

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	商店街（代表者）	販売量の動き	・ボーナスが実際にはどのくらい増加したのかは不明だが、ムード的には10%くらい増加しているようである。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売台数が2割増しをキープしている。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・商品を値上げしたことで客単価が上がっている。来客数も増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・12月だからか乗客も不安材料のことを話さない。そして、乗客も途切れない。ただ、走っているタクシーの台数が多いので、個々に見ると大変かもしれないが、今は大変良い状況である。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・周辺で実施されているイベント等の効果とみられるが、12月に入り来街者が増加している。飲食店、ファーストフード店等は即効果がみられる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は減少しているものの、買上点数が10%ほど増えている。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数が上向いている要因の1つは、同じ商業地区のなかに新しい専門店ビルができたことによるとみられる。12月というオケージョンで見ると、3か月前より来客数が伸びている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要なのか、高額な羽毛布団や敷布団などが活況となってきている。特に羽毛布団の販売数が伸びている。増税前の購入品が日々変化している。増税後の季節商材のまとめ買いや、買い置きが起こっている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・天候が安定している面や野菜の相場高もあるが、来客数が安定し、単価も前年を超えている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が前年比で2%増加している。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客単価が前年を上回っている。特に買上点数が改善しており、プラス1品購入されていることが見て取れる。カウンターのファーストフードが伸長している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月よりも来客数の前年比が増加している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・買上客数は増えてきているが、高単価商品の動きが不安定で、縮めると前年並みである。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・客の冬のボーナスも増えている。また、消費税増税前の駆け込み需要が発生している。そして、新型エコカーの発売で新車受注は好調に推移している。ただ、その好調な受注に対し、特にハイブリッド車の供給が追い付かず、販売面では前年越えをするものの苦戦をしている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の売行きが好調で、12月としては過去最高の受注獲得ができています。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が多少あるとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・土日の新規来客数が増えている。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・2～3か月前よりも新規来客数が増加している。新型車効果とみられるが、前年と比べても2割増しであり、先行きにも期待感が持てる。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・前年は天候が非常に悪かったことも影響していたが、前年実績より良くなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・お歳暮ギフトの販売量は予想以上に良くなっている。前年のように大幅に贈り先を減らしたりするお得意様もなく、ほぼ例年通りの動きとなっている。また、飲食店もアルコール類の販売量が上昇傾向にあり、特に週末は良く動いている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・12月中旬以降、来客数が前年を上回っている。これは前年と比較して積雪量が少ないことが原因と考えられる。また、企業による歳暮需要、特に金券の購入金額が増加している。クリスマス直前になって、バーゲン価格となった品物を購入する方が多く見られる。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・クリスマス及び年末年始商品の動きがよい。

	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ 今月は忘年会シーズンだが、復興特需の支援客は全くなくなり、地元企業、特に建設、建築関係や自動車関連の会社が目立つ。内容も、1人当たりの消費単価が多少上がり、館内にも明るさが出る。
	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・ 公共事業はもとより、個人消費に至るまで、変わらず好況が持続している。
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ 消費税増税前で、車と家の購入客が増えている傾向がある。自動車業界は異例の年末に新車発表をしており、来年1月初旬から販売攻勢を仕掛ける予定である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 加入促進イベントを毎週実施している。来客数は大幅に増加し、契約者数も徐々に増加している。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・ 現在開催中のイベント効果で、例年の同時期と比べ来客数が多くなっている。
	美容室（経営者）	単価の動き	・ 年末商戦ということで、単価は若干例月より上がっている。
	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、販売数、客単価のいずれも、前年及び前月より上昇している。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・ 受付件数は前年並みである。供給は消費税増税を意識した工事が増えている。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 無駄な消費はしないという雰囲気がある。特に社用の動きが鈍い。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 現状は寒く、雪も降っており、冬物衣料並びに飲食の動きは前年と変わらない状況となっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 冬のボーナス支給に期待したが、生活必需品に向かう程度で、消費拡大につながっていない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・ 来年4月の消費税率上昇を控え、駆け込み需要は来年3月でピークに達すると予想される。医薬品の購入間隔が数か月から半年間隔の客も多く、既にその助走的な傾向が始まっていると考えるべきだろう。しかし、現状はその割に振るわず、前年比など総合的に判断しても、来客数は横ばいで、単価はむしろ低下気味となっている。
	一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・ 高額商品は新商品の販売が好調である。しかし、低価格品の動きは鈍く、横ばいで推移している。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ 上旬は必要なものだけを慎重に買っている様子が目立っていたが、ギフト、自家需要共に中旬から下旬にかけて商品の動きが良くなっている。クリスマスギフトは小物を中心に雑貨系が動き、防寒アイテムは天候、気温に左右されながらも高単価のものがより活発に動いているものの、月全体をカバーできるほど大きい伸びはない。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 消費者の消費マインドに大きな変化は見られない。時計、宝飾は相変わらず好調である。高額品ではなく手頃な価格の商品が動いている。消費税増税前の駆け込み需要は、顕著な動きは無いがコートなどの生活用品で来年買うなら今年買っておくとといった動きが一部見られる。
	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・ 担当する売場では、圧倒的にフリー客の数が減っている。顧客は前年同様だが、近隣にファッションビルができたということもあり、若い人たちは多少そちらに取られているようである。フリー客の減少により、今月売れるべきコートの枚数も大幅に落としているのが現状である。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・ 12月前半は好調だったが中旬から減速している。既存店の平均1品単価は前年比2%強の上昇があったが、買上点数と来客数は前年を割り込んでいる。既存店売上は前年比横ばいである。地方の消費者の財布のひもはやや固めである。消費環境は変わらない。
	スーパー（店長）	それ以外	・ 既存店売上は前期を上回っているが、原料高による仕入値入率の低下や電気料金など光熱費の増加による販売管理費の増大といったことで、売上の伸び以上に費用の増加が大きくなってきており、企業経営は厳しい。消費が伸びてもコスト増で利益が圧迫されれば何の意味もない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 買上点数、販売量のいずれも変わらない。	

スーパー（物流担当）	お客様の様子	・特売やポイントセールなど販促策によって来客数、売上は上向しているが、1人当たりの買上点数は前年を割った状態が続いており、必ずしも景気が上向しているとはいえない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月同様に新店の影響で来客数が減少、それに伴い売上も減少しており苦戦が続いている。その他、客単価、買上点数等の数値は変化が無い状況である。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年割れの状況は続いている。競争環境変化が一周するまではこの傾向は続く。
コンビニ（店長）	単価の動き	・消費税増税を前に競合店の出店が加速しており、既存店の淘汰が進んでいる。また、降雪次第では動向が読みづらい。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ようやく防寒衣料が動いてきたが、他店と比較した上でより価値が高いと思う商品を購入している。財布のひもは依然固い。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・お歳暮商戦は最終駆け込みの受注で多少の動きがあるだけで終了した感がある。法人関係では消費税増税で3月までの納品の話が増えてきている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今までは駆け込みで、年内もしくは年明け一番の納品を望む客からの問い合わせや注文が数件あった。しかし、ここに来て、注文はあるものの「急がないのでゆっくり、丁寧に」といったことや「安くしてほしい」といった要望を言われるようになってきている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・消費税増税の影響により、消費マインドが低下しているようである。
衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・来客数は戻りつつあるが、客単価が戻っていない。必要最低限の購買はまだ続いている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は依然減少している。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年と比べ1割ほど減少している。販売内容は良いが、来客数が絶対的に少ない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・当県は復興需要もあり、新築、引越し等での家電の需要はうかがえる。しかし、農業などを中心とした客からは、農産物があまり売れないという話もあり、需要は今のところやや停滞している。
住関連専門店（経営者）	単価の動き	・今月も単価の高い商品の売行きが鈍く、単価の低い小間物商品がよく出ている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・年末だが飲食店が思ったほど良くない。また、比較的手堅くて単価の手頃な商品が動いている。売上総体では、一進一退といったところである。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	お客様の様子	・客は消費税率が上がる前の購入を考えているようだが、商品の供給や人手が足りず、納品や作業ができなかったりすることにより、売上には結び付いていない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・年末で防寒着の需要が高まると思っていたが、なかなか受注に結び付いていない。業種によっては、防寒着の貸与年数が2～3年となっているので、毎年の注文にはならないところが痛い。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・例年どおりの寒さが続いているため、暖房用燃料の出荷は順調である。ガソリンの販売も順調であるが、収益が取れていないため、以前より改善しているとはいえない状況である。
高級レストラン（経営者）	単価の動き	・景気はあまり良くないが、だからといって非常にどうしようもないわけではない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月は忘年会シーズンなので、当然前月よりも忙しいが、前年比でいえば同じくらいである。
観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・12月決算だが赤字で終わっている。前年はあった期末手当も無くなり、悪いままと印象しかない。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・デスティネーションキャンペーンの効果を期待したが、宿泊は前年比105～110%となっている。客はかなり来ているが、街全体を押し上げてくれるレストランや宴会にまではなかなか回っていかない。若干、お土産物がよく売れたなという感じである。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・販売量は3か月前と比べて伸びても落ちてもない。
タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず夜間の乗客は非常に少ない。
通信会社（営業担当）	単価の動き	・一見景気が改善しているように見受けられるが、物価が上昇しており、現状は従来のまま推移している。景気の変動はない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に積極性があまりうかがえない。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客との商談からは、好況感は相変わらずうかがえない。報道されているような冬季賞与増は大手一部企業のみであり、地場系企業で賞与増の話は聞こえない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客先を定期訪問しているがその際の様子を見ても、特に変わっていない。
	テーマパーク（職員）	単価の動き	・利用客層の影響で前年よりは良い傾向にあるが、景気の良さはあまり実感できない。買上点数に大きな変化はない。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・団体予約数は前年と特に変わらないが、最近、天候の悪さが全国ニュースで放送されるためか他の理由によるものかは分からないが、フリー客が入ってきていない。客単価自体は若干増加しているが、いかんせん来客数が少ないため、前年まで届かない状況となっている。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・冬季に入り土日祝日のみの営業であり、大勢をつかみにくい。中旬まで比較的暖かかったこともあり、来客数は前年より2割良くなっている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・最近来店しなくなった顧客がカラーリングは市販のものを購入して自宅で行い、カットやパーマも安いお店を探して行っているという話を聞いた。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・年末で慌ただしさはあるが、仕事量が増えているわけではない。今年中に終わらせて欲しいという要望があるための忙しさである。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・受注量が安定している。
やや悪くなっている	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・期待した年末商戦はお歳暮やおせちなどの動向に象徴されたように微減となっている。また、時計以外の輸入商材の動きも厳しくなっている。ここきて、震災後の復興需要、絆消費に陰りが出てきた感是否めない。一部衣料品の高単価商品は増税前の駆け込み需要がみられる。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・12月の日曜日は車や家電量販等々の耐久消費財を販売している店に人が流れている。食品については、節約、節約志向が高まっているため、日曜日の売上が落ちている傾向にある。
	スーパー（店長）	競争相手の様子	・12月に入り、競合各社ともにチラシ価格ディスカウントによる集客合戦が激しくなっている。前月までの伸び率がやや鈍化している。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・建設業の仕事もある程度終わってきており、年末にかけても例年どおり動きが鈍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	・年末商戦は3連休最後の23日にクリスマスパーティーをする家庭が多いことがうかがえた。近隣の大型ショッピングセンターに客を取られ、来客数は前年比、売上共に振るわない。コンビニおせちの予約も、品質は向上しているのだがまだ認知されておらず苦戦している。全体的な売上も前年比5%減少している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・本来12月は来客数が増える時期だが、非常に反応が鈍い。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・野菜の価格が高騰していることに加え、物価も徐々に上がってきているということもあり、コンビニからスーパーやディスカウント店に客が流れているという実感がある。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・経営している全店が前年割れをしている。先月開いた新店も日販が厳しい状況にある。客の購買欲は以前よりもうかがえるが、乱立やドミナントによる飽和状態で共食いになっている。
	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・車検入庫台数が減り、1台当たりの車検に伴う交換部品費用も減っている。エコカー減税による買換え時の1回目の車検が入庫しているため、交換部品はほとんどないものとみられる。
	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・12月に入り客の動向が年明けの正月初売りに向けての品定めだけで、売上につながっていないというのが現状である。

	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・クリスマスの営業を終えての感想だが、レストランでたまには高いお金を払ってコース料理を食べようというような方々が年々減少している。スーパーなどで買って家でこじんまり過ごしたり、居酒屋などで安くすませようというような雰囲気が蔓延している。財布のひもが固い状態が続いているし、ぜいたくをすることが日常的になくなってきているというのが現状である。
	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・12月は例年よりも客単価が3～4割低くなっている。来客数は伸びているので、景気が下がっているとは一概にはいえないが、来客数が多くても単価が悪いため前年よりも大分悪い状況である。
	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・年末年始の注文内容のグレードが、前年よりも平均してワンランク下になった客が多くなっている。
	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・11、12月並びに年末年始については、まずまずの予約状況、来客数が続いている。しかし、年明け以降については下振れ傾向になっている。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・忘年会や新年会の予約が減ってきている。また、平日の入込も減少傾向にある。夕食時の飲み物の注文も控えめであり、全般的にリーズナブルな利用形態が多くなってきている。消費単価は減少傾向にある。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前月に引き続き、大幅な前年割れであるレストランの動きが悪い。消費者マインドの冷え込みと食品表示問題の影響があるのかもしれない。とにかく信頼回復あるのみである。心配していた百貨店のデリカ部門については、利用数、単価共に回復基調になってきている。客のニーズに合った商品の提供を心掛けて、さらに細やかな接客で対応した結果であると考えられる。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・当月の売上を左右する高額商品のおせちの販売個数が前年の2割減となっており、かなりの痛手となる。販売委託をしているデパートでも、他商品全体で80～90%とこのことなので、大型正月連休が影響しているのかもしれない。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・震災被災地で2年ほど特需が続いていたが、現在は震災前の状況に戻っている。来客数、イベント数共に前年を下回り、来月以降の問い合わせ件数、予約売上も前年に比較してやや弱含みとなっている。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊は前年並み、宴会は前半伸びず低迷、婚礼は相変わらず悪くなっている。レストランもクリスマスディナーはそこそこ入ったが宴会同様前半の落ち込みが響き、マイナスとなっている。
	タクシー運転手	単価の動き	・年末を控えていることに加え、消費税増税という重圧に耐えかねているのか、だんだんと乗控えが目立ってきている。
悪く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街は閑散としている。ボーナスが出たという気配すらない。
	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・12月はアベノミクスの効果が一般消費者まで影響し、繁華街は特に毎日人が出るだろうという噂が周辺で流れていたが、むしろ前年より非常に悪く当店では売上が10%ほど下がっている。月曜日から木曜日までは全く普通と変わらず、金曜日と土曜日のみ非常に混雑しているという状況である。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・冬物セールの時期だが、今一つ盛り上がりに欠ける。先月からの落ち込みは、なかなか回復できない。
	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数はボーナス商戦の盛り上がりもなく、12月中旬以降は本当に通常と同じような状況に戻ってしまっている。震災特需が残っていた前年、前々年に比べ、12月中旬以降の来客がない。12月中旬は買い控えて初売りに向かうという2010年以前の動きに戻ってきている。
	その他専門店[靴](従業員)	販売量の動き	・来客数、客単価共に減少している。ワンランク下の商品を購入している。
企業 動向 関連 (東北)	出版・印刷・同 関連産業(経理 担当)	受注量や販売量 の動き	・3か月前の売上高は前年を10%ほど下回っていたが、今月は前年を10%ほど上回っている。
	建設業(従業員)	競争相手の様子	・官庁発注の大型復興案件の受注者が決定してきている。

	広告業協会（役員）	それ以外	・新聞広告正月元日号はナショナルスポンサーの出稿が多く、久々の増頁が見込まれている。また新聞の初売り広告も好調で特集号やテレビの特別番組も完売の様子が見受けられる。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元向け出荷については前月、前々月と比べ大きな動きみられないが、年末にきて首都圏への出荷が大きく伸びている。特に定番品の出荷に伸びがあり、料飲店向け、広域流通店舗向けの出荷が貢献している。
やや良くなっている	食食品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・我々の業界では消費税増税による消費の低迷などは関係なく、順調に例年とほぼ同じような流れのなかで景気は動いている。
	食食品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・師走は販売量と利益が1年で最大となる。傾向は今年も変わらず、ほぼ例年並みで推移している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・半導体関連の大手工場の業務が増えたことで、関連する下請企業にも仕事がかさみ始めている模様である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・電子機器の新製品の開発が活発化している。ここ数年は開発スパンが徐々に縮まりつつあり、品種も増えている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・円安の進行により、自動車産業は凍結していた設備投資を段階的に行っており、中小企業への波及効果はゆっくりだが出ている。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の荷主もあり、全体的に物量が増加しつつある。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・新事業を始めるに当たっての設備投資、そして運転資金需要など、前向きな資金ニーズが出始めている。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・販売量が増加している。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・街中は例年より人出が多い日が続いている。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・運送のトラックの荷物の積み下ろしに時間が掛かっている。物流が多くなってきているようである。
変わらない	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・ふじりんごの個人出荷、注文数、販売額のいずれも前年と同程度で、震災前の8割程度となっている。
	食食品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・歳暮需要は思ったほど動きが良くない。月末のおせち販売でどこまで売上を確保できるかである。
	食食品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年比5%減が継続しており、悪い状況は変わらない。
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・天候の影響で店頭での販売が良くないため、先物の春物の展示会の受注が今までになく悪くなっている。
	土石製品製造販売（従業員）	それ以外	・賞与や給与が多少増加するなど、一部で上向き傾向はみられるが、雇用の面では人員削減があったりするなど、すべてにおいて上向きになっているわけではない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品は輸出が比較的堅調であることに加え、消費税増税前の駆け込み需要もあり、比較的堅調に動いている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前ということで、小口工事の受注が続いている。市民の増税に対する意識が強いことがうかがえる。
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税に伴う受注増は、量的には9月から落ち着いている。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・微増ではあるが新規受注は伸びている。全体的に防災関連の案件を中心に上向き傾向である。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・景気が上向いているのは建設業のみである。
	公認会計士	取引先の様子	・建設関係は業績としては利益を計上している会社が多いが、そうはいつでも突出した状況でもない。他の小売り、サービス業も売上、利益共に小康状態である。
コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月以降、苦戦状況に変わりはない。一部の季節商材を除き、売上も低迷している状況である。	
その他企業〔企画業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・見積査定基準が前年より厳しくなっており、問答無用で値引きを要求されることが多くなっている。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・転作物物のソバの出荷価格が、例年にない低価格となっている。
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の資材価格の高騰と商品価格の低迷で採算が悪化している。

	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・用紙メーカーによる印刷用紙の値上げ分を単価に反映できない状態である。結果、原価だけが上昇している。		
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者、生産者、メーカーのいずれの話聞いても、単価等ほとんどで前年を割っており、大変苦戦しているという状況である。		
	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	・飲食店、外食産業を中心に中途採用が継続しているが、なかなか数の確保ができず、採用活動が継続している。	
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・1月の仕事の予約が多くなっている。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・仙台圏に限っていえば、サービス業や流通を中心に募集広告も増えている。流通中心に年内の駆け込みもあるが、地元プロ野球球団が日本一になった高まりがそのまま年末商戦に継続している感がある。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込数が増えてきている。勤務地が首都圏の求人が多いことは気になるが、地元募集も確実に増えている。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・県内は例年と変わらないが、大阪、仙台、東京の県外3支社で新年の出稿状況が良い。	
		職業安定所（職員）	それ以外	・有効求人倍率が2か月連続で上昇しており、過去2番目に高い倍率となっている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数はスマートフォン部品やパン製造、客足が戻ってきた飲食業、デイサービス施設の新設等の福祉関連で増加し、前年比増加が続いている。求職数はまとまった企業整備が数件あり、前年比減少が続いている。	
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は9か月連続して減少している。特に、11月は17.6%の減少だが、米国の大手金融機関の破たん以来15%を上回る減少は初めてである。求人は微増傾向である。	
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は前年同月比6.5%減少し、事業主都合離職者も常用で27.3%減少している。また、雇用保険の一般受給資格決定件数は22.6%減少している。	
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・製造業は相変わらず変化がないが、その他の業種では求人が増加傾向にある。	
		変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・求職者（派遣登録者）が集まらない。
			職業安定所（職員）	求人数の動き	・新たに仕事を探す人の数は減少しているが、求人数も減少している。
			職業安定所（職員）	求職者数の動き	・目立った企業整備等もないことから、増減はあるものの求職者の減少傾向は続いている。新規求人も前年比で減少傾向にあるが、悲観的な状況ではなく、3か月前と比べての状況はあまり変わらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、新規求人倍率共に、3か月前とほぼ同数である。	
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・第2四半期終盤から派遣社員数で150名規模の他社営業譲渡を受けた。それにもかかわらず、売上推移は前年比現状維持で、販管費は前年比10%増となっており、営業利益は前年比で半減している。	
	悪くなっている	—	—		