

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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前はまだ消費税増税の影響があったが、今月に入り化粧品の上売が前年の実績を超えている。また、高額商材の上売も回復基調にあり、全般的に景気は回復しつつある。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前月、前々月と景気は良く、今月も特に悪い要素はみられない。当社の場合はみんな成績が上がっている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子からは、以前は固かった財布のひもが若干緩みつつあるのがうかがえる。また、商品の単価も少しずつ上がってきており、客の購買の動きも活発化している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・今月は単価の動きが3か月前や前月と比べて100円ほど上昇しており、上向き傾向である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・今月の来客数は、消費税増税後もっとも落ち込みが厳しかった6月と比較してやや増加しているものの、ここ数年の平均値となっている。むしろ、客単価の回復がはっきりと数字に表れており、店頭での接客でも、以前のような財布のひもが固い印象とはやや違う感触を得ることが多い。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・晩夏、初秋となりまだ冬物には早いため、二次製品の需要は相変わらず今いちである。しかし、利益率の高い布団づくりは多くなってきている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・まだ冬前なので来客数、単価共に悪くはない。今の所は当グループの前年比売上は順調であるが、県全体の前年比売上は大きく減少しているようである。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・いつもより早く気温が低くなり、秋物の動きが良くなってきている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・消費税増税の影響による衣料品への打撃は半分薄れてきている。ただし、来客数が増加しているのではなく、必要に迫られている客の早めの購入や数を揃えての購入による客単価の上昇で、なんとか持ち直している状況である。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・冬物を先買いする客が例年に無く多い点と、秋物商品の立ち上がりが前年よりも2週間早いため、売上を底上げしている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・4月以降は消費税増税の影響により、客の購入能力は十分にあるものの、今すぐには必要ないなどの理由で売上にはつながっていなかった。しかし、ここに来て新規来客数は予想以上に増加しており成果にもつながっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の影響で買い控えていた個人客の注文が少しずつ入るようになってきている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・朝晩の気温が下がり、徐々に秋冬物商品の動きが出てきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・4～6月は消費税増税の影響で消費が抑えられていた感がある。今も完全には回復していないものの、6月よりはやや上向いてきており、販売量的にもそれがうかがえる。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・低価格商品の加入者が少しずつ増加しており、解約者も減少しつつある。加入者数のトータルは純減であるものの、3か月前に比べてかなり良くなっている。
		テーマパーク（職員）	販売量の動き	・消費税増税が定着しつつあり、客の消費が増加傾向にある。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・団体客などの入込に特に変化はない。しかし、ここに来て予約のないフリーの客が若干増えてきており、来客数、販売量共に増加している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・週末の天候に比較的に恵まれて、近隣で開催されたイベントとの相乗効果もあり来客数が前年越えの見込みである。
遊園地（経営者）	来客数の動き	・3連休の2日間にはわか雨に見舞われたが、それ以外は例年になく天候に恵まれ、来客数は前年比で4割増である。しかし、税抜き価格の単価は弱含んでいる。		
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・前年同月及び3か月前との比較では、来客数、販売額、販売単価共に20%ほど伸長している。		

	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・輸出が好調な製造工場の増築に伴い、関連会社の新築工場物件が不動産から工事までを一貫して受注できている。
変わらない	商店街 (代表者)	販売量の動き	・3～4月の消費者の熱気はどこに行ってしまったのか。ボーナスシーズン後の7～9月の消費者の購買意欲の減退には回復の兆しがない。客の様子からは消費税増税分以上の物価上昇に戸惑っている様子がかがえる。
	商店街 (代表者)	販売量の動き	・9月は週末ごとのイベントが多く、その効果により飲食店では活況の声が聞かれている。しかし、同様の効果は物販関係にまでは届いていないようである。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・商店街を人が歩いていない。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・秋祭りの山車や神輿の運営団体からは、協賛金、寄付金の額は例年以上に少額であり、世間が世知辛くなってきたとの話を聞いている。
	一般小売店 [スポーツ用品] (経営者)	販売量の動き	・毎月の売上が前年を下回っており、同業者も同様である。
	一般小売店 [カメラ] (店長)	販売量の動き	・低価格商品の販売量は好調であるものの、高額商品の動きが鈍く売上額の回復がみられていない。今後の新型商品の販売に期待したい。
	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・こちら側の仕掛けに対して反応が良く、購買意欲を感じている。しかし、化粧品以外の自家需要品、アイテムの動きが鈍く、客単価が下がり来客数でカバーできていない状況である。
	百貨店 (総務担当)	お客様の様子	・買物の仕方の変化を顕著に感じている。客は本当に価値のあるものであれば多少高額でも買う一方、余計なものは買わない。また、販売数からは、地方で所得がなかなか伸びないなかでライフスタイルに合わせて選択しながら堅実に消費している様子がかがえる。
	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・消費税増税後から客の購買に回復の様子がみられない。
	百貨店 (経営者)	販売量の動き	・9月に入り天候にも恵まれ、紳士服、婦人服、子供服共に動きが活発になってきている。ただし、全体的には消費税増税後の高額商材のマイナス分をカバーするには至っていない。
	百貨店 (経営者)	お客様の様子	・今月に入り、婦人衣料品の一部に持ち直しの動きがみられている。しかし、紳士衣料、高級婦人衣料品などについては動きが鈍い。また、物産催事についても購買単価が低いなど慎重な買い方は続いている。
	スーパー (経営者)	来客数の動き	・来客数は、安定しているものの前年並みがやっとの状態である。
	スーパー (経営者)	単価の動き	・前月と同様に平均1品単価は前年比6%以上の増加で推移しているものの、来客数、買上点数共に前年割れが続いている。また、売上高推移は前年並みであり、伸び率にやや陰りがみられる。現在の売上推移に変化はなく、客の財布のひもはさらに固くなりつつあるようである。
	スーパー (営業担当)	販売量の動き	・商売全体の動きはほとんど変わっていない。来客数に比較して販売量の落ち込みは少ないものの、それを支える価格対応を誤ると、すぐに販売量の下落につながりかねない状況である。
	コンビニ (エリア担当)	販売量の動き	・前年より気温が低く秋冬商材の販売に期待したが、前年を上回る実績にはなっていない。
	コンビニ (エリア担当)	販売量の動き	・販売量に変化はみられない。
	コンビニ (店長)	単価の動き	・節約志向が依然として高く、購買意欲はあるものの消費には直結していない。
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・気温の低下に伴い来客数は増えてきているが、他店と見比べている様子であり購買にはなかなかつながらにくい状況である。	
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・建設、土木業関連は景気が上向きであるものの、小売業は依然として厳しい状況である。円安傾向が続くと商品価格に反映し物価高が懸念される。	
衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年と比較してスーツ、ビジネス用品の買換え需要が少ない。	
家電量販店 (店長)	販売量の動き	・販売量、来客数共に伸びていない。	

家電量販店（店長）	単価の動き	・前年の数字に近づきつつも客単価が低く売上が前年を割っている場所と、前年をクリアして売上が103%程度に伸びている場所があり、消費税増税の影響からの回復には地方による違いが出ている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減の影響で、新車販売が低迷している。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きに大きな変化はみられない。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・日によって売上に波があり、前月と同じ程度で前年までに届いていない。消費税増税後の回復に向かっていく感覚はなく、足踏みしている。
住関連専門店（経営者）	単価の動き	・販売量、来客数共にそれなりにあったものの、高額商材が売れずに小物商品に偏っている。そのため売上総額は期待したほどにはなっていない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・地元では今月は収穫期のため、飲食店も動きが少ない時期になる。大きな変動はなく、今は小康状態といったところである。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	競争相手の様子	・材料費の高騰もあり、どこの競合相手や取引先も客との見積金額の折り合いが困難なようである。そのため、受注があっても工事に至らず売上の的には以前と変わらない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	単価の動き	・石油製品の価格が高止まりしているため、節約志向が進んでいる。そのため、販売増を狙って末端価格が下がり収益を圧迫してきている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・依然として燃料油の価格は高いレベルで推移しており、節約志向は続いている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	単価の動き	・買上率は低迷している。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年の3月以降から景気は全然良くなっておらず、高級飲食店にとっては本当につらい時期である。また、仕入れ先の市場でも高級なものは売れていない。本格的な景気回復が待たれる。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・そろそろ消費税増税の影響も落ち着き上向くとみていたが、来客数が思ったほど伸びていない。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・特に状況に変化はみられない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、来客数の良い日と悪い日が極端であり、景気が良いのか悪いかわからない状態である。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は、夏の繁忙期と10月以降の秋の観光シーズンの端境期である。祝休日が月の3分の1以上もあり連休もあるため団体客が多少目立っており、かろうじて前年並みの入込である。
観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・相変わらず低単価志向が続いている。
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は、連休や飛び石休で個人客の来客数は増加したものの、その反動なのか平日の来客数は減少している。よって、総来客数は横ばいである。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン、デリカ部門は相変わらず前年割れが続いている。レストランはフリー客の来店が減少しており、予約状況も前年を下回っている。また、消費単価についても前年を下回っており厳しい状況が続いている。デリカ部門は生活に密着している関係もあり、1週間における購入回数が減少しており、防衛意識が働いていることが客の会話からもうかがえる。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は、お盆期間も満室状態であり相変わらず良い稼働率で推移している。また、一般宴会も予算を上回っている。しかし、婚礼、レストランは悪い状態が続いている。
旅行代理店（従業員）	単価の動き	・高額商品の売行きは鈍化に変化はない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・景気が上向いているとの声も聞かれるが、末端の客からはその傾向は全くうかがえない。一部の企業に限られることであり、底上げにはなっていない。
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みられない。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客訪問時のヒアリングや注文状況からは変化はみられない。
	競艇場（職員）	販売量の動き	・今月は大口顧客が多く来場したため販売量は増加している。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・再来店する来客数は、ここ数か月は前年比95～97%で推移している。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・これから七五三の時期であるが、最近は貸衣装付き着付け料金込みで安く仕上がる所が沢山出てきたため、美容院に着物を持ち込んで着付けをする客が少なくなっている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	来客数の動き	・7月から3か月連続して供給高が前年を下回っている。また、受付件数も消費税増税後から前年割れが続いている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の予約数は依然として2～3か月前と変わらずに低調である。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・9月に入り来客数が減少している。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・繁華街にもかかわらず、夜10時過ぎには客足がほとんど止まっている。土曜日だけは若者達が集まるものの、ただ歩くだけで買物という感覚がないため、当店の来客数には全く影響がない状態である。
	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・相変わらずフリー客は減少傾向にあり、好調だった秋物の動きも最終週の気温の上昇により停滞しつつある。さらに、消費税増税による反動減からの回復を見込んでいたが、いまだに衣料品の消費に買い控えの影響を与えている様子がうかがえる。
	百貨店（経営者）	来客数の動き	・大都市と地方とでは景況感に大きな差が出ている。都市部の消費者の可処分所得が増えて消費マインドがアップしている一方、中小企業が多い地方においては、所得の拡大局面には入っておらず、必需品の値上がり分、可処分所得が減っている状況がみえる。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・9月中旬に発表された米価は3割減となっている。そのことが、一次産業従事者の所得に関係する部分やマインドの低下に繋がっており、急速にブレーキがかかっている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・業績は売上ベースで前年比93%台で推移している。また、台風などの影響で農産物の価格が高騰し、買上点数が減少している。反面、乾物、冷凍野菜などは好調であるが、厳しい状況に変わりはない。
	スーパー（店長）	単価の動き	・食品メーカーが各社とも値上げの傾向にあるなか、競合他社もチラシ価格を抑えて価格差の感度を下げてきている。客は景気が悪いという意識があり、競合店は値上げのなかでも少しでもチラシの単価を安くする動向が増えてきている。
	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・景気があまり良くないなか、スーパーマーケットは出店ラッシュが続いており、競合各社との価格競争が一段と厳しくなっている。また、各社ともチラシの価格を下げ、投入回収を増やしている。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客足は伸びているものの単価の下落が大きい。原材料の値上げに伴う商品価格への転嫁では、値段据置きで減量するリニューアル化で単価は若干上昇するものとみていたが、前年比6%減となっている。客の財布のひもが少し固くなってきているようである。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後から来客数が緩やかに減少している。8～9月が特に落ち幅が大きく4～7月と比較して、マイナス2ポイントと不振な状況が続いている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数が回復していない。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客の1人当たりの買上単価は上昇傾向だが、消費税増税による価格上昇も含め、大きな販売増には至っていない。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・9月に入り来客数が減少している。また、単価も下がり気味である。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・買上点数が減少し、客単価も低下している。地方都市では景気が改善されているとは感じられず、消費税増税前の駆け込み需要により、消費税増税後の購買意欲は上がっていない。	
家電量販店（従業員）	来客数の動き	・来客数が非常に少ない状況が続いている。	

		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・登録車のみならず軽自動車の市場も販売量が前年を大幅に下回っている。
		乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・直近の販売台数は前年比70～80%と低迷している。何より新規客の来場数が激減しており、商談数自体が確保できていない。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・扱っているものが耐久消費財のため、買い控えがまだまだ続いている。また、新築物件も三隣亡で控え気味となっている。通常9月は異動などにより家具の需要が高まるシーズンに入るのだから、販売量は伸び悩んでいる。
		その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・今月に入って販売量が減少している。例年9月は静かな月ではあるものの、原油価格、原材料価格の高騰などによる値上げも頻繁にあるため、消費者は日々の生活ではぜいたくはしないという雰囲気がある。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・来月より秋冬物の値上げが始まる。それに向けて早めの追加注文のPRをしているが、あまり動きが芳しくない。時期的な問題もあるが、購入に対する不安感のようなものが消費者にはあるのではないだろうか。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・消費税増税後しばらくの間はあまり影響を感じていなかったが、夏以降は来客数の減少、客単価の低下などははっきりと下降の感があり、景気の減速感はある。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・予約の数は多いときと少ないときに極端に分かれており、トータルではやや悪い状態となっている。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・お盆前後は前年より良かった宿泊客の動きが9月に入ってから大きく落ち込んでいる。客の雰囲気からは、旅行に来ているのは中高年の比較的余裕のある層であることがうかがえる。それ以外の顧客層は消費マインドが下がっているようであり、特に県内の客の動きが悪い。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・4月以降、個人客のレストラン、宿泊部門の利用は前年割れが続いている。さらに、現在は法人利用の会合の問い合わせ件数も減少しており、会合予約のキャンセルも発生している。
		旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・夏場の需要が落ちてきており8月も良くなかった。9月もそれに引きずられたような販売量となっている。
		旅行代理店 (店長)	来客数の動き	・月ごとに若干のばらつきがあるものの、申込件数は微減しており夏休みまでの勢いはない。
		タクシー運転手	単価の動き	・客はより安い車を利用している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前も客が大変少なく苦労したが、最近は夜になると4～5回の乗車がやっとという状態である。とにかく来客数が少ない。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・消費者には所得の伸び悩みと将来への不安がある。12月ごろに予定されている消費税率10%への引上げについての政府見解がカギとなる。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・今まで多かった住宅の仕事がほとんど施工に入った事もあり、新たな図面の依頼が少なくなっている状況である。
	悪く なっている	一般小売店 [書籍] (経営者)	来客数の動き	・アベノミクスに関する発表があったが、中央と地方とのギャップ感は広く生活者に知れ渡っている。そのため、消費マインドが盛り上がりずらい買い控えの傾向にある。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・消費税増税の影響もあるが、個人の給料が全く上がっていないという現状があり、それがさらに悪循環を招いている。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・来客数の前年比が90%に落ち込んでいる。競合店の出店など環境変化によるものとみている。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・6月が例年より良かったため、7～8月の販売実績からみると今月の売上は少ない。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の話題に共通しているのが、消費税率10%への引上げについてである。今はやっと8%の消費税率や法人税減税などに伴う給料体制が整った段階であるのに、今後また経営修正が必要となってくる。そのため、購買意欲が絶望的に低下している。
企業 動向 関連 (東北)	良く なっている	建設業 (従業員)	競争相手の様子	・除染工事、大型建設事業、各県発注の防潮堤工事などの発注が順調に推移している。
	やや良く 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	・計画よりも少し上乘せした売上が達成できそうである。また、来月もほぼ計画通りの受注が入っている。
		建設業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・官庁工事の受注が順調に推移しており、当初の予定をクリアしている。

	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・生鮮品の出荷が増加している。
	公認会計士	取引先の様子	・小売業関係が消費税増税の影響から脱して業績が回復しつつある。
	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	・首都圏、特に大型小売店向けの出荷に伸びがみられており、大型小売店による景気刺激への売場の努力がうかがえる。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・物流が増加傾向にある。しかし、定期便のトラックの積込み時間が長くなり遅れ気味になっている。
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	・農協からももの精算書が届いたが、販売単価は前年並みである。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入り前半ほどのルートでも大きく落ち込んでいる。中盤の連休で少し盛り返したが、全体的には動きが良くない。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・天候不順の影響もなく、販売量は前年をキープしている。
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・店頭消費があまり良くないようである。
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需要が減退している。価格も低迷し収益が悪化している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の売上は前年より良くなっている。しかし、同業他社は大変厳しい状況と聞いている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・部品加工などのものづくり企業は、前月同様に受注量は堅調である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に大きな変化はなく推移している。最終製品のメーカー間の競争が激化しているが、その結果が受注量の大きな変化に影響を及ぼすところまでには至っていない。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大手輸出企業は円安の影響による好機となっている。しかし、我々中小企業では取引先からの品質、コスト、納期の要求が厳しさを増しており、その好機をさほど実感できていないのが実情である。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注はあるが単価が低下傾向にあり利益が少ない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物量が横ばい状態にある。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・同業他社へ乗り換える顧客も出てきており、予断を許さない状況である。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先から受ける感触はあまり変わらない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・株価上昇に伴い投資意欲も積極的になっている。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・売上が伸び悩んでいる。
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来客数が減少しており、日々の売上も減少している。客単価、来客数を増やすために新商品を開発中である。
その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・住宅関連では、津波被災の大きかった沿岸地域はそれなりに忙しいものの、一方で被災地から離れた地域では住宅建築意欲は下げ止まりの傾向が続いている。ニュースなどでいわれるような収入増は顕著ではない。	
やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注残、売上共にここ3か月間は前年割れが続いており、約5%の落ち込みである。
	土石製品製造販売（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・円安や燃料費の高騰が続き、工事価格も大幅に上げなければ採算がとれない。ただし、一気に受注価格を上げる訳にはいかず、まだまだ安い工事価格で請け負っている状況である。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品は、自動車の国内販売の減少の影響を受けている。また、一部新興国経済に陰りが出ており、その影響で輸出環境が悪化してきている。
	広告業協会（役員）	それ以外	・7～9月は消費税増税後の落ち込みを食い止めることができると期待していたが、業界全体の売上はじりじり下がり続けている。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・広告の案件自体が減っており、コンペや入札物件も減少している。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地の宿泊施設では、天候不順に加え消費者の節約意識が働いており定価での販売が困難になっている。	
	その他非製造業 〔飲食品卸売業〕（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税後から、ほとんど状況は良くなりませんが非常に困っているという話を聞くが、消費税だけではなく非常に良くない景気で二重の負担になっているという話も多い。	
	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 ・米の出荷に伴う概算金の金額が過去最低となっている。	
雇用 関連	良くなっている	○	○	
(東北)	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が14か月連続して増加しており、求人倍率も5か月ぶりに1.0倍を上回っている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・相変わらず、建設業界、人材関係、小売業、外食業が中途採用の募集をしている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・相変わらず派遣登録者数の伸びが低迷している。求職者と派遣先とのミスマッチも多い。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・これといった大きな変化は無く新規の受注も増加していない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大規模な小売店のオープンなどによる求人の増加があったものの、他の業種での求人の増加はみられていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は高止まり状況が続いており、3か月前と比較してもほぼ同水準で推移している。有効求人数についても、若干の変動はあるものの、ここ1年数か月間はほぼ同じような状況で推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、月間有効求人数共に大きな変動はない。それに加えて求職者が少しずつ減少しているため、就職件数に伸びがみられない状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数、求職者数共に微減が続いており、求人倍率も0.9倍中盤で安定している。景気の悪化による採用手控えではなく落ち着いたという印象であり、大きな変化はみられない。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は地元企業の数が増減しており前年比75%である。中央資本の企業への集中傾向にあり、地元求人企業には諦め感が漂い始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・夏の一時金は増額になった企業も多かったが、貯蓄に回っているのか小売店の売上が伸びてない。採用意欲がしばらく企業も増えているようである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・県内及び首都圏からの求人はあるものの、応募が無く予定数が集まらない。
職業安定所（職員）		求人数の動き	・これまで前年同月比でプラスであった新規求人数がマイナスに転じており、有効求人倍率も前月より低下している。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で製造業以外のほとんどの業種で減少しており、全体でも1年2か月ぶりの減少となっている。	
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・主力の業務請負のメーカーが生産調整をおこなっている。また、他の委託先も受託条件が改悪されて1千万円の営業利益の損失となっており、想定外の悪化である。	