしており、自粛ムードからは脱却したと考えられる。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き		・例年、夏のこの時期はそんなに売れる時期ではないが、今年は酷暑が続いているので、礼服といったものの動きが良い。また、まとめ買いをする客が例年より多く、5月ごろから続いていた低迷期を脱しつつあり、景気は上向きになってきたようである。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き		・猛暑が続いていることで、スラックス、半袖シャツと夏礼服が予想より好調に推移している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き		・今月は雨も少なく、気温も高かったためにビアガーデン等のビールの販売量が良い。また、飲食店がにぎわいをみせるお盆もあまり期待をしていなかったが、帰省客の動きが予想以上に良く、販売量もやや上昇傾向にある。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き		・気温の上昇とともに夏物商材の動きが活発になっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き		・猛暑の影響で燃料油の販売が好調である。販売単価の下落が続いており収益が厳しくなっているが、販売量増で何とかカバーしている。しかし、燃料油以外の販売は低調であり、依然として厳しい状況は続いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き		・決して良いわけではなく、2、3か月前が悪すぎたため、今月は通常どおりになり、3か月前よりはやや良いということである。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き		・お盆前後の予約がなかなか伸びず、どうなることか心配していたが、結果としては予想以上に来客数が伸び、売上も良かった。個人型旅行は直前まで数字が不透明だが、9月から10月にかけて連休もあり期待したいし、秋の行楽シーズンの団体予約も順調に伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き		・前年は北東北インターハイが開催され、多くの人が秋田を訪れた。今年はどうかと心配していたが、天候が良かったことや大きな花火大会が開催されたこともあり、前年並みを確保できている。
		遊園地（経営者）	来客数の動き		・連日暑さが続いたが、猛暑日までにはならなかったことや、雨が降らなかったことから、お盆の週を中心に低迷した前年や震災前に比べても、20%近く増加している。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子		・夏の賞与は前年より増額されたようで、購買力が戻ったような様子がみられる。消費量を伸ばす猛暑も好材料となっている。		
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き		・前年の同時期から徐々に客の購買意欲が低下しており、販売量が徐々に下がっている。震災前の状態に戻っている。	
	商店街（代表者）	販売量の動き		・猛暑続きの毎日に秋物商戦は苦戦している店が多い。	
	商店街（代表者）	来客数の動き		・暑すぎて客が商店街に出てこない。	

一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・例年8月はねぶた祭りで販売量が多くなるが、今年は前年よりかなり落ち込んでいる。
一般小売店〔スポーツ用品〕 （経営者）	お客様の様子	・バーゲンをしても夏物も秋冬物も売れない時期であり、店頭売上が厳しい。10月まで耐え忍ぶしか方法が無い。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・客の動きを見ていると、以前のように頻繁に来ることがない。前年からみるとずいぶん落ち着いてきており、売上自体は悪くないが、店を訪れる人は頻度が少ない人もあれば、足が遠のいている人もいるような状況である。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・長引く猛暑のなか、相変わらず寝具類の商品の動きは鈍い。専門店より量販店などで安い手頃な価格の商品を購入する客が多いようである。
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販売量、売上共に横ばいで推移している。来客数も増加傾向にある。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・夏のセール自体の後倒しの影響により、前月の後半からは前年に比べ、衣料品のセール品の販売量が増えている。また、高気温の影響か、盛夏物の雑貨が活発に動いている。ビアガーデンは前年比130%の伸びとなっている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上は全店で前年をクリアしており、3か月前のトレンドと変化はない。ただし、アイテム別に見ると、前年はお中元を中心に震災見舞いに対する御礼の需要により売上が大きく伸びた食品、生活用品が苦戦している。またクリアランスを後ろ倒しで実施したが、婦人服に関しては定価品、セール共に前年をクリアし成功したとみている。
百貨店（経営者）	来客数の動き	・高速道路無料化が終了して以来、観光を中心にビジネスを含む流入者が少なくなっている。また、気温が高く足元商圏の高齢者等の来客が減少している。特に生鮮三品の売上が厳しく、全体の来客数を押し下げている。また、前年は市が震災復興プレミアム付き商品券を発行し特需があったが、今年は企画が無いことも影響している。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・中旬からの猛暑で、飲料など夏物商材の販売が好調である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・残暑が続く、夏物商材の売行きは好調である。しかし、来客数の前期比は悪く、売上の前期比も来客数以上に悪くなっている。競合店のディスカウントの影響や早朝営業の影響もあり、買上点数、客単価がダウン傾向にある。
スーパー（店長）	単価の動き	・7月は天候やうなぎの不振などにより、売上づくりに苦勞したが、8月は前年と比較して客単価100.9%、買上点数100.1%、1品単価100.7%と前年とほぼ変わらない状態で推移している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、競合店の状況、単価の動きのいずれを見ても変わっていない。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・来客数は前年同期を上回っているが、1品単価、客単価は共に前年を下回り、結果として、売上は前年を割っている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は前年比100%をキープしているが、来客数は前年を数ポイント割っている。3か月前と変わらない状態である。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・各企業とも価格競争が激化し利益の減少が著しく、得意先をいかに増やすかが最大の課題である。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・残暑が続く、夏物商材の消化が進んでいる反面、秋物商材の立ち上がりが遅れている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・春以降同じような状況が続いているが、特に夏物商材の衣類が一時的に上向いたものの売上が続いていない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・大手電機メーカーの不振など、ニュースなどでも景気の良い話題がない。

家電量販店（店長）	単価の動き	・猛暑の影響で、家電製品のなかでも冷蔵庫、エアコン、扇風機といった夏に強い白物はかなり好調である。9月いっぱいくらいまでは暑いという予報もあるので、このまま家電製品のなかでも白物、特に季節要因のある夏に売れる商品が好調に推移するとみている。特にDCモータータイプの扇風機など単価の高いものも省エネというキーワードで売れており、かなりけん引している。逆に黒物はその分ややダウンしている。
乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・エコカー補助金が間もなく終わろうとしているが、駆け込み需要は多くない。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・客の様子もそうだが、販売量も落ちている。リニューアルオープンをして商材の平均単価を上げたため、客単価は若干上がっているが、購入量、販売量が落ちており、厳しい状況である。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・小物が大分出たが、小物なので金額的に売上増には結び付いていない。
その他専門店 [パソコン] （経営者）	競争相手の様子	・取引業者間の話では、全体的な商品や仕事の動きは両極端になっているとのことである。件数が少ないものの忙しくしているところもあるようだが、ほとんどは仕事が切れており、全体的には物流は全然少ないと聞いている。
その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・8月はお盆の帰省などで地元はにぎわうのが常だが、今年は大きな混雑もなく活気がない。高速自動車道の有料化が影響しているのだろう。また、消費税増税のための節約傾向もすでに始まっているようである。
その他専門店 [酒]（営業担当）	来客数の動き	・都市部向けの商材が比較的良くなっている。夏休み、盆休みの影響で飲食店も少しにぎわったが年々縮小傾向にある。大体予想の範囲内に収まりそうである。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	販売量の動き	・夏場の売上確保が非常に難しい。何が売れるのかがはっきりしないし、実際何が動いているのかが全くわからない。商品の絞り込みができない。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・売上の増減もなく、3か月前とほとんど変わっていない。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・仕入の関係で他の経営者と市場で顔を合わせるが、3か月前と比べて下向きになっているようである。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・単価や来店数に大きな変化が見られないが、客との会話では政治関連の話題が急に増えている。会社の景気がどうのとかではないレベルの内容から察するに、多くの人が国の先行きを不安がっているようで、あまり思い切った購買をする意欲には結び付かないようである。
都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・夏の観光資源には乏しい当地だが、今年は復興イベント等があり、例年になく福島を訪れる人が非常に多くなっている。例えば、料飲施設や宿泊施設の動きが好調なものそれに連動しているものと考えられる。また、今年は猛暑であり、当社のビルは駐車場が地下にあるが、路面の駐車と違い日差しを避けることができるため、駐車場の入りが良いという特徴も見られる。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・先月に引き続き、レストラン関連及びデパート地下のデリカ各店については、利用人員が増加している。今年の猛暑による影響も考えられるが、特にデパート地下においては総菜の購入者が増えている。季節感、値ごろ感のある商品を提供した結果でもありと考えている。いろいろな目線、視点から顧客ニーズをつかみ、消費単価の向上を図る必要がある。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門はインターハイや全国大会等で満室日が続いたが、従来の海水浴客はこれらを割り引いても大幅に減少している。レジャーの多様化も一因か。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・被災地復興支援の行事、イベント等で引き続き利用がある。宿泊、宴会共に前年の好調時とほぼ同様であり、今後3か月先までの予約状況も引き続き堅調に推移している。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・個人旅行については前年の夏以降、堅調に推移しており、やや良い状況が続いている。

通信会社（営業担当）	来客数の動き	・先行きの不安感と消費税増税も含めて、景気そのものは下降線をたどっているようである。お盆商戦もそこそこはいったものの、予想したほどの数字ではない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・一部のスーパーマーケットや建設関係の客からは上向きの声が聞かれるが、それ以外は上向いている様子がみられない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・一部のゼネコン系は復興に向けた業務で景気は良いようだが、それ以外の業界の景気は変わらない。	
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・顧客の設備投資意欲に変化はなく、あまり良くない状況は変わらない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談では、首都圏本社の企業の設備投資の話は聞くものの、地場企業からは、ここ数年現状維持との話がほとんどである。経費削減の意欲はうかがえるが、好況に結び付く題材は特に見当たらない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・オリンピックが後半盛り上がり、暑さも継続した割には、テレビやエアコン等の家電の売行きも悪いままである。日常生活においては、とにかくお金をかけないように、消費を抑えたまま、変化の無い状況が続いている。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・お盆前は来客数の動きが鈍かったが、カレンダーも良くお盆休暇が長かった企業等も多かったためか、盆以降の来客数は堅調である。	
観光名所（職員）	来客数の動き	・好天に恵まれ、特に雨も降らず、乗船客数が伸びており、つられて売上も伸びている。	
観光名所（職員）	来客数の動き	・営業活動や広告広報活動により前年並み程度の来客数を維持している。	
美容室（経営者）	単価の動き	・プラスメニューに手を出さないというか、基本的なカットなどをやっている。プラスアルファという意識は低いようである。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑のこの時期、カットをする客が増えるものの、1人当たりの単価はパーマやカラーリングに比べ安いいため、景気の動向には影響がない。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅関連の仕事は切れない状態で続いている。工事の人たちに話を聞いても忙しいという言葉しか聞かれない。しばらくは今の状況が続く。	
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・受注残及び新規受注はほぼ横ばいで安定している。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・記録的な猛暑で、商店街の通行量が日中やや減っている。特に昼のサラリーマンのランチの売上が落ちている。逆にTシャツなど夏物衣料は依然好調だが、値段の高い秋物の動きが鈍く、総体的にはマイナス基調である。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税法案が国会で可決されたことにより、心理的にだが、客は買い控えをしているところが沢山みられる。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数、客単価共に落ちている。また、震災被害により店舗を移転し、店頭の態勢も整っていなかった前年の8月に比べても、来客数、月間売上共に1割近くも落ち込んでいる。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・暑い日が続く、服飾雑貨を中心に季節アイテムの動きが良くなっている。来客数及びレジ客数は減少傾向であるが、明快な目的を持った買物をしており、購買率が高く、客単価は上がっている。
	百貨店（総務担当）	単価の動き	・売上高が減少傾向にある。
	百貨店（経営者）	販売量の動き	・3か月前よりも消費者の購買意欲が減退しているようで、衣料を中心とする夏物クリアランスが非常に苦戦している。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・8月は平均1品単価が前年同月並み。野菜が予想を超えて潤沢に出荷され、単価を下げている。猛暑の影響か菓子類も買上数及び単価を下げている。飲料とアイスの伸びは大きかったが、全体の伸びの鈍化に歯止めは掛けられなかった。決して良い傾向だとはいえない。周囲の話聞くうちは、気力も向上し、持続してきたが、鈍化傾向は当面避けられないとみている。

スーパー（販促担当）	単価の動き	・震災後1年が過ぎてのお盆商戦で、消費の拡大を期待したが、客の購買意欲は引き続き低調である。帰省についても分散型で、かつてのお祭りのような購買等ではなく、消費の盛り上がりには欠けた商戦となっている。お盆であっても無駄な消費はしていない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東京電力福島第一原子力発電所の事故以来、他の地域に避難している人が多くなっており、徐々にまた増えてきている。そういう面では、段々厳しくなっているのが現状である。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数、客単価共に、5か月連続で前年割れしている。売上が伸びているのは、飲料とアイスクリーム関連のみである。昼食も冷やし麺、おにぎりの組み合わせが多く、単価も低下している。高齢者も懐具合が厳しいらしく、小銭が多い。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・7月後半から気温が上昇し、来客数は上昇に転じたものの、3か月前と比べると低めで推移している。客単価も減少してきており、景気は良くなっていないようである。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・7月後半から8月までは気温の高い日が続く、季節商材の販売数量は伸びているが、前年同月と比較すると、たばこの売上が大幅に伸びていた反動により下回る数字となっている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・残暑の影響で、夏物、セール品は売れているが、例年この時期から売れ始める秋物が全く売れていないため、結果的に売上は前年を下回っている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・8月の販売は多くの受注残を抱えていたことにより、前年に比べ20%前後の伸びとなる。一方、受注面では新型車発売が下支えしているものの、エコカー補助金の終了時期が間近に迫って、納車登録が間に合わないことから、新車受注は全般的に伸び悩んでいる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金の駆け込み需要を見込んでいたが、7月中旬から新車の受注が伸び悩み、予想に反して8月の新車販売は落ち込んでいる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年8月は、ねぶた祭り、お盆休み等で販売量はかなり落ちるのだが、今年は、エコカー補助金の反動の兆しは多少あるものの、受注状況は前年比で150%となっている。ただし、これから本格的に反動が起こることが予想される。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・来客数、販売量共に前年比マイナスとなっている。特に販売の落ち込みが激しく例年であれば繁忙期にあたる8月としては過去最悪のペースである。
自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・前年、前々年と今年を比べると、確実に入庫数が減少している。
その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・前年と比べ猛暑日が続いているため、単価の高い秋物アパレルの動きが悪い。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・復興需要も5月末、6月あたりから一段落し、非常に落ち込んでいる。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・今季の猛暑のせいも、客足は伸びない。特にフランス料理が顕著である。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・お盆明けで、会社単位での宴席、懇親会等の利用時期になるが、グループが細分化して、少人数の利用で各所に分散しているようである。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・最近の傾向をみていると、安い物やぜいたくをしないということに慣れてきているようである。そういう意味で、レストランというジャンルについては、客足もなかなか向かないということがいえる。お昼はまだ少し来てもらえるが、ディナータイムは来客がほとんどない日が多い。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・夏休み、七夕まつり、お盆と、夏のイベントがあったものの、団体客は少なくなっている。景気とはあまり関係ないと思うが、猛暑続きで、プール利用の家族客がこれまでで最高となっている。売上は前年より落ちたが、震災前よりは良い。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今年の七夕まつりは、開催期間が週末ではないためにかなり暇であった。また、暑さが続くと温泉地ではどうしても来客数が減る傾向があるため、今年はその通りとなっている。

		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・個人消費がやや減退している感がある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・七夕まつりやお盆で墓参りなどもあったため期待していたが、乗客は少ない。客はタクシーを控えているようである。
		通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・中小企業の業績が下降気味で、賞与もまだ出していない企業が増えている。9月度決算期を迎え、資金調達に対し金融機関は慎重なため、厳しい状況が続いており、消費低迷も悪化してきている。
	悪くなっている	百貨店（売場担当）	それ以外	・例年の8月と違い、7月のクリアランスセールスタートが2週間遅れて立ち上がったことにより、まだまだ夏物売っていかねばいけないところだが、客の心情としては、もう夏物セールには余程の価値がない限り興味はなくなっている状況である。百貨店、アパレル業界では晩夏物、初秋物の秋色夏素材の定番商品をクローズアップし、セールの品薄感に対応している。しかし、秋物がなかなか売れず苦戦している。お盆を過ぎても連日の猛暑により、秋の大々的な立ち上がり下旬以降も、なお秋物が不振なのが一番の要因である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・天候不順等によるゲリラ豪雨が影響した。また、前年、前々年の猛暑等による買物商品の変化や客のお盆商戦に対する曜日回りの変化も影響している。そのほか、北海道で発生したO157等の食に対する不安が見られる。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競合コンビニエンスストアの大量出店により既存店の前年比が下降している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前も悪かったが、景気、暑さのせいにしたくないが、来客の無い日が多い。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・猛暑が続き、来客数が少ない。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・震災による影響が残っていた前年より、今年はオリンピックや猛暑等のためなのか、2けたの減少となっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・お盆が過ぎたせいか、急激に乗客の数が減っている。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
(東北)	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米の需給が引き締まっており、23年産米の精算金が増額されている。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・本格除染が始まり、福島県復興に向けた各プロジェクトの動きが活発化してきている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・既存顧客の動向は相変わらず冷ややかなが、少しずつ契約増への兆しが見え始めてきている。
変わらない		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・好天に恵まれ、ももの糖度が高くなっている。また、お盆前の出荷ができたため、売行きも良くなっている。しかし、風評被害がまだ続いており、回復はしたものの、贈答分は東日本大震災前の7割程度である。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2、3か月前と比べてもやや良い状態にあり、良い状態が変わっていない。BSE問題などもあったが、30か月齢のものは輸入が可能だという方向に流れるなど、あまり問題が無いということを消費者が分かってきたのか、牛タンのファンが戻ってきていることが牛タンの好調が続く理由とみている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年以上の暑さの影響もあり、受注の低迷が続いている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年及び前月と比較しても大きな変動がない。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・猛暑が連続して続き、季節商材の店頭売行きが例年より大分良くない。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需給状況の改善が進まず、販売単価の改善ならず、収益性が悪い。
		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	・円高の影響で業績が回復しない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆を過ぎてもリフォーム工事の問い合わせがある。リフォームの根強い人気が続いている。
		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継続的に続いており、市場環境として大きな変化はない。

		輸送業（従業員）	それ以外	・輸出入共に回復の兆しは見えるものの、目立った動きではない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・削減した人員は戻らず、経費削減が進んでいる。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・エネルギー関連の話が出てきているが、成約には至っていない。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・暑さ対策関連商品の動向に期待したが、効果は限定的であり、大きな変化はみられない。
		公認会計士	取引先の様子	・建設関係の業種については、現在一息ついている印象がある。復興予算が実施されれば、また徐々に業績に反映されてくるとみられる。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売商品のカテゴリ別に見ていくと、計画どおり進捗しているものと、そうでないものにわかれているのが今月の特徴である。
		その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・客からは、震災以降一時的には良かったが、前年10月以降だんだん悪くなっているといった話をよく聞く。1品単価も売上も低くなり、買上点数も落ち、非常に困っているとのことである。
		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	・被災地復興に起因する繁華街などでの復興特需は、既に落ち着いたようである。しかしながら、継続的な夜間人口の増加で、料飲店を中心に依然好調な出荷が続いている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・消費税増税への動きで、一時的に住宅需要の増加が期待できるものの、まだ具体的な商談への発展がない。現在は震災復興地域の需要に対応するのて手いっばいの状況である。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	それ以外	・妹の家庭や、自分の実家や、夫の実家などの経済事情の話をお盆に集まった時に聞いたが、景気は3か月前と変わらないと話していた。
	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	・仙台七夕まつりも平日開催と人出も少なく、気温も高くお土産は苦戦している。お盆の帰省はますますであったが、8月トータルの前年比では苦戦している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	競争相手の様子	・印刷業界は各社共ここ数か月、前年の売上に届いていないようである。
		一般機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・自動車部品については、海外、特にASEAN、中国、ブラジルの景気悪化の影響を受けたことと円高により、輸出環境が悪化している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・大手企業からの受注が減ってきている状況があり、景気はやや後退している感がある。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・複数の荷主の生産調整及び値引き要請を受けざるを得ない状況にある。また、一時期安定していた燃油費が上昇傾向に転じている。
		広告業協会（役員）	それ以外	・オリンピックまでは広告市場も良かったが、オリンピックの終了とともにテレビ広告には秋風が吹いている。9月以降の引き合いは非常に少ない状況にある。エコカー補助金の終了が見込まれる自動車メーカーでは値引き競争などで受注を落とさないようにしているところも見受けられるが、その対策が広告まではまわってこない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・夏休み、盆休暇が終わり、消費マインドは縮小する。
	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	・株主総会後の経費圧縮策が具体的に進められている。全体的なボリュームダウンや、物件数の減少など、厳しさは増す一方である。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
(東北)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・営業職、サービス業の順で求人が活発になってきている。軽作業、警備業のオーダーも一巡し、製造関連や物流での引き合いも少しずつ増えてきている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・ここにきて再び復興関連の仕事が増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・雇用の状況が変わってきている。雇用促進策を反映してか、震災直後の、短期でもいいから働き口をとった考え方から、その期限切れが来て、考え方が変わっている。相変わらず採用側は自治体も含め短期型を想定しているが、応募側は本採用を希望している現状が主流で、そのギャップが出てきている。

	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・業種によってばらつきはあるが、流通やサービス業で一時雇用から正社員の募集が増えている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・消費が拡大してきており、確実に景気は上向きになっている。ただし、製造業に関しては、直接雇用は進んでおらず、派遣求人が増加していることから、製造業は一過性の業務増加の状況とみられる。また、建設業は相変わらず好調が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・円高等の影響で製造は良くないが、製造を除いた建設、サービス、小売、卸売の各業種は3か月前からみると、大幅に増加している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人に関する問い合わせは、3か月前と比べて特に変化が無い。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と同様、求人ニーズは高い水準にある。特にパート、アルバイトなど非正規雇用の求人ニーズは引き続き高いようである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・マスコミでも、テレビ局は前年比100%超と好調だが、現在のところ新聞広告は東京、大阪、仙台、本社とも、やや前年比を下回る予想となっている。しかし明らかな大きい落ち込みではないので、今後の判断も難しい。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は16か月連続で前年同月を上回っているが、24年1月以降続いていた前年同月比2けたの増加率は今月で途切れている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大手企業の生産拠点再編に伴う大量解雇事案が生じているが、求職者数等に急速な悪化はみられない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は引き続き高水準で推移している。新規求職者数が減少しているため、有効求人倍率は上昇している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の動向としては、復興関連の建設系の求人が一段落している。一方、水産加工等の再開の動きによる求人が引き続きいるという状況もあり、トータルとしては変わっていない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人が増え、求職が減る傾向は続いているものの、有効求人倍率の好転の動きは鈍い。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・6月末に地元企業で大量の会社都合退職者が増えたが、新規求職者は前月を下回っている。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月は売上は前年比5%程度、利益は同20%ダウンしている。全体需要の一服感に加え、人材不足が足かせとなりブレーキ感もあり、やや悪くなっている。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・8月に入り、求人数に一服感が見受けられる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告が前年より大幅に減少している。業種的には昨冬の豪雪の影響か、建設及びリフォーム業者の求人は増えているが、サービス業などは減少に転じている。
悪くなっている	民間職業紹介機関（職員）	雇用形態の様子	・近隣の企業にて雇用調整やリストラなどが目につく。
	—	—	—