

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 | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | 販売量の動き | ・早々と訪れた極寒の影響と震災の影響で買い控えをしていた客が落ち着きを取り戻し、購買意欲も増してきている。仮設住宅に住んでいる人も復興支援で支給された寝具では寒いらしく、買換えをする人も多くなっている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・先行きが相変わらず不透明で不況感はあるが、政局の安定並びに今後の社会保障、将来に向けての期待度が高まっているので、少し景気は上向く。 |
| | やや良く なっている | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | 販売量の動き | ・クリスマス及び年末のギフトの状況が前年に比べてやや良くなっている。客単価があまり伸びていないことは心配だが、徐々に上向きにはなっている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | 単価の動き | ・前年に比べて高い商品が売れている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・来客数の動きは前年と変わらないが、販売量の動きは多少良くなっている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・例年12月は繁忙期となるが、この12月はここ数か月の改善傾向の延長線にあるといえそうである。データ的には来客数の増加となって現れている。また以前と比べ、高額の商品を買う前に悩んだりする様子が薄れてきているようである。建設関係の客から直接景気の良い話を伺うこともある。 |
| | | 百貨店（経営者） | 来客数の動き | ・これまで来客数が前年を下回っていたが、最近前年を上回る日が続いている。 |
| | | スーパー（営業担当） | 販売量の動き | ・気温や天候の影響もあるが、鍋物商材といった冬物商材の動きが良い。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・売上、来客数、単価、買上点数のいずれもプラスとなっている。なかでも今年度は年賀はがきの売上が相当伸びている。一方、クリスマス景気は低調であった。売上改善のテーマとして1日で一番来客数の少ない午後2時から5時までをどのようにするかということで対策を講じた。当店は事務所立地だが、あえて地域住民をターゲットに野菜、果物、総菜関係を意識的に多く、種類も広げた結果、プラスに繋がっている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 単価の動き | ・寒くなり防寒衣料系が動いている。安さを求めているというよりも、必要なものをしっかりと選んで、そこそこの単価で買っていくという購買の動きが続いている。いわゆるデフレ的ではなく、必要なものを必要なだけ買っているようで、単価は上がってきている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・冬物のセールが始まったが、安さに惹かれての買物ではなく、品物の良し悪しが決め手になっている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・エコカー補助金が終了した影響で新車の販売に勢いがなくなったが、新型車効果で少し盛り返している。しかし低燃費車、軽自動車中心の商談が多く、売上の減少傾向は変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・3か月前はエコカー補助金も終わりどん底であったが、今月は新型車効果もあり、少し上向いている。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・景気は良くなってきているが、あくまで一過性のものでしかない。選挙が実施されることにより、お歳暮品の販売量に影響が出るのではと懸念したが、動きは早かったものの例年通りの販売量となっている。クリスマスは三連休ということもあり自宅で過ごす消費者が多く、飲食店への販売量が予想以上に少なくなっている。 |
| | | その他専門店〔靴〕（従業員） | 販売量の動き | ・気温が下がりブーツは好調だが、積雪が無いため長靴等の動きが鈍い。また総選挙の影響で買物客が減少している。 |
| 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き | ・決して景気が良くなっているわけではない。今まで耐え忍んできて、最後に少し良くなったというイメージである。 | | |
| 観光型旅館（スタッフ） | それ以外 | ・会社の業績が好調だったため、期末手当がわずかだが従業員に支給された。やはり会社の業績好転が実際に収入に変わると気分が違う。従業員一同の士気も一時的なものだろうが回復している。 | | |

| | | | |
|-------|-----------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 都市型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・本来、選挙があると全体的に動きが悪くなるというのが今までの実績であり、業界でも一般的であった。ところが、今年に関してはその影響がほとんどなく、忘年会等もすべて受注できている。また、イベントに関しても非常に販売状況が良く、心配していたように景気は低迷していないということを実感している。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・12月だからであろうが、客の様子からすると不景気な話は聞こえてこない。 |
| | 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・年末に向けて新規加入者が若干増えている。キャンペーンの効果と年末までに加入し、テレビやインターネットのサービスを楽しみたいという、駆け込み客の申込が増えてきている。 |
| | 美容室(経営者) | 単価の動き | ・ボーナス時期なので、新しいメニューを注文する客もおり、単価が伸びている。 |
| | 住宅販売会社 (経営者) | お客様の様子 | ・停滞していた大型物件が動き始め、受注確約がとれている。 |
| 変わらない | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・震災反動景気は今春で大体終わり、その後は息切れをして続落状態になっており、秋からは震災前以下になっている。季節要因により今月は2、3か月前よりは良いが、景気が良くなっているわけではない。 |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・12月になり、近年体験したことがないような寒波、積雪に見舞われ、暖房器具、衣料、防寒靴、除雪用品が例年より早く動き始めたが、寒波のせいで客足が鈍くなっており、ややマイナスの状況である。 |
| | 一般小売店[カメラ](店長) | 販売量の動き | ・高額商品及び低価格商品の販売量は横ばいで推移しているものの、来客数は減少傾向である。 |
| | 百貨店(売場主任) | 販売量の動き | ・例年になく寒さが一気にきて、防寒物の動きが良くなっている。ギフト需要は単価が低いがコンスタントな動きである。天候により来客数が大きく左右される状況にある。 |
| | 百貨店(総務担当) | お客様の様子 | ・売上高等の数字については、10~12月は天候の与件が昨年とは比較にならず、なかなか判断ができない。客の動きについては、お歳暮商戦が非常に苦戦している。また、クリスマス需要も間際こそ盛り上がったが、依然として消費者の財布のひもは固い。 |
| | 百貨店(企画担当) | 販売量の動き | ・季節商材については天候、気温の影響で前後したものの、ほぼ横ばいで推移している。年末のギフト需要については、他県からの震災復興需要が落ち着き、若干の落ち込みがみられる。おせち料理の需要は2けた増となり、家族で過ごす年末年始の姿やちょっとしたぜいたく品の動向が前年に増して顕著である。 |
| | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・低温傾向により、売上全般は前年をやや下回る見込みであるが、歳暮商戦については前年を上回る実績となり景気自体は落ち込んでいないとみられる。前年に続き、おせち及びクリスマスケーキの受注が好調で、今年も家族あるいは友人で年末年始を過ごす方が多いようである。衣料品は年末に近づくとつれクリアランス待ちによる買い控えが起こっている。 |
| | 百貨店(経営者) | 単価の動き | ・買物に対する生活防衛意識の強さは変わらず、クリスマスギフト等も前年より客単価がダウンしている。客単価ダウンが続いている。 |
| | 百貨店(売場担当) | それ以外 | ・3か月前と比較して決して良いといえる状況ではないが、今月単月で見ると、担当する婦人服に関しては前年をクリアできるところまでできている。今月は例年よりも初雪が早かったことで客足に影響が出る日数が多く、来店数で苦戦を強いられたものの、来月開催のセールの前セールでの動員による客単価のアップで、その期間は大きく売上を伸ばしている。しかし、ヤングやミセスの婦人服を取り扱う売場に関しては前年比95%といった状況であり、店全体をみても前年を割っている。 |
| | スーパー(経営者) | お客様の様子 | ・下旬の雪の影響か選挙の影響か、来客数や単価の下げが止まっている。 |
| | スーパー(経営者) | 単価の動き | ・12月の平均1品単価は前年比100%を超えている。来客数も上期ほどではないが戻ってきている。寒さも手強い農産品の相場高もあつたが、食料品の動きは良くなっている。鍋物などではこれまでのオーソドックスな食材の他に洋食系の食材も売れている。特販促に大きな対策の変更もないのに、政府経済政策への期待感からか停滞からやや戻ってきている。 |

| | | |
|-------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・来客数の伸び率より買上点数の伸び率が低く、客単価ダウンになり、売上が低迷している。チラシ以外の買い控えが見られる傾向にある。 |
| スーパー（物流担当） | 単価の動き | ・買上1点単価は下がっているが、買上点数が上がっており客単価を維持している。この傾向は3か月前とほぼ同じ状況である。 |
| コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・客単価前年比が100%を超え、売上が戻ってきている。降雪と寒さの影響でホットドリンクの販売数が前年より良い。 |
| コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・依然、来客数は前年を下回る状況で推移している。 |
| コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・たばこの売上は前年比微減が継続しており、単価減少の要因となっている。 |
| コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・前半は総選挙の影響からか来客数が減って大変苦戦した。選挙終了以降は徐々に客足も戻り始め、回復傾向にあるものの、全体的にはやや悪い。 |
| 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・例年より早めの冬物バーゲンを開始したが、コートなどの防寒衣料の動きは良く単価は上がっているものの、来客数はあまり増えず、トータルで売上は前年並みとなっている。 |
| 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・新卒採用も出足好調に見えたが、現在は前年より減少している。電子部品関連企業の縮小が要因とみられる。県内の先行きの不透明さが目立つ。 |
| 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が少ないので、当然売上も無い。 |
| 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・冷え込んだため防寒衣料は伸びているが、スーツは前年に復興需要で売れたため、前年比で見ると大幅に落としている。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | 販売量の動き | ・ボーナス商戦、クリスマス商戦の時期でも、客の買上点数及び平均売価が上がっていない。 |
| 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・社会情勢では政権交代があり景気回復の動きもあるが、実際に回復するのはまだまだ先の話である。 |
| 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・白物家電はやや上向きに推移してきているが、テレビ関係の売上が前年比で全く振るわない状況である。 |
| 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・家電製品のなかでも暖房商品は季節的に寒くなってきているので好調に推移している。石油ファンヒーターは前年並みであり、エアコンは前年よりも多少落ちているが、全体的には悪くない。ただ、テレビは単価が前年比3割ダウンと下がっており、販売量も下がっているなど、引き続き持ち直しが見られない。そして、冷蔵庫や洗濯機といった白物家電は前年並みで、落ち込んだ分をカバーしきれしていない。 |
| 住関連専門店（経営者） | お客様の様子 | ・客の買上状況を見ると、そんなに景気は悪くないようにみえる。財布のひもが少し緩んできたようである。 |
| その他専門店【酒】（営業担当） | 来客数の動き | ・今月は選挙の影響が大きいことに加え、県庁等、公務員関係の賞与時期と重なってしまい、飲食店の来客数が目に見えて減っている。量販店などでバック等の商材が売れているものの全体的に低調で、年末の最後の売上に期待している。 |
| その他専門店【白衣・ユニフォーム】（営業担当） | 販売量の動き | ・就労人口減少の影響で、制服の追加注文の数量が減っている。 |
| その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当） | お客様の様子 | ・石油業界では販売不振でガソリンの価格を下げて販売するところが出てきており、収益重視の経営をしているところと販売量に差が出てきている。現在寒波がきていて暖房用需要があり収益が増えているため隠れているが、寒波が過ぎた段階で収益悪化が響いてきそうである。 |
| 高級レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・客の様子を見ても皆非常に厳しそうであり、良い方向にはいっていないようである。ただ、総選挙も終わり明るい話題がないわけでもないの、期待したいところである。 |
| 一般レストラン（経営者） | それ以外 | ・同業も含め、景気は良くなっていない。12月なので3か月前と比べたら良くなっているが、12月としての忙しさは例年同様である。 |
| 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・忘年会もありトップシーズンである。そのなかでも、震災復興工事関連の忘年会が半数を占め、館内は大変にぎやかである。消費単価も好調であるが、入込数については前年比微減である。 |

| | | | |
|--------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 観光型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・ほぼ震災前に戻りつつあるが、やはり週末に集中しており、平日については少し弱含みで推移している。 | |
| 都市型ホテル (スタッフ) | お客様の様子 | ・官公庁が強い土地柄なので、忘年会は前年並みの売上を上げている。また、クリスマスケーキ及びおせちも目標どおりの個数を得ている。しかし、25日以降年末まで悪天候に見舞われ、客の出足は鈍くなっている。また、今年の非常に大きな特徴として、曜日配列により25日以降が年末という意識が非常に強かったため、本来であれば打ち上げの宴会がかなり入ってくるところが今年は入らなかったということがある。 | |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・宴会、宿泊、レストラン各部門とも大幅な落ち込みはないが、前年まで好調だったおせちの予約数が前年を1割ほど下回っている。 | |
| 旅行代理店(店長) | 単価の動き | ・決して悪い環境ではないが、夏の終盤から先行の買い付け状況が芳しくない。 | |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・働きたくても働く場所がない、仕事がないという話をよく聞く。これでは景気は良くならない。 | |
| 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・一部業界では上向き加減との声もあるが、ほとんどは変化無し、もしくは下降の様子がみられる。 | |
| 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・客との会話では、3か月前と比較して特に景気が向上したという話は聞かれない。 | |
| 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・客の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 | ・客との商談では、被災地復興関連業種以外からは好況感や設備投資意欲が見られない。政権交代への期待感というよりは、復興へのスピードを早めてもらいたいとの絶望感からの脱出を切に願っているようである。好況までは程遠い状況である。 | |
| 観光名所(職員) | 来客数の動き | ・売上、来客数共に横ばい状態であり、前年よりちょっと良い程度が続いている。 | |
| 美容室(経営者) | 単価の動き | ・客単価については、施術や必要なパーマなど基本的なメニューがベースで、プラスアルファという部分に結び付いていない状況がここしばらく続いている。 | |
| その他サービス [自動車整備業](経営者) | お客様の様子 | ・年末になってにぎわうかと思いきや、総選挙が終了しても客が少ない、物が売れない状況は変わらない。 | |
| 設計事務所(経営者) | お客様の様子 | ・前月同様、住宅の設計の仕事が続いている状態で、軒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 | ・震災直後は至急の修繕工事の受付が急増した。その工事が完了して供給は増えているが、現在の問い合わせは落ち着いている。 | |
| やや悪くなっている | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・12月は書き入れ時だが、年末選挙の影響で、特に飲食店からは苦境の声が聞かれる。 |
| | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・大型店や中心部とは打って変わって商店街を歩いている人が少ない。 |
| | 一般小売店[スポーツ用品](経営者) | 来客数の動き | ・来客数が少なく、売出しをするも前年割れをしている。 |
| | 百貨店(経営者) | 来客数の動き | ・新規の商業施設がオープンした影響もあって、郊外など広域からの来客数が減少している。来店頻度の高い食品において、一番来客数が減少している。 |
| | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・10月以降、同業及び異業種競合店の出店が相次ぎ、商圏内の客の流れが変わってきている。また、客を取り戻そうと既存の競合店もチラシ価格を下げ競合店対策を実施している。結果、以前にも増して、買上点数、客単価の減少、買いまわり傾向が強まってきている。 |
| | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・買上点数の数自体も減ってきているので、販売量の動きが鈍くなっている。 |
| | コンビニ(経営者) | お客様の様子 | ・3か月前と比べると客の動きはまあまあだが、来客数が減っている分、厳しい状態にある。 |
| | コンビニ(エリア担当) | 来客数の動き | ・来客数が前年を下回っている。 |
| | コンビニ(エリア担当) | 競争相手の様子 | ・競争店出店増のため、既存店前年比が低下している。 |
| | コンビニ(店長) | 来客数の動き | ・12月に入り、県全体の売上が落ちていると聞いている。確かに前年に比べて、近隣に変化は無いのに売上、単価共に落ちている。 |
| 衣料品専門店(店長) | お客様の様子 | ・例年と比較すると、ナショナルブランド、インポートといった単価の稼げる商品の動きが鈍くなっている。 | |

| | | |
|-------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・エコカー補助金終了による反動減に総選挙、ボーナスの減少などが重なり、来客数が激減している。その上、大雪の影響により営業活動もままならず、今月の新車受注は前年の50%前後と大苦戦している。一方、販売については、受注残の食いつぶしで何とか前年近くまで追い込める見通しである。 |
| 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・冬期間を迎え、ハイブリッドを含む小型車の売行きがかなり鈍化してきている。また、雪解け以降の購入を予定しているケースが多く、お買得感を訴求しても動じない。 |
| 乗用車販売店 (店長) | お客様の様子 | ・来客数の減少に歯止めが掛からない。来客数は前年の50%程で推移し、販売量も比例して悪い。 |
| 住関連専門店 (経営者) | 販売量の動き | ・年末であることに加え、総選挙もあったため人の動きが鈍っており、耐久消費財を扱っている店としてなかなか厳しい状況であり、販売量が落ちている。 |
| その他専門店 [パソコン] (経営者) | 販売量の動き | ・年末もあって動きは幾分良いが、売る側はいくらでもさばきたく、買う側は安く買いたい思いがあるため、市場の単価が低い値で取引されており、利益的には良くなっていないのが現状である。 |
| その他小売 [ショッピング センター](統括) | 販売量の動き | ・降雪による道路状況の悪化により、車での来客数が減少している。 |
| 高級レストラン (支配人) | 単価の動き | ・来客数は横ばいながら、客単価は実にシビアである。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・来客数が前年比で悪くなっている。自民党になって良くなるとの期待はあるが、今のところはその影響は全くない。 |
| 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・このシーズンは忘年会の予約で忙しくなる時期だが、前年と比べても来客数の変動は無かったものの、客の声を聞き限りでは、不透明な景気の先行きをすぐに解決できるような良い話はほとんど出てこない。地元と中央のスタンスの差があまりにも大きいようである。それとあいまって、総選挙が更に輪をかけて景気の妨げとなっていた。 |
| 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、利用人員は増加しているものの消費単価は毎月下落している。購入品目について明確な目的を持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需要が大きく減少してきており、ここにきて法人、個人共に消費の低迷が如実になっている。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・被災地特需で前年夏以降、宿泊・宴会件数共に順調に推移してきたが、今月から来客数、宴会数共に前年を下回り、来月以降の予約件数も前年同時期に比べ減少し始めている。 |
| 旅行代理店(経営者) | お客様の様子 | ・客の需要が落ちてきているようである。普通に帰ったといえればそれまでだが、9月までの勢いはなくなってきている。 |
| タクシー運転手 通信会社(営業 担当) | お客様の様子 お客様の様子 | ・年末を迎えて乗り控えが目立ってきている。 ・中小企業のボーナス支給が遅れている。クリスマス需要も例年より人出が少なく、特に高齢者層の買物控えが目立っている。 |
| 通信会社(営業 担当) | 来客数の動き | ・景気そのものはここ2、3年と比べてクリスマス、年末の来客数はいずれも減っている。仕事そのものが少ないということや雇用が安定しないとか、先行き不安など、民主党政権だったおかげでかなり停滞しているというのが現状である。 |
| テーマパーク (職員) | 単価の動き | ・秋の旅行シーズンが終わり、年末年始に向け、レジャーに対する出費を抑える傾向にあり、単価が下がる傾向にある。 |
| 観光名所(職員) | 来客数の動き | ・12月上旬に降雪があったせいか、選挙の影響が客足が止まっており、例年より来客数が少ない。 |
| 遊園地(経営者) | 来客数の動き | ・12月は週末のみの営業である。前年が割りと良かっただけに2割以上落ち込んでいるが、寒波や週末の天候不順もあって、やむを得ないところもある。 |

| | | | | |
|----------------|----------------------|-----------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・先日、常連客から施術料金を下げてほしいとの話が出た。思ったよりボーナスが少なかったり、給与カットがあっかなか美容室に来れなくなったということである。1回のパーマやカラーリングにかかる金額が高いとのこと。今は低価格の店が人気だと言われた。 |
| 悪くなっている | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・総選挙後、繁華街に人出が戻るとみていたが、選挙前と同じくとても静かな毎日である。他の月とほとんど変わらない。ただし、月末だけは12月らしく人が多く出ている。 |
| | | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・大手量販店、また地元の企業においても安売り合戦が更に激化しており、客は安くても買わない。しかし、安くなければ全く買わない。そんな状況が続いている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・衆議院解散後、選挙期間中は客足が極端に減少し、その後も回復し切れていない。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | 販売量の動き | ・ボーナスなどの収入があっても財布のひもは固く、歳末商品の販売に勢いが出てこない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・開店17年目だが、もっとも静かな12月の営業となっている。総選挙のせいという話も多く聞かれるが、ほとんど客の来ない日が何日もあるような状況である。景気は冷え込んでいる。 |
| 企業動向関連 (東北) | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 広告業協会（役員） | それ以外 | ・10月以降広告業界は新聞、テレビ、ラジオなどのマスメディアの出稿が増加している。特にテレビはスポット広告が好調である。業種も多岐にわたっている。折込は遊技場関係の自主規制で減少しているが、大型小売店、飲食業などが復活してきているので落ち込みは少ない。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・為替が円安に振れている関係で明るい見通しを持つ中小製造業が散見される。 |
| | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | 取引先の様子 | ・新政権に変わったことによる影響もあるとみられるが、今までと違って受注量が伸びている。 | |
| 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 | ・農業者戸別所得補償制度の影響によるそばの作付面積の増大で、玄そばの価格が大幅に下落している。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・牛タン業界では、お歳暮という大きなメインイベントがあった。選挙があるので心配していたが、早く終わってくれたこともあって影響はあまりなく、お歳暮も前年をクリアしている。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・11月末のお歳暮商戦スタートは良かったが、総選挙が始まってからは大きく前年を下回っている。選挙戦があるとギフトは良くないが今回もそのような結果で終わりそうである。ギフトシーズンに選挙はやめてもらいたい。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・お歳暮の進物商品の売上が年々低下してきている。 |
| | | 木材木製品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・住宅の着工が順調であるが、価格の改善が進まない。 |
| | | 土石製品製造販売（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・これからしばらくは、受注価格の値上げもなく現状を維持する方向である。 |
| | | 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 | ・当社の製品が関連する市場では受注価格が上がる傾向にあるが、その効果はまだわれわれ末端の社員までは届いていない。その他身の回りの景気という点でも、良くなる要素、様子は見られない。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年だと冬期は受注が一息つくのだが、今年は期間に関係なくリフォーム工事の受注がある。 |
| | | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・地方自治体の発注は一定量進んではいるが、地元向け工事や海上工事の比率が高く、発注に偏りが見られる。 |
| | | 建設業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・技術者不足と労働者不足の状態が続いており、量的にも一段落の感がある。 |
| | | 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 | ・案件数は少ないが、契約は増加傾向にあり、下半期も上半期に続いて例年並みに目標を達成できそうな状況である。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・前月同様、拡大傾向に舵を取る企業は少ない。 |

| | | | | |
|--------------|-----------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・介護施設の新設、メガソーラー建設の設備需要はある。 | |
| | 金融業（広報担当） | 取引先の様子 | ・自動車販売はエコカー補助金終了により販売台数の減少が見込まれたが、一方で低燃費の軽自動車販売が好調で、トータルでの販売台数を確保しており、悪化の動きにまでは至っていない。 | |
| | 広告代理店（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・悪いまま変わらない。折込チラシの予定が2回から1回に減ったり、作ろうとしていた製品パンフが中止になったりと、全体的な広告費の圧縮は歯止めが掛からない。 | |
| | 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、小売、建設関係は利益は確保しているが、3か月前と比較して、業績はそれほど伸びていないし、悪化もしていない状況である。膠着状態が続いている。 | |
| | その他企業〔企画業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・当社は公益エネルギー企業を顧客としているが、広告費削減が続いており、その影響を多大に受けている。 | |
| | その他企業〔工場施設管理〕（従業員） | それ以外 | ・3か月前と変わらない。 | |
| 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 | ・りんごの販売は風評をなくすことを目的に行ったが、単価は震災前の7割程度で、贈答用の注文数は震災前の7割程度である。 | |
| | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注が前年と比べて伸びていない。 | |
| | 繊維工業（経営者） | 取引先の様子 | ・気候の影響だけでなく例年に比べて店頭売行きが良くないので受注が悪い。 | |
| | 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、エコカー補助金終了による国内販売の減少と輸出環境における中国及びASEAN地区での販売減少等の影響を受けている。 | |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・ものづくりをしている中小企業を訪問すると何も無い空間が目立つ。ものがあってもそれが出荷されると次は未定という状況が多い。 | |
| | 輸送業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・大手荷主の各社より値引きの協力を要請され、現状からみてやむを得ず応じざるを得ない状況である。これが当地区内の物流業者も同様であり、明るい展望が開けない。 | |
| | 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 | ・総選挙の影響により、料飲店での需要や酒類歳暮の動きが悪く、歳末商戦の出鼻を挫かれた感がある。後半、持ち直しつつあるものの、前半の苦戦を取り戻すに至っていない。 | |
| 悪くなっている | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前は前年並みの売上であったが、今月は前年比5%の減少となっている。 | |
| | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・経費削減を最優先し、設備投資を敬遠しがちに見える。 | |
| | コピーサービス業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注の絶対量が減っている状況である。店頭に来客数も減少しており、小口の受注量も減ってきている。 | |
| 雇用関連 (東北) | 良く なっている | - | - | |
| | やや良くなっている | アウトソーシング企業（社員） | それ以外 | ・現地調査や記録など、東日本大震災関連の仕事が多くなっている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・選挙のある月はものが動かないという定説どおり、流通の年末セールは今一つ盛り上がり欠けている。ただ、求人需要は横ばい状態で、来年にかけて進出計画を持っている京阪の企業も多く、仙台を中心に求人はやや上向きになると予想される。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・選挙関連広告で、今年度の前年比マイナス分を大分カバーできている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が20か月連続で前年同月を上回っている。また、新規求職者数は引き続き減少傾向にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は24年4月から11月までは、8月を除きすべて前年比プラスになっている。11月においても前年比2けたのプラスになっている。製造業は厳しいが、製造業以外は求人が前年よりも増加している。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・今月は特に選挙関連の業務からほぼ東北全県で一過性だが繁忙になっている。それ以外に上向きの要因が見当たらない。 | |

| | | | |
|-----------|--------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 人材派遣会社 (社員) | 採用者数の動き | ・急速に派遣依頼が縮小する一方で、直接雇用への人材紹介依頼が増えている。しかし、市場ニーズと求人ニーズにかい離があるためにマッチングするケースはまだまだ少ない。双方にらみ合うままで、人材市場は硬直化しているように見える。 |
| | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・3か月前と同様に今年の大学4年生向けの採用を追加で実施する企業がある。 |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 周辺企業の様子 | ・流通関連で個人消費が少し上向いてきた。採用意欲が出てきた企業もあるが、将来が見通せずに、我慢しているようである。 |
| | 職業安定所 (職員) | 周辺企業の様子 | ・製造業において、大量解雇を行わざるを得ない企業が引き続き発生している。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求人数の動き | ・復興需要を背景に求人倍率は改善を続けているが、求人倍率の改善ほど景気が上向きと実感する場面は少ない。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求職者数の動き | ・求人数が増えて、求職者数が減っているという全体の傾向のなか、一部の企業でまとまった数の人員削減等があり、求職者数が前年比一進一退を続けている。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求職者数の動き | ・7月以降、有効求職者数は前年同月比で増加している。求人も増加しているが求職者も増加していることで、有効求人倍率は思ったより良くなっていない。 |
| やや悪くなっている | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 求職者数の動き | ・求人企業数でいえば前年とほぼ同数だが、大規模な求人が減っている。介護ヘルパーなど介護関連及びタクシー乗務員や運送業務などはここ数か月と同じくらい堅調に出ている。 |
| | 職業安定所 (職員) | 周辺企業の様子 | ・製造業の落ち込みなどの影響で景気全体が落ち込んできている。消費も落ち込んできており、厳しい状況が続いている。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求人数の動き | ・製造業や派遣業などの求人数が減少していることもあり、新規求人数の増加傾向も鈍ってきている。求人窓口でも来所者が減少してきている。 |
| | 民間職業紹介機関 (職員) | 求人数の動き | ・年末という特異な事情もあるが、求人募集の新聞折込チラシの件数が半減している。 |
| 悪くなっている | - | - | - |