

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	・9月までは残暑が厳しく、ファッション、雑貨関係が大変不振であった。10月に入り秋物が、11月に入り冬物が動き単価が上がっているの、まずまずの成績となっている。飲食は前年同様の成績という形が多い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・前年3月に閉店した百貨店の建物を再利用した新商業施設が一部オープンしたことで、商店街が明るさを取り戻しており、全体の来街者数も1割程度増加している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・必要なものしか買わない状況は変わらないが、意外とプレゼント用品がよく伸びている。プレゼントできるというのは、まずまず良いのではないか。今月の動向を見てみると、良い方向に向かっているようである。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・先月同様、あつらえの手作り布団とそれに伴う二次製品の注文が続いている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前とは販売するアイテムの内容も異なる上、セール品と定価品とで展開内容が違う点、また今月は防寒アイテムの需要が高まり、フリー客の購入が伸びてきたということなど一概に比較できないのだが、11月の防寒アイテムの動きが3週目、4週目で高まったことで前半負けていた状況から一転して盛り返している。特に、好調アイテムとして先週は、非ウールコートやインナー対応のセーターとパンツのまとめ買いが多く見られ、前年比2けたの伸びをみせている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年は震災特需による客数増加が落ち着いた時期であったため、10月より来客数が上向き傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ようやく冬物の準備を始めたようで、注文が少し入り始めている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・11月に入り寒い日が続いたことにより、防寒着が好調に推移している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・毎年恒例の全社員キャンペーンを企画したところ、社員のスケールメリットが大きく、3か月前より販売量等も伸びている。前年までは届かないものの、前年比95%くらい達成している状況である。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・前月、前々月に受けた注文分の販売が今月に重なったため、販売量が伸びている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・気温の低下と初雪の影響でブーツの動きが活発になってきている。前年はこの時期に積雪があったが今年はまだないため、長靴の動きは鈍い。前年の豪雪をふまえて外出回数を減らそうと考えているのか、2足、3足とまとめ買いをする客が多く見られる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・館全体の売上が前年比を超過している。衣料品は、残暑の影響で9、10月は売上が伸び悩んだが、10月中下旬頃から気温の低下に伴い売上が伸びてきている。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・総選挙はマイナス要素ではあるが、歳末を迎えるに当たり、忘年会などの宴席受注が堅調である。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・当社は12月が決算月である。黒字額はわずかではあるが、とにかく来客数を増やし、売上額を増加させることを行った結果、4年ぶりの黒字決算となりそうである。販売単価の下落や、休みも少なく残業が増大している従業員の過重労働の状況などの大きな問題をどう解決するかが課題となるが、売上の良い結果となりそうである。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・3か月前の8月は今年度で最低の状況であったため、11月は約2倍の契約数を獲得している。ただし、9～11月と新規加入者の獲得は横ばいのまま推移している。解約者についてはやや減少しているの、全体としてやや良くなってきている。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・売上状況は、販売額、来客数共に好調である。	
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・消費税増税が確定し駆け込み需要が始まっており、受注増となっている。	

変わらない

商店街（代表者）	販売量の動き	・時節柄寒さに対応した衣料品店では徐々に動きも活発化してきているようである。しかし、街頭でのイベントは寒さにより客足が鈍くなってきており、一時しのぎの感を脱しきれない。震災後再オープンした書店では来客数は期待されたほどではなく、苦戦でのスタートとなっている。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	お客様の様子	・客は購買商品をかなり選択しているようである。さらに、欲しいもののなかでも選んで購入している人が多くなっており、ジャンル別の売上に相当差が出てきている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が震災後最も多くなりそうである。一方で、客単価の減少が顕著であり、結果として、売上は3か月前と同程度になりそうである。来客数が増えているのは、震災後移転した店舗が徐々に周知されて来ているためとみられる。来客数のレベルは改善傾向にあるとはいえ、震災前に比べいまだ格段に低い。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・高額商品の販売量は減少しているが、低価格商品の販売量、来客数はやや増加傾向で推移している。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・中旬ごろから寒さも本格的になり、防寒衣料や防寒雑貨の動きが良い。また、お歳暮の動きは震災需要があった前年に比べると厳しい状況にある。
百貨店（総務担当）	単価の動き	・11月は気温が非常に低く防寒物の動きがあり、少し持ち直しの動きは見られるものの、景気のトレンドとしては落ち込んでいる部分もあるので、今月については判断は難しい。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・様々な営業施策を打ち、瞬間的に売上増になるものの、前年の震災後の特需をカバーするには至っていない。今月中旬以降、年末年始需要の先取り予約等も実施している。特に食品需要だけは、前年来の良いもの志向は更に拡大しているが、衣料品等の落ち込みをカバーするほどではない。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上高は引き続き前年を上回っているが、ここ数か月はほぼ前年比100%をやや上回るペースで推移しており、大きな変動はない。商品アイテムでは、前年特需があったりピング用品が苦戦しているが、服飾関連は冬物を中心に順調である。
百貨店（経営者）	単価の動き	・食品の客単価ダウンを始め、衣料品や高額な毛皮等も前年よりも動きが悪く、宝飾関係も苦戦している。
スーパー（経営者）	単価の動き	・11月の平均1品単価はほぼ前年並みである。チラシ広告等の価格訴求をして来客数の前年水準をやっと維持し、買上点数がやや伸びる程度なので、やっと売上が前年並みを維持している状況である。収益環境及び消費環境はここ3か月同じように良くない状況が続いている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・数か月連続で販売点数が伸び悩み、前年同時期と比較しても厳しい状況である。
スーパー（物流担当）	単価の動き	・客単価は上り傾向で、ほぼ前年並みに推移しているが、数値を押し上げているのは新米の販売であり、その他食品は依然として単価が下がったままである。小売業の価格のディスカウント傾向は変わっていない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比103%と良好だが、来客数が98%と前年を割り込んでいる。売上が良好な原因は相次ぐ販促によるものである。通常は単発だが今回は2回連続して行ったために、来客数の減を買上点数で補った形になっている。買上点数増は景気の影響によるものではない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・既設店舗の売上前年比については夏場からのマイナス傾向が引き続いており、冬場に入っても回復基調の兆しが見られない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の10、11月は自粛ムードから抜け出しその反動で好調が続いていた。現状はその反動で来客数において苦戦が続いているようにみえるが、前々年比だとほぼ横ばいの傾向である。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数、単価共に前年比で大きな差はない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・電子部品関連の企業の閉鎖等で解雇者が多数出て、次の職場がなかなか見つからない状況である。

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・震災特需があった前年と比べると大分落ち着いてしまっただが、客の様子をうかがうと、決して安いものを求めているというわけではなく、必要なものを必要なだけ購入している。単価は割れていない状況なので、全体的には景気は悪くなっていないのではないかと。前年がある意味でバブル的に来客数が増加したというのが本当ではないだろうか。
衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・前年同時期と比べると、来客数は増えているが、買物予算を低く設定しているのが、価格にシビアな客層が増えてきている。
衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・今年春以降、客の動きが良くない。販売量についても購入率は低く、販売に努めても買上点数が伸びない。
家電量販店(店長)	販売量の動き	・景気は横ばい状態である。客は必要以上にはものを購入しない。
その他専門店 [パソコン] (経営者)	販売量の動き	・販売量、件数共にいくらかは増えてきているが、利益がかなり薄いため今までより良いとはいえない。
その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・依然景気の先行きが読めない。東北への観光客も増加しない状況に加え、選挙が財布のひもを更に固くしている。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・防寒着の動きが非常に悪い。その分次の月へ持ち越しになれば良いが、買い控えも多少あるようにみられる。また、客は単価の安い方へ動いている。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・ガソリンを中心に燃料の需要が思わしくなく、前年を割った出荷が続いている。それに伴い範囲競争が強くなり価格が軟調傾向になっているため、収益を圧迫している。幸い寒波が来ているため暖房用の燃料の動きが活発で一息ついている。前年、タイヤの需要において震災の影響で特需が発生したが、今年はその反動で需要が落ち込んでおり、前年並みの販売が厳しい状況が続いている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数の動きは3か月前と比べて変わらない。売上もだいたい変わらない。
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・販売量はもちろん、周りの状況や客の声などを拾ってみても決して良くはない。良いのは一部の復興関連の業種だけである。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・10、11月は秋の旅行シーズンと復興支援の客で入込は多少好況である。なお、業種にもよるが、館内は大変活気がみられる。また、館内消費、特に売店が良い。
観光型ホテル (スタッフ)	それ以外	・特に団体利用についてはデフレの傾向が顕著になっており、まず値段ありきで予約が入る状況が続いている。また、選挙モードに入ったことによるキャンセル等も多少あり、影響が出ている。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・11月に少し売上が伸びたが、紅葉期間が長かったことが理由だとみられる。客の話や聞くと行楽シーズンくらいは旅行をしたいという心理が出てきた様子である。ただ、12月以降はまた平常に戻り、平日の予約が伸びていない。
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・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、利用人員はわずかに増加しているものの、消費単価は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もって買物をしている傾向が見られる。特にレストランについては接待関係の利用が大きく減少しており、ここにきて法人、個人共に消費が低迷しているのが如実になっている。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・前月同様、レストランディナータイムの低迷に歯止めが掛からない。また、選挙の影響とみられるが、数件の宴会がキャンセル又は延期となっている。
タクシー運転手	販売量の動き	・走っている間は普通に客がいる。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・多くの業種の企業を訪問しているが、全般的に景気回復の声はない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客先を訪問しても景気が改善している旨の話は一切無い。一部の企業では震災バブルの話があるがあくまでもスポット的なものである。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の設備投資意欲に改善が見られない。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談から、好況感、設備投資意欲は見受けられない。被災地復興関連業種は継続的に好況感がみられるが、その他の業種からは感じられない。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・3連休は首都圏からの来客も結構あり、それなりににぎわった。それ以外の時期は天候不順の影響もあるが来客数は前年より少なめである。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・9月ごろから来客数は前年比で横ばいの状況が続いている。良くも悪くもないという状況である。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の設計の仕事が続いている状態で、件数はほとんど変わらない。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	来客数の動き	・受付件数が3か月前より10%以上落ち込んでいる。工事待ちだった物件の工事が進んできている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・今月初旬はどこまで下がるのか、中旬はまだ少しずつ悪くなっているという感があつたが、下旬になって下げ止まったかというところまできている。何とか12月へ希望をつなげるところまできているが、クリスマス、年末のボーナスの余波はまだないようである。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・冬の割に気候が落ち着いていたので客足が伸びている。
	百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少が続いており、特に日・祝日は少ない。駅前を中心地は百貨店以外休業の商店や飲食店が多く、街の集客、魅力に乏しい。震災以降止まっていた出店がここにきて一斉に始まっており、新規の郊外商業施設や郊外大型商業施設のリニューアルなどに吸引、分散されているようである。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は減、客単価も競争で微減となっている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・商圏内競合店のリニューアルオープンに伴い、他の競合店もチラシ価格対応などをしており、曜日別の平均来客数が減少傾向にある。また、客はよりチラシ価格に敏感になり、平均単価もダウンしている。競合店間の買い回り傾向が強くなっているようである。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・10月にエリア内に競合店の出店があり、売上が低迷している。競合店の出店により大型店でも小商圏化が進んでいる。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量の他に買上点数が伸び悩んでいる。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・こちらではまだ雪は降っていないのだが、客の動きはだんだん鈍くなってきている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比で約5%ダウンしており、依然厳しい数字である。この状態がしばらく続く。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年と比べると大分落ち着いてきたというが、あまり芳しくない状況である。景気の良い業界と悪い業界の二極化が進んでいるようである。建設関連はまだ良いのだが、一般の電気関係、メーカーその他、電力関係は景気が非常に悪くなっており、全般的には非常に悪い方向に向っているとみられる。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月はコート等の高額防寒衣料が顧客に好調であったが、11月の冬物実売期を迎え、一般客の防寒衣料の動きが弱い。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・急に寒くなって、すぐに必要なコートなど単価の高い物が動いてくれれば良いが、単価の高い物はセール待ちなのだろうか。下見で終わり、今すぐの購買につながらない。
	家電量販店（店長）	単価の動き	・比較的好調のように見えた白物家電も単価ダウンに巻き込まれ、切替え年度の新製品の価格があまりにも高いため、買い控えのような動向が見受けられる。
家電量販店（店長）	単価の動き	・テレビなどの単価が前年よりもまた更に下がってきている。また、好調であるタブレットといわれている情報端末も一部単価が下がってきている。情報端末などの販売量は目覚ましく向上しており、前年比でも2けたを超えているが、情報端末だけではテレビの単価のダウンをカバーできない。白物家電も同じく、季節商材の暖房関係の売上は好調に推移しているものの、単価が下がっている。	
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金の反動減があるものの、前年11月はタイの大洪水による供給減があったことに加え、本年は新型車の発売、そしてエコカー減税効果があり、前年を超えるものとみている。	

乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金の反動が、新車購入目的の来客数が減ってきている。新車受注は大きく落ち込んでいる。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・雪の季節に向かうにつれ、例年、来春の車選びの客が多くなる。前年同様、売れ筋の軽自動車の売行きは好調だが、小型車、特に排気量の多い車種の動きは非常に少ない。
乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・今まで5～7年でリース契約していた客が再リースをすることが増えてきたので、代替がなかなか進んでいない。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・売上のむらが大きくなり、下がり傾向が増してきている。
その他専門店 〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・冬に向けて出費もかさむことから、消費者の買い控え傾向がますます強くなっている。また、飲食店も年末年始に向けての動きが多少聞かれるものの、今月は例年以上に静かであり、何とか仕入れを抑えて乗り切ろうとする雰囲気がある。全体的に物の動きが鈍い。
その他専門店 〔酒〕(営業担当)	来客数の動き	・地元は今月中盤までは前年並みであったが、総選挙の発表から月末にかけて、飲食店の動きが鈍くなっている。都市部向けの出荷は悪くないが、年末に向けた時期としては悪い状況にある。
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・復興パブルははじけ、政局は大混乱し、諸外国の状況も閉塞状態で、明るく上向きになる要素は全く無い。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数が減っている。コンビニなどの競合もあるが、やはり客が外食をしなくなっているのではないかとみられる。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当エリアでは市長選が控えているが、それに追い討ちをかけるかのように衆議院が解散している。政治がらみの動きが強くなると、飲食業は人の出入りが少なくなってしまう傾向にある。
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊部門については、県外からの来客数が3か月前と比べると2、3%は間違いなく下がっている。前月はいろいろなイベントがあったので、全体的な動きとしてはそれほど変わりはなかったが、今月については来客数減が顕著になっている。
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・秋田県はプレデスティネーションキャンペーン中なので、これから良くなっていく可能性はあるが、11月後半からの非常に悪い天気が客の出足を鈍くしてしまっている。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・被災地では復興支援のイベントや宿泊利用により、前年より極めて順調な業績が続いていたが、特需も陰りが出始め、現状の予約及び来月以降の予約状況も前年を下回り始めている。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・毎月、先の販売見込みを作るのだが、今まではその見込み通りか、上回ってきていたが、現在その見込みに届かないという店が出始めている。
旅行代理店(店長)	販売量の動き	・旅行商品をオーダーする動きが、個人の客を中心に目に見えて減少してきている。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・10月までは前年、前々年のいずれも上回る数値で推移をしていたが、11月以降は実績、予測を含め、前年、前々年と同等か下回る受注状況となっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・晴れている日はほとんど乗らず、風が強い日や、雨、雪が降ると客足が若干伸びる。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・雇用の不安定に加え、賃金において経営者が残業を抑制しており、先行き不透明のため消費購買が減少傾向にある。3か月前から節約傾向が見られるようになり、購買意欲もなくなっている状況である。よって、景気はやや悪くなっている。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・来客数もそうだが、売上そのものは2～3割ぐらい減っている。スマートフォンの市場もそろそろ陰りが見えている。新商品に期待をしているところだが、新型の機種が若干売れているくらいで、利益は薄い状態である。
テーマパーク (職員)	お客様の様子	・被災地への復興支援団体の旅行客が減ってきている。支援というお金の使い方ではなく、通常の旅行、観光客としてのお金の使い方をする人が多くなってきている。
観光名所(職員)	来客数の動き	・3か月前の天候に恵まれたフリー客がここにきて減っているようで、やや悪くなっている。

		遊園地（経営者）	来客数の動き	・前年比で一般、団体共に下回っており、全体としても2割以上の減となっている。気温が低いなどの要因もあるが、個人消費に勢いが無い。 ・最近極端に来客数が少なくなっている。
悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・衆議院の解散の翌日から繁華街では街を歩く人が少なくなり、店のオーナーたちは客が全然店に入っていないとこぼし始めている。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大手量販店各社が価格の攻勢を強めており、ロープライスが当たり前という状況になっていることから、売上の減少、利益の減少が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競争店の出店が増加し、売上、来客数共に減少傾向である。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売台数の前年割れが、直近数か月続いている。前年は震災特需があったとしても数字は厳しい。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・復興景気はなくなり、選挙はあり、日本経済はどんどん悪くなっていて、いい材料が全く無い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・レストラン業という職種においては、全く振るわない日々が続いている。11月、寒くなってきたこともあるのか全く客が来ない日もあり、景気は大変悪い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・とにかく乗客が少なくなってきた。日中はもちろん、夜は特に少なくなっている。
企業動向関連 (東北)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お歳暮商戦がスタートし、出足は前年より順調である。しかし、12月に総選挙があるのでお歳暮トータルでみるとどうなるかわからない。いつも選挙のときのギフトは数字が悪くなるので心配である。
		土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税率が上がる前にとマンション建設や、新築工事をする方が増えてきて、発注が右肩上がりになってきている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・携帯端末市場が活発になっている。また、円安傾向に為替が変化したことで、当社の財務状況が回復傾向にある。	
変わらない		農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・りんごの農協販売が終了し精算書が農協から届いた。販売単価が震災前の7割程度になっている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様、今月も売上金額が前年比で110%を超えるような勢いで推移している。牛タンの人気が出ておりブーム的な感がある。
		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、為替相場がやや円安に推移したことから、輸出環境はやや良化している。ただし、中国に向けた日本からの部品の輸出については減少している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間のリフォーム工事の受注が続いている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・復興関連工事のうち、特に地方自治体発注の大型案件の件数が当初の見込みと比較して滞っている。
		建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・労賃高騰等、コストアップのリスクヘッジが解決できない状況が続いている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に低調な状況が続いており、この状態が少なくとも来年の3月までは続く見込みである。ただ、不透明な要素も大きく、先行きを見通すのは難しい。
		輸送業（従業員）	それ以外	・取扱貨物量は変わらない。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・計画外の案件がありマイナス分をカバーする状況となっている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・前年比で伸びている企業が少なく、コストは削り、投資はしないという企業が多い。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・ハタハタは例年より早く水揚げされている。今年は冬場の漁業が期待できそうとの声がある。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・一進一退の動きが続いており、大きな変化は見られない。
		広告業協会（役員）	それ以外	・前年のような震災復興需要は落ち着きを見せ、通常の取引状態に戻っている。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・印刷物の価格下落に歯止めが掛からない。大手代理店や大手印刷会社が、営業フィールドを広げて取りに来ている。そのため、色々な広告物をまとめて安価で受注している状況が多い。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新たな設備投資は市場のなかでは止まっている状態である。最低限復興に必要な商品は横ばいながら売れている状態である。

		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	・県内向け、首都圏向け共に良い水準で出荷が安定している。特に県内では、復興特需に伴う飲食店の新規開業などが続いたが、このところ落ち着いており、一定の店舗数、集客で安定したとみられる。
		その他企業〔 工場施設管理 〕（従業員）	それ以外	・特に変化はない。
やや悪くなっている		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・畑作物戸別所得補償制度の導入により、前年以降、転作の蕎麦の作付が全国的に増えたことから、玄蕎麦の買取価格が大幅下落している。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量が上向かない。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・デパートや専門店等の10月の売行きがシーズンに入った割にはあまり芳しくない。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円安の進行に伴い、住宅部材の価格転嫁がスムーズに進まず、収益の悪化につながっている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3か月、受注量が前年同月比で約10%減少している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・訪問先の企業の多くは受注減が続いている。
		経営コンサルタント	それ以外	・タクシーの実車率が少しずつ落ちている様子が見受けられる。選挙モードに入り、その傾向が強くなりつつある。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況から判断すると、建設業、小売業共に売上及び利益が減少傾向の会社が多くなっている。
	その他非製造業 〔 飲食料品卸売業 〕（経営者）	取引先の様子	・非常に暑かった夏から急に秋がきて、非常に寒い状況が続いている。それにより、缶ジュースからラーメンといったように商品の構成が全く逆になっている。季節商材以外の動きは鈍い。	
悪くなっている		その他企業〔 企画業 〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・節電や原発運転再開の見通しが遠のき、エネルギー事業者からの発注量が激減している。下期にわずかながら上向きになる期待をかけていたがその見通しが大幅に崩れた。
雇用関連 (東北)	良くなっている	-	-	-
	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	・震災関連の仕事が大変増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・商業施設の開業や、デイサービスなどの介護施設の開業などもあり、新規求人は引き続き高水準で推移しており、有効求人倍率も緩やかに上昇している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比43%の増加となっており、今年度最高であった4月と比べても20%増加している。業種別では建設業が前年比91%増加となっている。復興関係により、建設業が大幅に伸びているようである。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・労働者派遣法改正の模様眺めで受注の低迷が続いている。マスコミ各社から総選挙の出口調査業務を受注したが、一過性のため、3か月前との比較では変わらない。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・労働者派遣法規制強化による派遣需要の縮小が著しい。一方、請負、委託化が進んでいるかというところでもない。直接雇用の求人が増えたのは事実だが、企業もおいそれとは採用に踏み切らず睨み合いの構図ができあがった。雇用推進がうまく機能せず、求職者と求人者との理想ギャップが広がっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・相変わらず建築、スーパー、小売、外食産業で求人が活発にある。
		新聞社〔 求人広告 〕（担当者）	求人数の動き	・総選挙が間近に迫っており、駆け込み需要と消費税増税前の最後の追い込みで、地元では正社員募集は少ないが、求人需要が高まっている。ただ、京阪からの募集は目に見えて落ちており、相殺されて結果変わらない状況になっている。
		新聞社〔 求人広告 〕（担当者）	求人数の動き	・求人は3か月前と比べて減っているが、この動きは前年も同様であった。前年の同時期と比べると持ち直しの傾向にある。

	職業安定所（職員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は前年同月比で引き続き増加し、新規求職者数は引き続き減少傾向となっており、求人倍率を見ると景気が回復傾向にあるといえるが、景気が回復しているという実感はない。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・有効求人倍率の減少が続いている。また、事業所閉鎖による大量解雇が発生している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・業況的には、前年の震災で不振であったサービス業がやや回復気味であるものの、全体的には製造業の不振と消費の低迷で厳しい状況が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・復興需要に伴う求人は引き続き好調に推移するなかで、求職者の減少傾向が進んでいることにより、求人倍率は改善が進んでいるが、景気回復を実感できる場面は乏しい。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人数は前年比で増加を続けているが、企業の自己破産等によりまとまった数の解雇が出ており、求職者が前年比で増加傾向にある。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・不景気が続くなか、総選挙はますます経済活動を停滞させかねない。周辺企業の採用意欲は先細っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・12月の広告出稿申込が前年と比べ明らかに減っている。新年の広告も、大手、中堅両方で中止する企業が全国、地方共に出てきており、売上の前年割れは間違いない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人数は前年同月より増加しているが、製造業の求人、特に食料品、繊維、機械器具製造等の求人が激減している。一方、建設業、飲食サービス、生活関連サービスの求人は増加している。
	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・近郊の電子機器企業がリストラを実施している。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・10月から11月にかけての求人数の減少が大きい。特に業務請負業からの申込が激減している。