

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	－	－	－	
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・商業環境が相変わらず厳しいというのは変わらないが、東日本大震災以降、中心部への客数回帰は依然として続いているようである。売上の増加が続いているといい。客単価は全く上がっていないので、来客数が増えていることが救いである。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・週末は特ににぎわいが大きくなり、他県からの人や作業服を着た客が多くなってきている。	
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月に入っても暑かったおかげで、水物中心に販売は例年より好調となっている。後半、一気に気温が下がったため、夏秋の切替がスムーズにできている。デザートを1品追加する男性が増えたことが目立っている。また、主婦の方たちの野菜、果物の購入が好調で、少量販売が受けているようである。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の震災特需の影響が少なくなっており、市内店舗の来客数は前年と同様まで回復している。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・依然として来客数の前年割れは続いているが、減少幅は縮小傾向である。理由は記録的残暑の影響で週末の来客数が大幅に増加しているためである。	
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・主要道路を走行している車の量も多く、来店頻度も高くなっている。	
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・新卒採用予定者が例年より出足好調で、各企業とも幾分景気回復の兆しが見えてきた感はあるが、依然として先行きの不透明さが目立つ。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金が終わるというテレビなどの報道により、駆け込み需要があったため、販売量が少し伸びている。	
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・特に企画等を行っていないが、仏壇の売上が前月、前々月より伸びており、来客数も多くなっている。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・3か月前と比較して、売上高の前年比が高く推移している。	
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・酷暑を乗り越え、米作などの作況指数も良い状態である。地方都市にとって農作物の流通が消費を左右するので、先々の予約などの動きが良い。	
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・当地においては、震災復興に伴う、宿泊、イベント等まだまだ利用がある。前年同時期も繁忙だったが、それに準ずる売上が続き、数か月先までも予約が見込める。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・乗客はあまり途切れることもなく、客の様子を見ている、マイナスのことを言う人は少ない。売上も少しずつ上がってきている。	
		観光名所（職員）	販売量の動き	・天候に恵まれたせいか、来客数は前々年まではいかなかったが、前年比オーバーできている。売店に関しては、来客数の前年比以上に売上が伸びている。ちょっと無駄買いをしてくれるようになったようである。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・秋田県の場合は米の買入れ価格で景気の先行き感が左右されるが、あきたこまちの価格が大幅上昇で、すべての価格が上昇気運にある。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・今期受注目標額を半期で受注するほど、公共、民間共に受注量が伸びている。	
		変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・来街客は少なく、せっかくのイベント効果も残暑のせいか相殺された感がある。一部の物販店や飲食店では業績アップと聞くが、商店街全体には至っていない。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・最近の状況としては、8～9月にかけて天候も良く、店の外を使ったところは、飲食を中心に好成績を上げている。しかし、あまりにも秋物の動きが弱く、夏物商材が少ないため、小売物販、アパレルは大苦戦をしている。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・一般的な不景気感があり、購買意欲が見られない。

一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・客の来店頻度が少なくなる傾向が続いている。景気に関しては良いとも悪いともいえず変わっていない。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず寝具関係の商品の販売は低迷しているが、敬老のお祝い関係で商品が幾分動いている。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・高額商品の販売予約が好調で販売量、売上共に横ばいで推移している。来客数も増加している。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・衣料品が前年より7%程度ダウンしたまま推移している。前年は早期に秋物衣料が好調に推移していた。今年の9月は例年より夏日が10日以上多く、消費マインドは上がっていない。夏から秋への移行時期が目論見とはかい離している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上の前年比は3か月前とほぼ変わらない水準で推移している。前半は残暑の影響で初秋物の動きが鈍かったが、下旬になり気温が下がると商品の動きが出てきた。月を通してはほぼ前年並みの業績になると見込まれる。
百貨店（買付担当）	お客様の様子	・残暑の影響により、秋物の動きは鈍く、来客数の減少が続いている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・7月に開店した大手量販店の影響が大きい。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前期比95%台、売上は同85%と、買上点数の伸び悩みが原因で、客単価減、売上マイナスの状況は3か月と変わらない状況である。競合店のチラシディスカウントや早朝割引等の影響で、チラシ商品以外の買上点数がマイナス傾向にある。
スーパー（店長）	単価の動き	・商品単価の変動はなく、買上点数を増加させようと取り組むものの、買上点数は増加するが、1品単価が下降する傾向にある。また、単価の高い商品の販売動向が思わしくない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・店舗ごとのばらつきはあるが、売上は前期比99.8%である。来客数は若干マイナスだが、買上点数は前期実績をクリアしている。全体では決して上向きとはいえない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数はさほど変わらない。もしくは減っている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・前年同期と比べて来客数は同水準で推移しているが、販売点数は落ち込んでいる。このトレンドは数か月変わっていない。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・この時期にしては来客数が極端に少ない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・残暑が長引いた影響で、秋の立ち上がりが例年と比較して遅れている。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・巷で景気の良い話を聞かない。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・当社は年配者の顧客が多いためか、特に今年の猛暑による来客数が極端に減少しており、その影響が最近まで続いた。多少は回復してきたが、遅れを当月だけではカバーしきれない。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて販売量はさほど変わっていないが、客単価は若干改善している。コスト単価がアップになっているので、実質、単価が同じであれば販売量は下がってきているというような状況である。シーズンに入ってきているものの、耐久消費財なので動きが鈍い。割安感のあるものでないと売れていない。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	お客様の様子	・消費者は欲しいという気持ちは強いが、いざ金額のことになるとかなり渋る傾向が強い。よって市場の活性化はまだ見られない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・9月に入ると販売量がぐっと下がり消費が止まった感がある。お盆を過ぎて平常に戻ったということなのだろうが、今月は特に飲食店への販売量の減少が顕著になっている。このままの状況が続けばお得意先が閉店に追い込まれるなどの影響もあるのでと懸念している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・猛暑が一段落して、自動車用燃料の販売に一時の勢いがなくなってきた。自動車関連商品の販売、特にタイヤが前年の震災特需の反動から減少している。軽油販売が、震災復興需要で堅調に来ていたが次年度にかけて継続するかどうか不安である。相対的に、夏場から比較すると需要が減退しているように見受けられる。

高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・ゴールドデンウィーク以降、非常に悪かったのだが、9月になり予約状況が少し良くなってきている。すぐに数字として出るわけではないが、状況は良くなってきている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数に目立った増減もなく、3か月前と変わらない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は特に、良い日と悪い日の差が極端すぎて、忙しい日と暇な日の格差がありすぎる。単価も全体的に下がっている。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・前年は震災復興支援で入込客数は震災前より3割強多かった。今年は震災支援関係客は多少陰りが見えてきたが、一般企業の動きが見られ、どうにか前年並みまでになっている。また、相変わらず同級会等の客は多い。
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊に関しては堅調な数字を残している。レストラン部門、料飲施設の来客数の動きは、若干値上げをしたことの影響もあるのだろうが、週末は良いが平日は減っている。暑い日が続いたということもあろうが、全体的な動きとしては来客数は落ちている。
都市型ホテル (スタッフ)	競争相手の様子	・全体的にはビジネス客が中心であり、観光客はじわりじわりと戻りつつある。ただ、駅前から数100メートル離れた場所に、新しく当ビルと競合する施設がオープンし、そちらに客がひっぱられているため、どちらともいえない。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・レストラン関係及びデパート地下のデリカ各店については、利用者が増加しているものの、消費単価が月を追うごとに下落している。購入品目については、明確な目的を持って買物をしている傾向がみられる。もう1品、もう1皿の追加オーダーがいただけるように、いろんな目線、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。
旅行代理店(店長)	お客様の様子	・先行の受注状況など大きな上下動なく推移している。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・個人の需要については、前年、前々年を上回る販売数値で推移している。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜も昼も相変わらず客が少ないが、特に夜の客足は非常に少なくなっている。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・来年の消費税増税の影響が出ている。東日本大震災の建築物等の需要増加により建設業界の景気は上昇している。持家の購入等の需要はあるものの、一般消費は相変わらず低迷している。高級ブランド物は売れていない。企業は即戦力を求めており、若者を育てる企業が少なく、20~30代の雇用が低迷しているような状況のため、今後も期待できない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・一般的に客からは景気上向きの話はない。一部通信業界では新型スマートフォンの発売で盛り上がっている。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・特に電機メーカー系の企業では生産体制が思わしくないとのことである。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の新規設備投資意欲に変化は見られない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客との商談から好況感を感じるには至らない。復興関連業種に好況感はあるものの、他業種では依然厳しい状況は変わらない。エコカー補助金も終わり、けん引の自動車も一息ついているように見える。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・例年であれば9月からは、新規加入者も徐々に増加していくところだが、猛暑が続いたせいか、生活必需品ではない有料テレビやインターネットといったエンターテインメントにお金をかける動きにブレーキがかかっている。また、大手の同業他社の値下げ競争にも巻き込まれ、解約者が若干増加している。
テーマパーク (職員)	単価の動き	・復興支援を目的とした客は、お土産品の購入で単価が高いものの、一般旅行者等については、シビアな買い方をしており、総じて単価は上がっていない。
観光名所(職員)	来客数の動き	・3連休は首都圏や他県からの来客もあり、まずまずであったが、その他の期間はあまりふるわない状況である。
遊園地(経営者)	来客数の動き	・中旬までの猛暑や下旬での雨などに足を引っ張られたため、前年は特別イベントで伸びたものの、今年はその下駄がなくなった程度にとどまっている。

	美容室（経営者）	単価の動き	・客は必要最小限のものを望んでおり、プラスアルファで何かをするということはない。そういった状況が続いている。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ここ何か月間、状況は変わっていない。住宅関連の仕事が続いている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・予約の数が極端に悪くなってきている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑から一転して秋めいてきたが、婦人服を中心とした秋物衣料が販売タイミングを逃し、苦戦している。また、生鮮野菜や果物の生育が遅れており、きのこ類は不作である。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・特にない。
	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	来客数の動き	・本当に悪い。店頭販売が伸びないし、夏が長くなれば秋は短くなるので、秋冬物の販売期間が短期間になってしまう。単価が上がる秋冬物でばん回をしたかった。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べてやや来客数が落ちている。震災後の混乱時や店舗移転後ですら変わらず定期来店があった客が、最近来店が間遠いになったり、途絶えてしまっていることに気が付くことが多い。それでも極端な来客数の減少に見舞われないのは、広告宣伝費だけは削らないでおり、一定の新客が入るためである。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・連日の暑さ続きで購買意欲が低下している。それでも来店客は目的を持った方が多く、ヒット率が高い。後半、気温もしのぎやすくなってから巻き返しを図り、ほぼ予算ベースに乗ったものの、全体的には厳しさが残っている。
	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・残暑が続いていることにより、来客数の減少が見られる。
	百貨店（経営者）	お客様の様子	・当地では9月に観測史上最高気温を記録するなど異常な暑さが続き、秋物季節商材が大苦戦している。特に年配の方の来店減が顕著で、外出を控えている様子がうかがえる。
	百貨店（経営者）	お客様の様子	・来客数及び買上点数が減少している。オーダー受注会、宝飾、特別販売会などは好調に推移しているため、完全に二極化している。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・残暑が長引いたことにより、来客数、金額共に下降気味である。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月は、平均1品単価が前年比を割っている。買上点数も来客数も前年比伸び率の鈍化が続いている。やや悪くなってきているようである。
	スーパー（物流担当）	単価の動き	・前年と比較して来客数は増加しているが、1点単価及び買上点数が下がり、総じて客単価の下げが止まっていない。日々の買物でも特売価格を意識して数店舗を買い回りしている傾向がある。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・現在は目的買いが多くなっており、衝動買いなどの傾向は弱くなっている。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・9月になっても暑い日が続いていたにもかかわらず、売上は前年の97%となっている。来客数、客単価も前年割れをしている。今まで比較的好調であった試食系も前年度を下回っている。昼食時の動きを見ても、おにぎりやカップ麺等で済ます傾向が見受けられる。また、たばこもカートン売りが減り、単品で買い求めている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は前年比と同水準で維持しているが、来客数は前年比で5%ほど下回っている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・猛暑が続き夏物関連商材の売行きは前年並みではあったが、前年の震災後のたばこ特需の影響により、前年比での売上は低迷している。	
コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競合店出店が激しく、売上、来客数共に減少している。	
コンビニ（店長）	単価の動き	・天候が良かったので数字は良くなっているが、ここに来て客の買物は価格の安い物への移行傾向が顕著になってきており、徐々に下降線をたどりつつあるような雰囲気がある。	
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・店頭は秋物が並んでいるが、残暑が厳しいため来客数は激減し、売上もかなり減っている。	

衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・残暑が厳しすぎて、秋物の動きが例年に比べて遅くなっている。普通は気温が下がってしばらくたてば動き出すのだが、今年は終盤まで暑さが続いたので、秋物への移行には少し時間がかかるのではないかと。現状は苦戦している。
衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・本来9月は夏から秋へと徐々に切り替わる月であるが、20日まで続いた残暑により、夏物の消化が図れても、秋物の立ち上がりが遅れるといった悪循環になりつつある。
衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・9月は端境期になるが、客の購入状況を見てみると厳しい状況にある。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・前年の9月は復興需要の発生、新車の生産回復により大きな成果を上げることができた。しかし、今年はエコカー補助金の駆け込み需要も勢いを失い、また、新型車販売があったにもかかわらず、来客数も大変少ないため、10%前後の販売ダウンになるのではないかとみている。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金終了に伴い来客数も減り、新車受注の鈍化に拍車をかけている。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・7月以降、全体的にエコカー補助金効果が盛り下がる傾向にあるが、売れ筋の軽とミニバンがやや好調なことから、下げ幅はいまだ少ない。
乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・エコカー補助金切れに近付くにつれて来客数が減少している。つられて販売量も減少してきたが、直近は更に酷い状況である。
自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・販売量の低下が続いている。前年同月比で25%の減少となっている。
その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・厳しい残暑で秋物商材が売れず大苦戦している。
その他専門店 [酒] (営業担当)	来客数の動き	・地方である地元は落ちているが、都市部は若干良い。全体的には微減といったところだが、利益がじわじわと減ってきている。飲食店も残暑が厳しいなか苦戦している。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・総じてであるが、制服にかかる単価がかなり安く推移している。ポロシャツ等への切替えを実施したところは、これから事務服に戻すのは難しいとみられる。この業界も段々と簡素化されていくような気がしている。
高級レストラン (支配人)	それ以外	・ホテル業に限っていえば、復興需要はもはや終焉を迎えた。宿泊やレストランに顕著で、明らかに前年を割り込んでいる。明瞭に数字に表れている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・数年間同じような状況が続いているなかで、なおかつ、主婦の方たちの出足が以前にも増して鈍っているように感じる。以前はランチでもグラスワインなどを飲む客もいたが、いまはほとんどいないという状況に変わってきている。
一般レストラン (経営者)	それ以外	・客の予約状況もあまり良くない。また、同業である周りの飲食店の話を聞いても悪いようである。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・お米の収穫期に入っており、その関連の客が来店しなくなっている。農業が多いエリアでもあるので、毎年この時期にはこの現象が起こってしまう。前月の2割ぐらいの減になる。来店できない分デリバリーを利用する人もいるが、ドリンクや1品物が除かれるので苦しい月である。
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・震災前と比べると来客数は1～2割減少している。
観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・これから紅葉のシーズンであるが、例年より予約の動きが鈍い。忘新年会などの予約を受け付ける時期に入っているが、宴会の動きも無いようである。ただ、直前の予約傾向が強まっているので、判断が難しいところである。
観光型旅館 (スタッフ)	販売量の動き	・休前日など売れやすい日はある程度埋まったが、平日は空室が多く目立つ。売れる日とそうではない日の差が激しく、なかなか安定しない。
都市型ホテル (スタッフ)	競争相手の様子	・中国4省からの経済ミッションと日本関係者約600名の会合で、各ホテル及び市内の経済効果が期待されたが、直前にキャンセルとなり穴埋めする手立てもなく痛手となる。
旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・6月からみると、個人旅行の売上が減少している。

		タクシー運転手	単価の動き	・現在、タクシーは大型、中型、小型に分かれているが、客が小型を選んで乗車する状況が続いている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・先行き不安から、最近では買物意欲が停滞しているような感じを受ける。また、周りからも景気はあまり良くないと聞いている。
悪くなっている		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・厳しい残暑の影響が大きく、なかなか定価品が動かず、セールだけは前年を大幅にクリアしているような状況である。秋物の動きは鈍く、後半少しずつ涼しくなっても前半の負け分が大きく、負け分は埋められない事態になっている。特に、顧客の来店を促せず、前年の顧客売上が大きいブランドの負けが際立っている。前年比、予算比共に、9月は厳しい着地となりそうである。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比9～8割にとどまっている。さらに最近では、レジ単価も減少傾向が見られる。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・前年11月にオープンした競合店が今月20日で閉店した。個人消費が伸び悩むなか、非常にオーバーストア状態が進み、価格競争も進んでいる。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・残暑が厳しく、来客数が少ない。
		—	—	—
企業動向関連 (東北)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	輸送業（従業員）	それ以外	・国際貨物の動きが良くなっている。
		司法書士	取引先の様子	・開発業者による一定規模の土地取得などが見られ、新たな住宅分譲地の取引が見込まれる。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・県からの原発関連の補助金が各家庭に入ったため、しばらくは家計に余裕が出ている。取引先の方の話を聞いても、補助金が入ったので家計が助かったという話を聞いている。	
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	・この夏は好天気恵まれ、ももの品質は非常に良く、売行きが良くなっている。しかし、風評被害は今でも続いており、農協出荷分は東日本大震災前の7割程度の値段である。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米の農協価格は前年に比べて値上がりしたものの、猛暑の影響で収穫量は前年より落ちるので、変わらない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ半年くらいプラス方向に向かっている。前年の東日本大震災後の影響があったとしても、この上向きの数字そのものは前々年の数字を超えるくらいの形で推移している。牛タン業界では景気の良い状態が続いている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節限定の商品はそこそこ動いたが、お土産需要全体としては動きが良くない。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需給バランスが取れず、価格の低迷により収益の改善が進まない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今まで随意契約でもらっていた仕事が、見積競争をさせられたりしており、受注量が減ったりするケースが出てきている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年同月の売上がここ3か月横ばいになっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注製品が半年スパンの短期間で決まり、製品開発もそれに応じて対応していたが、その製品の回転期間が伸びる傾向にある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・根強いリフォーム人気に支えられて受注は順調である。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・予測していたほど大手建設業向けの公共事業が出件していない。一方で、地元建設業向けの公共事業は多数出件しており、資機材や労務費は高止まりの傾向にある。全体的にこう着している状態と見ている。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・今月に入り、震災復興関連の発注に一服感があるものの、状況として大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・小案件ではあるが契約増傾向にあり、上半期は例年並に目標を達成できそうである。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・業績が向上している取引先は少ない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・エネルギー関連、風力発電の受注が出てきている。

	金融業（広報担当）	取引先の様子	・自動車販売でハイブリッド車の増勢が見られるものの、堅調に推移してきたスーパーの増勢が鈍化するなど、全体としては大きな動きとなっていない。	
	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・電力関連の仕事で、これまで随意契約だった物件も、入札や見積競争に変わってきている。じわじわと価格の下落は続き、利益を圧迫している。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店、特に夜型では復興に関わる外部の客が減り始めている。	
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況は一服感が出ており、3か月前と比較し、それほど大きな変化はない。ただし、小売関係の売上、損益は減少気味である。	
	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	・秋の季節商材については例年以上に早い出足である。定番商品もこれに釣られてか、依然として好調が続いている。	
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	・9月に入っても真夏日が多く、小売店での商品の動きが悪い。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量がここ2か月前年を下回っている。今年度に入っても月によりばらつきがあり、総じて見ても景気が良くなっているとはいえない。	
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年にないほどの猛暑が続いており、いまだ秋物商材が店頭で動いていない。	
	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、ASEAN各国の景気減速と円高の定着で輸出環境は悪化してきている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・受注があつという間になくなってきている。2、3か月先が見えない。	
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・主要荷主の生産調整があり、また、値引き要請に対して回答をしているがとまらず、更なる値引きを強力に要請されている。また、荷主の輸出用機械の商談が進んでいない様子がうかがえる。	
	通信業（営業担当）	それ以外	・消費税増税、国際情勢問題や世界情勢の不安で、皆、心理的に不安になっている。	
	広告業協会（役員）	取引先の様子	・テレビ媒体の売上はスポットが8月下旬ごろから下降気味である。遊技場関係は自主規制や売上の伸び悩みから、出稿を減らしている。また、大型小売店、コンビニなどが6月ごろから前年比を割っていることもあって広告を手控えていることも要因となっている。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注をする機会は多くなってきているが、納品、設置など売上に繋がる行為が伴っていない状況である。市場にスピード感がうかがえない。	
		その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・スーパーに納めている特売納価は日に日に安くなってきている。販売量も安くなっていく割に物量が1～2割減っているのが現状である。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・節電意識への過剰な反応から、電化システム機器の販売が伸び悩んでいる。震災直後は多少減少したが、長引く節電ムードがその後の販売台数に暗い影を落としている。	
	悪くなっている	—	—	
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	・特に、中堅中小企業の来春の大卒採用の問い合わせが増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数の全体の数は変わらないが、京阪地域から減ってきており、地元が少しずつ増えてきている。ただし、被災地の求人は相変わらず地元の企業を含め少なく、大工を始め、復興需要の業種がまだまだ主流になっているのが現状である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・リフォーム、建設関係が主であった求人業種は、タクシー、運送、福祉施設など業種が幅広くなり、求人広告量も増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は建設、サービスを含めて、製造以外は3か月前より良くなっている。3か月前より求人が増えているので、景気は良くなっているのではないかと。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人は7か月連続で増加しているが、比例して求職者も増加している。しかし、求人の増加率が多い。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・多業種にわたり求人が増加している。

変わらない	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・市内中心部での事務などの派遣オーダーなどへ、求職者は一切反応してこない。求職者が極端に長期安定志向に振れつつも、様子見が続いているためのものである。求人数に対して明らかに休職者は食傷気味であり、人材の流動化が進まず、ミスマッチが続いている。
	アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・特に大きな変化を感じない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・広告出稿は足踏み状態が続いており、広告出稿額は前年並みとなる見込みである。
	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一方で、製造業での人員整理やスーパーの閉店などがある。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・製造業の大手企業の生産拠点再編により、大量解雇者が発生しており、その影響による景況感の悪化から、一般求人、学卒求人共に減少している。
	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・新規求人数などは比較的増加しているものの、正社員の求人が少なく、派遣、請負やパート、臨時求人が多いため、安定した雇用に結び付いてこない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人は引き続き高水準で推移している。大きな企業整備もなく新規求職者が減少していることから、有効求人倍率は上昇傾向が続いている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人の状況としては、建設業の募集が一段落して、若干の減少傾向がみられる一方で、製造業の再開に伴う求人が高水準で推移しており、全体的には横ばいという状況にある。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・10月からの労働者派遣法改正に伴い、30日未満の期間の派遣が禁止され、その注文発注で企業側に不安感が蔓延している。実際、その対応に追われているものの、注文は途絶えている。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・人依頼数が減少傾向である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・宿泊施設の破たんが現実になってきている。東日本大震災の影響が続いているのに加え、領土問題で中国、韓国の旅行者の激減が大きな理由である。当然、サービス業の採用意欲は最悪になってきている。
悪くなっている	—	—	—