

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	・今まで低迷していた布団製作、カーテン受注、ギフトなどの注文が一気に発生しており、忙しい思いをしている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・比較的朝早くに仕事に出ているが、乗客は切れることがない。乗客である飲食店の方も大変忙しいらしく景気が悪いという話は聞かない。また、当社も成績が安定している。
	やや良く なっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響を受けていた化粧品が、前年を上回る売上となっている。また、衣料品についても、駆け込み需要の影響を受けていない秋冬物が売上を伸ばしてきているなど、消費税増税の影響が薄れたカテゴリーが増えている。その一方、宝飾、時計、ブランド品などの高額商材は想定内ではあるがまだ回復しきれていない。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・婦人服売場の状況は前年並みとなっている。中旬に気温が下がったことに伴い防寒アイテムであるコートの動きが好調であり、今年度でライセンス契約のきれる海外ブランド品の駆け込み需要により、コートの売上が伸長している。ただし、これは今年度だけの動きであり、一般のフリー客が増えているわけではないため、消費税増税後の景気回復の厳しさを痛感している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・4月以降購入を控えていた客が、徐々に動き出している。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・来客数、客単価、販売量、すべてにおいて前年比150%程度の増加となっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売数共に、とても良い状態で推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン部門の来客数は前年並みであるが、宿泊が高稼働状態であり一般宴会の予約状況も良いため、全体としては良くなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入者数は微増であるが、解約者数は大幅に減少している。キャンペーンイベントの反応は今一つであるものの、着実に数字は伸びている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・客層に多少の変化はあるものの、来客数、買上客数共に増えている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の感覚に少し慣れてきたのか、シャンプーなどの販売数が増加している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・販売単価は依然として上昇しており好調である。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・大型物件不動産の問い合わせに伴い、順次物件の対応ができていく。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・月の前半は天候に恵まれず商店街全体が苦戦していたが、後半になり徐々に衣料品関係で秋冬用品の動きが出始めている。また、飲食店関係も前半の苦戦を回復するまでにはなったものの、前年実績には今一つ届かない状況である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・近所には低所得者が多く、ますます物を買わなくなってきた。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街各店の毎月の売上前年比はマイナス3～5%で安定している。また、食料品、日用品などの生活必需品以外の買物を極力控えるなど、消費者の節約志向が続いている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・買物では必要度合いに応じて消費をしているようである。特に買回り品は財布のひもを締めている傾向があり、消費税増税の影響による反動減は今も続いている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・3か月前と比較して、客単価は変わらないが来客数は若干増加している。ただし、これは季節的要因であり、過去の同月と比較した場合、客単価、来客数共に横ばいである。そのため、店頭の景況は変わっていない。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・高額商品の動きが鈍く売上額の回復がみられていないものの、低価格商品の販売量は好調である。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・天候による影響が多少あったものの、化粧品などの消耗品は前年並みの推移となっている。婦人雑貨、衣料品、靴などの身の回り品が苦戦しており、個人のライフスタイル重視の傾向から、品質と価格のバランスの良い商品のみが慎重に購入に結びついている。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税による反動減の影響が薄れてきた第2四半期以降、客は余計なものまでは買わないものの、食品を中心とした生活必需品や自分にとって価値のあるものは買うようになってきている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・生活必需品以外の消費が回復していない。特に高額ファッション消費が伸び悩んでいる。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・秋冬物のシーズンに入り、ファッション衣料はほぼ前年並で推移している。化粧品などの必需品もほぼ前年並みの販売量に近づいてきており、消費税増税前の駆け込み需要による反動減からは回復しつつある。しかし、リビングにおける耐久消費財アイテムは前年の好調から一転し、苦戦を強いられている。
百貨店（経営者）	来客数の動き	・明らかに食料品は回復傾向にある。しかし、衣料品の不振は相変わらずであり、その回復がみられない限りは上向きの判断はできない。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・気温の低下とともに、婦人服など一部に動きの改善がみられるものの、全般的には客の慎重な買い方に変化はない。特に高単価商品の動きが鈍い。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店の出店による来客数の減少が続き、経営状況は厳しい。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数のトレンドに大きな変化はみられない。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税後たばこの販売量が大きく減少している。その減少分を他の商材の売上では補完できていない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・今後の天気の影響もあると思うが、冬場が近づくにつれて来客数が減少する傾向にある。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・10月は単価の高い防寒衣料が動く月であるが、今年は高単価なコートなどよりもニットなどのインナーでの寒さ対策をする客が多く、単価が低い状況がずっと続いている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・卸売業者が小売りをするようになり、小売業者は価格競争で太刀打ちできず苦境に立たされている。いかに客に信頼される業者になるか必死である。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・販売量については、今の時期に売れて欲しいコートなどの動きがまだ良くなっておらず、洋服以外の服飾品で売上を確保している。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・来客数が増えている反面、単価が稼げる冬物、アウター、コートの動きが鈍く、トータルでの売上高は前年並みである。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・気温はかなり下がってきているが、秋冬物スーツの需要が少なく、来客数が伸びていない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税後から来客数が戻っていない。
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が続いている。
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の客が一段落したかともみているが、販売量がなかなか伸びていない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数が9月と比べて3分の1になっている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・三隣亡の年なので、当地域では盆を過ぎ秋口になっても住宅着工数は減少している。また、一般の買換え需要も伸びておらず、販売量が前年より30%減少している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・売上金額は前年並みであるが、売れる商品が非常に限られてきている。また、飲食店の来客数も全体で減少している。地元の店頭販売と飲食店の伸びがほとんど期待できずに予断を許さない状況が続いている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・売上の的にはなんとか維持しているものの、何が売れているのかが良くわからない。これといったヒット商品がなく利益も薄いため、忙しいのに利益は残らないという状態が続いている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量の前年比はこれまでと同様に推移しており、変動する要素がない。

その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	来客数の動き	・来客数、売上額共に前年を下回っている。
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・客単価は若干良かったものの、来客数は若干減少している。ただし、台風が2回きた割には良い数字である。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月は観光シーズンであり1年のなかでもトップシーズンである。しかし、観光バスなどの数も思ったより少なく宿泊人数は伸びていない。
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・繁忙期を迎えて、週末における来客数はほぼ前年並みで推移している。しかし、平日の集客率は相変わらず低いいため、前年並みにいかいかないかという状況である。
観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・紅葉の時期が早まっており、10月の来客数、売上共に前年並みに回復している。しかし、その分予約の多い時期も早まるので11月の繁忙期間が短くなっている。そのため平均すると景気が良くなっている感触はない。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・10月はアフターデスティネーションキャンペーンと国民文化祭が重なったこともあり、週末を中心に多くの方が街へ繰り出している。また、レアな文化作品については他県からも来客がある。さらに、秋口からの安定した気候も行楽客と良くマッチして全体的に人が動いているように見受けられる。ホテルの宿泊、一般宴会の売上もそれなりにあり、婚礼についても少しずつ客の来館率が増えているようである。
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3か月前から変わらず前年割れが続いている。レストランは、ランチの来客数は前年から変化はないものの、高単価のディナーは前年を大きく下回っており、消費単価の前年割れが続いている。デリカ部門は生活に密着している関係もあり、1回の購入品数が減少し、消費単価が下回って推移している。また、ホテル自体の来客数が前年よりも大幅に減少しているようである。
タクシー運転手	来客数の動き	・景気が悪いと言う客は沢山いるが、景気が良くなったという客はほとんどいない。
通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・各企業が株主総会を実施しているが、製造業、建設業などの今期の業績は上向きのものである。しかし、部品などの仕入にかかる消費税増税で利益が減少している。また、先行きが不安のため投資を控えており、特に中小企業は本業以外の新規事業を模索している状況のため、ここ3か月間は変わっていない。
通信会社(営業 担当)	単価の動き	・収入が増加しているのは一部の企業のみである。10月に入り各種物価の値上げもあり、全体的な景気向上感はなくみえない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化はみられない。
観光名所(職 員)	来客数の動き	・団体客はほぼ前年並みの来客数であるが、来客数は天候に左右されやすく、晴天であればフリー客が増えて前年をトータルで上回るものの、雨が降れば下回る状況である。そのため、客の財布のひもが緩くなっているのかどうかの判断は難しく、あくまで天候に左右された来客数となっている。
観光名所(職 員)	来客数の動き	・中旬に台風の影響があったものの、比較的天候に恵まれて来客数は前年を若干上回っている。
遊園地(経営 者)	来客数の動き	・今月は2度の台風の影響があったものの、前年は悪天候により更に不振であったため、来客数は前年比で約20%増加している。しかし、税抜き単価は前年をやや下回っている。
美容室(経営 者)	来客数の動き	・前月に引き続き、再来店率が前年比95%で推移している。
美容室(経営 者)	お客様の様子	・毎月必ず施術後オプションでヘッドマッサージやトリートメントを注文していた客は、消費税増税後は2か月に1回に減らし単価も安いものに変更して増税分に対処している。
設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・住宅の新築や増改築の仕事が一段落している。それ以外の仕事に関しては、話が出ているものの決定まで時間がかかるので、ここ1~2か月は苦しい状況である。

	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・今後の売上が見込める受注残高が増えている。
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	お客様の様子	・9月に続いて判断が非常に難しい。かならずしも消費意欲が足りないわけでもないのに、売上になんとなく勢いがいない状態が続いている。かなり単価の低い商品でも客は衝動買いを慎んで非常に慎重な買物行動を崩さない。収入が今後増えないだろうとの予測に立っている様子がうかがえる。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・10月に入り、天候不順で急に寒い日が続いているため来客数の動きはまちまちであり、特に飲食関連が減少している。また、衣料関係は秋冬物が動き始めているものの、動きが活発になる段階ではない。
	一般小売店 [医薬品] (経営者)	お客様の様子	・客の来店頻度が少し減少しつつある。常連客はわりと来店するが、1~2か月に一度、3か月に一度の来店となる客も増えている。
	スーパー (経営者)	来客数の動き	・既存店の来客数が弱含んでいる。
	スーパー (経営者)	単価の動き	・前月に引き続き、買上点数、来客数共に前年割れとなっている。さらに、今月は1品平均単価の前年比が前年の推移を下回っており、状況は芳しくない。消費の閉塞感がじわじわと浸透し始めてきている感がある。
	スーパー (経営者)	お客様の様子	・米の買取価格が大幅に下落したことで、農業従事者ならびにそれに関わる人達の収入が大幅に減少している。また、資金繰り上の部分で先行きに対する不安があり、買上のパワーが落ち込んでいる。
	スーパー (店長)	販売量の動き	・農産物、野菜などの価格も徐々に下落傾向にあり、新米の売価も例年より安いものの、買上点数が伸び悩んでいる。1品単価の減少により全体として売上は低迷している。
	スーパー (営業担当)	販売量の動き	・来客数、1品単価は前年並みで推移しているが、買上率が前年を下回っている。チラシ価格を強化して買上点数を増やす対応をおこなっているが、それだけでは数値が変わらない状況となっている。家計防衛のために今まで以上に不必要な買物を控えている様子がうかがえる。
	スーパー (営業担当)	競争相手の様子	・消費税増税後に来客数が伸び悩んでいるなかで、9~10月にかけて競合店の出店が相次いでおり、競争が一段と激しくなっている。チラシの乱発、集客のための日替わり価格の競争激化により、企業の収益力は今までになく低下している。
	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・来客数が落ち込んでいるため売上も減少している。特に、飲食関係の景気が影響しているのか、単価が高く売上に貢献する客層の多い夜間の来客数の減少が目立っている。
	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・消費税増税後の来客数の戻りが遅い。競争が激化していることも大きな要因である。
	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・来客数は横ばい又は下降傾向である。
	コンビニ (店長)	単価の動き	・消費税増税の影響や電気代、灯油代が高値のなか、客単価、買上点数共に低下している。また、年末が迫ってはいよいよ厳しくなったのか、苦しい表情で買物をする客が増えている。
	コンビニ (店長)	単価の動き	・前年に比べ客単価が県全体で下がっている。たばこの販売数減少が原因のようである。
	衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・来客数、買上点数、客単価が減少している。今年度は各月とも前年を下回る状況であり、地方都市で景気の回復はみられない。
	家電量販店 (店長)	単価の動き	・家電製品の秋の需要は気温などの要因でも左右されている。そのため、消費税増税の影響ではなく、客の消費マインドの低下によって売上が落ち込んでいる。全体的な県内店舗の売上は前年比90~93%である。
家電量販店 (従業員)	来客数の動き	・特に土日祝日の来客数が、20%近く減少している。	
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・民間設備投資に盛り上がりの気配がない。	

乗用車販売店 (店長)	お客様の様子	・一部の法人などでの新車需要はあるものの、販売の大部分を占める個人販売は依然として低迷している。また、サービス部門では、ディーラーの高額整備を敬遠し、安価な民間工場への流出が目立ち始めている。総じて顧客の節約志向は強い。	
自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・10月は繁忙期であるが、例年に比べて注文数が落ち込んでいる。	
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・高額な商品が売れているため客単価は少し上昇しているが、来客数は大きく落ち込んでおり、前年と比べて売上は大幅に減少している。	
住関連専門店 (経営者)	単価の動き	・前月と同じく高額商材の売行きが悪く、販売は小物などの低価格の商品に偏っているため、売上になかなか結びついていない。	
その他専門店 [パソコン] (経営者)	お客様の様子	・企業自体には良さそうな話を聞くものの、勤めている人達の賃金は増加していない。市場にお金がまわっていないため、以前より状況が厳しくなっている。	
その他専門店 [酒] (経営者)	単価の動き	・ぜいたくするところはして、切り詰めるところは切り詰めるといった消費者の傾向は一層強くなってきている。酒類は切り詰めるものの筆頭と考えている人が多く、そのため、消費はするが安いもので十分という雰囲気がある。飲食店への納入品にしても、値上げの影響もありとにかく仕入単価の安いものでいいという要望が多い。	
その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・天候によるものが消費税増税の影響なのかは見極められないが、女性向けのカジュアルブーツの販売量の動きが悪くなっている。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	単価の動き	・原油価格の下落、販売量の伸び悩み、地域の競争の激化による販売価格の下落は断続的に続いており、販売業者の収益を圧迫している。特に今月は価格の下落が激しく、損益分岐点を割り込む業者が増加してきている。また、燃料費にかかる支出が減少し、販売量が伸び悩むとともに消費量も低下しているため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	・来客数が減少し客単価が低下している。また、ディナータイムの来客数が極端に減少しており、なんとなく閉塞感が漂っている。	
観光型旅館 (スタッフ)	単価の動き	・販売単価を低くしたので稼働は非常に良いが、期待したほど利益が伸びていない。	
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・レストランの来客数について、昼帯はここ数か月で大きな変化はないが、夜帯においてはフリー客の動きが鈍い月となっている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前年に比べて来客数、売上共にかなり少なくなってきており、今後の予約状況も芳しくない。	
旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・3か月前までは前年比100%ほどできていた販売量が、ここにきて前年比100%を下回ってきている。	
旅行代理店 (店長)	お客様の様子	・個人旅行は前年並みを維持している。しかし、職場旅行を中心に企業の動きは鈍くなってきており、規模の縮小、実施延期といった事例も目立ってきている。	
旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・間際の発注が多いことから、客は商品内容をより慎重に吟味した上で購入をする傾向がある。	
タクシー運転手	単価の動き	・車を選ぶ客が非常に多く、単価が下がっている。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・顧客は特に消費税増税となってから売上が増加していない様子であり、コスト削減を要求されることが多い。	
悪く なっている	一般小売店 [医薬品] (経営者)	単価の動き	・10月は、高額商材と低価格商材を購入する客の二分化が特に顕著であり、全体的にみると前年より客単価が落ち込んでいる。また、問屋などからは、非常に景気の悪い状態が続いているという話を聞いている。
	コンビニ (経営者)	単価の動き	・来客数は微減であるものの、目的買いが多く衝動買いに走る客がかなり減少している。そのため、今までと違い客単価がかなり悪化している。
	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・当社としての新たな取り組みであるポイントカードを実施しても来客数の増加には貢献せず、逆に悪くなっている。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・5年前に商店街のアーケードの建て替えをして以来、この時期では一番人通りが少なく、天気のせいか来客数も少ない。

		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減は一服している。しかし、秋から需要が盛り上がってくるスーツなどに関しては、購入する客の数が圧倒的に伸びていない。前年と比べて来客数が増加しない状況であり、非常に苦戦している。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・同業ばかりかその他の小売業などもあまり良くない。良くないどころか非常に悪い。消費税増税の影響による反動減から全然戻らず、良い材料がほとんどない。
		一般レストラン (経営者)	それ以外	・来客数の動きがかなり落ち込んでいる。商品の価格にも消費税増税分が大きく影響している。また、同業者や仕入先もかなり静かな様子である。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・気候が悪い日が多く果樹農家に大きな損害が出ている。一方、米農家は豊作ではあったが新米も買い取り価格が大暴落している。農業従事者が多いエリアのためこの影響は長く尾を引くとみている。
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 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・今月も販売目標をほぼクリアしている。
		建設業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・仕事量的に限界に近い状況であり、適正価格でない取り組めない選別受注が続いている。
		公認会計士	取引先の様子	・建設関係の売上、利益などは2~3か月前とさほど変わらないが、小売り関係の業績に改善がみられる。
		その他企業[工場施設管理] (従業員)	取引先の様子	・出荷数が増えて安定している。
	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	・今年のももの収入は注文数、平均単価共に前年と全く同程度である。また、なし、ぶどうも前年同様の単価で販売されている。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税による影響は2~3か月前と比較してもあまり変わらない。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前年より売上が少し落ち込んでいるものの、これは前年にあった特殊要因によるものである。そのことを考慮すると売上は堅調であるといえる。
		食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・首都圏向け商品の販売が好調な反面、東北向け商品の販売が不調であるため、前年の販売量をキープすることで精一杯な状況である。
		木材木製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・住宅部材の販売量が落ち込んでおり、価格面の改善が進んでいない。
		出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の売上は前年並みで推移している。しかし、同業他社の状況はかなり厳しさを増しているようである。
		土石製品製造販売 (従業員)	取引先の様子	・少しずつではあるが社員の給与賞与が上がる一方、取引先ではまだまだ回復傾向に向かっていないところもある。そのため、工事価格の値上げはできていない状況である。
		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、国内需要に変化はない。輸出環境についてはアセアン向けの需要の落ち込みを北米が吸収している。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・受注量に大きく影響するパソコン、携帯電話関連部品の動きに大きな変化がみられない。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・コンスタントな受注が続いており、3か月前と比較して大きな動きはない。
		輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税から半年が経過して、その影響は薄らぐと予想していたが、一向に物量増加が期待できない状況である。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・顧客の反応は、入札が基本であるため低価格志向であるが、ここのところ条件次第での受注もありうる傾向がある。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・取引先などの状況に変化はみられない。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・前向きな設備案件が出てきている。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・入札物件が減少しており、周年記念の発行物もなくなっている。

	その他非製造業 〔 飲食料品卸売業 〕（ 経営者 ）	取引先の様子	・ 取引先では、買上点数は10%近く増加しているものの、来客数が3%前後減少しているため、売上が5%前後減少している状況が続いているようである。当社でも、売上の内訳は特売商品が80%、定番商品が20%であり、特売商品の割合がだんだん増えているという状況である。	
やや悪くなっている	出版・印刷・同 関連産業（ 経 理担当 ）	競争相手の様子	・ 大手印刷会社も仕事量が大幅減少してきているらしく、通常なら手を出さない小口の印刷物にも手を出してきている。	
	電気機械器具製 造業（ 営業担 当 ）	取引先の様子	・ 受注量が減少又は停滞している企業が見受けられる。	
	建設業（ 経営 者 ）	受注量や販売量 の動き	・ 受注量がやや少ない傾向になっている。	
	金融業（ 広報担 当 ）	競争相手の様子	・ 取引先ではなかなか売上が伸びていないようである。	
	広告代理店（ 経 営者 ）	取引先の様子	・ 取引先や各社メディアのトップとのヒアリングでの会話からは、景気の停滞感、不透明感がうかがえる。	
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・ 食品小売業では、消費税増税後の購買単価の低下と購買点数の減少に歯止めがかからない。	
	コピーサービス 業（ 経営者 ）	受注量や販売量 の動き	・ 得意先からの発注が減少傾向にある。また、それをカバーするための新規客の開拓もなかなか進まない状況である。大口顧客の発注もなく、小口の発注も減少している。	
悪くなっている	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	・ 日本酒を始め飲食業関係が忙しくなる秋を迎え、駅や空港などの土産店向けは好調であるが、飲食店向けの出荷が思いのほか伸びていない。	
	その他企業〔 企 画業 〕（ 経営 者 ）	取引先の様子	・ 住宅建築のための相談や見学会の来客数が減少傾向にあり、それに伴い引き合い件数も減少している。また、被災地では工務店にも受注があるものの、建築棟数が限られているため見かけほど好況というわけではない。	
雇用 関連 (東北)	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	・ 大幅な米価下落に対する補てんなどの支援が不透明である。
	広告業協会（ 役 員 ）	それ以外	・ 前年は地元プロ野球球団の優勝セールなどで湧いたが、今年はイベントが少ない上に消費税増税もあり、広告業界は厳しい状況にある。マスコミ媒体はネットワークによる売上で前年の数字を保っているが、地元広告業界はいずれも前年を下回っている。	
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	・ 仕事が急に増えてきている。
	新聞社〔 求人広 告 〕（ 担当者 ）	周辺企業の様子	・ 求人広告の売上は前年比111%である。また、県外の企業や勤務地が県外の求人が目立っている。	
変わらない	職業安定所（ 職 員 ）	求人数の動き	・ ここ1年半の間、新規求人数はほぼ3,400~3,900人台で推移していたが、平成26年9月には4,400人台となり、ほぼ5年ぶりの推移となっている。そのため、新規求人数に関しては好調であるといえる。	
	人材派遣会社 （ 社員 ）	求人数の動き	・ 求人をかけている企業は多岐にわたっており、幅広い業種で特に営業職の募集が顕著である。3か月前のみならず、ずっとやや良い状態で推移している。	
	人材派遣会社 （ 社員 ）	求職者数の動き	・ 人材派遣業界においては、求職者である派遣登録希望者の伸びが悪く、派遣先企業からの求人依頼に対してミスマッチが続いている。	
	新聞社〔 求人広 告 〕（ 担当者 ）	雇用形態の様子	・ 相変わらず正規雇用が少ないものの、求人広告の申込数に目立った増減はない。	
	職業安定所（ 職 員 ）	求人数の動き	・ 有効求人倍率は前月と同率ではあるものの、3か月前と比べると若干下回っている。	
	職業安定所（ 職 員 ）	採用者数の動き	・ 求人数に大きな変化はない。また、いわゆる人手不足業種からの求人数にも増加傾向はみられない。	
	職業安定所（ 職 員 ）	求職者数の動き	・ 9月の新規求職者は減少している。また、求職者数の約4割を在職求職者が占めており、在職求職者はより良い条件の企業への転職を考えている。	
	職業安定所（ 職 員 ）	求人数の動き	・ 新規求人数が増加し新規求職者数が減少している動きに変化はない。求人倍率も引き続き1.3倍台で推移している。	
職業安定所（ 職 員 ）	求人数の動き	・ 3か月前と比べても新規求人数自体に変化はなく、申込状況にも変化はない。また、大量の雇入れ計画など新たな求人増加要因もなく、今のところあまり大きな変動はみられない。		

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数、求職者数共に前年比微増に転じたが、有効求人倍率は4か月連続して0.9倍台を保っている。景気の悪化による採用手控えではなく雇用が落ち着いているという印象であり、大きな変化はみられない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・全般的に取引先で人員、経費の引締めが目立っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・夏頃から求人数が大きく後退している。消費税増税がボディーブローのように効いてきており、特に流通業や旅行などのサービス業にその影響が顕著に現れている。
	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・職安管内の求職者が増加傾向にあるが正社員の求人が少ない。逆に派遣募集は増加しているが応募者が少なく苦勞しているようである。正社員での採用を望む者が多いことがうかがえる。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・人材の注文に対して派遣社員を配置できた割合である引当率が悪化して損益の分岐点を下回り、そのかい離幅が増幅しているため、8～9月の月次決算は損失計上となっている。